

# MANUAL DE MARCA





# Manual de Marca 2024



## ÍNDICE

### CAPÍTULO 1 - POLITICAS DE USO 6

Políticas de Uso	6
Razones clave por las cuales se debe utilizar este manual de marca	7

### CAPÍTULO 2 - NUESTRA MARCA 12

Mandato Fundacional	13
Misión y Visión	15
Valores de marca	16
Tono y estilo de la marca	18
Ejemplos de mensaje	20

### CAPÍTULO 3 - ELEMENTOS VISUALES DE LA MARCA 22

Elementos de la marca	23
3.1 Nuestro Isologotipo	24
Isologotipo	25
Isologotipo primario - secundario	26
Isologotipo con slogan en inglés	27
Isologotipo primario	28
Red de construcción	29
Isologotipo secundario	30
Tamaño mínimo	31
Red dimensional	32
Aplicación sobre fondos	34
Isologotipo sobre fondos a color	35
Usos incorrectos	36
Uso del isologotipo FALP y acreditación OECI	37
3.2 Colores	38
Colores	40
Colores corporativos principales	41
Colores corporativos áreas	43
Colores operativos de referencia	44
Colores cánceres	45
3.3 Tipografías	46
Tipografía FALP	48
Tipografías primarias titulares corporativas	49
Tipografía para diseño de gráfica digital	50
Tipografía para diseño de Interfaces (UI)	51

3.4 Recursos Gráficos	52
Enfoque fotográfico	54
Imágenes	55
Fotografía doctoras (es)	56
Fotografía con uniforme	57
Ilustraciones e Iconografía	58
Ilustraciones	59
Íconos	60
Íconos establecidos en áreas	61
3.5	62
Isologotipo con áreas y unidades	63
Instituto Oncológico	64
Convenio Oncológico Fondo Solidario	65
Investigación del Cáncer	66
Isologotipo con la Unidad	67
Aplicación sobre fondos	68
CAPÍTULO 4 - APLICACIONES 70	
4.1 Piezas digitales	72
Usos en comunicados	73
Usos en protectores de pantalla y banners	74
Usos en presentaciones	75
4.2 Impresos	76
Dípticos	78
Trípticos	79
Carnet	80
Libritos	81
Pendones	84
Volantes	85
4.3 Papelería	86
Hoja carta	88
Otras áreas Fundación	89
Sobre americano	90
Otras áreas Fundación	91
Sobre saco oficio	92
Otras áreas Fundación	93
Tarjeta de visita	94
Otras áreas Fundación	95

Tarjetón	96	Almohada	142
Otras áreas Fundación	97	Colchas 1 y 2	143
Carpeta tamaño carta	98	Sábana camilla	144
Carpeta tamaño oficio	100	Toalla ducha y mano	145
Bolsa	102	<b>CAPITULO 7 - SEÑALÉTICA</b>	<b>146</b>
Tarjeta visita paciente	104	Señalética	147
Tarjeta identificación personal	105	Color señalética	148
Tarjeta unidades	106	Mamparas	149
<b>4.4 Otras aplicaciones de diseño</b>	<b>108</b>	Accesos a unidades FALP	152
Van de acercamiento de pacientes	109	Mamparas interiores	154
<b>4.5 Cobranding</b>	<b>110</b>	Directorios	156
Uso en Colaboración de marcas - Alianzas	112	Directorios específicos	157
Imagen FALP vestuario y apariencia	113	Directorios de piso	158
<b>CAPITULO 5 - OTROS ISOLOGOTIPOS INSTITUCIONALES Y MATERIAL ILUSTRATIVO</b>	<b>116</b>	Tótem	158
Isologotipos de áreas o unidades	118	Ascensores	159
Ejemplos aplicaciones isologotipos de áreas o unidades	119	Interior - directorio	160
Isologotipos campañas o programas internos	120	Números de piso	161
Isologotipos campañas o programas público externo	121	Puerta escaleras	162
Isologotipo Juntos	124	Gravoply	163
Zona de protección - Juntos	125	Trovisel	165
Red de construcción - Juntos	126	Acrílicos	166
Isologotipo sobre fondos planos - Juntos	127	Derechos y deberes	167
Usos incorrectos - Juntos	128	Código rojo	168
Isotipo lazo Cáncer de Mama	129	Pizarra Código Rojo	169
Falpín	130	Vista system colgantes	170
Capitán/a Gotita	131	Adhesivos	173
<b>CAPITULO 6 - VESTUARIO Y TEXTIL</b>	<b>132</b>	Troquelados	173
Vestuario institucional	134	Elementos Especiales	174
Aplicación en uniformes	134	Letreros corporativos	177
Color	135	Vista system muros	178
Aplicación en delantales	137	Señalética de Seguridad	179
Aplicación en vestuario administrativo	138	Trovisel	180
Color	139	Fotoluminiscente rectangular	182
Ropa clínica	140	Adhesivos	183
Cortina	140	Acrílico con adhesivo efecto espejo	186
Sábana	141	Letrero imantado	187

# 1. POLÍTICAS DE USO





El presente manual define la normativa e identidad gráfica corporativa de nuestra marca FALP (Fundación Arturo López Pérez). Su uso es fundamental para que el mensaje que queremos transmitir sea entregado correctamente.

El uso de la marca no es libre y no obedece a iniciativas o intenciones “creativas” por parte de los usuarios.

La marca FALP, no sólo debe utilizarse en conformidad a lo señalado en el presente manual, sino que además cada usuario debe velar por mantener una buena presentación, limpieza y orden de cada uno de los elementos descritos a continuación, para darle un correcto uso.

La marca FALP, debe garantizar la coherencia y la consistencia en la interacción con todo tipo de público (colaboradores o externos como pacientes, familias, estudiantes y más), ya sea en materiales impresos, digitales, publicidad, productos, redes sociales y cualquier otro medio de comunicación.

# Razones clave por las cuales se debe utilizar este manual de marca

---

## ¿Qué es una marca?

La imagen pública, la reputación y la identidad de una organización. Una marca es el resultado de nuestras experiencias, interacciones, sentimientos y sensaciones. Cada vez que alguien interactúa con nuestra institución, moldea sus percepciones de lo que representa y significa FALP.

Una de las formas en que podemos definir nuestra marca es a través de nuestro marketing y comunicaciones. Definimos y actualizamos los lineamientos sobre cómo se expresa visualmente y por escrito la marca FALP.

Nuestros lineamientos de marca definen el uso de isotipos, logotipos y marcas, colores, fuentes, fotografías, elementos gráficos y audiovisuales, y ofrecen orientación sobre cómo hablar de nuestra organización.

### **Consistencia de marca FALP**

Establece pautas claras y específicas sobre cómo se deben utilizar los elementos de la marca, isotipo, logotipo, colores, tipografías y otros elementos visuales, asegurando que ésta se presente de manera uniforme en todas las plataformas y a lo largo del tiempo.

### **Reconocimiento y diferenciación**

Mantener una identidad de marca coherente ayuda a que FALP sea reconocible y memorable para las personas.

### **Protección de la marca**

Incluye pautas para evitar el uso indebido de la marca. Esto es especialmente importante para proteger la integridad FALP y prevenir cualquier uso no autorizado o inapropiado que pueda dañar su reputación.

### **Alineación interna**

Sirve como una guía para los colaboradores, asegurando que todos estén alineados en cuanto a cómo representar y comunicar la marca.

### **Eficiencia en el diseño**

Al proporcionar pautas claras sobre cómo utilizar los elementos de la marca, se facilita el proceso de diseño y producción de materiales de marketing y comunicación.





En resumen, el uso de este manual de marca es esencial para garantizar que la marca FALP se presente de manera consistente y coherente, en todas las interacciones con el público, lo que a su vez contribuye a su reconocimiento, confiabilidad y éxito a largo plazo.

## 2. NUESTRA MARCA

 *Acerca de nosotros*



## Mandato fundacional

---

Brindar atención integral y de excelencia a los pacientes oncológicos, especialmente a los más desprotegidos, junto con promover la educación y prevención del cáncer y luchar contra él por todos los medios.



FALP



## Misión

---

Somos una Institución sin fines de lucro, que busca otorgar acceso oportuno -en especial a las familias más vulnerables- a un tratamiento integral en un Instituto Oncológico de alta especialización, en un ambiente de respeto y calidez donde los pacientes y sus familias se sientan seguros y acogidos.

Aportamos al desarrollo de la oncología del país con programas de educación, prevención y detección precoz del cáncer, disponiendo de tecnologías innovadoras, desarrollando investigación avanzada y formando profesionales especializados.

## Visión

---

Queremos contribuir a que en nuestro país la condición social no sea un impedimento para recibir una atención oncológica oportuna, integral y de excelencia. Donde la docencia e investigación aporten al desarrollo de mejores tratamientos y a que las personas tengan hábitos de vida saludables y sean activos en su cuidado, disminuyendo así el riesgo de verse afectados por el cáncer.

# Valores de marca

---

Los valores de marca son las creencias o principios fundamentales que guían el comportamiento, la toma de decisiones y las interacciones de una marca. Representan los ideales centrales por los cuales la marca se destaca y están profundamente arraigados en la cultura y la misión de la empresa.

Los valores de marca sirven como una brújula para la marca, influenciando cómo se comunica, interactúa con sus audiencias y lleva a cabo sus operaciones. Ayudan a crear una identidad de marca coherente y auténtica que conecte de manera significativa con las personas.

### Excelencia

Trabajamos constantemente para alcanzar los más altos estándares en la atención oncológica, a través de un compromiso con la calidad, la innovación y la mejora continua, que nos ha llevado a ser un centro de referencia en investigación, diagnóstico y tratamiento del cáncer en Latinoamérica.

### Calidez y humanidad

Abordamos el tratamiento del cáncer de una manera integral, considerando no sólo los aspectos médicos del cáncer, sino también las necesidades emocionales, sociales y espirituales; en un ambiente de respeto, donde los pacientes y sus familias se sientan seguros y acogidos.

### Colaboración

Enfrentar el cáncer requiere un esfuerzo conjunto. Trabajamos colaborativamente, compartiendo conocimientos y recursos, para hacer accesible y oportuna la atención de calidad, y aportar al desarrollo de la oncología del país.

### Respeto y transparencia

Hablamos de manera clara, franca y respetuosa, manteniendo la coherencia entre lo que decimos y hacemos. Cuidamos el bienestar genuino de las personas a través de la integridad de nuestro actuar.



# Tono y estilo de la marca

---

El tono y estilo de una marca se refieren a la manera en ésta se comunica y presenta. Es la personalidad verbal y visual que la marca adopta en sus mensajes, diseño gráfico, publicidad, contenido en redes sociales y cualquier otra forma de comunicación.

Es fundamental que nuestra comunicación refleje fielmente nuestros valores. Por ello, debemos ser cuidadosos en lo que decimos y cómo lo decimos, asegurándonos de que tanto el lenguaje como los elementos visuales transmitan nuestra esencia.

### Acogedor

Nuestra comunicación busca que cada persona se sienta bienvenida y cómoda al interactuar con nosotros. Utilizamos un lenguaje cálido y amigable, junto con elementos visuales que transmiten calidez y hospitalidad.

### Experto

Transmitimos autoridad y conocimiento en nuestro campo, entregando información precisa y confiable. Nuestro objetivo es brindar seguridad a nuestra audiencia sobre la excelencia médica y el cuidado proporcionado.

### Transparente

Mantenemos una comunicación abierta, clara y honesta en cada interacción, generando una relación de confianza y credibilidad con los pacientes y sus familias, que les permita tomar decisiones informadas sobre su salud y bienestar.

### Colaborativo

Nuestra comunicación busca ser conciliadora y abierta, con un tono amable y alentador, para construir relaciones de confianza y fortalecer la comunidad. Cuidamos que nuestro lenguaje promueva la cooperación, evitando la confrontación y la competencia.

### Esperanzador

Buscamos inspirar optimismo y confianza, resaltando oportunidades y soluciones. Con un lenguaje humano y empático, brindamos contención a pacientes y familias, promoviendo la esperanza y reforzando nuestro compromiso de avanzar hacia un futuro libre de cáncer.



## Ejemplos de mensaje

Nuestra marca siempre se presentará como una opción para el paciente. No una imposición. Por otro lado es una marca que a pesar de tener la mejor alternativa en tecnología, siempre se mostrará educando al paciente, ofreciendo colaboración y jamás hablando mal o por sobre su competencia.

NO



**¿POR QUÉ ELEGIR FALP PARA REALIZAR TU EXAMEN PET-CT?**

El PET-CT es una **técnica avanzada que combina la medicina nuclear con la tomografía** computarizada, para obtener imágenes del cuerpo entero y detectar -de forma precisa y no invasiva- si un tumor es maligno o si hay presencia de metástasis en el organismo.

- ✓ Más de 6.500 pacientes atendidos en 2023.
- ✓ Calidad, seguridad, precisión y atención de profesionales altamente capacitados.
- ✓ Convenio FONASA e Isapres.
- ✓ Únicos acreditados por la Sociedad Europea de Medicina Nuclear (EANM).

Reserva tu hora llamando al 800 24 8000 – 2 2712 8000 (desde celulares) o escanea este código QR.

Ahora somos **ECI CANCER CENTER**

SI



**¿QUÉ ES EL PET-CT?**

El PET-CT es una **técnica avanzada, no invasiva, que permite analizar el cuerpo completo para estudiar tumores malignos, conocer la etapa de la enfermedad cuando hay metástasis y controlar la respuesta al tratamiento.**

En FALP contamos con equipamiento de última generación, acreditado por la Sociedad Europea de Medicina Nuclear, y la atención de personal especializado en pacientes oncológicos:

- ✓ Fraccionadores automáticos de alta gama que garantizan la dosis exacta de radiofármacos, para la seguridad del paciente y del equipo profesional que realiza el examen.
- ✓ Más de 6.500 pacientes atendidos en 2023.
- ✓ Convenio con FONASA e Isapres.

Más información llamando al 800 24 8000 – 2 2712 8000 (desde celulares) o escaneando este código QR.

Ahora somos **ECI CANCER CENTER**

**EL MERCURIO**

FUNDACIÓN ARTURO LÓPEZ PÉREZ



### 3. ELEMENTOS VISUALES DE NUESTRA MARCA





## Elementos de **la marca**

---

Lo fundamental para el desarrollo de una identidad corporativa, es aquella imagen que será reconocida como la marca de la institución o empresa. Ésta puede ser constituida por uno o varios elementos.

## 3.1 Nuestro Isologotipo

### Logotipo

El logotipo está compuesto por tipografía y no contiene dibujos.

### Isotipo

El Isotipo es una imagen, un dibujo que representa.

### Isologotipo

Es aquel que combina el logotipo con el isotipo; es decir, un dibujo que incluye tipografía. El Isologotipo de Fundación Arturo López Pérez está construido sobre la base de texto y una flor que representa la esperanza. El isotipo puede ser utilizado de forma independiente del logotipo y usarse como timbre o escudo cuando sea requerido.

Contiene además un slogan, que no siempre permanece unido al isologotipo. Este slogan pertenece a FALP en su conjunto, incluyendo todas las áreas que la representan. Este fortalece el concepto, apoyando y describiendo el rubro al que pertenece la institución.

El isologotipo sólo podrá ser usado sin el slogan cuando este esté acompañado con información explícita de oncología y aparezca la palabra cáncer utilizada.



### Isologotipo primario

El isologotipo primario, lleva el isotipo en la parte superior. Esta es la versión oficial y se usará en primera instancia si cumple con los requisitos de zonas de protección.



Isologotipo sin el slogan

### Isologotipo secundario

Esta versión de logotipo es secundaria y se usará sólo en el caso de que el espacio a utilizar sea horizontal y su ancho, mayor a 1,5 veces el logotipo (es decir la palabra FALP). Además, no debe ser mayor al doble de la altura del logotipo.



### Isologotipo con slogan en inglés

Esta versión se utilizará donde realmente no se hable español, no se conozca la Institución y lo que esta hace.

Solo se usará en Inglés como idioma internacional genérico, no se puede traducir a otros idiomas.

### Isologotipo casos especiales

Conmemoración de años de existencia de FALP.

Se podrá utilizar sólo cuando se hace referencia a alguna actividad realizada para esta conmemoración y autorizada por la gerencia del área de negocio que la solicita.

Mi FALP, plataforma creada para vincular al paciente con su historial médico en la institución.

### Isotipo

Se podrá utilizar sólo como elemento de apoyo, recibiendo el nombre de "Flor FALP".

Las especificaciones y modo de uso de éste son determinados por las mismas características del isologotipo expuestas en este manual.



## Isologotipo primario

### Tamaño mínimo

El tamaño mínimo permitido para el isologotipo está dado por su correcta lectura.



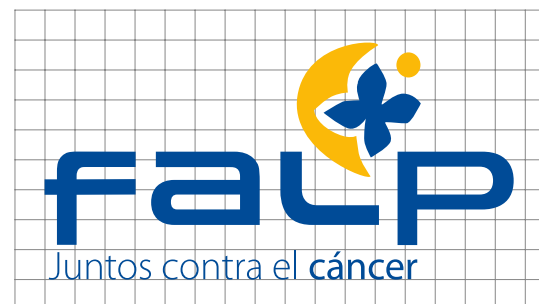
### Zona de protección

Para que el isologotipo conserve su efecto visual, siempre debe respetar su zona de protección. Esta equivale a la mitad de la altura de las siglas FALP del logotipo. Este espacio no debe ser invadido por elementos adyacentes, ya sean textos, fotografías u otras marcas.



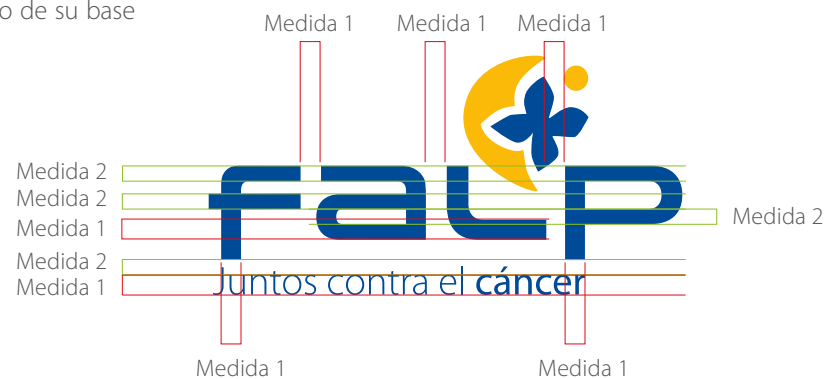
### Red de construcción

En grandes ampliaciones el uso de esta red asegura reproducir el islogotipo sin riesgo de distorsión.



### Red dimensional

Las relaciones de proporciones y espaciados son fundamentales en la apariencia visual de la palabra, la cual está determinada por dos medidas y el alineamiento de su base inferior y superior..



## Isologotipo secundario

### Uso

Esta versión de logotipo es secundaria y se usará sólo en el caso de que el espacio a utilizar sea horizontal y su ancho, mayor a 1,5 veces el logotipo (es decir la palabra FALP). Además, no debe ser mayor al doble de la altura del logotipo.



### Tamaño mínimo

El tamaño mínimo permitido para el isologotipo está dado por su correcta lectura.



### Zona de protección

Para que el isologotipo conserve su efecto visual, siempre debe respetar su zona de protección. Esta equivale a la mitad de la altura de las siglas FALP del logotipo. Este espacio no debe ser invadido por elementos adyacentes, ya sean textos, fotografías u otras marcas.



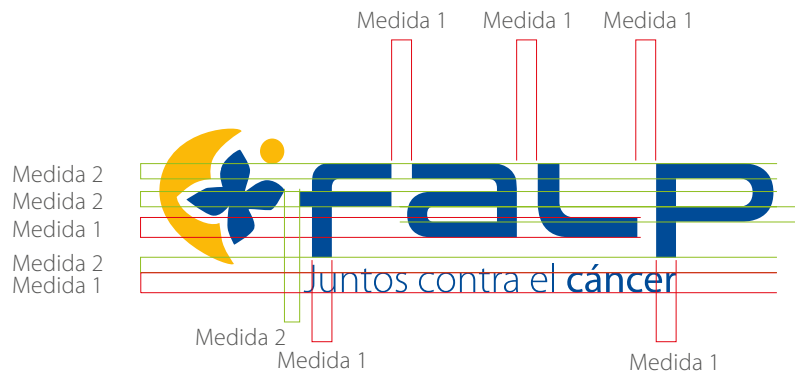
### Red de construcción

Las relaciones de proporciones y espaciados son fundamentales en la apariencia visual de la palabra, la cual está determinada por dos medidas y el alineamiento de su base inferior y superior.



### Red dimensional

Las relaciones de proporciones y espaciados son fundamentales en la apariencia visual de la palabra, la cual está determinada por dos medidas y el alineamiento de su base inferior y superior.





## Aplicación sobre fondos

El Isologotipo FALP usará los colores corporativos en primera instancia. Si alguno de los elementos del isologotipo pierden visibilidad, se usará su versión calada (blanca). En el caso que el fondo sea alguno de los colores corporativos, se usará su versión calada (blanca).



La única excepción a esta norma, es cuándo el isologotipo es usado para todo lo referido a Cáncer de Mama, donde el color de éste será 100% magenta, salvo la luna y el círculo del isotipo que será 50% de este magenta.



### Isologotipo sobre fondos a color

Cuando los isologotipos van sobrepuestos en fondos de color con su valor o luminosidad<sup>1</sup> y saturación o brillo<sup>2</sup> en un 100% o bajo el 50% de éste, se usará su versión calada (blanca).

Cuando alguno de los elementos de los isologotipos pierden visibilidad, se usará su versión calada (blanca).

En el caso de los colores con su valor o saturación similar al 75% se podrá usar el Isologotipo en sus colores corporativos, siempre y cuando no se pierda ninguno de los elementos de éste.



<sup>1</sup>Es un término que se usa para describir cuán claro o cuán oscuro parece un color y se refiere a la cantidad de luz percibida.

<sup>2</sup>Este concepto representa la viveza o palidez de un color, su intensidad.

## Usos incorrectos

El Isologotipo no sólo debe utilizarse en conforme con lo señalado en el presente manual, sino que además cada usuario debe velar por mantener una buena presentación, limpieza y orden de cada uno de los elementos descritos anteriormente, para dar un correcto uso.

1. El isotipo en mayor o menor proporción de la que debe ser.
2. El slogan en mayor o menor proporción de la que debe ser.
3. El isotipo en diferente ubicación.
4. Con colores corporativos invertidos.
5. Con colores fuera de lo especificado en este manual.
7. El Isologotipo no debe utilizarse en color rojo ni negro.
8. El slogan en mayúsculas.
9. Uso incorrecto de colores corporativos

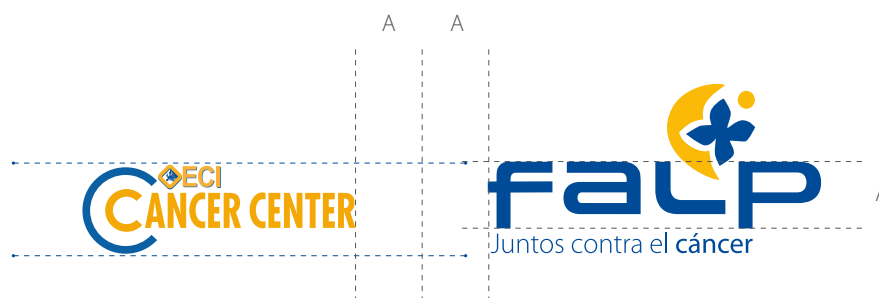


## Uso del isologotipo FALP y acreditación OECI

Cuando se asocia el Isologotipo OECI Cancer Center al Isologotipo FALP, este debe ser de menor tamaño, según la medida especificada. La separación esta dada por la medida de la altura de la tipografía por dos.

El Isologotipo OECI se usa con la palabra CENTER y NO CENTRE.

Se puede hacer referencia a que estamos acreditados por OECI usando su logotipo y el resto de la frase escrita con Myriad Pro Condensed o todo escrito en esta tipografía.

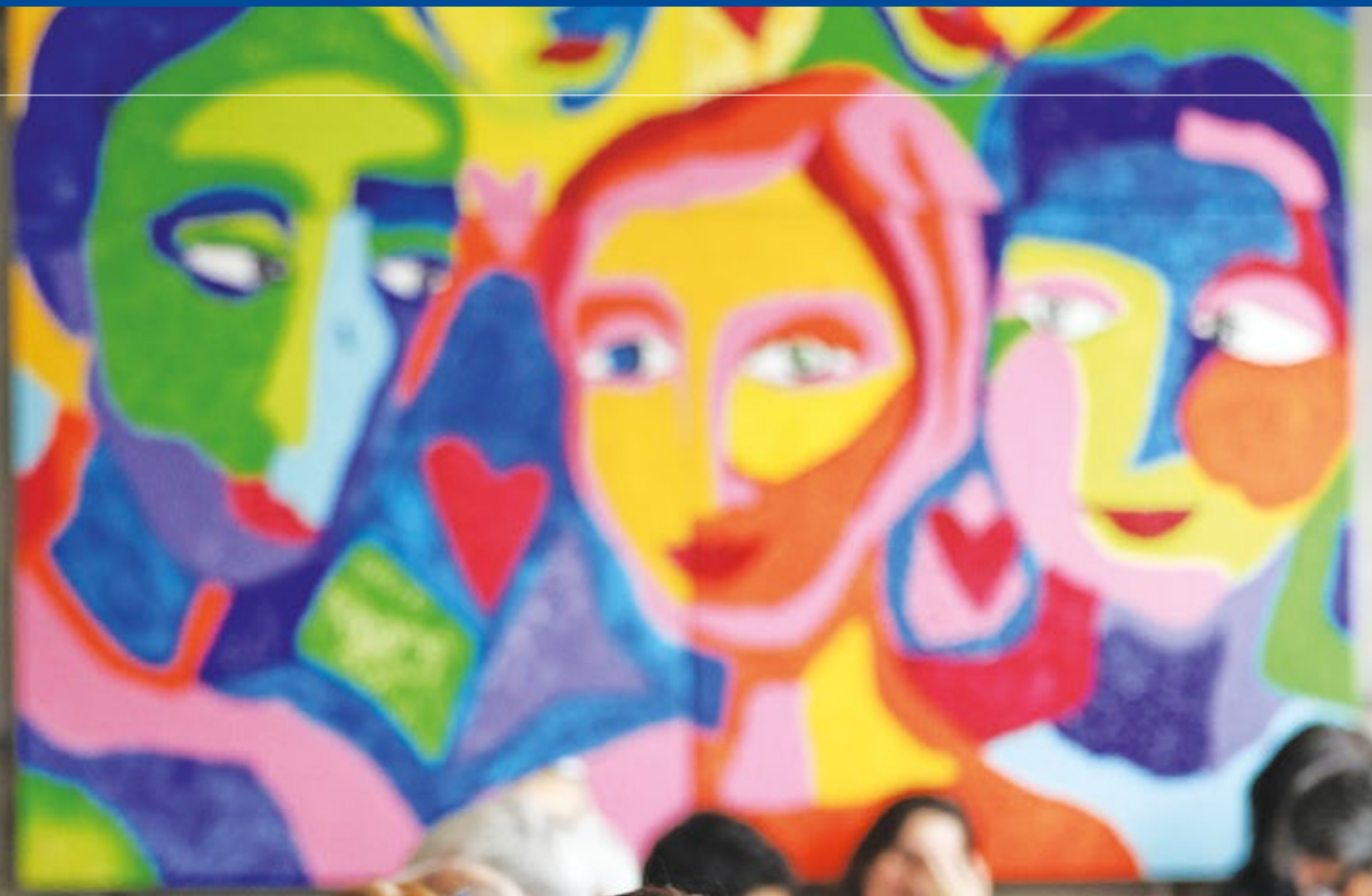


Acreditados como  **OECI Cancer Center**

Acreditados como **OECI CANCER CENTER**

## 3.2 Colores

---



## Colores corporativos isologotipo

---

El color y su uso coherente es un elemento fundamental en la expresión y en la comunicación de nuestra a marca para diferenciarla de la competencia.

### **Pantones 2945**

#004990

Propicia serenidad, tranquilidad, introspección, contemplación. Es muy apropiado para crear un rincón en el cual sentarse a reflexionar o meditar. Representa lealtad, confianza y sabiduría, inteligencia y verdad. Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión. Se le considera un color fuertemente ligado a la tranquilidad y a la calma. Cuando se usa junto a colores cálidos (amarillo o naranja), la mezcla suele ser llamativa.

### **Pantones 123**

#F5C300

Se asocia a alegría, longevidad, inteligencia, optimismo y claridad. El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Cuando se sitúan varios colores en contraposición a uno oscuro, el amarillo es en el que primero se fija la atención. Por eso, la combinación amarillo y azul puede ser usada para resaltar elementos, avisos o atención.

## Colores corporativos principales

Los colores principales de FALP se generan a partir del azul y amarillo que vemos en nuestro logotipo institucional, sumando el color que corresponde al área de investigación como color de apoyo. El magenta se utilizara solo a todo lo referido a Cáncer de Mama. Los colores institucionales y de apoyo pueden usarse en porcentajes graduales para conseguir mayor variedad.

El color principal Institucional es el Pantone 2945 C y este siempre tendrá que predominar en una pieza gráfica digital o impresa. El amarillo Pantone 123 C y los demás colores corporativos secundarios y terciarios, deberán abarcar no más de un 30% de la pieza gráfica. Esta norma es excluyente para el magenta, ya que este color tiene que predominar cuando se hable de Cáncer de Mama.

Color corporativo primario

Color corporativo secundario

Color corporativo terciario

Color corporativo terciario  
cáncer de mama

<b>Pantones 2945 100%</b> #004990	<b>Pantones 123 100%</b> #F5C300	<b>Pantones 100% Cyan</b> #009FE3	<b>Pantones 100% Magenta</b> #E5007D
<b>Pantones 2945 80%</b> #004990	<b>Pantones 123 80%</b> #F5C300	<b>Pantones 80% Cyan</b> #009FE3	<b>Pantones 80% Magenta</b> #E5007D
<b>Pantones 2945 60%</b> #004990	<b>Pantones 123 60%</b> #F5C300	<b>Pantones 60% Cyan</b> #009FE3	<b>Pantones 60% Magenta</b> #E5007D
<b>Pantones 2945 40%</b> #004990	<b>Pantones 123 40%</b> #F5C300	<b>Pantones 40% Cyan</b> #009FE3	<b>Pantones 40% Magenta</b> #E5007D
<b>Pantones 2945 20%</b> #004990	<b>Pantones 123 20%</b> #F5C300	<b>Pantones 20% Cyan</b> #009FE3	<b>Pantones 20% Magenta</b> #E5007D

# Colores verticales y por áreas

---



## Colores corporativos áreas

Los colores de las áreas brindan la personalidad de cada sección, los que deberán ser instaurados y posteriormente reconocidos tanto por los usuarios, pacientes, y todo el universo de personas que son parte de la Fundación.

Existen colores específicos para las áreas de trabajo en que se divide FALP. Éstas están definidas, no son modificables y separan las diferentes actividades que cada sector realiza.

Estos colores se usan como colores secundarios a los corporativos y no podrán abarcar más allá del 30% de una pieza gráfica o digital. Se propone su uso principalmente en bullets, iconografía o gráficas. Se sugiere no usarlo como color plano de fondos, que lo hagan ver como color principal, ya que para estos usos son los corporativos con los que reconocemos a FALP.

## Colores página web

Para revisar los colores y estilos para la web ingresar al design System de FALP haciendo clic en el botón.

Design System FALP

### Instituto Oncológico

Pantones 2945

#004990

### Convenio Oncológico Fondo Solidario

Pantones 151

#FF8300

### Donaciones y Beneficencia

Pantones 376

#80BC00

### Dirección Médica

Pantones 300

#0066CC

### Investigación del Cáncer

Pantones 100% CYAN

#009FE3

### Educación y Prevención del Cáncer

Pantones 268

#663399

## Colores operativos de referencia

Los colores operativos o de referencia, son colores atribuidos a una acción específica para ser reconocidos tanto por los usuarios, pacientes, y colaboradores.

Estos colores se usan como colores secundarios, nunca prodrán resaltar o predominar más que un color corporativo. Se propone su uso principalmente en bullets, iconografía o gráficas. Se sugiere no usarlo como colores planos de fondos o que lo hagan ver como color principal.

## Otros usos de colores

Existen otras áreas, tipos de cánceres, procedimientos que hacen publicaciones o materiales informativos a colaboradores y pacientes. A éstas se les asignó un color específico para su identificación y ya está establecido en el tiempo, por lo que se mantendrá. De esta manera no se produce confusión con los colores corporativos principales, y entre las mismas áreas.

Estos colores siempre pueden ser usados en combinación con el color primario de la Fundación.

### Presencial

Pantone 2945 C  
#004990

### Telemedicina

Pantone 7716 C  
#1E9CA6

### Banco de Sangre

Pantone 7635 C  
#BC3562

### Toma de Muestras

Pantone 2718 C  
#5887DA

### Radioterapia

Pantone 3115 C  
#00B4CE

### Centro de Mama

Pantone 100% Magenta C  
#D3277C

### Terapias Complementarias

Pantone 2583 C  
#9A5FA3

### Salud Mental

Pantone 381 C  
#1E9CA6

## Colores cánceres

Estos colores son transversales para países e instituciones. Sin embargo, su uso no es obligatorio para las comunicaciones referentes al cáncer del que hablan.



Todos los cánceres



Cáncer de mama



Cáncer de próstata



Cáncer de colon



Cáncer de vejiga



Mieloma múltiple



Cáncer de cuello y cabeza



Cáncer de conducto biliar



Leiomiosarcoma



Cáncer de cerebro



Cáncer de riñón



Leucemia



Melanoma



Cáncer cervical



Cáncer de ovario



Cáncer de pulmón



Cáncer de estómago



Linfoma de hodkin



Cáncer de hígado



Linfoma



Cáncer de tiroides



Cáncer de páncreas



Cáncer testicular



Cáncer de apéndice



Sarcoma



Cáncer carcinoide



Cáncer de infancia



Cáncer de útero

## 3.3 Tipografías

---



## Tipografía FALP

El logotipo fue creado en base a la **tipografía SPACEMAN**. Ésta no se usa como tal y no está dentro de las tipografías corporativas de la Fundación.

### Tipografía Corporativa

Familia Myriad Pro, dentro de esta familia usadas como corporativas son las siguientes:

Myriad Pro Light  
*Myriad Pro Light Italic*  
Myriad Pro Regular  
*Myriad Pro Italic*  
**Myriad Pro semibold**  
***Myriad Pro Semibold Italic***  
**Myriad Pro Bold**  
***Myriad Pro Bold Italic***  
**Myriad Pro Black**  
***Myriad Pro Black Italic***



Base tipografía Spaceman



Myriad Pro Light



Myriad Pro Semibold

### Tipografías primarias titulares corporativas

Myriad Pro semibold, bold y black se utilizan para títulos y destacados corporativos en todos los soportes de comunicación. Se pueden usar en versión altas o bajas, como también en versión semicondensed y condensed.

### Tipografías de cuerpo de texto

Myriad Pro light y regular se usan para cuerpos de texto corporativos en todos los soportes de comunicación. La versión semibold se utilizará para palabras o frases destacadas. Se pueden usar en versión altas o bajas, como también en versión semicondensed y condensed.

## MYRIAD PRO

Myriad Pro Light

*Myriad Pro Light Italic*

Myriad Pro Regular

*Myriad Pro Italic*

**Myriad Pro semibold**

***Myriad Pro Semibold Italic***

**Myriad Pro Bold**

***Myriad Pro Bold Italic***

**Myriad Pro Black**

***Myriad Pro Black Italic***

## MYRIAD PRO SEMICONDENSED

Myriad Pro Light Semicondensed

*Myriad Pro Light Italic Semicondensed*

Myriad Pro Regular Semicondensed

***Myriad Pro Regular Italic Semicondensed***

**Myriad Pro semibold Semicondensed**

***Myriad Pro semibold italic Semicondensed***

**Myriad Pro Bold Semicondensed**

***Myriad Pro Bold italic Semicondensed***

**Myriad Pro Black Semicondensed**

***Myriad Pro Black italic Semicondensed***

## MYRIAD PRO CONDENSED

Myriad Pro Light Condensed

*Myriad Pro Light Italic Condensed*

Myriad Pro Regular Condensed

***Myriad Pro Regular Italic Condensed***

**Myriad Pro Semibold Condensed**

***Myriad Pro semibold Condensed***

**Myriad Pro Bold Condensed**

***Myriad Pro Bold Italic Condensed***

**Myriad Pro Black Condensed**

***Myriad Pro Black Italic Condensed***

## Tipografía para diseño de gráfica digital

---

La tipografía **Calibri** es una fuente que viene por defecto en todos los computadores, por lo que no se modifican los archivos cuando se trabaja en línea o se mandan editables. Es muy versátil y tiene múltiples opciones en su familia tipográfica.

# CALIBRI

Calibri Light

*Calibri Light Italic*

Calibri Regular

*Calibri Regular Italic*

**Calibri Bold**

***Calibri Bold Italic***

## Tipografía para diseño de Interfaces (UI)

La tipografía **Inter** es una fuente que tiene buena legibilidad en tamaños pequeños gracias a sus curvas abiertas y espaciado además de haber sido diseñada para dispositivos digitales. Es muy versátil y tiene múltiples opciones de pesos.

Para conocer tamaños y estilos ingresar al design System de FALP haciendo clic en el botón.

Design System FALP

# INTER

Inter Light

*Inter Light Italic*

Inter Regular

*Inter Regular Italic*

Inter Medium

*Inter Medium Italic*

Inter Semibold

*Inter Semibold Italic*

Inter Bold

*Inter Bold Italic*

Inter Extrabold

*Inter Extrabold Italic*

Inter Black

*Inter Black Italic*

## 3.4 Recursos Gráficos

---



Para complementar el diseño de las diferentes piezas, se hace imprescindible contar con apoyo gráfico de íconos, imágenes y vectores para generar diseños más amigables y de fácil lectura tanto para el paciente como para nuestros colaboradores y público general.

# Enfoque fotográfico

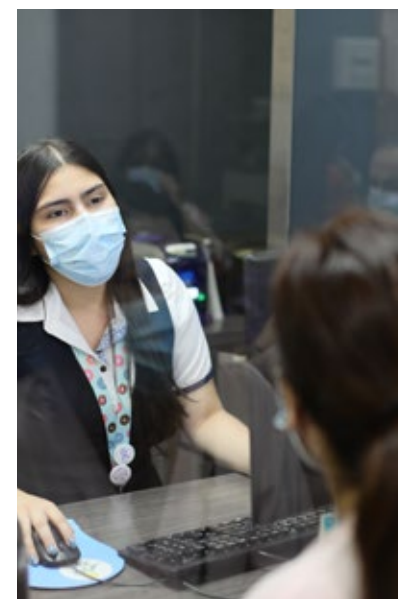
---

Nuestro estilo fotográfico comunica confianza, calidez y esperanza al capturar sonrisas e interacciones genuinas entre nuestros profesionales, pacientes y familiares. La calidad de las imágenes refleja nuestro compromiso con la excelencia en todo lo que hacemos. Con una iluminación y estilo visual limpios, cálidos y reconfortantes, creamos una sensación de seguridad y acogida. Buscamos inspirar y motivar a través de imágenes que reflejen oportunidades y calidad de vida.

## Imágenes

FALP tiene un banco de imágenes propio que son prioridad al elegir para una pieza gráfica. Como segunda opción se descargará del banco de imágenes y basándose en las características antes mencionadas. Las imágenes principales muestran pacientes, médicos, médicos con pacientes, enfermeras/os, TENS, lugares de la clínica, diferentes áreas, etc. y las imágenes secundarias se eligen de acuerdo al tema descrito en la pieza gráfica.

Al elegir una imagen de pacientes y médicos de banco de imágenes con derechos, las personas que aparezcan tienen que tener características físicas (rasgos, color de piel, cabello, ojos) de acuerdo al público chileno.



## Fotografía doctoras (es)

### Uso correcto

La 3 posiciones correctas de sacar la fotografía a los doctores:

- Fotografía frontal.
- Delantal corporativo con isologotipo.
- Visualizar el isologotipo FALP
- Fotografía frontal con leve inclinación hacia la derecha (para que se vea el isologotipo).
- Visualizar el isologotipo FALP
- Fotografía extra.
- Fotografía frontal con leve inclinación hacia la derecha (para que se vea el isologotipo).
- Cruzar los brazos.
- Visualizar el isologotipo FALP



Las sesiones de fotos sirven para el curriculum en el sitio web de FALP, credencial corporativa FALP, RRSS y futuras publicaciones que aparezcan, por ejemplo, en El Mercurio o sociales de prensa.

La actitud siempre debe ser positiva.

En el caso de las fotografía de colaboradores con pelo largo, se recomienda que lo usen hacia atrás o tomado.

No usar credencial corporativo en las fotos

## Fotografía con uniforme

### Uso correcto

La 3 posiciones correctas de sacar la fotografía a colaboradores con uniforme:

- Fotografía frontal.
- Delantal corporativo con isologotipo.
- Visualizar el isologotipo FALP
- Fotografía frontal con leve inclinación hacia la derecha (para que se vea el isologotipo).
- Visualizar el isologotipo FALP
- Fotografía extra.
- Fotografía frontal con leve inclinación hacia la derecha (para que se vea el isologotipo).
- Cruzar los brazos.
- Visualizar el isologotipo FALP



Las sesiones de fotos sirven para el curriculum en el sitio web de FALP, credencial corporativa FALP, RRSS y futuras publicaciones que aparezcan, por ejemplo, en El Mercurio o sociales de prensa.

La actitud siempre debe ser positiva.

En el caso de las fotografía de colaboradores con pelo largo, se recomienda que lo usen hacia atrás o tomado.

No usar credencial corporativo en las fotos

# Ilustraciones e Iconografía

---

En su mayor parte, mantenemos nuestros íconos e ilustraciones son con fondos planos, sin degradados ni sombras que añadan una falsa sensación de profundidad.

Nos aseguramos que la ilustración coincida con nuestra audiencia, que sea de fácil y rápida lectura, cercana, cálida y positiva.

Nos inclinamos por íconos simples y lineales.

## Ilustraciones

Algunas piezas gráficas se complementan con ilustraciones llamativas y dinámicas que visualizan el tema a tratar. Las ilustraciones pueden ser descargadas de diferentes bancos de imágenes y adaptadas para el diseño correspondiente o realizadas por un encargo específico a un ilustrador según sea la necesidad.



## Íconos

Los íconos a utilizar serán lineales con bordes redondeados, y podrán ser de 1, 2 o más colores dependiendo del diseño donde se utilicen. Si es una campaña específica, éstos podrían no ser lineales, con un diseño diferente, por ejemplo, rellenos de color.

### Ejemplos de íconos generales:



### Ejemplos de íconos de órganos del cuerpo:

Estos se usan cuando nos referimos a algún tipo de cáncer específico o algún área de estudio.



### Ejemplos de íconos de procedimientos o tecnología:



### Íconos establecidos en áreas

Existen íconos ya establecidos o representativos para áreas, temas o unidades.

Convenio Oncológico  
Fondo Solidario  
*Acceso transversal*



Donaciones y  
Beneficencia  
*Sin fines de lucro*



Instituto Oncológico  
*Atención integral*



Educación y Prevención



Centro Docente y de  
Investigación



cáncer



Cabeza y cuello



Digestivo



dermato-oncología



Endocrinología



Ginecología



Hematología



Mama



Neuro-oncología



Urología



Comité ampliado,  
cáncer metastásico



Comité evaluación de  
tratamientos complejos



Paciente



Radioterapia



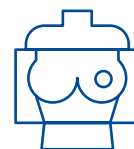
Quimioterapia



Scanner



Mamografía



Laboratorio



cirugía



## 3.5 Isologotipo de unidades y áreas

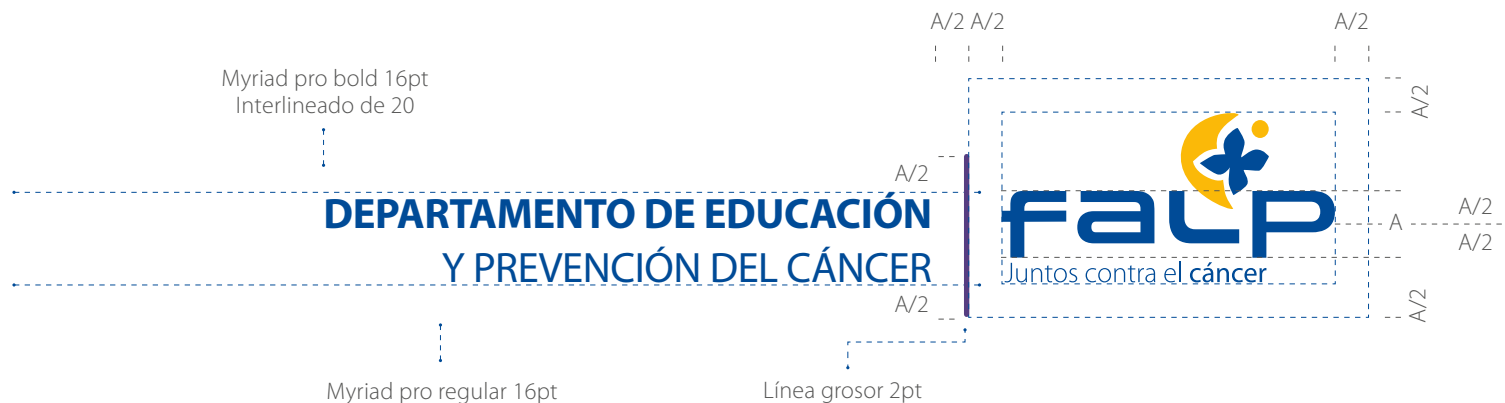
---

El departamento o área va al lado izquierdo o derecho de la línea vertical que lo separa del isologotipo FALP. La primera línea del área siempre va a ir en Myriad Pro Bold en la segunda línea. El texto va centrado a la línea de división y alineado en su base al isologotipo FALP. La línea de división va a ir en color del departamento o área.

Toda se amplía y reduce proporcionalmente respetando el límite de tamaño especificado para el Isologotipo FALP.

El departamento o área también puede aplicarse en la pieza gráfica sin el isologotipo FALP, solo por su nombre pero bajo la misma normativa de tipografía.

- Instituto Oncológico (En este caso se marca la localización del centro.
- Convenio Oncológico Fondo Solidario
- Donaciones y Beneficencia
- Dirección Médica
- Investigación del Cáncer
- Departamento de Educación y Prevención del Cáncer



**DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN  
Y PREVENCIÓN DEL CÁNCER**

Instituto Oncológico (este en particular especifica la localización del centro al que se refiere).

**INSTITUTO ONCOLÓGICO  
SANTIAGO**



**INSTITUTO ONCOLÓGICO  
SANTIAGO**

**INSTITUTO ONCOLÓGICO  
VIÑA DEL MAR**



**INSTITUTO ONCOLÓGICO  
VIÑA DEL MAR**

**INSTITUTO ONCOLÓGICO  
PUERTO MONTT**



**INSTITUTO ONCOLÓGICO  
PUERTO MONTT**

Convenio Oncológico Fondo Solidario.

**CONVENIO ONCOLÓGICO  
FONDO SOLIDARIO**



**CONVENIO ONCOLÓGICO  
FONDO SOLIDARIO**

Donaciones y Beneficencia.

**DONACIONES  
Y BENEFICENCIA**



**DONACIONES  
Y BENEFICENCIA**

Dirección Médica.

**DIRECCIÓN  
MÉDICA**



**DIRECCIÓN  
MÉDICA**

Investigación del Cáncer.

**INVESTIGACIÓN  
DEL CÁNCER**



**INVESTIGACIÓN  
DEL CÁNCER**

Departamento de Educación y  
Prevención del Cáncer.

**DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN  
Y PREVENCIÓN DEL CÁNCER**



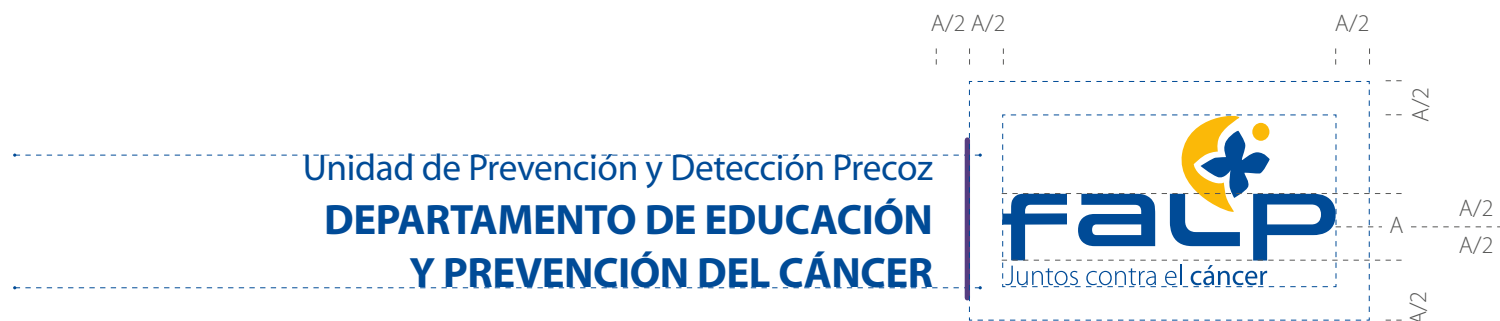
**DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN  
Y PREVENCIÓN DEL CÁNCER**

## Isologotipo con la Unidad

La Unidad va arriba del área o departamento. Este texto va en altas y bajas tipografía Myriad Pro Regular. El departamento o área pasa a segunda línea en Myriad Pro Bold. Cuando hay dos líneas, el texto va centrado a la línea de división y alineado en su base al isologotipo FALP. La línea de división va a ir en color del departamento o área. Cuando el texto pasa a ser tres líneas se alinea a la base de el isologotipo FALP y la barra divisoria se centra al texto.

Se puede usar el texto sin el isologotipo FALP, solo por su nombre pero bajo la misma normativa de tipografía.

Se amplía y reduce proporcionalmente respetando el límite de tamaño especificado para el Isologotipo FALP



## Aplicación sobre fondos

El Isologotipo FALP con el nombre del área se usará en color blanco solo cuando se imprima sobre imágenes o fondos a color, dependiendo del porcentaje de este. Si el color de la línea divisoria se pierde por el fondo, también se podrá ocupar en color azul corporativo FALP. Esto también aplica para el isologotipo con unidad.



**DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN  
Y PREVENCIÓN DEL CÁNCER**



**CONVENIO ONCOLÓGICO  
FONDO SOLIDARIO**

MAYO

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
					7	8
2	3	4	5	6	13	14
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

FEBRERO							MARZO						
LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
6	7	8	9	10	11	12	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	20	21	22	23	24	25	26
27	28						27	28	29	30	31		

¿Más quieres?  
Vege a ti y a tu familia frente a la amenaza del cáncer. A través de un aporte  
hospitalarios y ambulatorios, realizados en el Instituto Oncológico FALP.

**FALP**  
Instituto contra el cáncer



JUNIO							JULIO						
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4	5	4	5	6	7		
6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			

DIARIO

FALP



### RECETARIO MAGISTRAL

A través del Recetario Magistral se entregan pre  
a diversas áreas médicas como la oncología, o  
reumatología y otras drogas citotóxicas.

**CONVENIO ONCOLÓGICO FONDO SOLIDARIO**  
Álvarez Condarco 1002 | Providencia, Santiago.  
Forma de atención telefónica: 2 2471 1900 | www

# 4. APLICACIONES





FALP

MAGÍSTER INTERNACIONAL  
EN RADIOTERAPIA AVANZADA



Dr. Edgar  
Carrasco Ayala  
Médico RTA  
FALP

Dr. Edgar  
Carrasco Ayala  
Médico RTA  
FALP

X-RAY  
TDLALAG2  
Módulo en Advanced  
Therapy Techniques

FALP

FALP

## 4.1 Piezas digitales

---



## Lineamientos gráficos en piezas digitales

### Color Isologotipo Fundación

Siempre se utilizara en colores corporativos de la Fundación o en blanco si esta sobre algun fondo de color o imagen. Solamente el isologotipo de FALP de cáncer de mama se podrá utilizar en sus colores magenta respectivos.s.

### Aplicación colores corporativos

Los colores corporativos a utilizar en las piezas gráficas institucionales pueden ir en sus porcentajes graduales. Si se utiliza un color sobre una imagen para resaltar un texto y/o logo, este puede ir en opacidad no menor al 50%, ocupando un máximo de 1/4 de la imagen total.

\*No se pueden usar degradados en los diseños corporativos sean impresos o digitales.

\*Estas normas son excluyentes en los diseños de campañas internas.

## Usos en comunicados internos

El isologotipo FALP como su versión con áreas o departamentos se utilizará de preferencia en la parte superior (al lado izquierdo o derecho) del comunicado, pero es posible ubicarlo en la parte inferior, dependiendo de la cantidad y disposición de información que hay en el.

### Tamaño

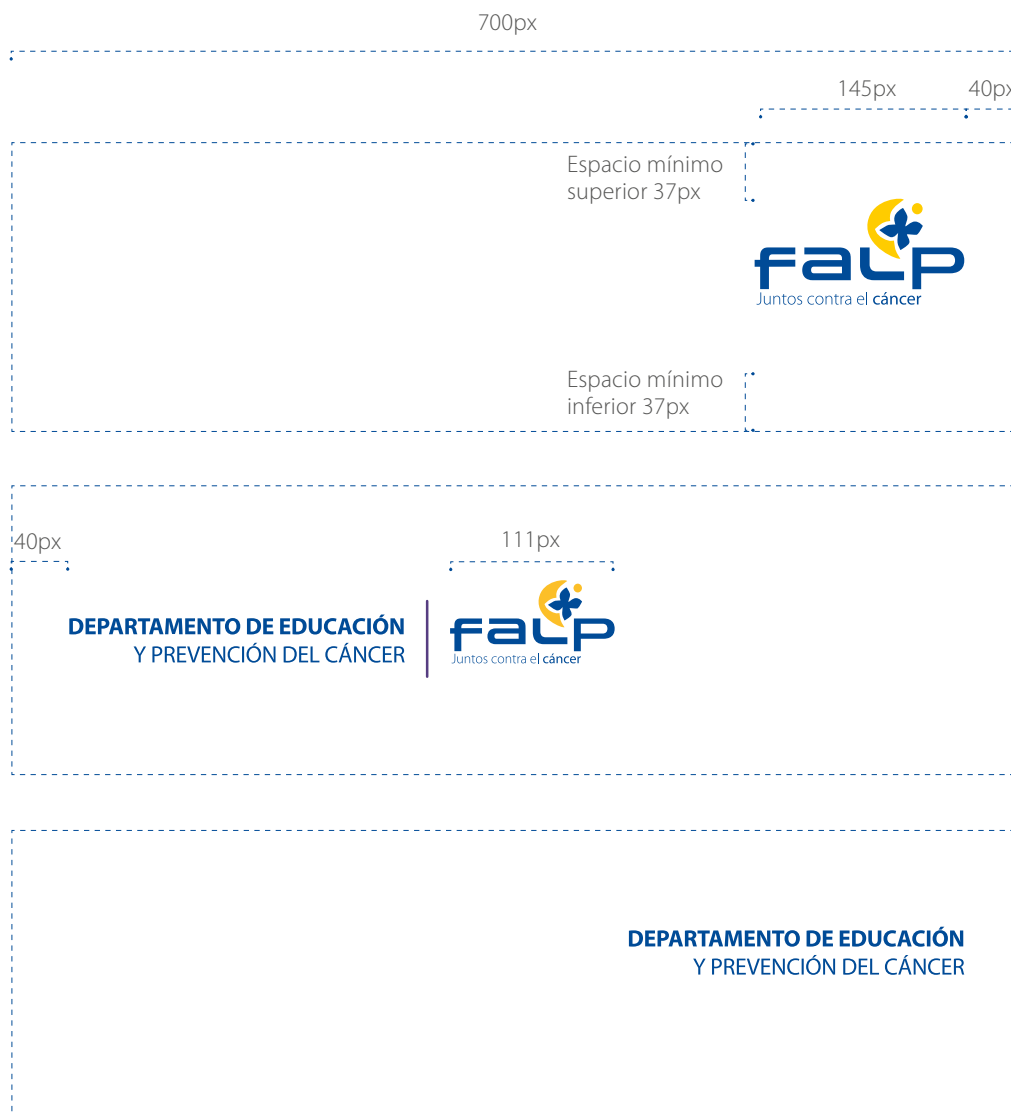
El tamaño de los comunicados es de 700px de ancho. El isologotipo FALP se utilizará en un tamaño mínimo de 145px de ancho cuando este solo y de 111px de ancho en su versión con áreas y departamentos.

### Footer

Deberá siempre ir el nombre de la Fundación en ALTAS, sea este sobre el color blanco, azul u otro dependiendo de la campaña o gráfica a utilizar.

### Tipografía

Si el comunicado es de contenido institucional la tipografía debe ser Myriad Pro. Si es de alguna campaña particular interna o externa, la tipografía debe ser correspondiente a esa campaña.





**IMDS** REGISTRO HOSPITALARIO DE TUMORES

## ¿SABÍAS QUE FALP CUENTA CON UN REGISTRO HOSPITALARIO DE TUMORES?

Desde el 2020 FALP está trabajando en la elaboración del Registro Hospitalario de Tumores (RHT), el cual da cuenta de la cantidad de casos nuevos, desde el 2018 al 2023, que diagnóstica la Fundación cada año, separándolo por tipo de cáncer, sexo, edad, ubicación geográfica del paciente, entre otros indicadores.



El RHT es una herramienta innovadora, siendo FALP la primera institución privada en contar con una. A través de esta, se busca contribuir a la investigación y a la toma de decisiones en base a datos y proyecciones que se pueden extraer del Registro.

¡Te invitamos a navegar y darnos tu opinión!

[ACCEDE AQUÍ](#)

En caso de sugerencias y/o comentarios puedes escribir a [informatica.medica@falp.org](mailto:informatica.medica@falp.org)

FUNDACIÓN ARTURO LÓPEZ PÉREZ





## ¡Queremos que nadie quede fuera!


Cada semana son más las personas que se suman a las **actividades de pausas laborales**, pero queremos que toda la comunidad FALP pueda ser parte.

Es por esto que desde este **jueves 30 de marzo**, habilitaremos un módulo remoto para que te puedas conectar y compartir en un espacio de pausa, a través de Google Meet.


Si trabajas en regiones, tienes teletrabajo o incluso si no te pudiste sumar de manera presencial, esta es la oportunidad.



Jueves 30 de marzo, y durante todos los jueves siguientes.



16:30 hrs.



Google Meet (Será agendada en tu calendario).

## ¡Te esperamos!

FUNDACIÓN ARTURO LÓPEZ PÉREZ

## Usos en comunicados externos

El isologotipo FALP siempre se utilizará en el header, al costado derecho, y sus áreas al costado izquierdo, acompañado del nombre de la Fundación. Las áreas irán con una línea vertical del color correspondiente al área del cual se están refiriendo.

### Tamaño

El tamaño de los comunicados es de 700px de ancho.

### Footer

El footer será igual para todos los comunicados externos FALP, siendo de color azul corporativo el fondo de este, con el isologotipo FALP en blanco a su derecha, y una línea amarilla a su izquierda.

### Tipografía

Header: áreas con tipografía Institucional Myriad Pro semibold y Fundación Arturo López Pérez con Myriad Pro regular.


El color de la barra será según el color del área.



INSTITUTO ONCOLÓGICO  
Fundación Arturo López Pérez

falP

Activación de cuenta Educáncer



Hola, {{nombre\_usuario}}

Has realizado con éxito la creación de tu cuenta en App Educáncer.

[Activa tu cuenta aquí](#)


Atentamente,  
Equipo de soporte App Educáncer  
Subgerencia Canal Digital - Mobile  
**Fundación Arturo López Pérez**

falP

INSTITUTO ONCOLÓGICO  
Fundación Arturo López Pérez

falP

Creación de cuenta FALP



Alguien ha creado una cuenta con esta dirección de correo electrónico **{{correo\_electronico}}**

Si fuiste tú, haz clic en el siguiente enlace para verificar tu dirección de correo electrónico

[Verificar](#)

Este enlace expirará en 5 minutos.

Si no creaste esta cuenta, simplemente ignora este mensaje.

Fundación Arturo López Pérez

José Manuel Infante 805, Providencia - Santiago, Chile.  
800 24 8000 - [www.falp.org](http://www.falp.org)

falP

## Usos en protectores y banners

El isologotipo FALP como su versión con departamentos o áreas se podrá utilizar en la parte superior o inferior de la pieza, como también en cualquier tamaño. Todo depende de la cantidad de información que contenga el diseño y la disposición de elementos en la pieza gráfica.

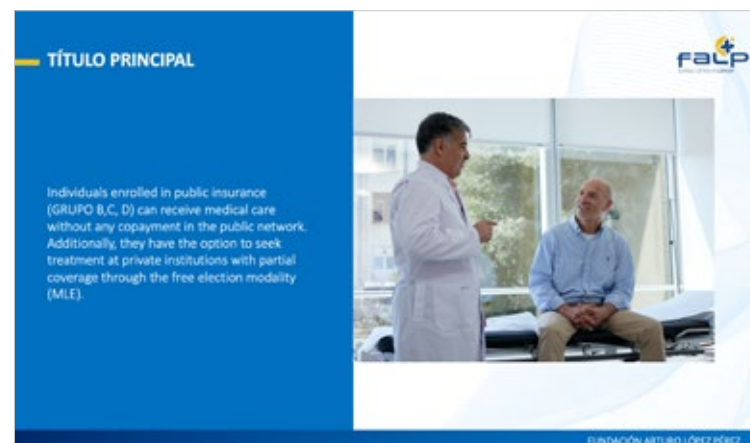


## Usos en presentaciones

El isologotipo FALP como su versión con departamentos o áreas se utilizará siempre en la portada de estas piezas. En el interior será opcional ocupar el isologotipo.

### Tamaño

El isologotipo se ocupará de un tamaño mínimo de 150px de ancho en la portada y de 72 px de ancho en el interior.



## 4.2 Impresos

---



# Dípticos

## Tamaño

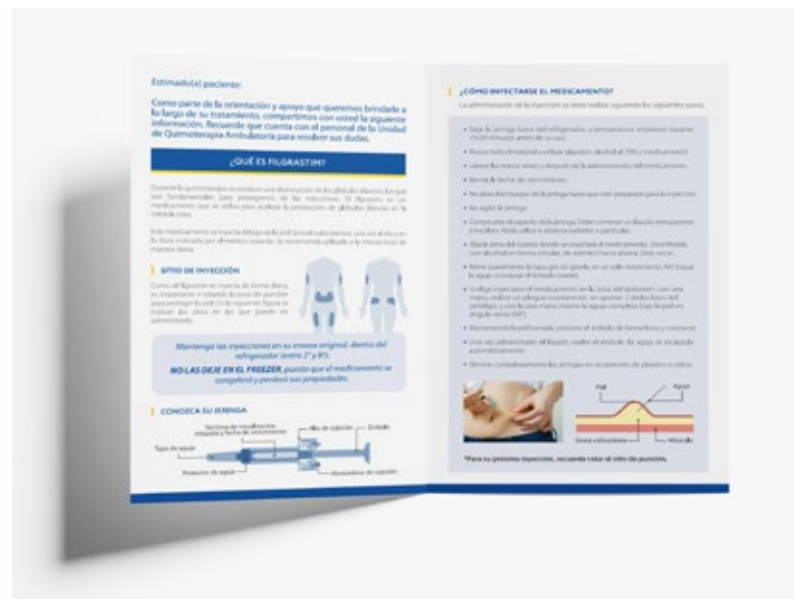
Formato extendido carta (21,6 x 27,9 cm), cerrado (21,6 x 14 cm).

## Materialidad

Papel couché opaco 200 gr/m2 + barniz de protección opaco.

## Tipografía

Si el díptico es de contenido institucional la tipografía debe ser Myriad Pro. Si es de alguna campaña particular interna o externa, la tipografía debe ser correspondiente a esa campaña.





Estimado(a) paciente:

Como parte de la orientación y apoyo que queremos brindarle a lo largo de su tratamiento, compartimos con usted la siguiente información. Recuerde que cuenta con el personal de la Unidad de Quimioterapia Ambulatoria para resolver sus dudas.

### ¿QUÉ ES FILGRASTIM?

Durante la quimioterapia se produce una disminución de los glóbulos blancos, los que son fundamentales para protegerlos de las infecciones. El Filgrastim es un medicamento que se utiliza para acelerar la producción de glóbulos blancos en la médula ósea.

Este medicamento se inyecta debajo de la piel a nivel subcutáneo, una vez al día y en la dosis indicada por el médico tratante. Se recomienda guardar a la misma hora de manera diaria.



### SITIO DE INYECCIÓN

Como el Filgrastim se inyecta de forma diaria, es importante si estando en zona de punción para proteger la piel. En la siguiente figura se indican los sitios en los que puede ser administrado.

Mantenga las inyecciones en su envase original, dentro del refrigerador (entre 2° y 8°).  
NO LAS DEJE EN EL FREEZER, puesto que el medicamento se congelará y perderá sus propiedades.

### CONOZCA SU JERINGA



### ¿CÓMO INYECTARSE EL MEDICAMENTO?

La administración de la inyección se debe realizar siguiendo los siguientes pasos:

- Deje la jeringa fuera del refrigerador, a temperatura ambiente durante 15-30 minutos antes de su uso.
- Revisa todos el material a utilizar (aliquilación, alcohol al 70% y medicamento).
- Limpie los puntos de punción.
- Revise la fecha de vencimiento.
- No abra el empaque de la jeringa hasta que esté preparado para la inyección.
- No agarre la jeringa.
- Compruebe el aspecto de la jeringa. Debe estar intacta. No la utilice si observa turbidez o inclusiones. No la utilice si observa un impero o inclusiones en forma circular de vidrio.
- Elija la zona del cuerpo donde se inyectará el medicamento (ver figura).
- Retire suavemente la tapa gris sin tocar la aguja ni empujar el émbolo hacia adelante.
- Si debe inyectarse el medicamento en la mano, realice un pliegue suavemente con los dedos y con la otra mano sujete la aguja recto (20°).
- Mantenga la piel tensada durante el procedimiento.
- Una vez administrado el fármaco, cubra inmediatamente los puntos de punción con apósitos.
- Elimine cuidadosamente las jeringas en un contenedor específico.



\*Para su próxima inyección, recuerde...

### INFORMACIÓN PARA PACIENTES



ADMINISTRACIÓN SUBCUTÁNEA DE  
**FILGRASTIM**  
UNIDAD DE QUIMIOTERAPIA AMBULATORIA

# Trípticos

## Tamaño

Formato 1: extendido carta (21,6 x 27,9 cm) Cerrado (21,6 x 9,5 cmcm)

Formato 2: extendido (21,6 x 41,5 cm) Cerrado (21,6 x 14 cm)

## Materialidad

Papel couché opaco 200 gr/m2 + barniz de protección opaco.

## Tipografía

Si el tríptico es de contenido institucional la tipografía debe ser Myriad Pro. Si es de alguna campaña particular interna o externa, la tipografía debe ser correspondiente a esa campaña.



# Carnet

## Tamaño

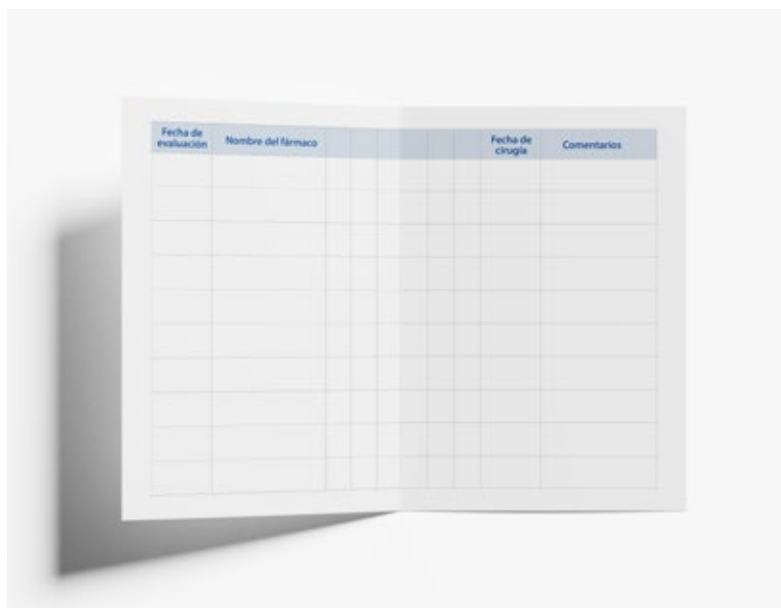
Compuesto por Tapa + Cuartillas interiores  
Formato ext. 22 x 17,5 cm (cerrado 11 x 17,5 cm)

## Materialidad

Tapa en cartulina reverso blanco 300 gr/m<sup>2</sup>. Cuartillas a 2/2 color en bond 90 gr/m<sup>2</sup>.

## Tipografía

Si el carnet es de contenido institucional la tipografía debe ser Myriad Pro. Si es de alguna campaña particular interna o externa, la tipografía debe ser correspondiente a esa campaña.



## Libritos

### Tamaño

Compuesto por Tapa + Cuartillas interiores  
Formato ext. 21,5 x 30 cm (cerrado 21,5 x 15 cm)

### Materialidad

Portada en couché opaco 300 gr/m<sup>2</sup>, 4/4 color + polimate tiro  
Interior en couché opaco 170 gr/m<sup>2</sup>, 4/4 color

### Tipografía

Si el libro es de contenido institucional la tipografía debe ser Myriad Pro. Si es de alguna campaña particular interna o externa, la tipografía debe ser correspondiente a esa campaña.



## Volantes

### Tamaño

Formato genérico 21,5 x 14 (media hoja carta)

### Materialidad

Papel couché opaco 170grs + barniz de protección

### Tipografía

Si el volante es de contenido institucional la tipografía debe ser Myriad Pro. Si es de alguna campaña particular interna o externa, la tipografía debe ser correspondiente a esa campaña.



## Afiches

### Tamaño

Formato 50x70cm

### Materialidad

Papel couché opaco 200grs + polilaminado opaco

### Tipografía

Si el afiche es de contenido institucional la tipografía debe ser Myriad Pro. Si es de alguna campaña particular interna o externa, la tipografía debe ser correspondiente a esa campaña.



## Pendones

### Tamaño

Formato genérico 90x180cm

### Materialidad

Materialidad 1: Roller Tela PVC (para uso constante)

Materialidad 2: Roller papel sintético (mejor impresión, solo para 1 uso)

### Tipografía

Si el pendón es de contenido institucional la tipografía debe ser Myriad Pro. Si es de alguna campaña particular interna o externa, la tipografía debe ser correspondiente a esa campaña.





## 4.3 Papelería corporativa

---



## Hoja carta

### Hoja carta genérica Fundación

( 21,6 x 27,9 cm )

Patrón general de escritura de carta para toda la Fundación.

Se ocupan los colores institucionales Pantone 2945 C y Pantone 123 C, más el Pantone Black al 85%.

El cuerpo de texto de la hoja institucional deberá ser con la tipografía Arial Regular o Inter Regular tamaño 10 u 11pt, dependiendo de la cantidad de información. Siempre respetando los márgenes.

### Logotipo OECI

El logotipo de OECI se utilizará solamente en la papelería del Instituto Oncológico, no así en otras áreas como Convenio Oncológico o Donaciones y Beneficencia.

### Impresión

Para presidencia y gerencias se usará papel Becket Cammbric Silk Artic white de 104 grs. Para las otras áreas de la Fundación se usará bond 90 grs (resma de escritorio).



### Otras áreas Fundación

Las mismas especificaciones se mantendrán para las diferentes áreas (**sin logotipo OECI**):

- Convenio Oncológico Fondo Solidario
- Donaciones y Beneficencia
- Investigación y Docencia
- Educación y Prevención

En el caso de:

- Intituto Oncológico, deberá especificar la ubicación a continuación con la misma tipografía y color con la barra divisora.

Ejemplo:

INSTITUTO ONCOLÓGICO | SANTIAGO  
INSTITUTO ONCOLÓGICO | VIÑA DEL MAR

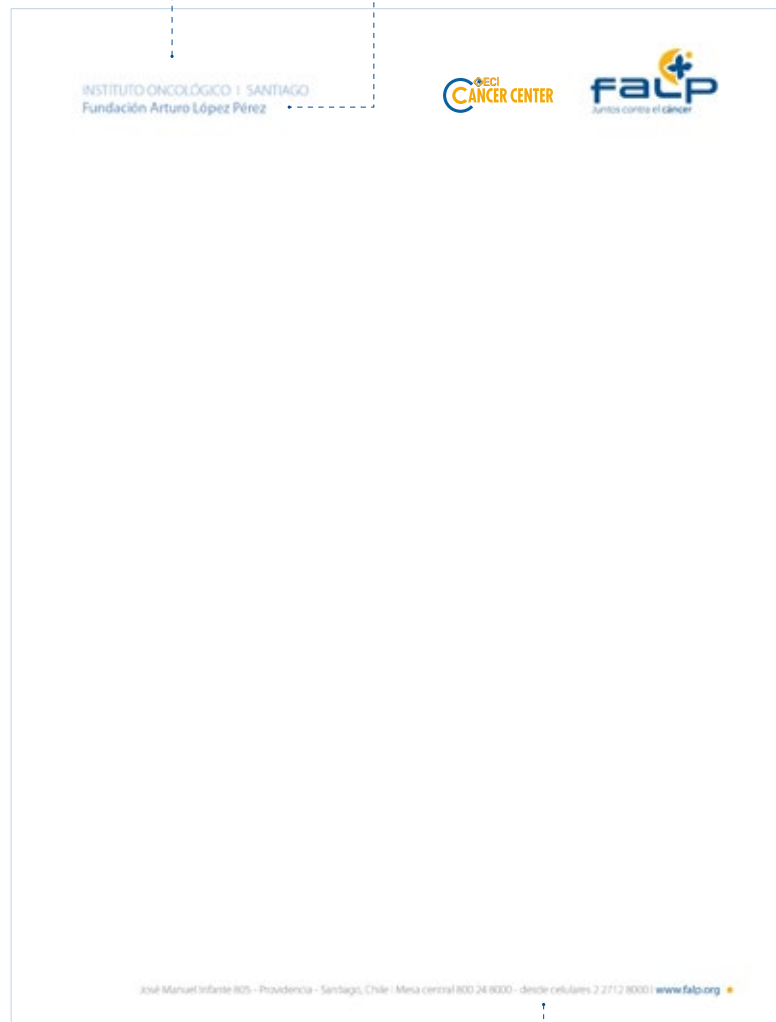
Primero aparecerá el área de la Fundación en altas Myriad Pro Light y después el nombre de la Fundación en altas y bajas en Myriad Pro Regular.

**La dirección y contacto cambian según la ubicación de las oficinas del área.**

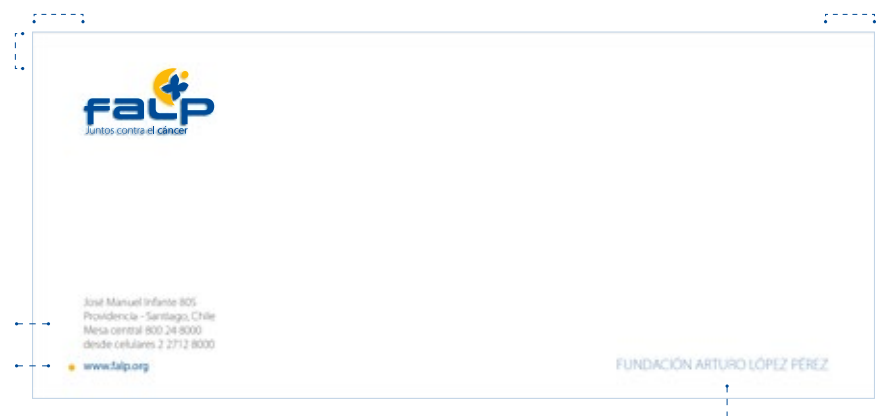
Ejemplo:

Myriad pro light 11,5pt  
Pantone 2945 C 60%

Myriad pro regular 11,5pt  
Pantone 2945 C 60%



La dirección y contacto cambian según el área





## Sobre saco oficio

( 35 x 25 cm )

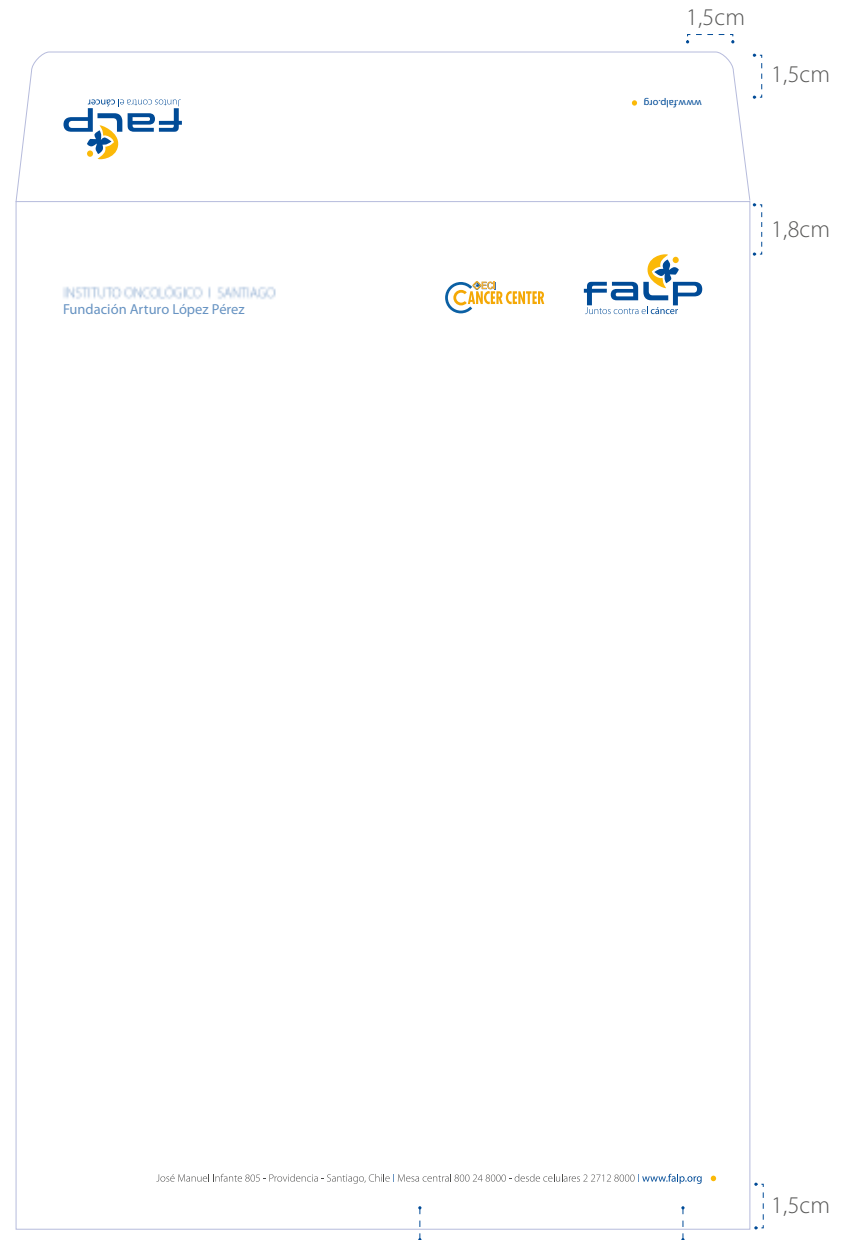
Se ocupan los colores institucionales Pantone 2945 C y Pantone 123 C, más el Pantone Black al 85%.

### Logotipo OECI

El logotipo de OECI se utilizará solamente en el sobre saco oficio del Instituto Oncológico, no así en otros Áreas como Convenio Oncológico o Donaciones y Beneficencia.

### Impresión

Para presidencia y gerencias se usará papel Becket Cammblic Silk Artic white de 104 grs. Para las otras áreas de la Fundación se usará bond 90 grs (resma de escritorio).



Myriad pro light 14pt  
Pantone Black 85%

Myriad pro regular 10pt  
Pantone 2945 C

### Otras áreas Fundación

Las mismas especificaciones se mantendrán para las diferentes áreas (**sin logotipo OECI**):

- Convenio Oncológico Fondo Solidario
- Donaciones y Beneficencia
- Investigación y Docencia
- Educación y Prevención

En el caso de:

- Intituto Oncológico, deberá especificar la ubicación a continuación con la misma tipografía y color con la barra divisora.

Ejemplo:

INSTITUTO ONCOLÓGICO | SANTIAGO  
INSTITUTO ONCOLÓGICO | VIÑA DEL MAR

Primero aparecerá el área de la Fundación en altas Myriad Pro Light y después el nombre de la Fundación en altas y bajas en Myriad Pro Regular.

**La dirección y contacto cambian según la ubicación de las oficinas del área.**

Ejemplo:

ALTAS  
Myriad pro light 8pt  
Pantone 2945 C 60%  
Altas y bajas  
Myriad pro regular 8pt  
Pantone 2945 C 60%



La dirección y contacto cambian según el área

## Tarjeta de visita

( 9 x 5,5 cm )

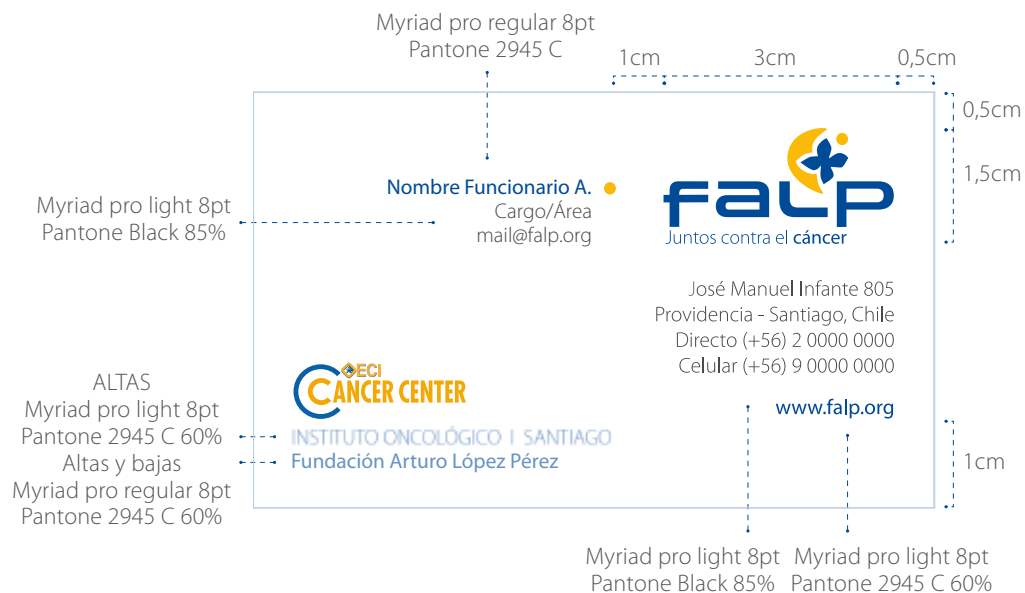
Se ocupan los colores institucionales Pantone 2945 C y Pantone 123 C, más el Pantone Black al 85%.

### Logotipo OECI

El logotipo de OECI se utilizará solamente en la tarjeta del Instituto Oncológico, no así en otros Áreas como Convenio Oncológico o Donaciones y Beneficencia.

### Impresión

Para presidencia y gerencias se usará papel Becket Cammbric Silk Artic white de 270 grs. Para las otras áreas de la Fundación se usará couche 300 grs. terminación barniz de protección para que el reverso no se repinte.



**Otras áreas Fundación**

Las mismas especificaciones se mantendrán para las diferentes áreas (**sin logotipo OECI**):

- Convenio Oncológico Fondo Solidario
- Donaciones y Beneficencia
- Investigación y Docencia
- Educación y Prevención

En el caso de:

- Intituto Oncológico, deberá especificar la ubicación a continuación con la misma tipografía y color con la barra divisora.

Ejemplo:

INSTITUTO ONCOLÓGICO | SANTIAGO  
 INSTITUTO ONCOLÓGICO | VIÑA DEL MAR

Primero aparecerá el área de la Fundación en altas Myriad Pro Light y después el nombre de la Fundación en altas y bajas en Myriad Pro Regular.

**La dirección y contacto cambian según la ubicación de las oficinas del área.**

En el caso de las tarjetas de áreas, se tendrá la opción de agregar las redes sociales de la Fundación y el código QR que dirige hacia la descripción del área en la página web de FALP.

Ejemplo:

**Tarjeta con código QR**



**Tarjeta sin código QR**

Myriad pro light 8pt  
 Pantone 2945 C 60%

Myriad pro light 8pt  
 Pantone 2945 C 60%

Myriad pro regular 8pt  
 Pantone 2945 C 60%



**Tarjeta con redes sociales**

Myriad pro light 7pt



## Tarjetón

( 22 x 9 cm )

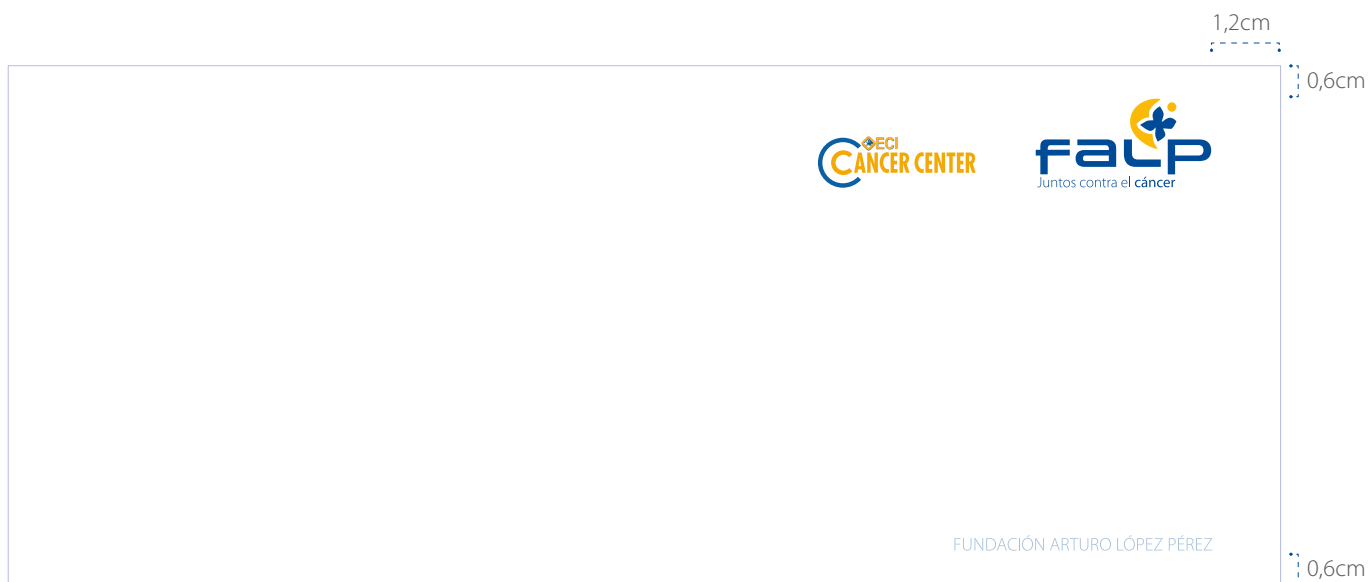
Se ocupan los colores institucionales Pantone 2945 C y Pantone 123 C, más el Pantone Black al 85%.

### Impresión

Opalina blanca lisa 270 grs.

### Logotipo OECI

El logotipo de OECI se utilizará solamente en el tarjetón del Instituto Oncológico, no así en otros Áreas como Convenio Oncológico o Donaciones y Beneficencia..



### Otras áreas Fundación

Las mismas especificaciones se mantendrán para las diferentes áreas (sin logotipo OECI):

- Intituto Oncológico
- Convenio Oncológico Fondo Solidario
- Donaciones y Beneficencia
- Investigación y Docencia
- Educación y Prevención

Primero aparecerá el área de la Fundación en altas Myriad Pro Light y después el nombre de la Fundación en altas y bajas en Myriad Pro Regular.

**La dirección y contacto cambian según la ubicación de las oficinas del área.**

**Ejemplo:**



## Carpeta tamaño carta

---

( 24 x 30 cm )

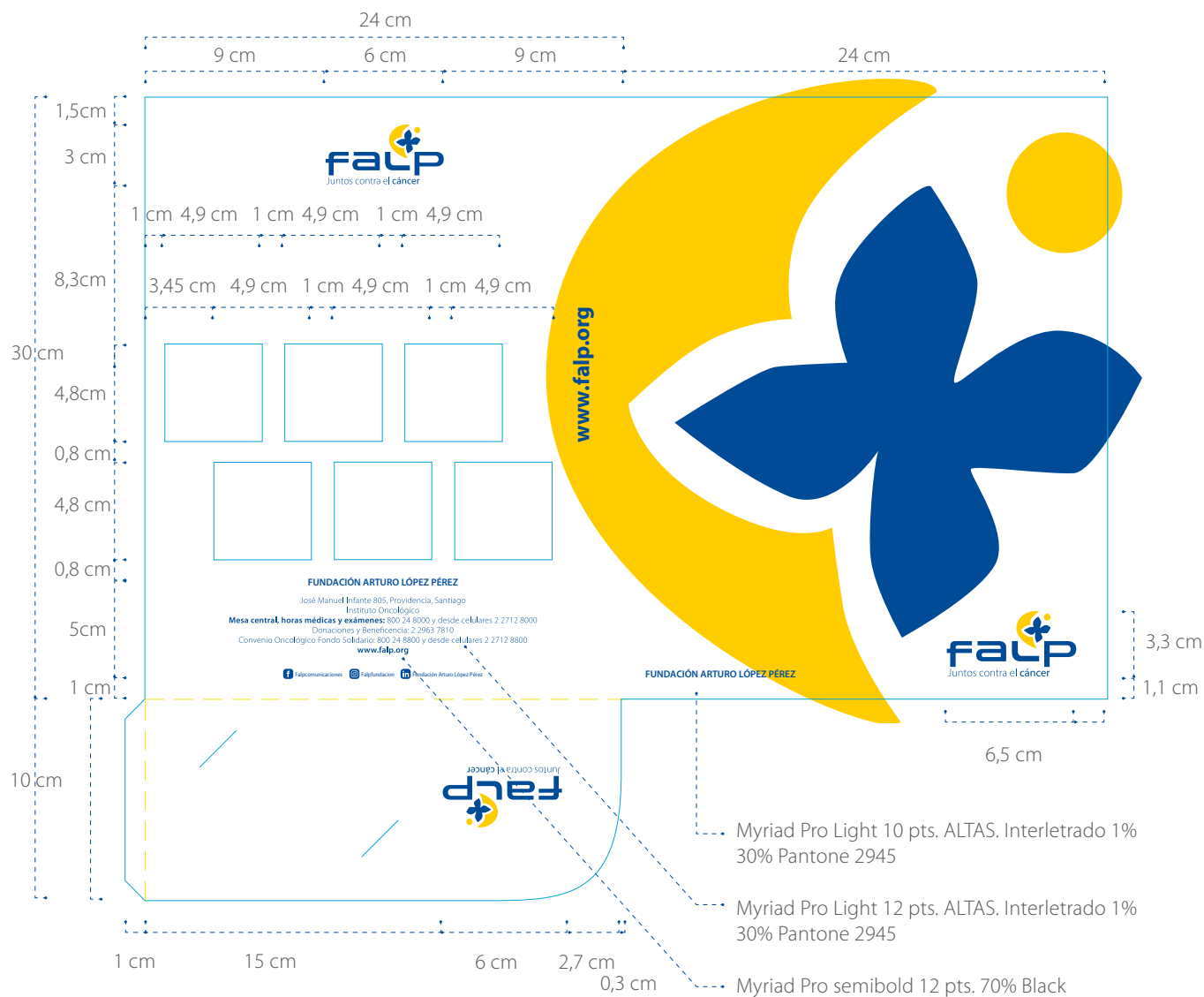
Se ocupan los colores institucionales Pantone 2945 C y Pantone 123 C, más el Pantone Black al 85%.

### **Impresión**

Se usará Couche Opaco 350 grs.

### **Imágenes**

Van en el reverso y varían según el año.



## Carpeta tamaño oficio

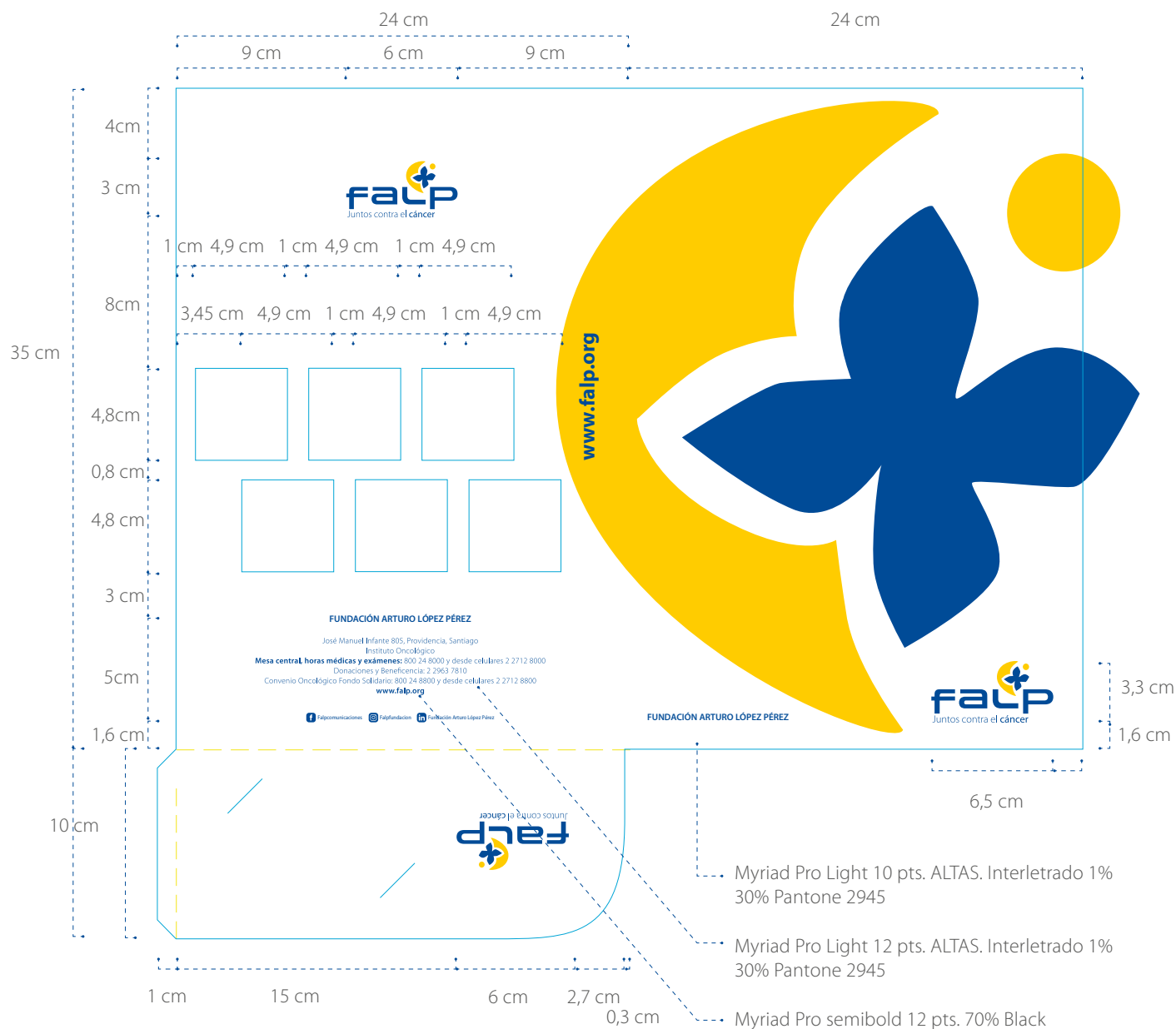
---

( 24 x 35 cm )

Se ocupan los colores institucionales Pantone 2945 C y Pantone 123 C, más el Pantone Black al 85%.

### **Impresión**

Se usará Couche Opaco 350 grs.



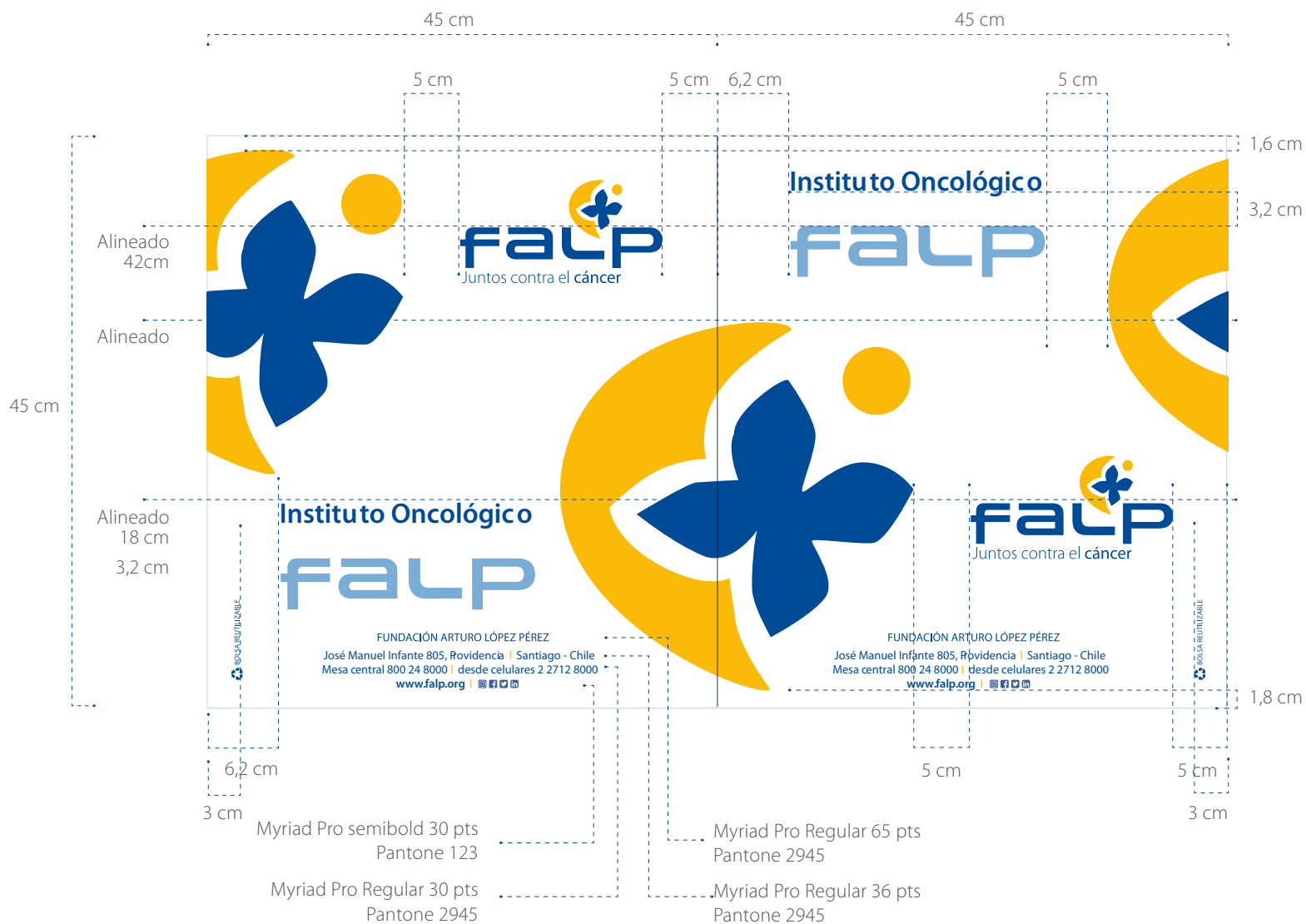
## Bolsa

---

( 45 x 45 cm )

Bolsa Manilla Brida Impresa a 3 colores B.D-Fuelle Refuerzo Superior de 5 cm. micrones 0,070.

Se ocupan los colores institucionales Pantone 2945 C y Pantone 123 C, más el Pantone Black al 85%.



## Tarjeta visita paciente

( 5,5 x 8,5 cm )

Tarjeta de visita con el color según zona a visitar en la Fundación.

Hospitalización Norte Pantone 2945 C

Hospitalización UPC Pantone 2945 C

Hospitalización Sur Pantone 369 C

Hospitalización Oriente Pantone 1505 C

Toda la información debe ir centrada a la tarjeta respetando los espacios de los bordes.

### Impresión

Se usará couche 350 grs.

Terminación polilaminado opaco y bordes redondeados.



## Tarjeta identificación personal

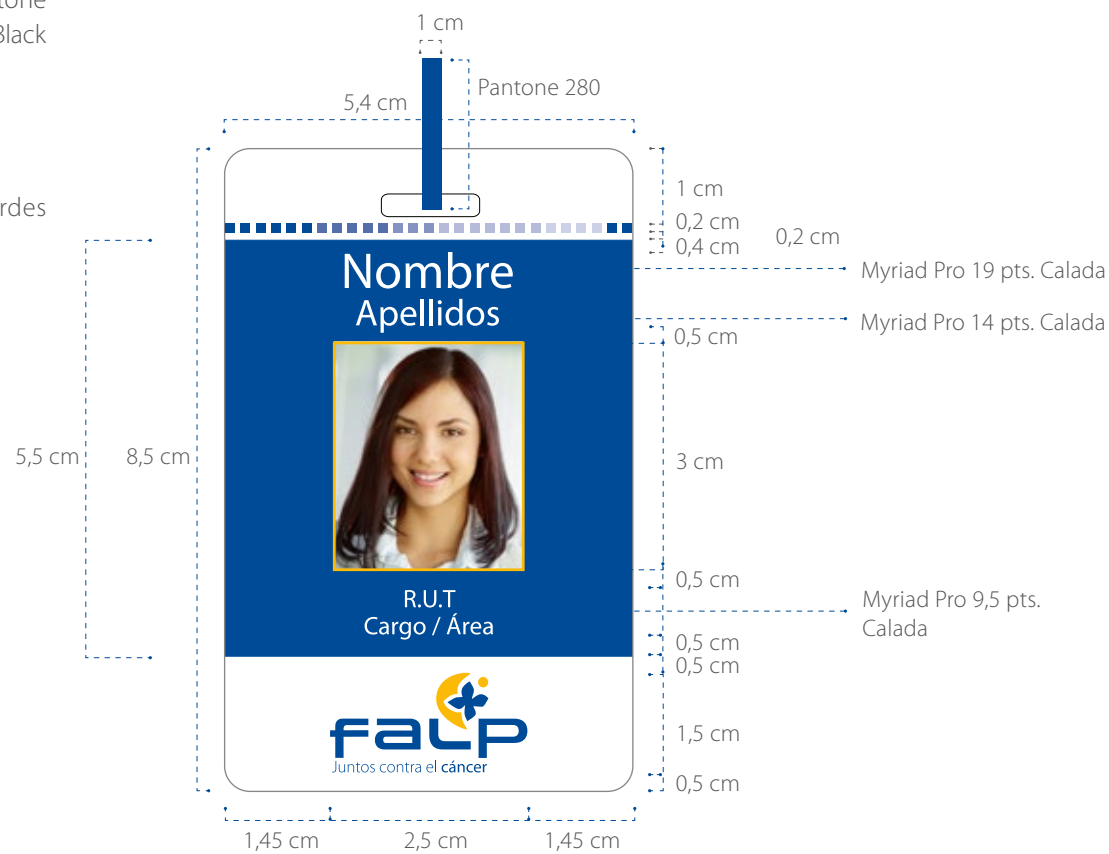
(5,5 x 8,5 cm)

Se ocupan los colores institucionales Pantone 2945 C y Pantone 123 C, más el Pantone Black al 85%.

### Impresión

Se usará couche 350 grs.

Terminación polilaminado opaco y bordes redondeados.



## Tarjeta unidades

( 5,5 x 9 cm )

Teléfonos de contacto FALP más las dirección física y web.

Se ocupan los colores institucionales Pantone 2945 C y Pantone 123 C, más el Pantone Black al 85%.

### Impresión

Se usará couche 350 grs. terminación polilaminado opaco y bordes redondeados.

0,3cm

Myriad pro semibold 9pt  
88% escala horizontal

0,3cm

Myriad pro light y semibold 12pt  
30 interletrado

Myriad pro light y semibold 14pt  
30 interletrado

0,5cm

- Hospitalización Oriente ..... 2 2445 7368  
2 2820 5711
- Hospitalización Sur ..... 2 2445 7309  
2 2445 7360
- Hospitalización Norte ..... 2 2420 5002
- UPC ..... 2 2445 7315
- Quimioterapia Ambulatoria ..... 2 2445 7307  
2º y 4º piso 2 2820 5734
- Radioterapia ..... 2 2420 5037
- Unidad de Donantes ..... 9 6496 4873  
solo Whatsapp
- Centro Médico Edif. Norte ..... 2 2420 5186
- Centro Médico Manuel Montt 2 2420 5008
- Convenio Oncológico ..... 800 24 8800  
Desde celular 2 2712 8800

José Manuel Infante 805, Providencia, Santiago  
[www.falp.org](http://www.falp.org)

Myriad pro regular 8,5pt  
88% escala horizontal

Myriad pro bold 8pt  
88% escala horizontal

Myriad pro light y semibold 9pt  
20 interletrado

0,5cm

INFORMACIÓN  
AL PACIENTE

NUESTROS NÚMEROS

MESA CENTRAL  
HORAS MÉDICAS Y EXÁMENES  
**800 24 8000**  
DESDE CELULARES **2 2712 8000**

falp  
Juntos contra el cáncer



FALP



MAGÍSTER INTERNACIONAL  
EN RADIOTERAPIA AVANZADA

Dr. Edgar  
García Ayala  
FALP

Dr. Edgar  
García Ayala  
X-RAY  
TOLUACA  
Instituto de Radioterapia Avanzada

# OTRAS APLICACIONES DE DISEÑO



## Van de acercamiento de pacientes



Logotipo capot 80 x 42cm. (1 unidad)



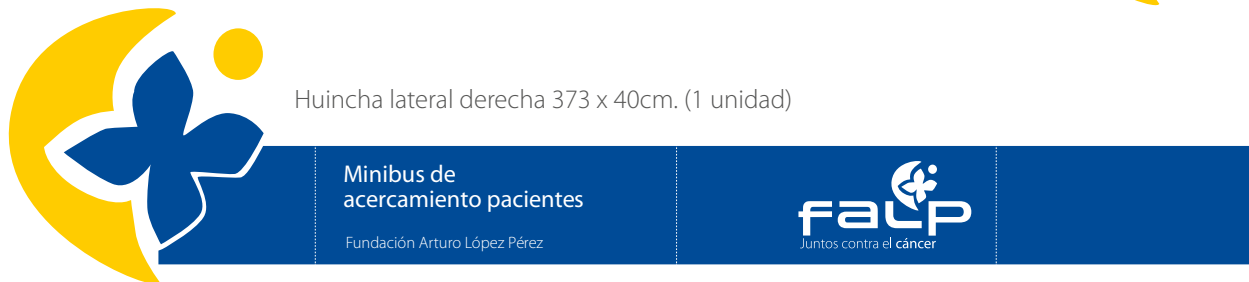
Huincha lateral izquierda 373 x 40cm. (1 unidad)



Isotipo lateral 90 x 102cm.  
(2 unidades)



Huincha lateral derecha 373 x 40cm. (1 unidad)



Window vision 148 x 62cm. (1 unidad)



Huincha trasera 165 x 10cm. (1 unidad)



MARCA COMPARTIDA  
PRESENCIA FUERA DE FALP



AVON  
PROMESA  
PARA GANARLE AL  
CÁNCER DE MAMA  
— 2019 —  
falp  
FUNDACIÓN ALTA

ALGE-TIMING  
2.0 1.19

AVO

CORRIDA CAMINATA  
AVON  
PARA GANARLE AL  
CÁNCER DE MAMA

falp  
Juntos contra el cáncer

CORRIDA CAMINATA  
AVON  
PARA GANARLE AL  
CÁNCER DE MAMA

falp  
Juntos contra el cáncer

3709

## Colaboración de marcas - Alianzas -

En la colaboración de diferentes marcas en un mismo proyecto, es importante abordar varios aspectos clave para garantizar la coherencia y la representación equitativa de todas las marcas involucradas. Algunos aspectos importantes a considerar incluyen:

**Isologotipos:** Es crucial especificar cómo se combinarán o presentarán los logotipos de las diferentes marcas en el material de colaboración. Esto puede incluir pautas sobre el tamaño relativo, la alineación y el espaciado entre ellos.

**Paleta de colores:** Establecer una paleta de colores que combine o integre los esquemas cromáticos de todas las marcas, manteniendo la coherencia visual y asegurando que ninguna de las marcas se vea opacada por las otras.

**Tipografías:** Definir pautas sobre el uso de tipografías para garantizar una presentación unificada en el material de colaboración.

**Mensajes y tonos:** Establecer directrices sobre la comunicación y el tono de las comunicaciones de colaboración para asegurar que las voces de todas las marcas estén representadas de manera equitativa y coherente.

**Imaginería y estilo visual:** Incluir pautas sobre el uso de imágenes, gráficos y cualquier otro elemento visual para garantizar una representación equitativa y armoniosa de todas las marcas involucradas.

**Distribución equitativa:** Especificar cómo se distribuirán y presentarán las marcas en el material de colaboración para evitar que una de las marcas sobresalga sobre las demás.

**Usos Permitidos y Restringidos:** Establecer claramente los usos permitidos y los usos restringidos de las marcas en el contexto de la colaboración, para evitar confusiones o usos inapropiados.



## Alianzas con otras marcas

### Si FALP organiza o es el coordinador de la alianza:

- Isologotipo FALP debe ser el más predominante en tamaño y ubicación.
- Si se utilizan varios logotipos secundarios, asegúrese de que todos los logotipos se muestren en orden alfabético.

### Si FALP va como empresa de apoyo, patrocinador u otro:

- Isologotipo FALP debe ser visible en tamaño y ubicación.
- Isologotipo FALP debe llevar su slogan, el cual define lo que trata.
- No debe ser menor que los otros logotipos asociados.
- Debe estar ubicado según su categoría en la alianza y si es la misma que otros, se sugiere orden alfabético.
- Debe respetar las normas de uso de este manual.





**MAMOGRAFÍA**

Examen que permite detectar precozmente el cáncer de mama.  
**Anual, desde los 40 años**

**Aunque cueste, primero nosotras.**



**AUTOEXAMEN**

Palpación que podría identificar lesiones. No detecta precozmente el cáncer.  
**Mensual desde los 20 años**

**DETECTAR EL CÁNCER DE MAMA, CUANTO ANTES MEJOR.**

**falp | efe**  
unidos contra el cáncer

## Imagen FALP vestuario y apariencia

Cuando se trata de la imagen y presencia de marca fuera de FALP, es importante asegurar una presentación impecable, consistente y efectiva donde se muestre claramente marca en entornos externos. Algunas prácticas clave incluyen:

**Uniformes o vestimenta corporativa:** El personal que trabaja fuera de FALP, como representantes de ventas o promotores de eventos, es importante que utilicen uniformes o vestimenta corporativa que muestren el logotipo de la empresa. Esto refuerza la identidad visual de la marca y crea una presencia uniforme y profesional. Junto con esto, al ser campo médico, su aspecto debe ser ordenado y limpio. Ojalá pelo recogido.

**Publicidad en eventos y patrocinios:** Participar en eventos comunitarios relevantes o patrocinar actividades locales ofrece una oportunidad para mostrar la presencia de la marca fuera de la oficina. Material promocional, volantes, stands, o carpas personalizadas pueden resaltar la presencia de la marca de manera efectiva.





Reflexiones en mi mesa

Instagram: @reflexionesenmimesa

Facebook: Reflexiones en mi mesa

Twitter: Reflexiones en mi mesa

LinkedIn: Reflexiones en mi mesa

Website: www.reflexionesenmimesa.com

Reflexiones en mi mesa

Reflexiones en mi mesa

# OTROS ISOLOGOTIPOS INSTITUCIONALES Y MATERIAL ILUSTRATIVO





Complementando el logotipo FALP, existen otros de productos, unidades y áreas que tienen que seguir la misma línea de colores principales de la marca. Hay otros más específicos como las campañas, que tienen un estilo libre por ser de actividades particulares.

## Isologotipos de áreas o unidades

Hay unidades en FALP, que presentan mucho material gráfico y digital fuera del Instituto Oncológico. Estos deberán usar la norma previamente establecida. Muchos de ellos tienen íconos y colores que los identifican, estos pueden ser un complemento a los diseños de su gráfica pero no ser usados como logotipos.



Laboratorio Medicina Traslacional - Unidad I+D  
**INSTITUTO ONCOLÓGICO SANTIAGO**



Unidades de Diagnóstico  
**INSTITUTO ONCOLÓGICO SANTIAGO**



## ejemplos aplicaciones isologotipos de áreas o unidades

Laboratorio Medicina Traslacional - Unidad I+D  
INSTITUTO ONCOLÓGICO SANTIAGO

**falp**  
Juntos contra el cáncer

### ¡Sé parte del estudio de cáncer de colon!

Nuestra flora intestinal tiene más de 1.000 especies de bacterias, mediante análisis genético vamos a identificar cada uno de estos microorganismos, y estudiaremos cómo participan en la formación de pólipos y tumores digestivos.

Para consultas:  
 ✉ [investigacion\\_traslacional@falp.org](mailto:investigacion_traslacional@falp.org)  
 ☎ 2 2420 5198 y 2 2420 5125  
 📍 Av José Manuel Infante 805, piso -5. Providencia, Santiago.

¡Escanea para participar!  
 Al completar el formulario, aceptas ser contactado por un miembro del equipo y ser invitado a participar en uno de nuestros estudios.

FUNDACIÓN ARTURO LÓPEZ PÉREZ

**falp**  
Juntos contra el cáncer

## DÍA DE LA CIENCIA

Laboratorio Medicina Traslacional - Unidad I+D  
INSTITUTO ONCOLÓGICO  
BOLETÍN N° 2

## Isologotipos campañas o programas internos

A diferencia de los isologotipos de áreas o unidades, estos son de diseño libre en cuanto color, iconos y tipografía ya que son para actividades particulares que pueden ir variando en el tiempo.

Solamente los productos asociados a FALP, deberán mantener la tipografía institucional, no así sus colores e íconos.

## Ejemplo programas



## Ejemplo campañas



Encuesta  
de Bienestar  
Organizacional  
Cultura Valores Liderazgo



**Quiero  
Sentirme Bien**

## Isologotipos campañas o programas externos a FALP

Los isologotipos que sean para público general, sean programas, campaña o productos, deben ser secundarios, ya que siempre deberá aparecer como primario y de mayor importancia el isologotipo FALP.

Estos están normados en tipografía. Solamente el isotipo será de diseño y color libre, o del color del área o unidad si es el caso.

### Tipografía

La tipografía a usar será la institucional Myriad Pro. Su versión light o regular en la primera línea y la versión semibold o bold en la segunda línea siempre en altas y bajas. Si el isologotipo tiene bajada, está será en Myriad Pro regular o light en altas y bajas.

### Colores

Se utilizará en el nombre principal (primera y segunda línea) el color institucional Pantone 2945, mientras que en la bajada será de color Pantone 100% Cyan, el institucional FALP o el color del área o unidad de donde venga el programa, campaña o producto.



# Ejemplos isologotipos campañas o programas externos a FALP aplicados



**AGENDA TU HORA**

Call Center: Lunes a viernes de 8:00 a 19:00 horas.  
Mesa Central y Horas Médicas: 800 24 8000  
Desde celulares: 2 2712 8000.

En caso de dudas o consultas puede escribir al correo  
✉ [seguimiento.oncologico@falp.org](mailto:seguimiento.oncologico@falp.org)

INSTITUTO ONCOLÓGICO | Fundación Arturo López Pérez  
📍 José Manuel Infante 805, Providencia | Santiago, Chile  
🌐 [www.falp.cl](http://www.falp.cl)

Facebook: Falpcomunicaciones | Instagram: FalpFundacion | LinkedIn: fundacionarturolopezpez




**Seguimiento Oncológico**

**CARNET PROGRAMA DE SEGUIMIENTO DE PACIENTES ONCOLÓGICOS**

Nombre: \_\_\_\_\_  
R.U.T.: \_\_\_\_\_  
Diagnóstico: \_\_\_\_\_  
Médico tratante: \_\_\_\_\_

09.2023

**PROGRAMA SEGUIMIENTO DE PACIENTES ONCOLÓGICOS**

El Programa de Seguimiento Oncológico está diseñado para brindarle una atención integral y apoyo personalizado a pacientes que hayan terminado su tratamiento oncológico, manteniendo un constante contacto con el médico tratante.

**Nuestro Equipo Multidisciplinario**

- Seguimiento Clínico
- Nutrición
- Terapia Ocupacional
- Kinesiología
- Psicooncología
- Terapias Complementarias
- Geriatría
- Fonoaudiología

**PRÓXIMAS CONSULTAS**

Sesión	Fecha	Equipo
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		

## Isologotipo Juntos

Esta versión se utilizará como la imagen de comunicación a la comunidad externa FALP. Proyecta cercanía, ayuda social, la unión que tiene FALP con el paciente y su familia, afiliados o personas interesadas en conocer y pertenecer a la Institución.

Se utilizará en publicaciones informativas, boletines, revistas u otros, tanto impresas como digitales.

El Isologotipo está construido sobre la base de texto y a la unión de dos figuras que representan la colaboración, ayuda y trabajo en equipo. El Isotipo puede usarse como timbre o aplicación gráfica de apoyo cuando sea requerido.

Colores y usos incorrectos, serán los mismos mencionados para isologotipo institucional.

### Tamaño mínimo

El tamaño mínimo permitido para el isologotipo está dado por la correcta lectura de él.



### Zona de protección

Para que el isologotipo conserve su efecto visual, siempre debe respetar su zona de protección. Ésta equivale a la mitad de la altura de la palabra juntos, logotipo. Este espacio no debe ser invadido por elementos adyacentes, ya sean textos, fotografías u otras marcas.



### Isotipo

Se podrá utilizar sólo como elemento de apoyo. Las especificaciones y modo de uso de éste son determinados por las mismas características del isologotipo expuestas en este manual.



### Tipografía

El logotipo fue creado en base a la tipografía JENNA SUE. Esta no se usa como tal y no está dentro de las tipografías corporativas de la Fundación.



Jenna Sue

### Red de construcción

En grandes ampliaciones el uso de esta red asegura reproducir el isologotipo sin riesgo de distorsión.



### Aplicación sobre fondos

El isologotipo JUNTOS usará los colores corporativos y se usará en color blanco solo cuando se imprima sobre imágenes o fondos a color, dependiendo del porcentaje de este.



**Pantones 2945**

#004990

**Pantones 123**

#F5C300

### Isologotipo sobre fondos planos

Cuando el isologotipo va sobrepuesto en fondos de color con su valor o luminosidad<sup>1</sup> y saturación o brillo<sup>2</sup>, en un 100 % o bajo el 50% de éste, se usará su versión calada.

Cuando alguno de los elementos del isologotipo pierden visibilidad, se usará su versión calada. En el caso que el fondo sea alguno de los colores corporativos, se usará su versión calada.

En el caso de los colores con su valor o saturación similar al 75% se podrá usar el Isologotipo en sus colores corporativos, siempre y cuando no se pierda ninguno de los elementos de éste.



<sup>1</sup>Es un término que se usa para describir cuan claro o cuan oscuro parece un color y se refiere a la cantidad de luz percibida.

<sup>2</sup>Este concepto representa la viveza o palidez de un color, su intensidad.

## Usos incorrectos

El Isologotipo no sólo debe utilizarse en conforme con lo señalado en el presente manual, sino que además cada usuario debe velar por mantener una buena presentación, limpieza y orden de cada uno de los elementos descritos anteriormente, para dar un correcto uso.

1. El isotipo en mayor o menor proporción de la que debe ser.
2. El slogan en mayor o menor proporción de la que debe ser.
3. El isotipo en diferente ubicación.
4. Con colores corporativos invertidos.
5. Con colores fuera de lo especificado en este manual.
7. El Isologotipo no debe utilizarse en color rojo ni negro.



## Isotipo lazo Cáncer de Mama

Este isotipo se utilizará como la imagen de comunicación a la comunidad externa FALP, en relación a cáncer de mama o mujer. Se utilizará en publicaciones informativas, boletines, revistas u otros, tanto impresas como digitales.

Al ser un ícono, puede ser usado como elemento de apoyo en gráficas que traten estos temas. Puede ser colocado hacia el lado derecho o izquierdo, pero nunca de frente.

### Colores

El lazo solo puede ir en su color original Pantone 100% Magenta, opacidades del mismo color y calado blanco.

### Tamaño mínimo

El tamaño mínimo permitido para el lazo está dado por la correcta lectura de él.



**Pantones 100% Magenta**  
#E5007D

IMPRESIÓN



0,5cm

WEB



14px

## Falpín

Falpín y Falpina son ilustraciones que representan a un colaborador/a FALP y son utilizados en comunicaciones internas. Falpin es ilustrado en diferentes actividades. Se cambia de vestuario y actitud según el tema a comunicar.



## Capitán/a Gotita

---

Capitán/a Gotita son ilustraciones que representan a un colaborador/a FALP del área de donación de sangre y son utilizados en comunicaciones internas. Capitán/a Gotita es ilustrado como súper héroe en diferentes actividades.



# VESTUARIO Y TEXTIL





# Vestuario institucional

## Aplicación en uniformes

El isologotipo va aplicado en todo el vestuario institucional como bordado. NO LLEVA SLOGAN (bajada "Juntos contra el cáncer").

El isologotipo FALP será bordado en color blanco, en caso que el fondo tenga algún color oscuro. Si el vestuario es de color blanco o gris, se usará en su versión de colores corporativos.

### Ubicación

Esta ubicado al costado izquierdo sobre el bolsillo, centrado con éste.

### Tamaño

La medida máxima en estas aplicaciones es de 6cm de ancho.



## Color

A cada área de la clínica le corresponde un color de uniforme.

<b>Enfermeras</b> Azul marino	<b>Auxiliar de nutrición</b> Rosa palo	<b>Kinesiólogos</b> Verde petróleo
<b>TENS</b> Azul royal	<b>Matrona</b> Rojo	<b>Protocolo</b> Fucsia
<b>Tecnólogos</b> Burdeo	<b>Auxiliares de servicio</b> Celeste paquete vela	<b>Químico farmacéutico hombre</b> Honey Dew
<b>Nutricionistas</b> Morado obispo	<b>Auxiliares de servicio gerthy</b> Beige	<b>Químico farmacéutico mujer</b> Verde oliva



**Enfermeras**



**TENS**



**Tecnólogos**



**Nutricionistas**



**Auxiliar de Nutrición**



**Matrona**



**Auxiliares de Servicio**



**Auxiliares de Servicio Gerthy**



**Kinesiólogas**



**Protocolo**



**Químico Farmacéutico Hombre**



**Químico Farmacéutico Mujer**

## Aplicación en delantales

El isologotipo como el nombre del doctor va aplicado en todo el vestuario institucional como bordado. El isologotipo NO LLEVA SLOGAN (bajada "Juntos contra el cáncer").

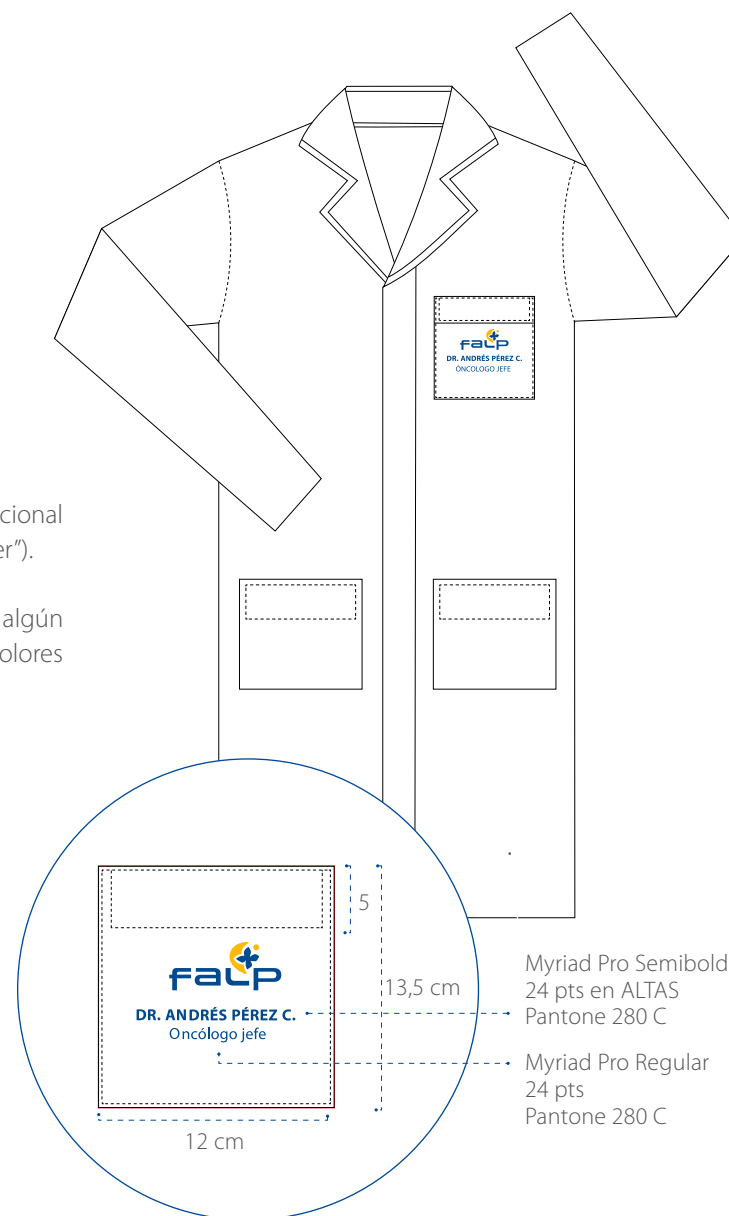
El isologotipo FALP será bordado en color blanco, en caso que el fondo tenga algún color oscuro. Si el vestuario es de color blanco o gris, se usará en su versión de colores corporativos.

### Ubicación

Esta ubicado al costado izquierdo, sobre el bolsillo y centrado a este..

### Tamaño

La medida máxima en estas aplicaciones es de 8 cm.



## Aplicación en vestuario administrativo

El isologotipo como el nombre del doctor va aplicado en todo el vestuario institucional como bordado. El isologotipo NO LLEVA SLOGAN (bajada "Juntos contra el cáncer").

El isologotipo FALP será bordado en color blanco, en caso que el fondo tenga algún color oscuro. Si el vestuario es de color blanco o gris, se usará en su versión de colores corporativos.

### Ubicación

Esta ubicado al costado izquierdo, sobre el bolsillo y centrado a este..

### Tamaño

La medida máxima en estas aplicaciones es de 6 cm.



## Color

A cada área administrativa le corresponde un color de uniforme.



**Informática**  
Celeste fuerte

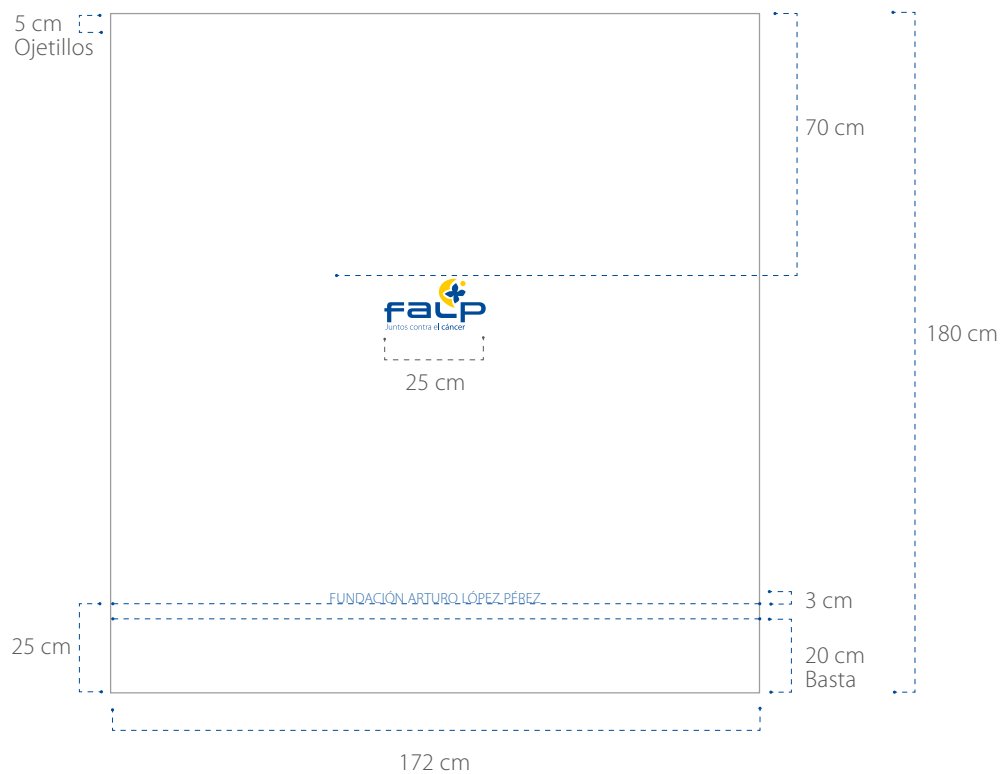
**Guardias**  
Azul marino

**Choferes de van**  
Gris y blanco

# Ropa clínica

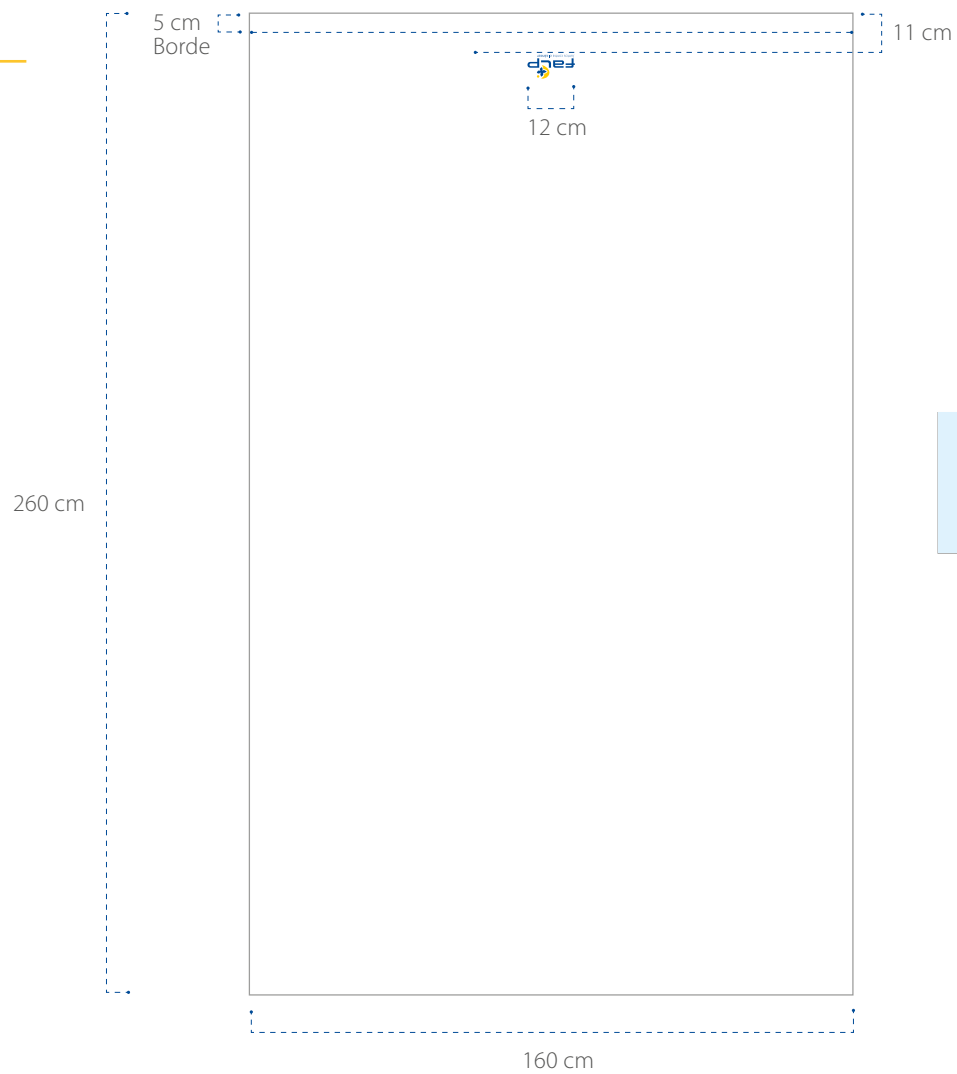
El Isologotipo va aplicado en toda la ropa clínica como bordado en sus colores corporativos. NO LLEVA SLOGAN (bajada "Juntos contra el cáncer") para los casos en el que este tenga dimensiones menores de 10 cm de ancho.

## Cortina



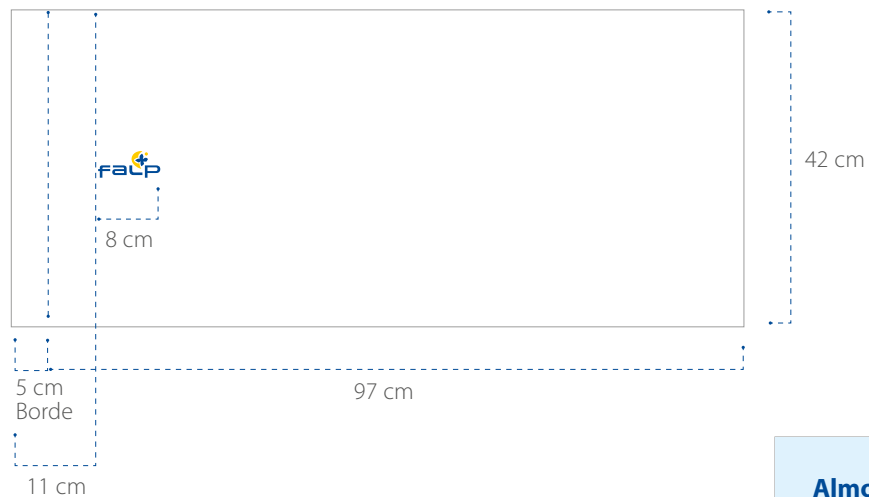
**Cortina**  
Celeste claro  
y blanco

# Sábana



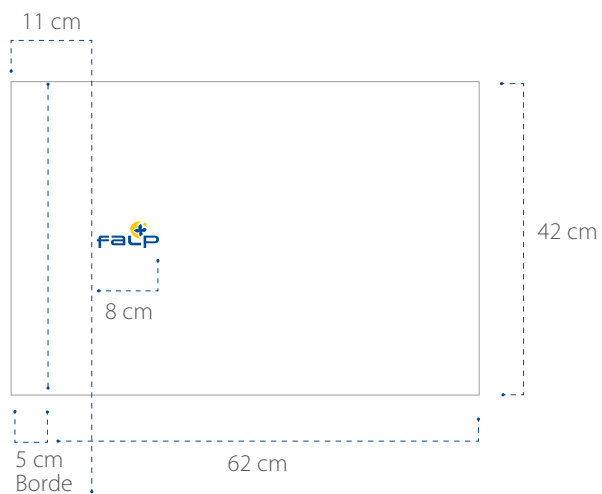
**Sábana**  
Celeste claro y blanco

## Almohada

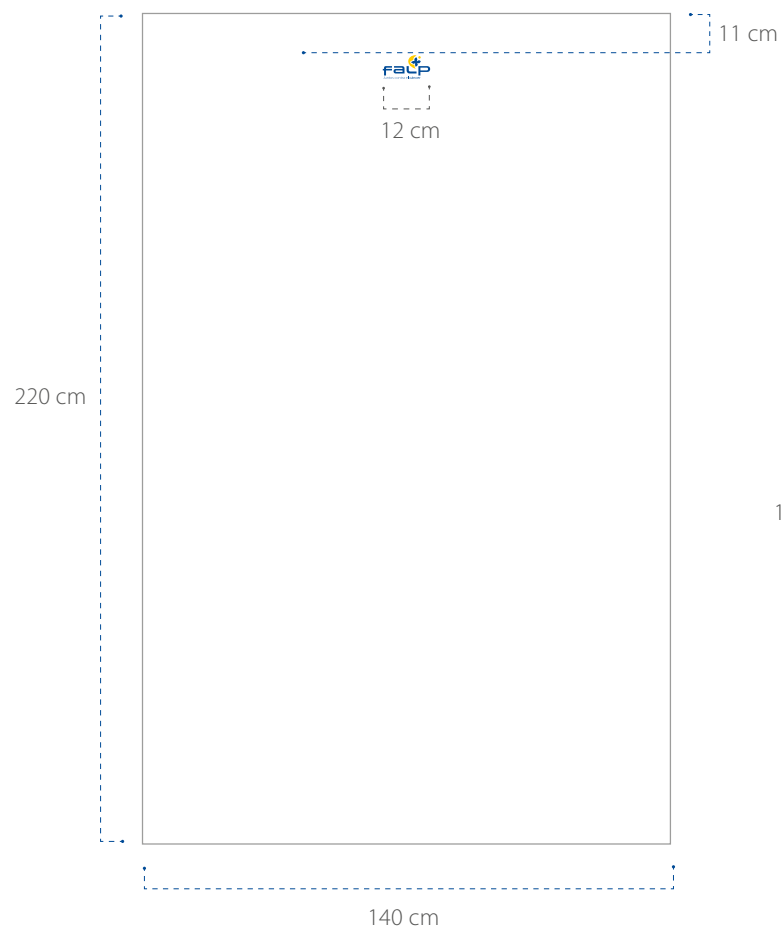


**Almohada y almohadón**  
Celeste claro y blanco

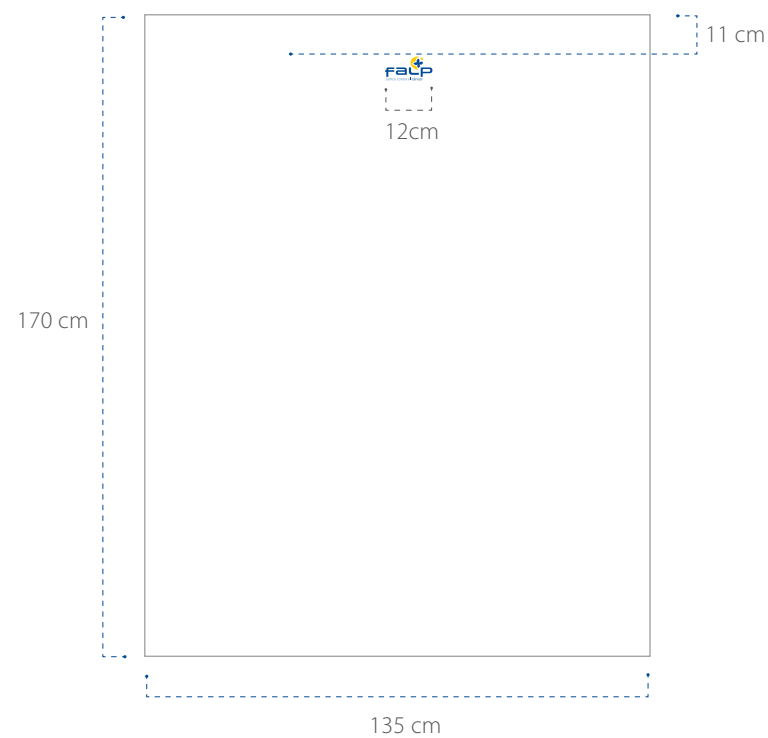
## Almohadón



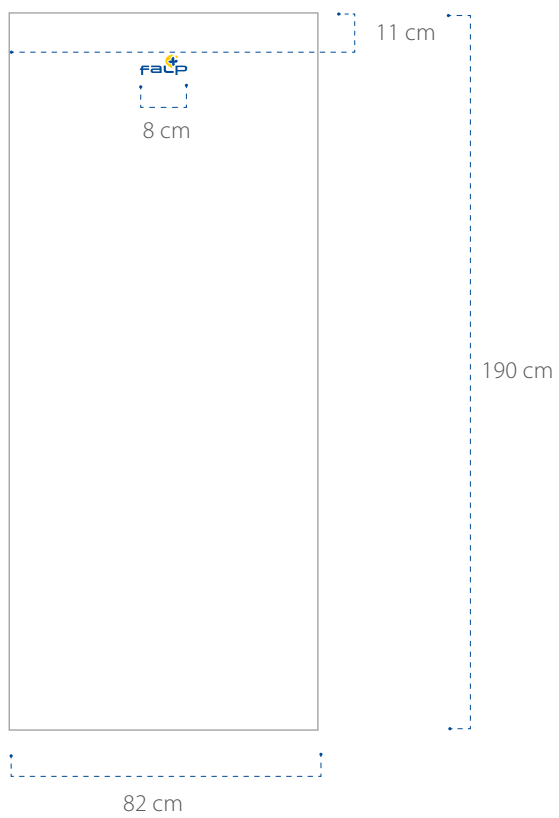
## Colchas 1 y 2



**Colchas**  
Color blanco



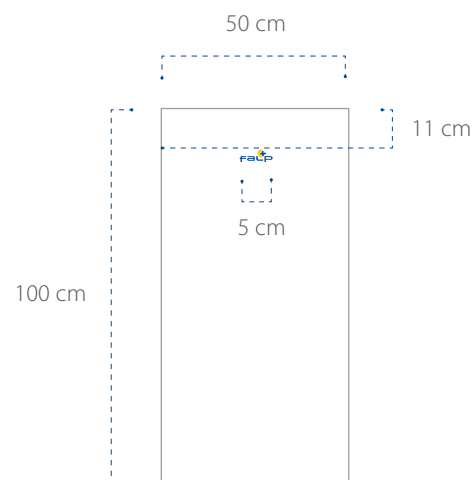
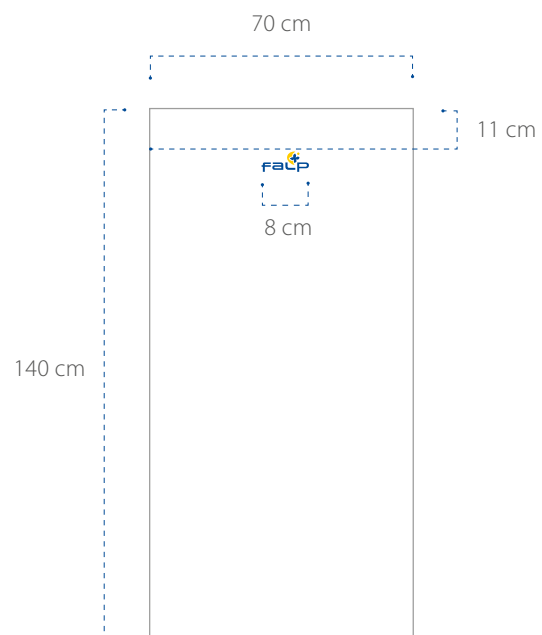
## Sábana camilla



**Sábana camilla**  
Celeste claro y blanco

## Toalla ducha y mano

**Toallas**  
Color blanco



SEÑALÉTICA



La señalética corporativa debe seguir las normas internas y toda la especificación detallada en este manual. Todo elemento gráfico contemplado para las instalaciones de la Fundación debe asegurar no interferir con la demás señalética ya instalada. En caso de requerir alguna modificación a lo ya establecido, ésta debe ser validada por la agencia de diseño y el área correspondiente de FALP.

## EDIFICIO NORTE

5	Recepciones Recuperación	
4	→ Unidad de procesos críticos Cuidado intensivo Cuidado crítico	
3	Hospitalización	
2	Consultas médicas Salas de procedimiento Cajas	
1	Admisión y presupuesto Cajas Cuentas de pacientes / facturación GES CASC / Paciente internacional Fonía Consulta Oncológica Audiología Ortodoncia	
-1	Central esterilización Farmacia Cafetería	
-2	Comedor colaboradores Central auxiliares de apoyo Central centralizada Biblioteca	E
-3	Laboratorio diagnóstico molecular y oncogenómico Biblioteca	E
-4	Laboratorio anatomía patológica	E
-5	Laboratorio clínico Banco de sangre	E
-6	Mantenimiento Equipos médicos	E

4

## Color señalética

---

FALP se divide a nivel de infraestructura en diferentes edificios y casas, por lo que los elementos de señalética general contemplarán un color identificador - según dónde se ubiquen y rigiéndose a lo estipulado en este manual:

**Edificio Norte, casas y sucursales**  
Pantone 2945 C

**Edificio Oriente**  
Pantone 1505 C

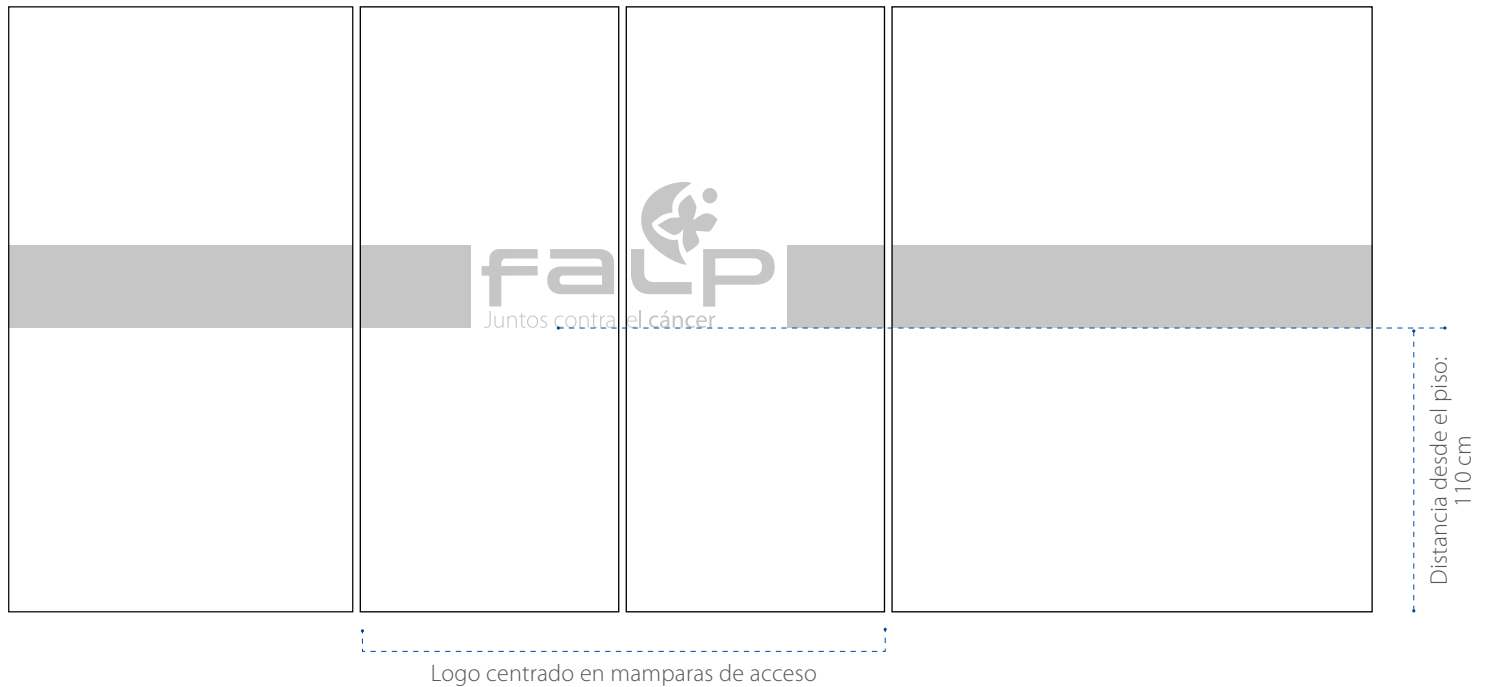
**Edificio Sur**  
Pantone 369 C

**Señalética general para todos los edificios**  
80% y 90% Black

## Mamparas

### Accesos principales

Las mamparas de acceso a los edificios (tanto en accesos peatonales como escaleras de acceso) contemplan una gráfica adhesiva en Dusted Frost Metamark liso troquelada con el logo corporativo de tamaño 50 x 100 cm y una franja horizontal de 30 cm de alto en toda la extensión de las mamparas, instalada en efecto espejo y a 110 cm desde el piso, según el siguiente esquema.



### Accesos a unidades FALP

Las mamparas de acceso a las diferentes unidades interiores de la Fundación contemplan gráfica adhesiva según especificación, instalada en efecto espejo y con márgenes definidos según las dimensiones del cristal. Incorporan texto en vinilo adhesivo troquelado y señalética de seguridad interna FALP por sobre el vidrio, si se requiere.

#### Especificaciones:

La mampara principal (izquierda en caso de ser una puerta de 2 paños) contempla gráfica adhesiva del color correspondiente al edificio en el cual se encuentra la mampara, mientras que la mampara secundaria (derecha) contempla gráfica adhesiva incolora - Dusted Frost Metamark liso. Cuando las puertas tienen mamparas fijas adyacentes a ellas, éstas deberán incorporar gráficas adhesivas con las mismas especificaciones que su puerta adyacente.

(Metamark MT-677 Royal Blue o doble  
Dusted Frost Metamark impreso)

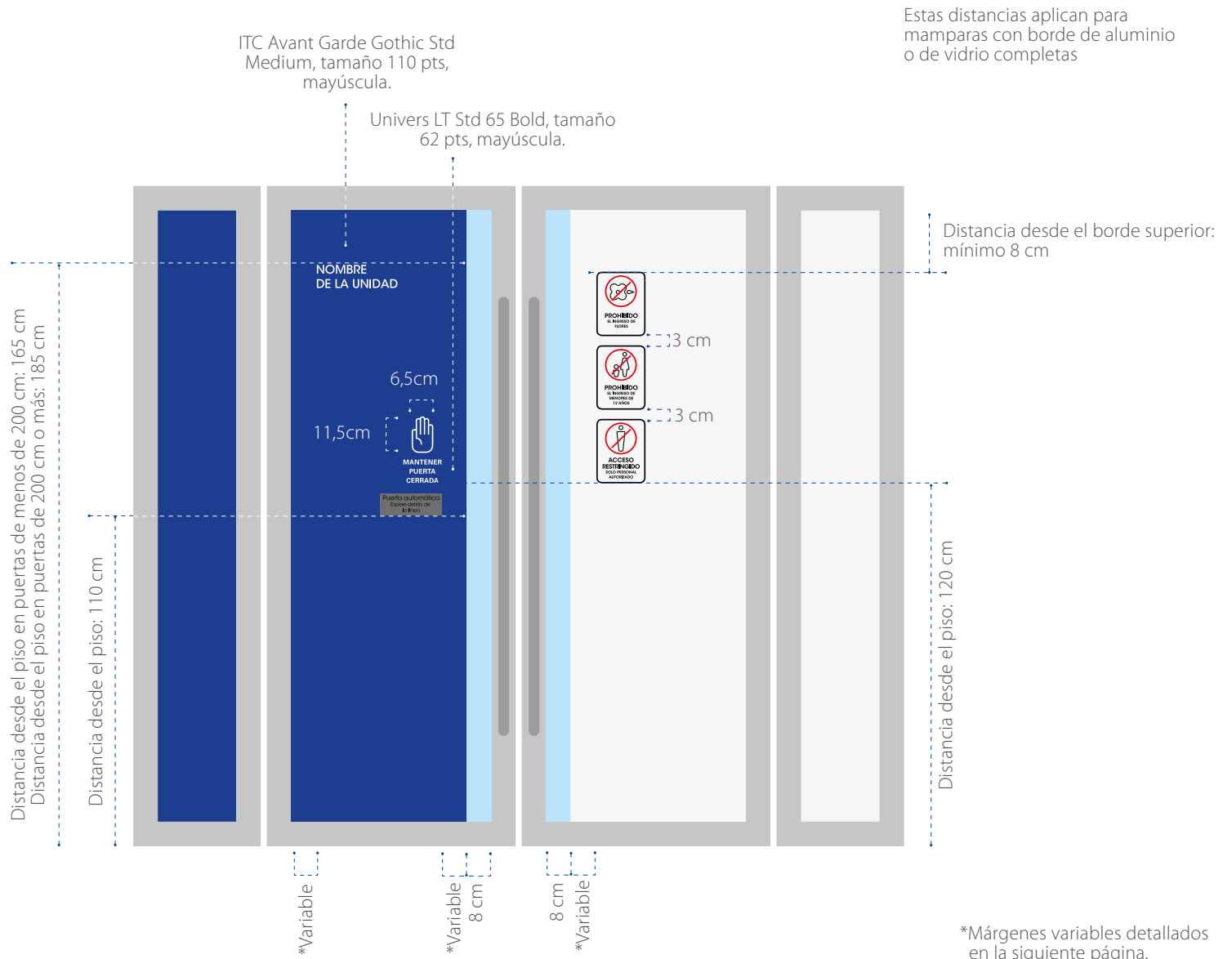
(Metamark MT-633 Orange o doble  
Dusted Frost Metamark impreso)

(Metamark MT-660 Lime Green o doble  
Dusted Frost Metamark impreso)

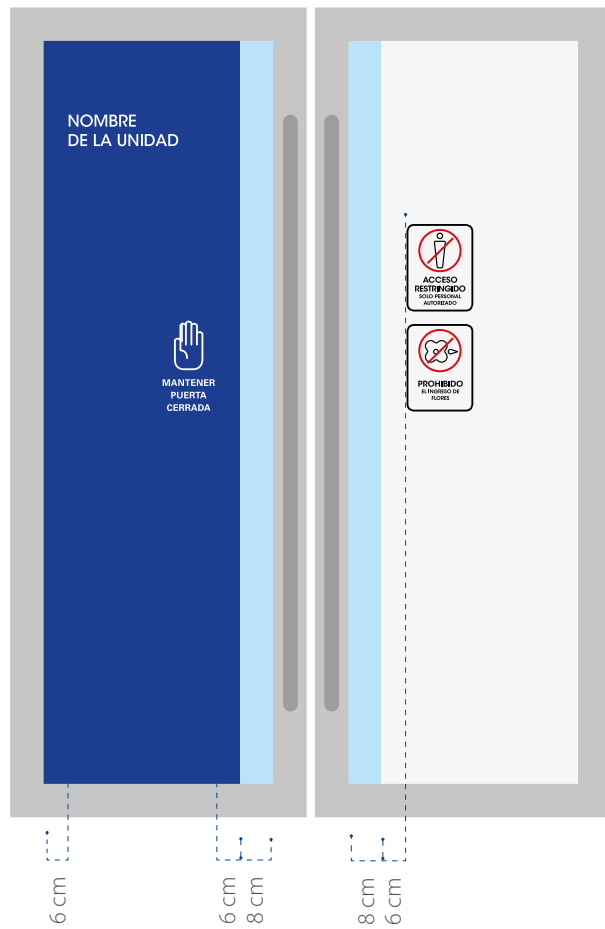
**Edificio Norte, casas y sucursales**  
Pantone 2945 C

**Edificio Oriente**  
Pantone 1505 C

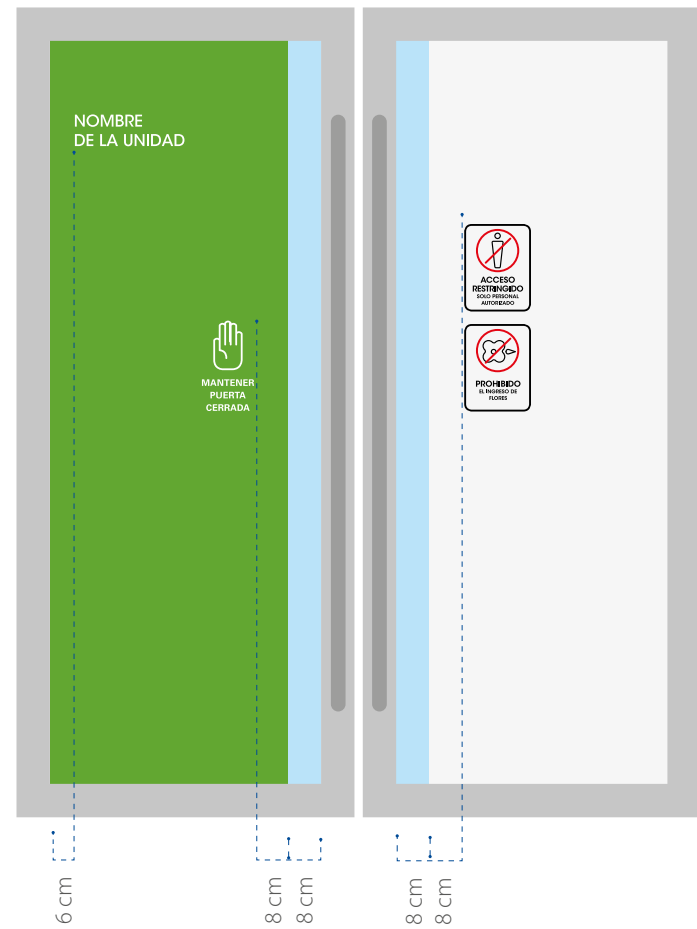
**Edificio Sur**  
Pantone 369 C



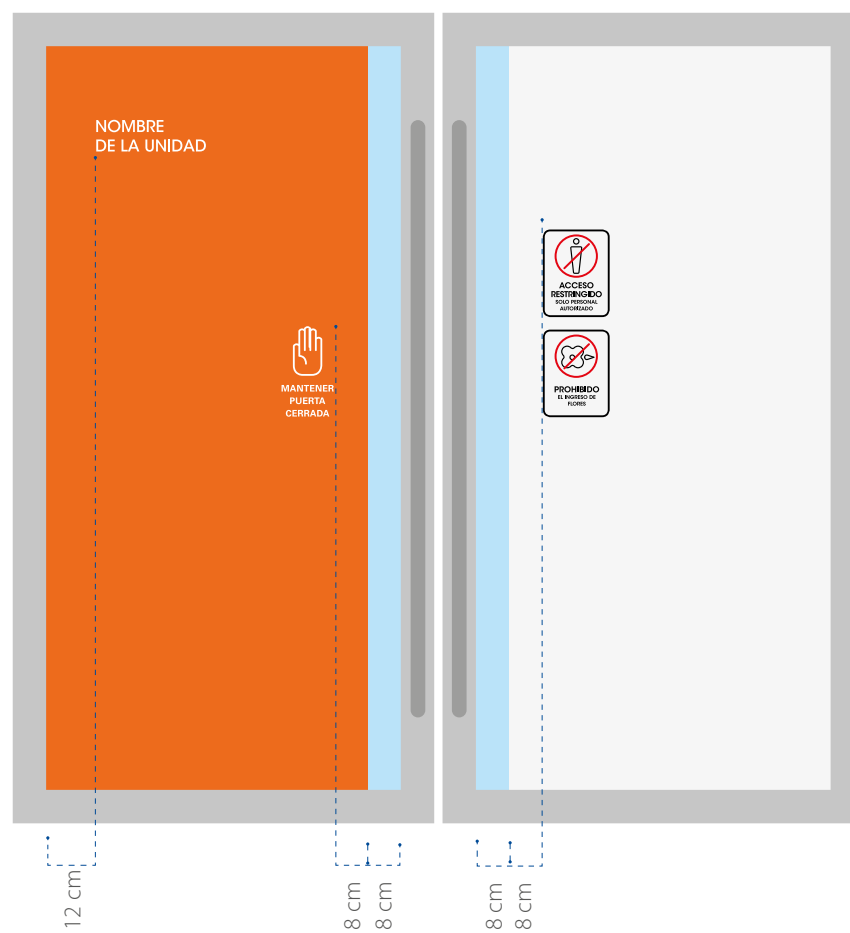
Mampara con vidrio menor a 60 cm de ancho



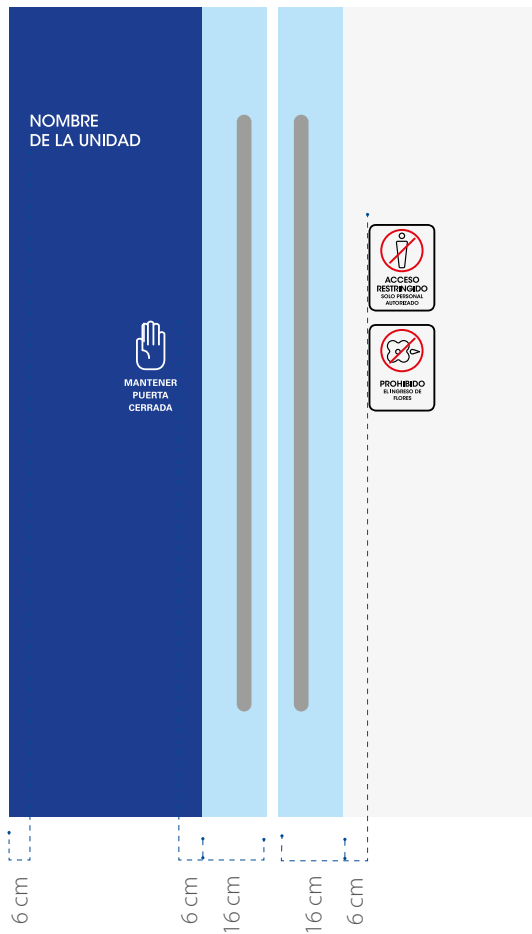
Mampara con vidrio desde 60 hasta 90 cm de ancho



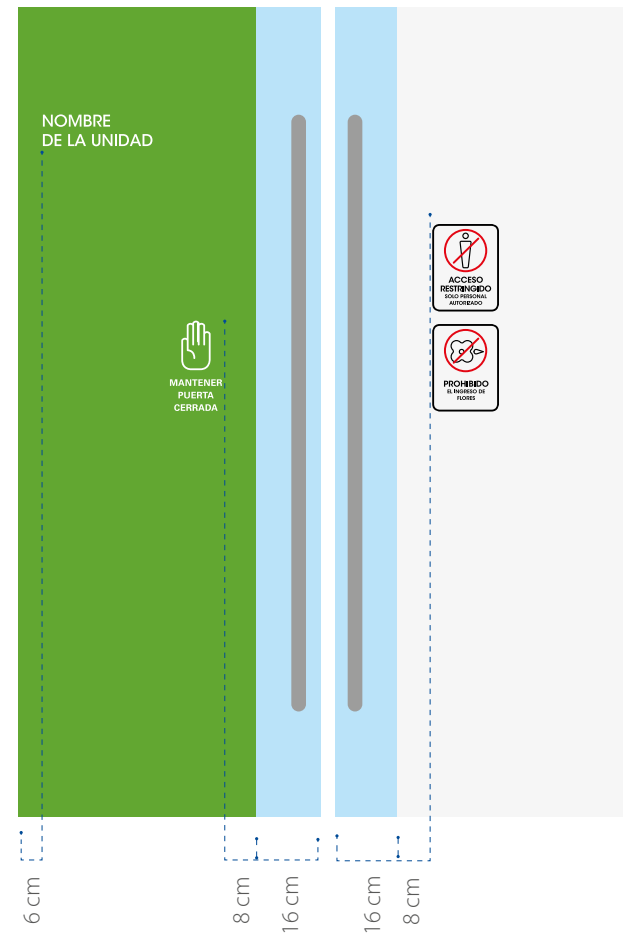
## Mampara con vidrio mayor a 90 cm de ancho



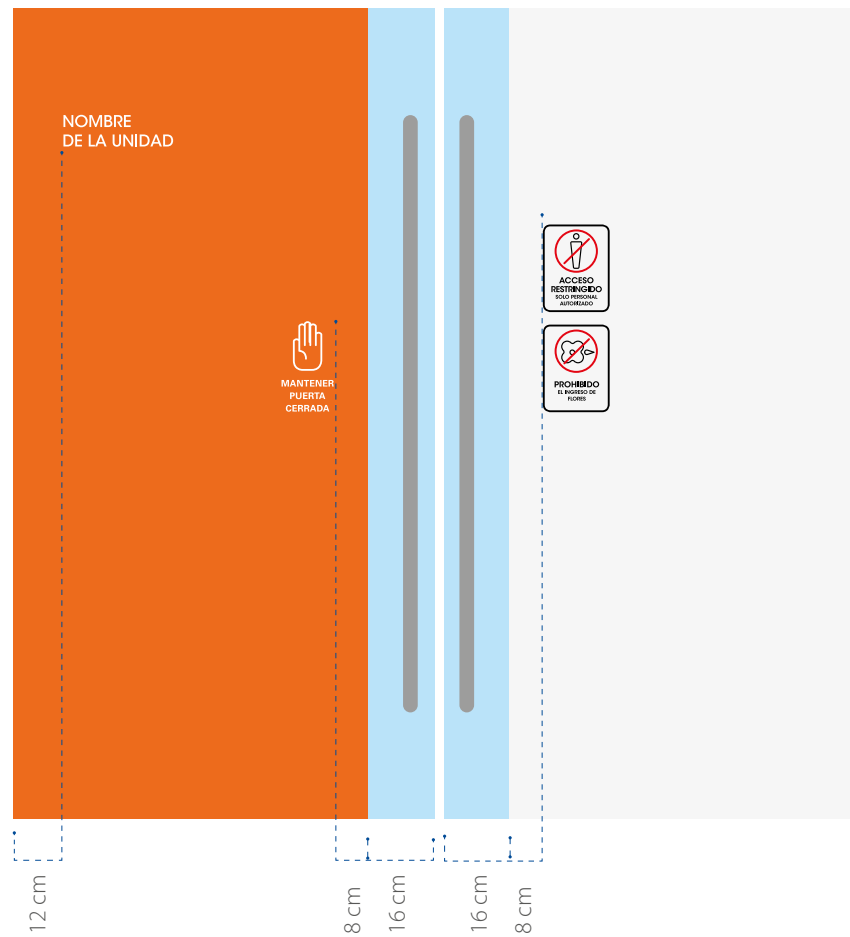
Mampara completa de vidrio menor a 70 cm de ancho



Mampara completa de vidrio desde 70 hasta 100 cm de ancho



## Mampara completa de vidrio mayor a 100 cm de ancho

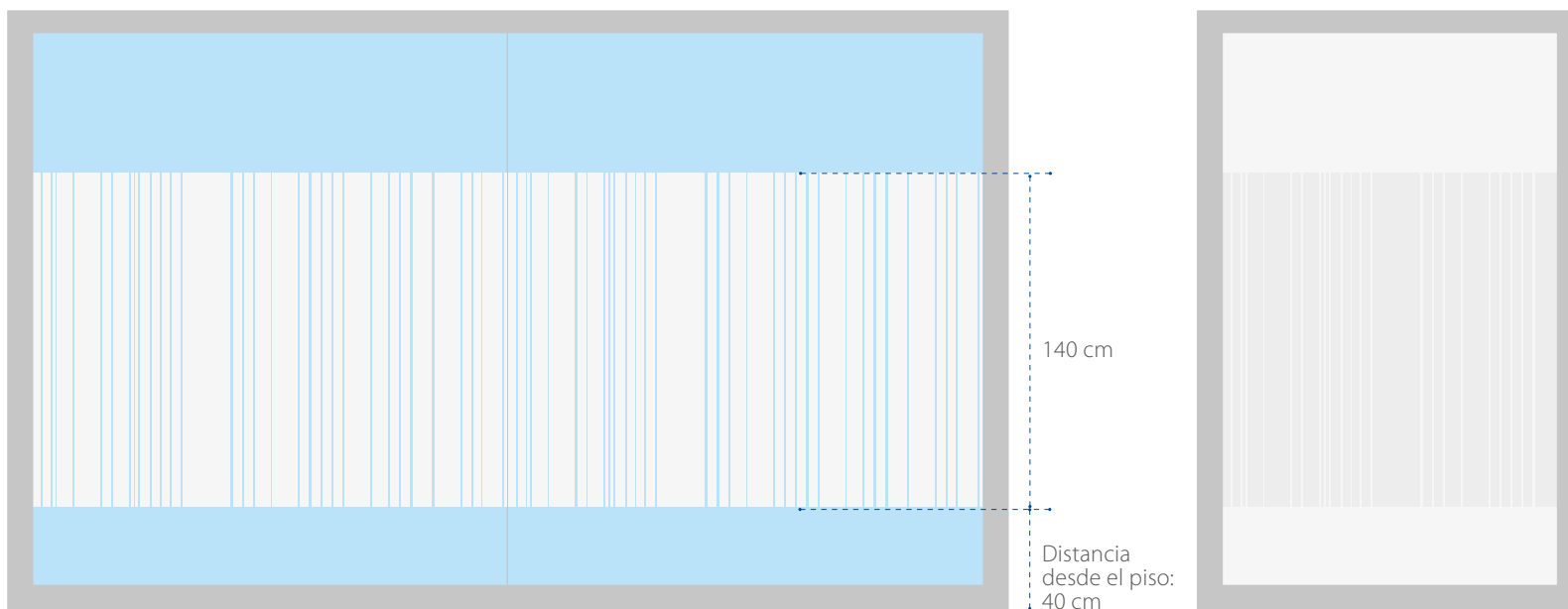


## Mamparas interiores

Las mamparas interiores a las diferentes unidades de la Fundación pueden contemplar gráfica adhesiva troquelada con secuencia de código de barras o un adhesivo sólido, dependiendo del nivel de privacidad que requiera el recinto. Se considera para ambos casos gráfica adhesiva Dusted Frost Metamark liso, instalada en efecto espejo cubriendo todo el ancho de la mampara.

En algunos casos, se puede requerir combinar ambas gráficas para obtener mayor privacidad. De esta forma, debe instalarse el adhesivo sólido en efecto espejo y el código de barras de modo frontal por sobre el vidrio.

### Gráfica Código de Barras



## Directorios

---

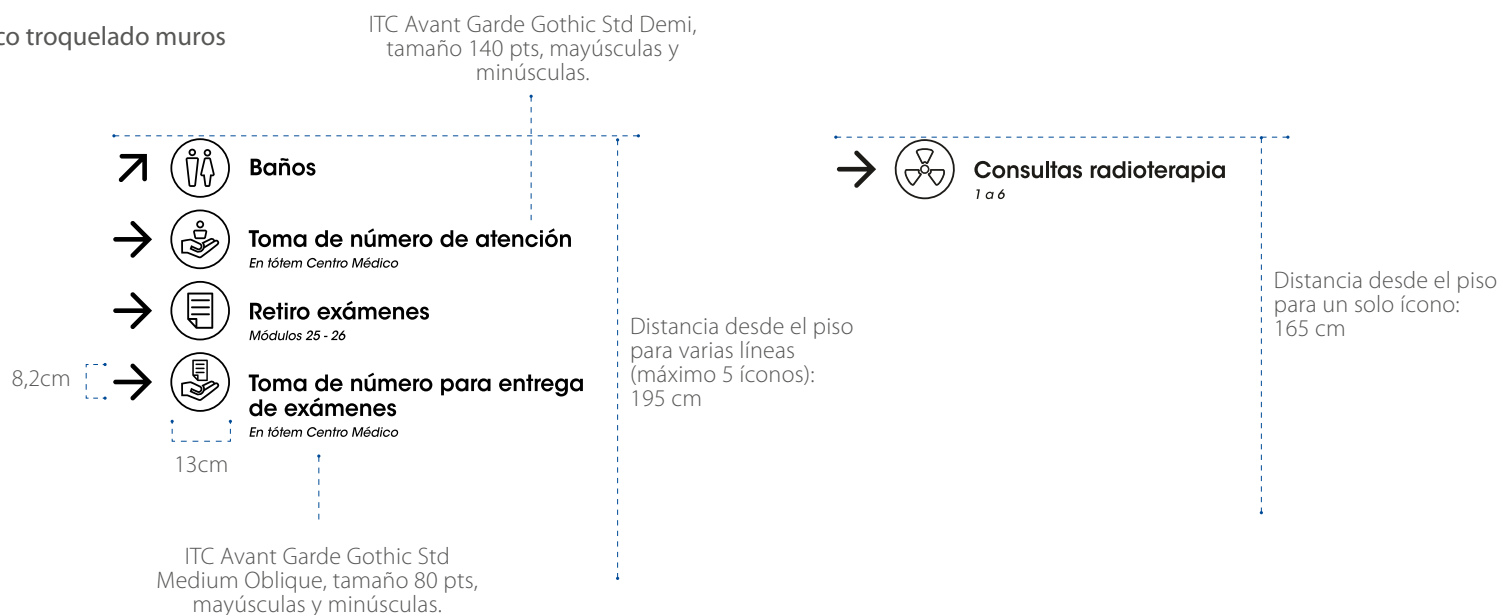
### **Directorio general**

Xxxx

### Directorios específicos

Para señalar únicamente servicios de la Fundación se contemplan textos e íconos con flechas, troquelados en acrílico negro satinado de espesor 3 mm y adheridos a muro según el esquema, con doble contacto grado ingeniería.

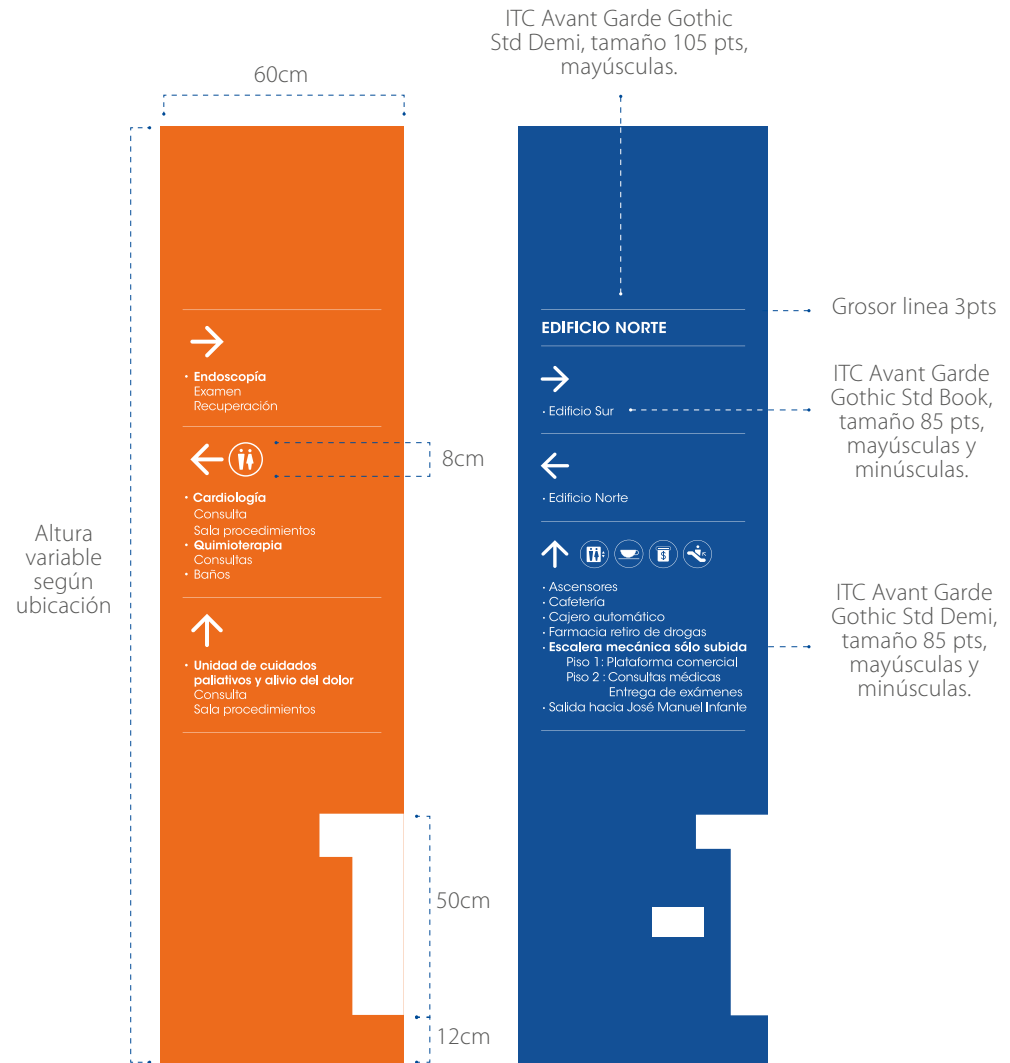
Acrílico troquelado muros



## Directorios de piso

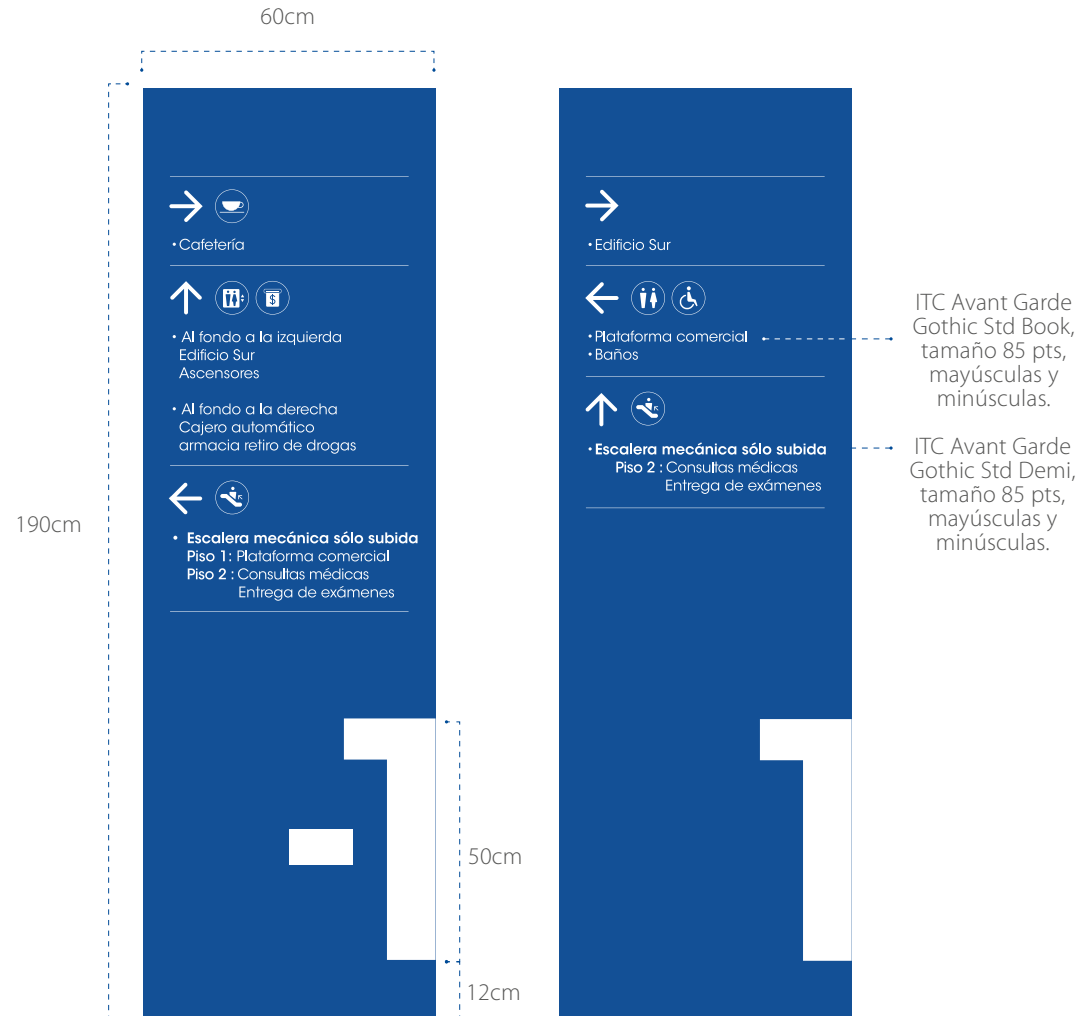
Para señalar servicios, unidades específicas de un piso o sector y otras indicaciones necesarias se contemplan directorios de acrílico clear de 5 mm de espesor, 60 cm de ancho y altura variable según la ubicación. El acrílico debe contar con sus cantos pulidos, una gráfica adhesiva efecto espejo impresa en el color correspondiente y una lámina blackout posterior. Se fija con doble contacto grado ingeniería a un marco rectangular en perfilera metálica de 10 x 20 mm pintada negra, retranqueado 5 cm desde el borde del acrílico y atornillado al muro. En caso de existir zócalo en el muro correspondiente, el directorio debe instalarse a contar de éste hacia arriba (generalmente 10 cm desde el piso).

La materialidad del directorio puede reemplazarse por trovicel de 5 mm, en caso de contemplarse éste como un elemento temporal.



### Tótem

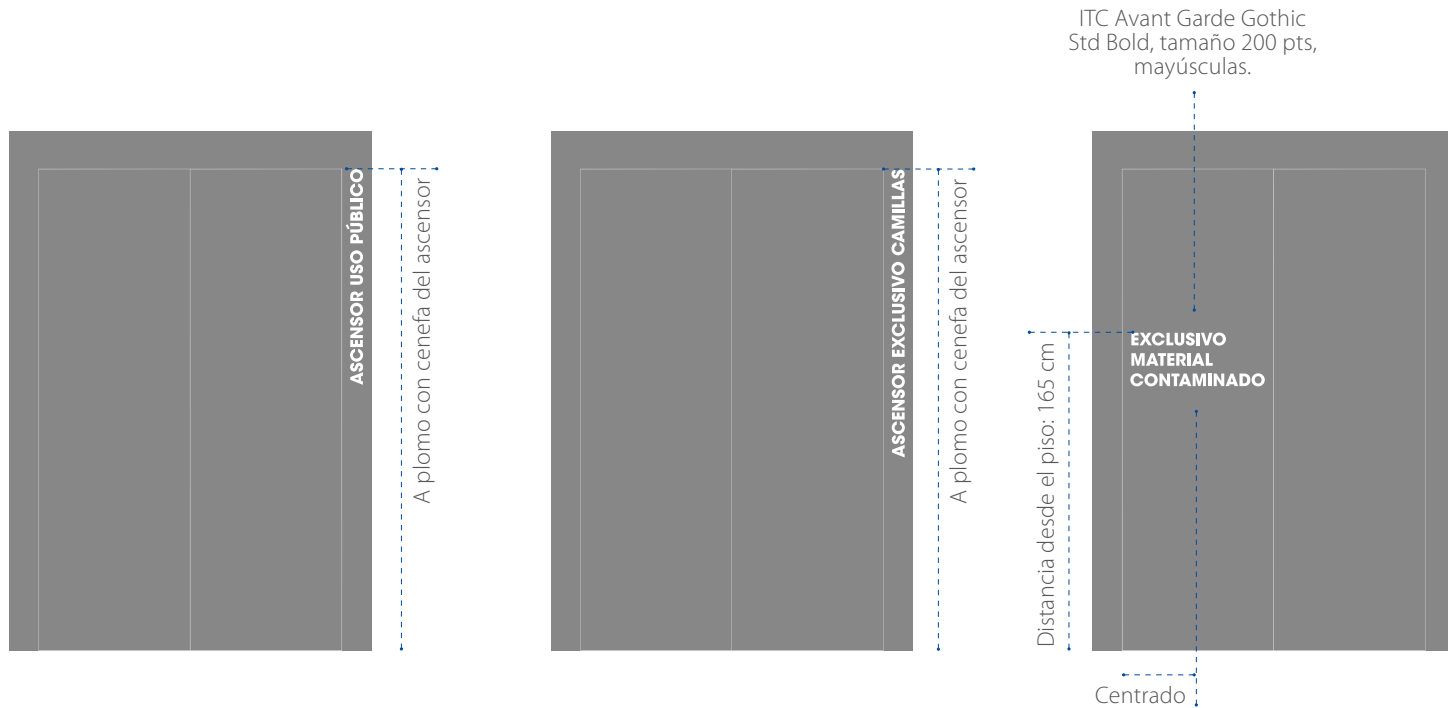
Para señalar servicios, unidades y otras indicaciones necesarias en una ubicación que no tiene un muro cercano (por ejemplo, al costado de una escalera mecánica), se contemplan directorios en formato tótem. Se considera un bastidor rectangular vertical de perfilera metálica pintada color negro que exhibe por cada una de sus dos caras un acrílico clear de 5 mm de espesor y dimensiones 60 x 190 cm, con gráfica adhesiva efecto espejo impresa en el color correspondiente al edificio donde se ubique.



# Ascensores

## Exterior

Los ascensores pueden contemplar un texto para identificar su uso (público, exclusivo camillas, exclusivo material contaminado) u otra indicación (en caso de requerirla), en vinilo adhesivo blanco troquelado, instalado según detalle.



### Interior - directorio

Los ascensores de uso público deben contemplar un directorio interior en acrílico clear de 6 mm de espesor, 32 cm de ancho y altura variable según la cantidad de información que se requiera incluir, con gráfica adhesiva impresa efecto espejo y fijación a muro con doble contacto grado ingeniería. Se debe instalar alineado a la parte superior del tablero y distanciado a 8 cm del mismo (entre la botonera y la puerta del ascensor), como se aprecia en la imagen de más abajo.






ITC Avant Garde Gothic Std Bold, tamaño 50 pts, mayúsculas.

ITC Avant Garde Gothic Std Medium, tamaño 70 pts.

ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 25 pts, mayúsculas y minúsculas.

32cm

#### EDIFICIO NORTE

<b>5</b>	Pabellones Recuperación	
<b>4</b>	Unidad de paciente crítico Cuidado intermedio e intensivo	
<b>3</b>	Hospitalización	
<b>2</b>	Consultas médicas Salas de procedimiento Cajas	
<b>1</b>	Admisión y presupuesto Cajas Cuentas de pacientes / Facturación GES CAEC / Paciente internacional Fonasa Convenio Oncológico Auditorio Oratorio	
<b>-1</b>	Informaciones Cafetería Farmacia Central esterilización	
<b>-2</b>	Comedor colaboradores Central auxiliares de apoyo Control centralizado Ropería	
<b>-3</b>	Laboratorio diagnóstico molecular y oncogenómica Biobanco	
<b>-4</b>	Laboratorio anatomía patológica	
<b>-5</b>	Laboratorio clínico Banco de sangre	
<b>-6</b>	Mantenimiento Equipos médicos	

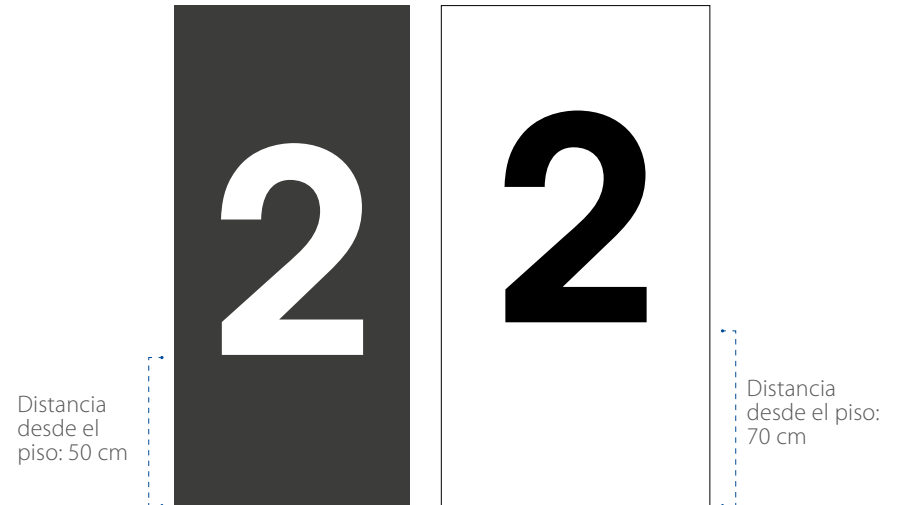
## Números de piso

### Frente a ascensores

Número troquelado de 108 cm de alto, en vinilo adhesivo blanco mate - en caso de instalarse sobre un cristal de color oscuro - o en acrílico negro satinado de 4 mm de espesor - en caso de instalarse sobre un muro blanco, según esquemas.

Frente a los ascensores de camilla la distancia del piso es mas alta que el resto para que las camillas no tapen el número.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Demi.

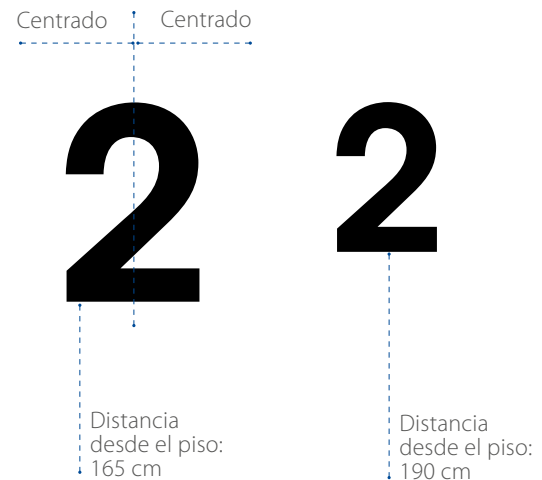


### Muro escaleras y espacios comunes

El muro principal del descanso de las escaleras de emergencia debe contemplar un número de identificación del piso correspondiente, troquelado en PVC Sintra negro mate de 5 mm de espesor y 50 cm de alto. Se instala con doble contacto grado ingeniería, centrado en el muro.

Si el número se considera en un espacio común (por ejemplo, sala de espera o pasillo), será de 35 cm de alto y se incorpora a la palabra "Piso" de 6 cm de alto.

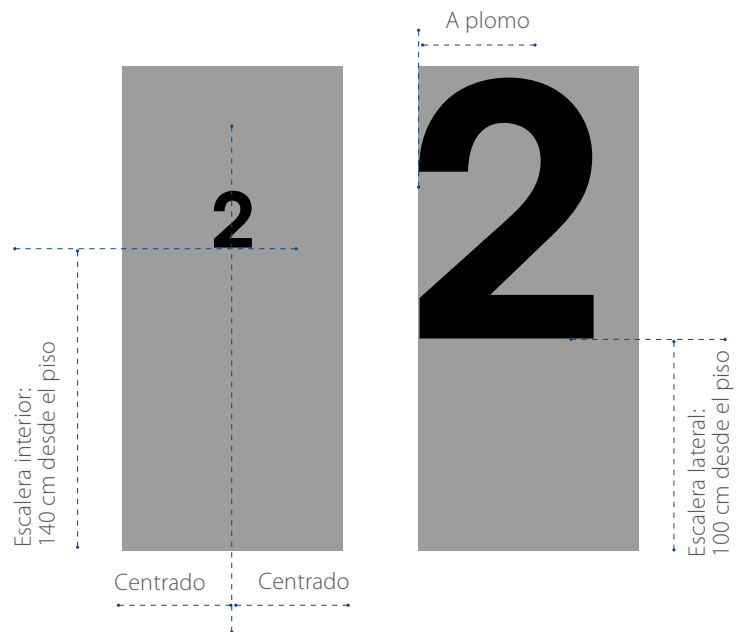
En caso de que estos elementos se instalen sobre un cristal de color oscuro, se reemplaza el material por vinilo adhesivo blanco mate.



### Puerta escaleras

Las puertas de emergencia de las escaleras contemplan números troquelados en vinilo adhesivo negro mate. Se contemplan de 25 cm de alto para las escaleras interiores y de 115 cm de alto para las escaleras laterales (que se ven desde el exterior), y se instalan en su cara interior de acuerdo a los esquemas.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Demi.



## Gravoply

Se consideran placas de Gravoply o Metalex color plata con texto grabado en fondo negro, para señalar elementos sucios (que requieran limpieza constante), húmedos (lavamanos de área sucia o área limpia), mobiliario (cajones, armarios, etc) y elementos de exhibición que requieren una identificación detallada (cuadros de arte, esculturas). Los letreros se fijan a la estructura correspondiente con doble contacto grado ingeniería y contemplan diferentes tamaños, según el siguiente detalle:

### 20 x 7 cm

Elementos de gran tamaño e interacción, como lavamanos de Áreas limpias y Áreas sucias; mamparas que requieren letreros de Tire, Empuje, o Puerta automática; y puertas o muros de Lavachatas, Botagua, o Montacargas. Altura de instalación variable, según los requerimientos específicos de cada elemento.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 67 pts en una sola línea; tamaño 60 y 46 pts en letreros con 2 o 3 líneas. Mayúscula y minúsculas.

### 14 x 7 cm

Elementos de exhibición, los cuales contemplan una placa con la información del artista correspondiente. Se instala la placa a un costado del elemento, manteniendo 3 cm de distancia.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Demi tamaño 21 pts, para el nombre del artista; ITC Avant Garde Gothic Std Book tamaño 19 pts, para la información de la obra. Mayúscula y minúsculas. Máximo 6 líneas de texto.

Área limpia

Puerta automática  
Espere apertura  
Favor no empujar

Nombre Artista

Título obra

Técnica

Técnica

Dimensiones

Año

### 10 x 4 cm

Mobiliario de gran tamaño, como armarios altos que contengan insumos, bombas, ropa limpia, o material estéril. Se instala la placa centrada en la puerta del elemento y a 165 cm de altura desde el piso.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 30 pts, mayúscula y minúsculas. Máximo 3 líneas de texto.

### 8 x 2,5 cm

Mobiliario de mediano tamaño, como cajoneras o muebles bajos que contengan insumos de escritorio, equipos de curación, exámenes de laboratorio, apósitos, sueros, guantes o batas, entre otros. Se instala la placa en la tapa del cajón o la puerta del mueble, manteniendo un margen de 3 cm desde el costado correspondiente (a evaluar para cada elemento).

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 23 pts, mayúscula y minúsculas. Máximo 2 líneas de texto.

### 11 x 1,5 cm

Mobiliario de menor tamaño, con cajones con muy poca altura, que contengan elementos como jeringas, sueros o exámenes. Se instala en la tapa del cajón, en ubicación a definir según el espacio.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 20 pts, mayúscula y minúsculas. Máximo 1 línea de texto.

Ropa limpia

Bodega 3  
Material estéril

Vía venosa

Equipos  
curación

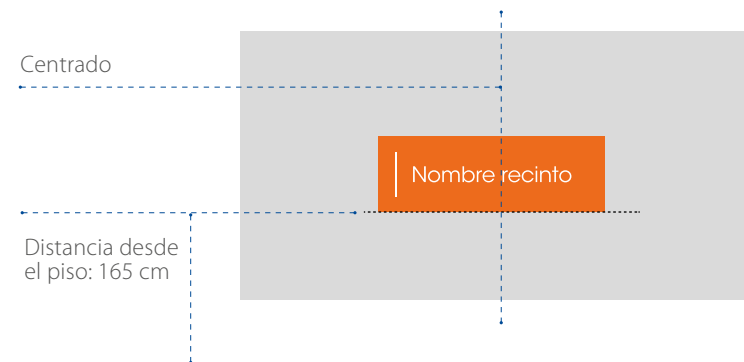
Exámenes laboratorio

## Trovicel

### 30 X 10 cm

Para señalar de forma temporal los recintos de servicios menores y que tengan puertas sólidas, se contemplan letreros en Trovicel de 30 x 10 cm y 3 mm de espesor, con gráfica adhesiva impresa y laminado mate. Se debe instalar centrado verticalmente en la puerta y a 165 cm desde el piso, según esquema.

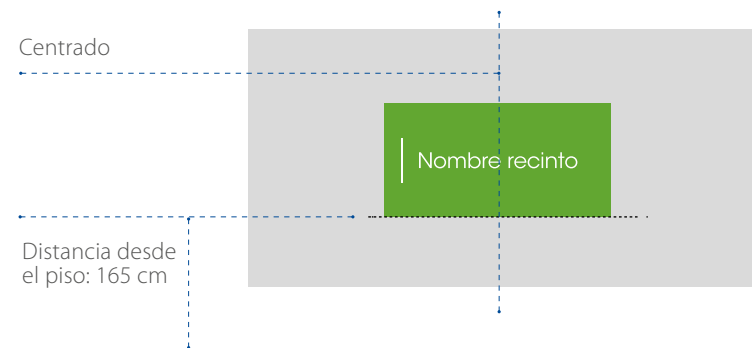
**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color blanco, tamaño 82 pts. Máximo 2 líneas de texto, solo la primera letra va en mayúscula.



### 30 x 15 cm

Para señalar de forma temporal los recintos correspondientes a las unidades de la Fundación que no sean servicios menores y que tengan puertas sólidas, se contemplan letreros en Trovicel de 30 x 15 cm y 3 mm de espesor, con gráfica adhesiva impresa y laminado mate. Se debe instalar centrado verticalmente en la puerta y a 165 cm desde el piso, según esquema.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color blanco, tamaño 82 pts. Máximo 3 líneas de texto, solo la primera letra va en mayúscula.



## Acrílicos

### Cuidado sanitario

Todo sector que considere lavado de manos y/o higienización de manos con alcohol gel debe incorporar señalética indicando el procedimiento correspondiente. Se contemplan letreros en acrílico de 13,5 x 18 cm y 3 mm de espesor, con gráfica adhesiva impresa efecto espejo, fijados a muro con doble contacto grado ingeniería.

### Lavado clínico de manos

Se instala en cada sector con dispensador de jabón, idealmente a 3 cm por debajo del Gravoply indicando Área limpia.

### Higienización de manos con solución alcohólica

Se instala a 3 cm de cada dispensador de alcohol gel.

#### Higienización de manos con solución alcohólica



**Despeje manos y antebrazos** de cualquier tipo de accesorio.



Pulse 2 veces el dispensador.



Aplique la solución alcohólica **sobre las manos limpias y secas.**



Friccione sus manos entrelazando los dedos hasta que la solución se evapore.

FUNDACIÓN ARTURO LÓPEZ PÉREZ

#### Lavado clínico de manos

- Despeje las manos y los antebrazos de cualquier tipo de accesorio.
- Aparte una toalla de papel, antes de mojarse las manos.
- Abra la llave y mantenga el agua corriendo hasta el final del procedimiento.
- Moje sus manos y aplique jabón.
- Friccione las manos por 15 segundos, hasta obtener abundante espuma, dando énfasis a los espacios interdigitales y palmas.
- Lave hasta el antebrazo.
- Enjuague, dejando escurrir el agua hacia los codos.
- Seque con una toalla de papel, primero las manos y luego los antebrazos.
- Cierre la llave, utilizando la toalla de papel.

FUNDACIÓN ARTURO LÓPEZ PÉREZ

### Prevención de riesgos

Para la incorporación de información primordial requerida por MINSAL, se consideran letreros en acrílico con gráfica adhesiva en efecto espejo. Cada elemento se detalla a continuación:

### Derechos y deberes

Soporte en acrílico clear de 135 x 131 cm y 8 mm de espesor + impresión efecto espejo en adhesivo blanco de 125 x 121 cm centrado en el acrílico, dejando un margen de 5 cm libres por todo su perímetro. Se fija a muro por medio de cuatro distanciadores de 15 mm de diámetro.

Debe ser ubicado en un lugar que permita una buena visibilidad y legibilidad, idealmente una altura mayor a 150 cm desde el piso, según las indicaciones de MINSAL.

**Tipografía:** Gob Bold, según el manual de normas gráficas de MINSAL.

**Exige tus derechos**

Ministerio de Salud  
Gobierno de Chile

Tener información oportuna y comprensible de su estado de salud.	Recibir un trato digno, respetando su privacidad.	Ser llamado por su nombre y atendido con amabilidad.	Recibir una atención de salud de calidad y segura, según protocolos establecidos.
Ser informado de los costos de su atención de salud.	No ser grabado ni fotografiado con fines de difusión sin su permiso.	Que su información médica no se entregue a personas no relacionadas con su atención.	Aceptar o rechazar cualquier tratamiento y pedir el alta voluntaria.
Recibir visitas, compañía y asistencia espiritual.	Consultar o reclamar respecto de la atención de salud recibida.	A ser incluido en estudios de investigación científica sólo si lo autoriza.	Donde sea pertinente, se cuente con señalética y facilitadores en lengua originaria.
Que el personal de salud porte una identificación.	Inscribir el nacimiento de su hijo en el lugar de su residencia.	Que su médico le entregue un informe de la atención recibida durante su hospitalización.	Toda persona mayor de 60 años y o con discapacidad tendrá derecho a Atención Preferente.

**y cumple tus deberes**

Entregar información veraz acerca de su enfermedad, identidad y dirección.	Conocer y cumplir el reglamento interno y resguardar su información médica.	Cuidar las instalaciones y equipamiento del recinto.	Informarse acerca de los horarios de atención y formas de pago.	Tratar respetuosamente al personal de salud.	Informarse acerca de los procedimientos de reclamo.	Dar prioridad a personas con derecho a Atención Preferente.
--	---	--	---	--	---	---

TODA PERSONA PODRÁ RECLAMAR SUS DERECHOS ANTE EL CONSULTORIO, HOSPITAL, CLÍNICA O CENTRO MÉDICO PRIVADO QUE LO ATIENDE. SI LA RESPUESTA NO ES SATISFACTORIA PODRÁ RECURRIR A LA SUPERINTENDENCIA DE SALUD. (Extracto de la Ley N°20.584 de Derechos y Deberes de los Pacientes).

5 cm

### Atención preferencial

Para la incorporación de información primordial requerida por MINSAL, se consideran letreros en acrílico con gráfica adhesiva en efecto espejo. Cada elemento se detalla a continuación:

### Derechos y deberes

Soporte en acrílico clear de 50 X 70 cm y 8 mm de espesor + impresión efecto espejo en adhesivo blanco de 50 X 70 cm  
Se fija a muro por medio de cuatro distanciadores, de 10 mm de diámetro, dejando un borde de 5cm por lado.

**Tipografía:** Gob Bold, según el manual de normas gráficas de MINSAL.



5 cm

26

BOX  
26

BOX  
27

BOX  
28

34

Señalética de emergencia (planos de evacuación)

Señalética de emergencia (instrucciones de evacuación)



## Código rojo

Se contemplan tres modalidades diferentes, según las características de la ubicación del letrero:

### 60 x 37 cm

En muros anchos, se considera un soporte en acrílico clear de 60 x 37 cm y 6 mm de espesor + impresión efecto espejo en adhesivo blanco de 50 x 27 cm centrado en el acrílico, según el detalle. Se instala a 165 cm desde el piso, con cuatro distanciadores de 15 mm de diámetro.

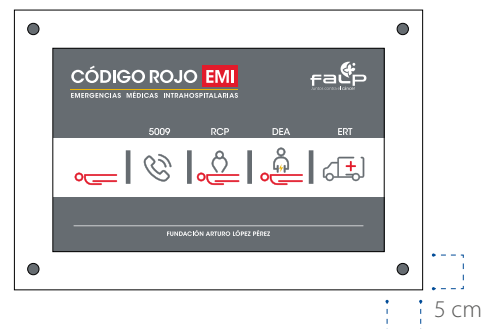
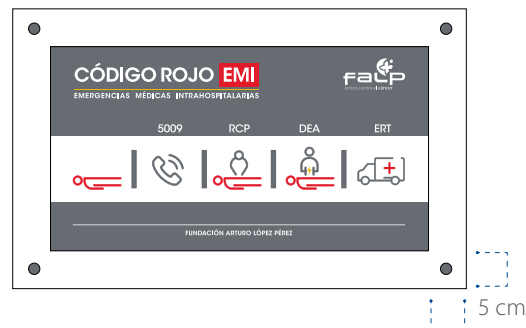
### 54 x 37 cm

En espacios más limitados, se considera un soporte en acrílico clear de 54 x 37 cm y 6 mm de espesor + impresión efecto espejo en adhesivo blanco de 44 x 27 cm centrado en el acrílico, según el detalle. Se instala a 165 cm desde el piso, con cuatro distanciadores de 15 mm de diámetro.

### 44 x 27 cm

En muros revestidos con cristal, se considera una lámina adhesiva impresa de 44 x 27 cm, adherida directamente al cristal a 3 cm por sobre el gabinete de kit de emergencias

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaños 72, 40 y 27 pts, mayúsculas.



### Pizarra Código Rojo

En ubicaciones que se encuentran al interior de una unidad de servicios FALP se considera una pizarra de acrílico de 44 x 35 cm y 3 mm de espesor, con gráfica adhesiva impresa efecto espejo. Se fija a muro con doble contacto grado ingeniería, 3 cm por debajo del letrero de Código Rojo.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaños 65 y 35 pts, mayúsculas.

### Tarjeta Código Rojo

En ubicaciones que se encuentran al interior de una unidad de servicios FALP cercana al teléfono o al acrílico de Código Rojo EMI, se deja una tarjeta, para ayudar a la gente a saber el funcionamiento de este procedimiento.

Tamaño 10 x 10 cm, couche 300, impresa 4/4 color, polilaminada opaco por ambos lados.

CÓDIGO ROJO EMI		falP Juntos contra el cáncer
DISTRIBUCIÓN REANIMACIÓN FECHA:		
1	LÍDER	
2	VÍA AÉREA	
3	MASAJE CARDÍACO	
4	CARRO/PARO/DEFIBRILADOR/ ADM. FÁRMACOS	
5	CRONÓMETRO Y REGISTRO	
6	OPERADOR DE APOYO	
7	GESTIÓN SERVICIO EMERGENCIA	

**CÓDIGO ROJO EMI**  
EMERGENCIAS MÉDICAS INTRANOSPITALARIAS

Estas son 5:

- 1 - PARO CARDIORRESPIRATORIO**  
Cese de actividad cardíaca y/o respiratoria.
- 2 - CONVULSIÓN**  
Movimientos espasmódicos de todo el cuerpo o parte de él, por alteración eléctrica cerebral.
- 3 - DIFICULTAD RESPIRATORIA**  
Falta de aire, respiración dificultosa o acelerada.
- 4 - COMPROMISO DE CONCIENCIA**  
Pérdida total de conciencia o ausencia de respuesta.
- 5 - HEMORRAGIA INTENSA**  
Salida de sangre desde el aparato circulatorio al exterior.

FUNDACIÓN ARTURO LÓPEZ PÉREZ

**CÓDIGO ROJO EMI**  
EMERGENCIAS MÉDICAS INTRANOSPITALARIAS

**CUANDO ESTÉS FRENTE A UN EMI DEBES:**

- Llamar al **5009**
- Identificarte
- Identificar la ubicación del suceso
- Solicitar **"CÓDIGO ROJO"**

Inmediatamente llegará el **Equipo de Respuesta Temprana** para brindar el apoyo necesario.

Recuerda: **5009 Código Rojo EMI** 

FUNDACIÓN ARTURO LÓPEZ PÉREZ

## Vista system colgantes

Letreros Vista System solo usados en FALP, Infante 805 Providencia. Edificio Norte, Oriente y Sur.

Letreros Vista System suspendidos con piolas y fijaciones de acero inoxidable desde el cielo correspondiente, para reforzar la circulación en los pasillos, identificar el acceso a unidades de servicio, y/o identificar los mesones de atención al público (recepciones, secretarías, cajas, etcétera). Se contemplan diferentes tamaños de elemento, según su ubicación. Todos consideran papel vinílico impreso en el color correspondiente al edificio donde se ubiquen y acrílicos protectores por ambas caras, siempre por su lado mate.

### 140 x15 SUS 18

Elemento considerado en pasillos, para apoyar a la circulación y orientación del público general hacia las unidades de servicio y/o hacia la salida de dicha unidad.

Se contempla papel vinílico impreso de 140 x 15 cm para ser puesto por ambos lados del Vista System. Color: base 80% black, fondo de flecha pantone según edificio correspondiente, texto y flecha en blanco.

**Tipografía:** Texto general: ITC Avant Garde Gothic Std Book, color blanco, tamaño 130 pts, mayúsculas. Máximo 2 líneas de texto.

**Palabra SALIDA:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color blanco, tamaño 255 pts, mayúsculas.



**71 x 15 SUS 19**

Elemento considerado sobre mesones de atención al público u áreas de trabajo, para identificar su uso. Se contempla papel vinílico impreso de 71 x 15 cm para ser puesto por ambos lados del Vista System. Color: base 80% black, fondo de flecha pantone según edificio correspondiente, texto y flecha en blanco.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 100 pts, mayúsculas. Máximo 2 líneas de texto.

**30 x 30 SUS**

Elemento considerado sobre mesones de atención al público, para identificar módulos independientes. Se contempla papel vinílico impreso de 30 x 30 cm para ser puesto por ambos lados del Vista System. Color: fondo según el edificio correspondiente, texto en blanco.

**Tipografía:**

Texto: ITC Avant Garde Gothic Std Medium, color blanco, tamaño 85 pts, mayúsculas.

Número: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, color blanco, tamaño 500 pts.



## Acrílicos colgantes

Señalética de pasillos, base de aluminio compuesto con acrílico con gráfica efecto espejo en color.

Señalética suspendida con piolas y fijaciones de acero inoxidable desde el cielo correspondiente, para reforzar la circulación en los pasillos, identificar el acceso a unidades de servicio, y/o identificar los mesones de atención al público (recepciones, secretarías, cajas, etcétera). Se contemplan diferentes tamaños de elemento, según su ubicación. Todos consideran base de aluminio compuesto y en el lugar de la dirección (flecha) acrílico con color correspondiente al edificio donde se ubiquen. Esta señalética es por ambas caras. La flecha es en sobrerrelieve de acrílico blanco sólido de 5mm.

### 100 x15 hasta 30cm (en casos especiales)

Elemento considerado en pasillos, para apoyar a la circulación y orientación del público general hacia las unidades de servicio y/o hacia la salida de dicha unidad.

**Tipografía:** Texto general: ITC Avant Garde Gothic Std Book, color 80% negro, tamaño 130 pts, mayúsculas. Máximo 2 líneas de texto.

**Palabra SALIDA:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color 80% negro, tamaño 255 pts, mayúsculas.

Elevación



Planta



Elevación



Planta



Elevación



Planta



**70 x 15**

Elemento considerado sobre mesones de atención al público u áreas de trabajo, para identificar su uso. Se consideran base de aluminio compuesto y en el lugar de la dirección (flecha) acrílico con color correspondiente al edificio o área donde se ubiquen. Esta señalética es por ambas caras. La flecha es en sobrerrelieve de acrílico blanco sólido de 5mm.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color 80% negro, tamaño 100 pts, mayúsculas. Máximo 2 líneas de texto.

**30 x 30 Elemento colgado o usado como bandera**

Elemento considerado sobre mesones de atención al público, para identificar módulos independientes. Se considera en base de aluminio compuesto, número en acrílico sólido en sobrerrelieve 5mm (en el caso de induacril proveedor, el naranja es 451, verde 443, azul 425) según el área donde se ubiquen. Esta señalética es por ambas caras. El texto es en color negro al 80%. en adhesivo troquelado

**Tipografía:**

Texto: ITC Avant Garde Gothic Std Medium, color 80% negro, tamaño 85 pts, mayúsculas.

Número: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 500 pts. Color según el área o edificio.

Planta

RECEPCIÓN  
MEDICINA NUCLEAR

CAJA



ESTACIÓN ENFERMERÍA



1

RECEPCIÓN

2

CAJA

3

INFORMACIONES

Planta



## Adhesivos

### Solido impreso

Se contemplan gráficas adhesivas en ubicaciones que requieren de la identificación de un recinto, módulo de atención, o elemento siempre y cuando la superficie correspondiente sea lisa y no permita la instalación de un Vista System u otro elemento volumétrico (por ejemplo en puertas, mamparas, muros u otros elementos de cristal, metal o acrílico). Los adhesivos más comunes son de 30 x 10 cm, 30 x 15 cm, 20 x 20 cm o tamaño carta. También es posible contemplar gráficas de tamaños o formas especiales, para elementos específicos o únicos.

### 30 x 10 / 30 x 15

Letrero de adhesivo vinílico impreso con terminación mate, para identificar recintos o áreas que no permitan instalación de VS y/o requieren de mayor limpieza (zonas estériles). Color: pantone según el edificio correspondiente, texto en blanco.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 82 pts, mayúsculas y minúsculas. Máximo 2 líneas de texto en formato 30 x 10 cm y 3 líneas de texto en 30 x 15 cm.

### 20X20 / tamaño carta

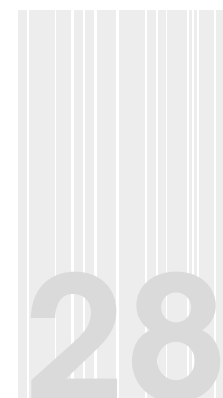
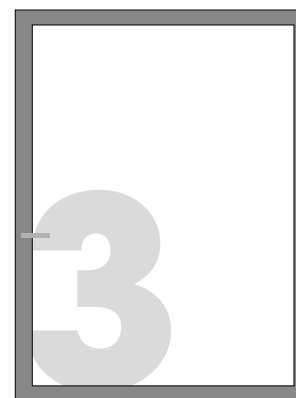
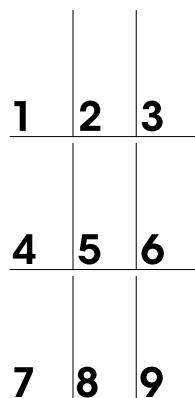
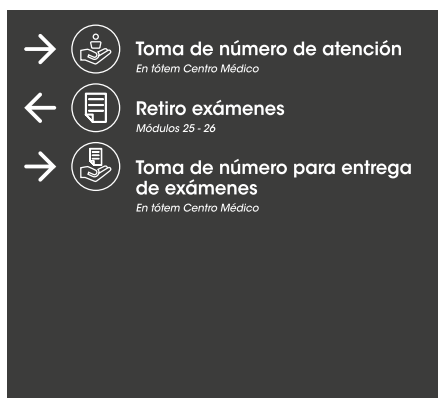
Letrero de adhesivo vinílico impreso con terminación mate, para identificar módulos de atención que contemplan una ventana o un soporte de acrílico entre el funcionario y el público general. Color: pantone según el edificio correspondiente, texto en blanco.

**Tipografía:** Número: ITC Avant Garde Gothic Std Medium, tamaño 550 pts.



## Troquelados

En ubicaciones con superficies de cristal, metal, u otro revestimiento en que no es conveniente la instalación de elementos volumétricos, se pueden contemplar gráficas adhesivas troqueladas. Las características de estos elementos son variadas según su uso, siendo los más comunes: señalar la circulación hacia servicios de la Fundación (reemplazando al elemento (C)), identificar casilleros o pabellones, e incorporar restricciones a mamparas (elementos especificados en el Manual de Señalética de Seguridad y Prevención). También pueden considerarse gráficas troqueladas para identificar módulos de atención (como cajas o recepciones), mamparas, puertas correderas, camas o sillones de tratamiento, botones con espacio limitado para su señalización, tótems de autoatención, y otros elementos que lo requieran debido a las condiciones de su superficie.



Presione botón para abrir puertas

**MANTENER CERRADO**



**RETIRE AQUÍ  
SU NÚMERO DE  
ATENCIÓN**

**Caja**

## Consultas y salas de procedimiento

### Números de consultas o salas de procedimientos

Letrero de compuesto de aluminio de 30 cm x altura de la puerta (piso a cielo) y 3 mm de espesor, troquelado con el número correspondiente, Lamitech detrás del aluminio compuesto. Placa imantada de acrílico efecto espejo con nombre del doctor. Consulta o sala de procedimiento, en adhesivo troquelado 80% negro. Se fija al muro o revestimiento existente con doble contacto grado ingeniería.

Lamitech Naranja 2239MT

Lamitech Azul 2221 MT

### Placa doctor

**El texto incorpora los siguientes elementos:** Abreviatura de la especialidad del profesional (Dr., Dra., Ps.) + Nombre + Primer apellido + Inicial del segundo apellido.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 65 pts.

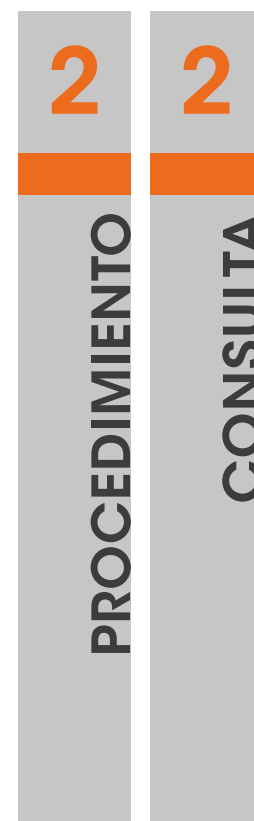
### Placa metálica para letrero imantado intercambiable

Placa de acero inoxidable cepillado, para soportar señalética imantada intercambiable (especificada en Manual de Señalética de Seguridad y Prevención).

La placa contempla sus cantos pulidos y bordes redondeados y va fijado con doble contacto grado ingeniería al soporte correspondiente.

### Buzones

Porta folletos de acrílico de 3 mm de espesor con gráfica adhesiva impresa, efecto espejo. Se fija a la estructura del buzón corporativo con 2 embellecedores de acero inoxidable, de 15 mm de diámetro.



### Letreros corporativos

Letrero volumétrico en acero inoxidable, adherido a muro. Logo e isotipo con espesor 5 cm y texto “Juntos contra el cáncer” con espesor 3 cm.

### Acrílicos con gráfica efecto espejo

Letreros de diferentes tamaños en acrílico de 3 mm y bordes redondeados, con gráfica adhesiva impresa efecto espejo.

### Estacionamientos

Todo elemento instalado en los estacionamientos debe ser resistente y durable. Se privilegian los elementos metálicos electropintados o de trovicel, con adhesivo fotoluminiscente o reflectante según se requiera en cada caso. También se contempla señalética pintada directamente sobre muros y pilares. No se permiten Vista System u otros elementos con papel impreso en esta ubicación. Para especificaciones técnicas de cada elemento, revisar Manual de Señalética de Edificio Norte.



Presione  
botón  
para  
abrir  
puertas



## Vista System

### Vista System 30X15 WFP 92 a muro

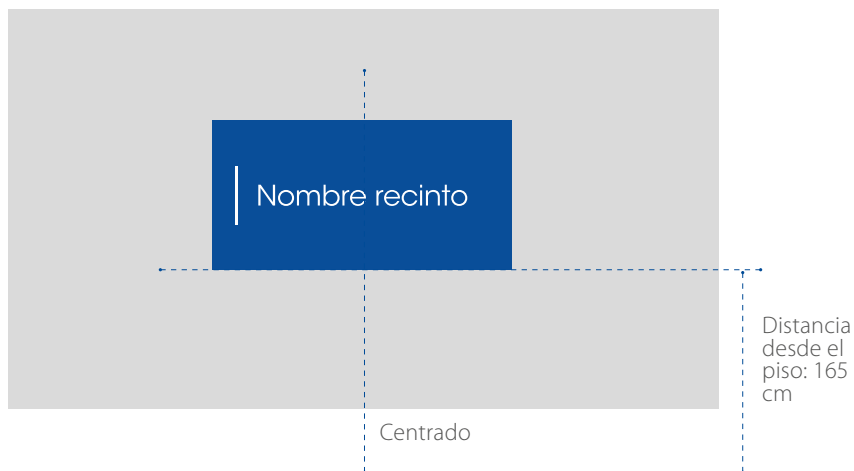
Para señalar recintos correspondientes a las unidades de la Fundación (por ejemplo: oficinas, sala reuniones o laboratorios) que no sean servicios menores y que tengan puertas sólidas, se contemplan letreros Vista System de 30 x 15 cm con papel vinílico impreso en el color correspondiente al edificio donde se ubiquen y su acrílico protector por el lado mate. El Vista System se debe instalar centrado verticalmente en la puerta y a 165 cm desde el piso, según esquema.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color blanco tamaño 82 pts. Máximo 3 líneas de texto, solo la primera letra va en mayúscula.

### Vista System 30X10 WFP 92 a muro

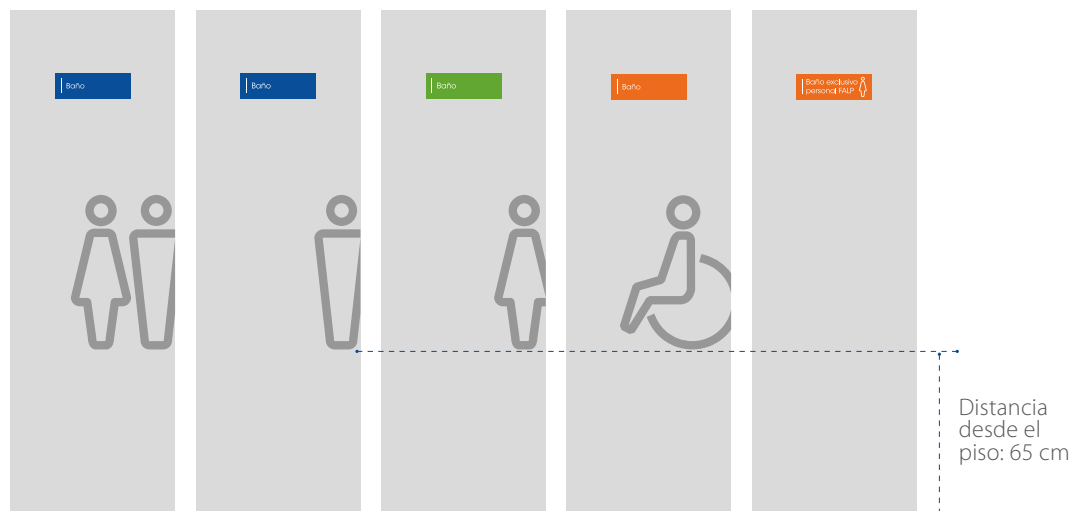
Para señalar recintos de servicios menores (por ejemplo: baños, vestidores, salas de estar, salas aseo, salas REAS, bodegas, ropa sucia o área sucia) y que tengan puertas sólidas, se contemplan letreros Vista System de 30 x 10 cm con papel vinílico impreso en el color correspondiente al edificio donde se ubique y su acrílico protector por el lado mate. El Vista System se debe instalar centrado verticalmente en la puerta y a 165 cm desde el piso, según esquema.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color blanco tamaño 82 pts. Máximo 2 líneas de texto, solo la primera letra va en mayúscula.



## Baños

Todos los baños contemplan Vista System 30 x 10 cm, instalados de acuerdo al punto anterior (E). Los baños de uso exclusivo de personal incorporan su ícono correspondiente en el Vista System, mientras que los baños de uso público incorporan además una gráfica de 73 cm de altura en vinilo adhesivo Metamark color Silver troquelado instalada en el costado derecho de la puerta.



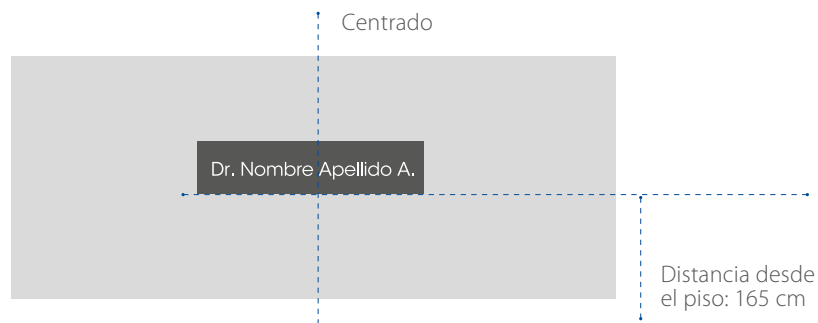
## 30 x 7 WFP a muro

Para incorporar los nombres de los profesionales de salud a sus consultas respectivas, se contemplan letreros Vista System de 30 x 7 cm con papel vinílico impreso en color gris (80% black) y texto blanco. El Vista System se debe instalar centrado verticalmente en la puerta y a 165 cm desde el piso, con su acrílico protector por el lado mate.

### El texto incorpora los siguientes elementos:

Abreviatura de la especialidad del profesional (Dr., Dra., Ps.) + Nombre + Primer apellido + Inicial del segundo apellido.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 65 pts.



## Señalética para puertas

### 30X15 a puertas (eventualmente a muro)

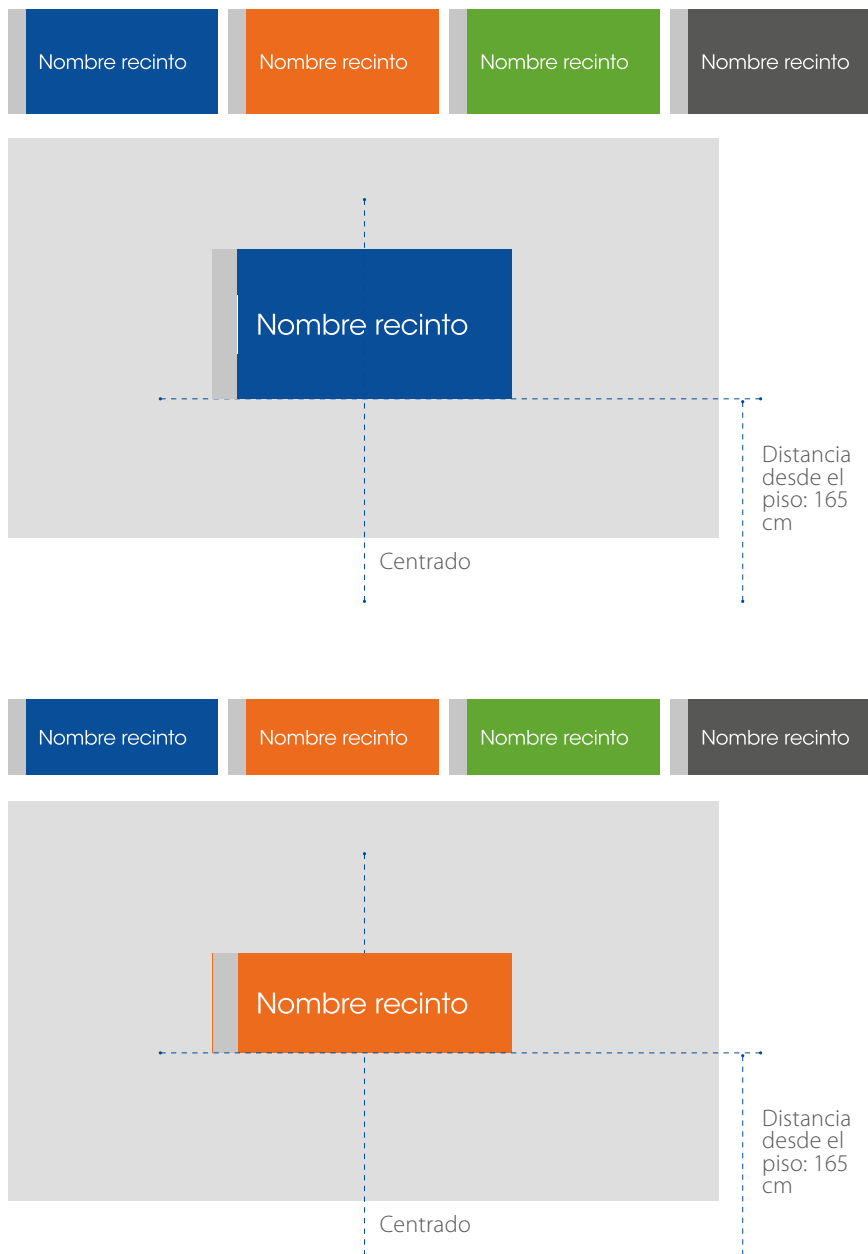
Para señalar recintos correspondientes a las unidades de la Fundación (por ejemplo: oficinas, sala reuniones o laboratorios) que no sean servicios menores y que tengan puertas sólidas, se contempla aluminio compuesto con acrílico efecto espejo 30 x 15 cm. El color corresponderá al edificio donde se ubiquen y en caso de ser genérico sera en negro al 80% Se debe instalar centrado verticalmente en la puerta y a 165 cm desde el piso, según esquema.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color blanco tamaño 82 pts. Máximo 3 líneas de texto, solo la primera letra va en mayúscula.

### 30X10 WFP a puertas (eventualmente a muro)

Para señalar recintos de servicios menores (por ejemplo: baños, salas de estar, salas aseo, salas REAS, bodegas, ropa sucia o área sucia) y que tengan puertas sólidas, se contempla aluminio compuesto con acrílico efecto espejo 30 x 15 cm. El color corresponderá al edificio donde se ubiquen y en caso de ser genérico sera en negro al 80% Se debe instalar centrado verticalmente en la puerta y a 165 cm desde el piso, según esquema.

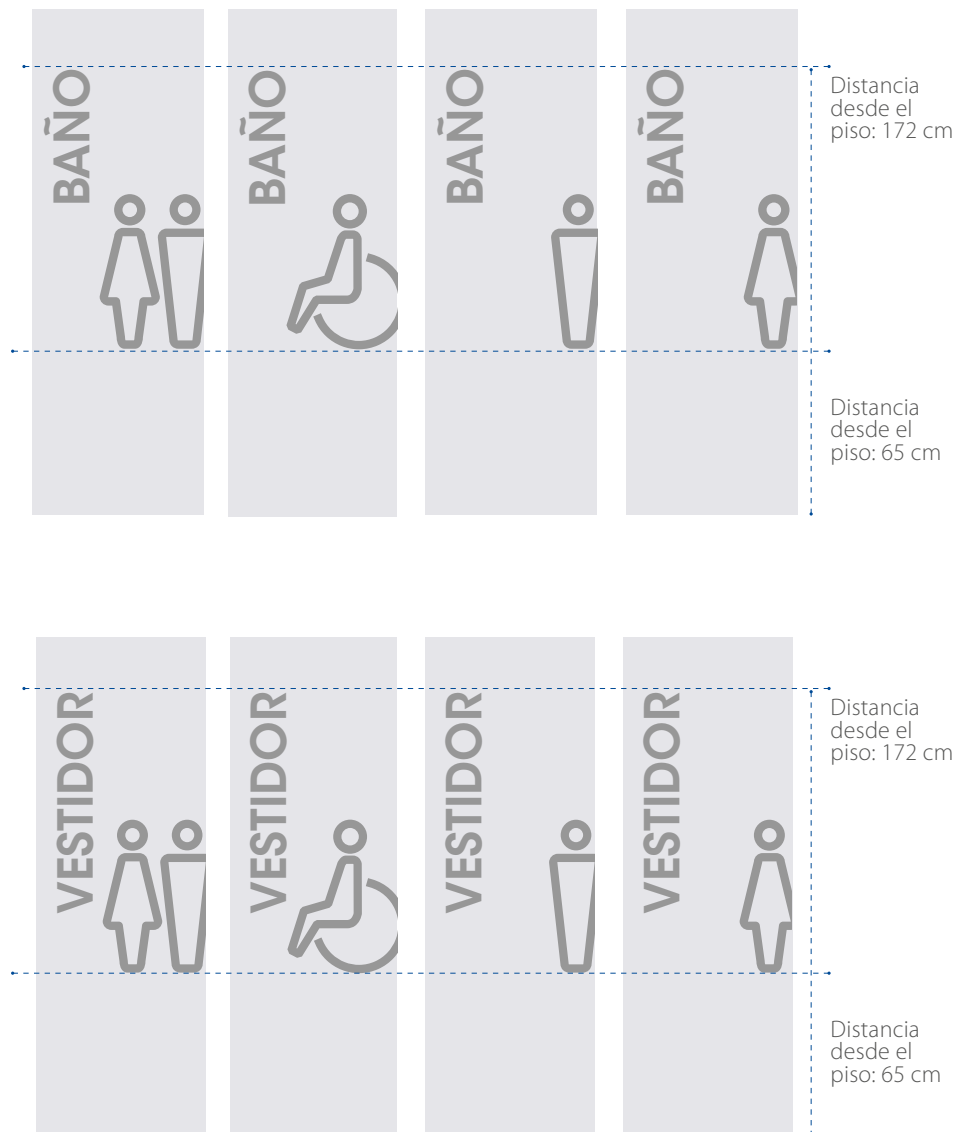
**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color blanco tamaño 82 pts. Máximo 2 líneas de texto, solo la primera letra va en mayúscula.



### Baños y vestidores

Los baños incorporan una gráfica de 73 cm de altura en vinilo adhesivo Metamark color Silver troquelado instalada en el costado derecho de la puerta.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, color Metamark color Silver troquelado instalada en el costado izquierdo de la puerta. tamaño 530 pts.



**10 x 15**

Para identificar elementos pequeños, como botones o citófonos, se contemplan:

- Vista System de 10 x 15 cm, WFP 25 a muro, con papel vinílico impreso en el color correspondiente al edificio donde se ubiquen y su acrílico protector por el lado mate. El Vista System se debe instalar de forma vertical y a 3 cm del elemento señalizado.
- Acrílico impreso efecto espejo de 10 x 15cm en el color correspondiente al edificio donde se ubiquen.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 55 pts.

**20 x 20**

Para señalar box de atención y/o servicios de uso público que requieren visualizarse a lo largo de un pasillo, se contemplan banderas:

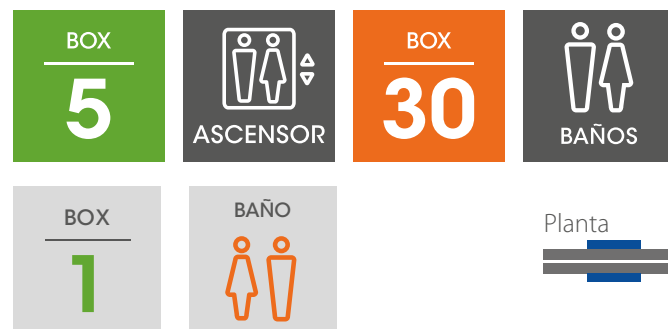
- Vista System tipo bandera de 20 x 20 cm, FS7 Bandera, con doble papel vinílico impreso y sus acrílicos protectores por el lado mate. Se fijan a 200 o 220 cm desde el piso (según el nivel de tránsito del pasillo) y, en caso de requerir más de un letrero, con una separación de 3 cm entre sí.
- Aluminio compuesto por ambas caras, Texto en adhesivo troquelado 80% negro. Números o íconos en acrílico troquelado sólido de 4mm. Si es marca Induacril: Verde código 445 - Naranja código 451 -Azul código 425.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 72 pts. 80% negro. texto adhesivo troquelado. - ITC Avant Garde Gothic Std Book, tamaño 300 pts. acrílico troquelado 4mm, color correspondiente al edificio donde se ubiquen.

**Letreros provisorios**

Se permiten letreros provisorios, para elementos que deben implementarse de forma urgente, hasta que pueda ser reemplazado por el elemento definitivo. Se contemplan letreros en tamaño carta, impresos en el color correspondiente al edificio en el cual se ubica.

**Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic Std Medium, tamaño variable.





## Señalética de **seguridad**

---

Toda señalética de seguridad y prevención debe instalarse respetando las indicaciones de este manual y asegurando no interferir con la demás señaléticas instaladas. En caso de requerir alguna modificación a lo establecido, ésta debe ser validada por la agencia de diseño y el área correspondiente de FALP.

## Trovicel o sintra

### Fotoluminiscente cuadrado

Trovicel o sintra de 3 mm de espesor con bordes redondeados + impresión en vinilo adhesivo fotoluminiscente. Fijación a muro con cinta doble contacto grado ingeniería. Tipografía: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño variado.

En el caso de la flecha sola:

Acrílico (induacril 5mm, código color 441)

Flecha pegada fotoluminiscente  
borde redondeado



20 x 20 cm.  
Altura: en puerta de gabinete o, en su defecto, a 200 cm desde el piso.  
Texto: 67 pts.



20 x 20 cm.  
Altura: en puerta de gabinete o, en su defecto, 165 cm desde el piso.  
Texto: 67 pts.



Identificando cada extintor, a 95 cm desde el piso, se contempla un acrílico clear de 8 x 8 cm y 2 mm de espesor, con gráfica adhesiva efecto espejo. Fijación con cinta doble contacto grado ingeniería.



20 x 20 cm.  
Altura: en puerta de gabinete o, en su defecto, a 200 cm desde el piso.  
Texto: 67 pts.



20 x 20 cm.  
Altura: 75 cm desde el piso.  
Texto: 67 pts.



20 x 20 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.  
Texto: 67 pts.



15 x 15 cm.  
Altura: 140 cm desde el piso.  
Texto: 50 pts.



20 x 20 cm.  
En puerta de gabinete. Texto: 14, 20, y 28 pts.



15 x 15 cm.  
Altura: 188 cm desde el piso (sobre A9).  
Texto: 42 pts.



15 x 15 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.  
Texto: 42 pts.



20 x 20 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.  
Texto: 54 pts.



20 x 20 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.



20 x 20 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.  
Texto: 54 pts.



20 x 20 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.  
Texto: 54 pts.



20 x 20 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.  
Texto: 54 pts.



20 x 20 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.  
Texto: 54 pts.



15 x 15 cm.  
Altura: 211 cm desde el piso (sobre A8).  
Texto: 42 pts.



15 x 15 cm.  
Altura: 211 cm desde el piso (sobre A8).  
Texto: 42 pts.



15 x 15 cm.  
Altura: 211 cm desde el piso (sobre A8).  
Texto: 42 pts.



15 x 15 cm.  
Altura: 211 cm desde el piso (sobre A8).  
Texto: 42 pts.

### Fotoluminiscente rectangular

Trovicel de 30 x 40 cm y 3 mm de espesor con bordes redondeados + impresión en vinilo fotoluminiscente. Fijación a muro con doble contacto grado ingeniería.



\*Estas gráficas pueden ser con o sin el texto "SALIDA DE EMERGENCIA EN PISO -1", según los requerimientos de Prevencionista de Riesgo. Ubicación: centrado en muro o puerta correspondiente, a 165 cm desde el piso. Tipografía: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 100 y 60 pts.

**USE SÓLO EN CASO DE EMERGENCIA**

\*Las puertas de acceso a Escaleras de Emergencia contemplan además el texto "USE SÓLO EN CASO DE EMERGENCIA" en vinilo adhesivo blanco troquelado, por debajo del letrero correspondiente y a 135 cm desde el piso. Tipografía: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 150 pts, mayúsculas.



\*Altura: 180 cm desde el piso. Tipografía: Univers LT Std 65 Bold, tamaño 115 pts o 78 pts (solo E11).



\*Ubicación: centrado en muro o puerta correspondiente, a 165 cm desde el piso. Tipografía: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 130 pts (E13 y E14) y 100 pts (E15 a E18).

### Fotoluminiscente rectangular a muro

Trovicel de 30 x 40 cm y 3 mm de espesor con bordes redondeados + impresión en vinilo fotoluminiscente. Fijación a muro con doble contacto grado ingeniería.

Colgante (induacril 5mm, color 441), corte recto.  
Imagen y texto papel fotoluminiscente troquelado por ambos lados.



50 x 25 cm. Texto: 115 pts.



50 x 25 cm. Texto: 115 pts.



40 x 20 cm. Texto: 78 pts.



40 x 20 cm. Texto: 78 pts.



40 x 20 cm. Texto: 78 pts.

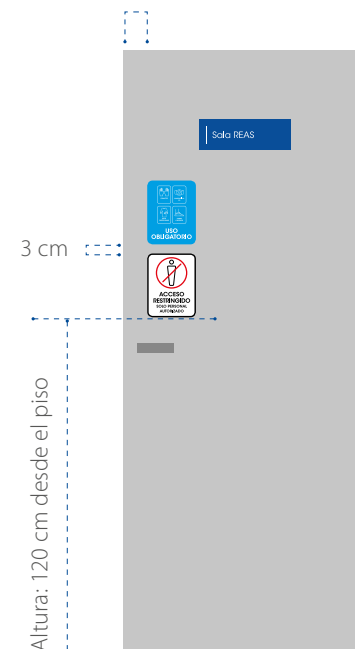
# Adhesivos

## Sólido rectangular

Gráfica impresa en papel vinílico autoadhesivo. Tamaño: 21 x 16 cm con bordes redondeados. Tipografía: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 54 y 36 pts. Ubicación: en muro, a 165 cm desde el piso y alineado al elemento correspondiente (ej. contenedor de material clínico); en puerta sólida, según esquema.



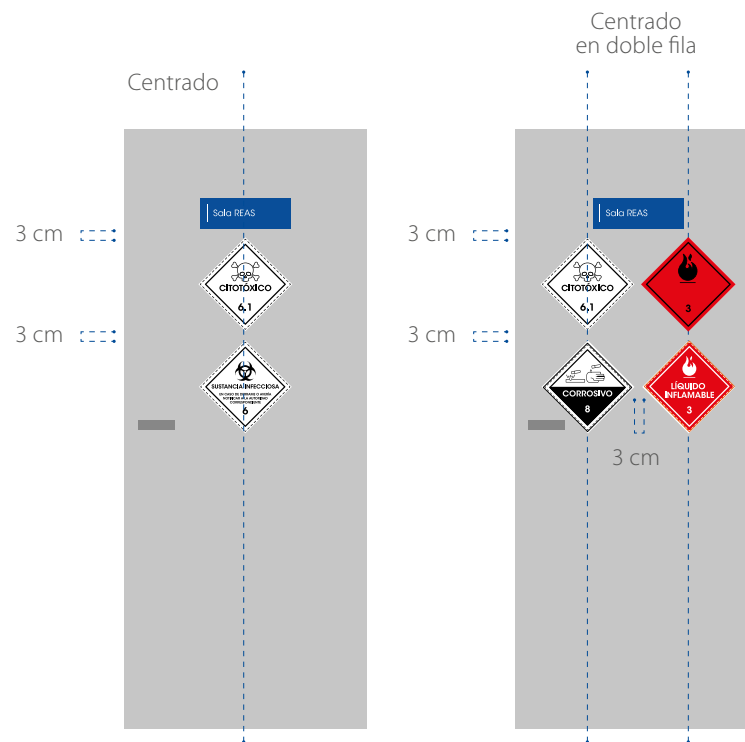
Margen desde marco (costado con manilla): 8 cm



### Solido cuadrado

Gráfica impresa en papel vinílico autoadhesivo. Tamaño: 30 x 30 cm, bordes rectos.

**Ubicación:** En muro, a 165 cm desde el piso y alineado al elemento correspondiente (ej. basurero o máquina). En puerta sólida, instalado centrado en el eje vertical y 3 cm por debajo del Vista System.



### Adhesivo transparente en fondo claro

Adhesivo transparente opaco, tamaño: 21 x 16 cm. Tipografía: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 54 y 36 pts. Instalación en superficies de vidrio de color claro o transparente, según los márgenes indicados en el manual de Señalética General.

### Adhesivo transparente en fondo oscuro

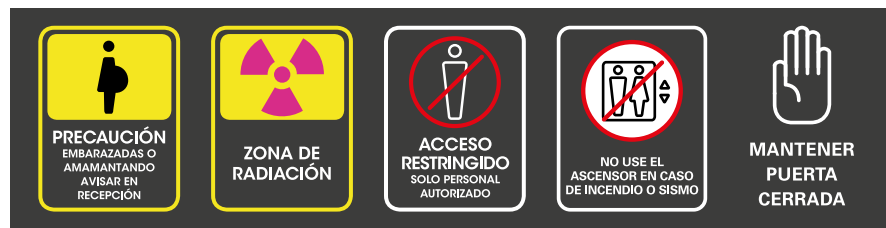
Vinilo adhesivo troquelado con texto blanco, tamaños variados. Tipografía: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 54 y 36 pts. Instalación en superficies de vidrio de color oscuro o en superficie metálica, según los márgenes indicados en el manual de Señalética General.

\*En caso de ser necesario, este elemento puede ser instalado en puertas sólidas, respetando las indicaciones establecidas en este manual para los letreros tipo F (a 120 cm desde el piso y con un margen de 8 cm desde el marco de la puerta). En caso de instalarlo en conjunto a otras restricciones, éste debe ser el de más abajo.

### Escaleras mecánicas

Vinilo adhesivo troquelado, para ser instalado sobre vidrio. Cada ícono tiene 8 cm de diámetro.

Adhesivo sólido de 30cm, para ser puesto en protección de subida de escalera.



21 x 16 cm. Altura: variable.

21 x 17 cm.  
Altura: 120 cm desde el piso.

21 x 13 cm.  
Altura: 120 cm desde el piso.



## Acrílico con adhesivo efecto espejo

Acrílico clear de 21 x 16 cm y 3 mm de espesor, con bordes redondeados y gráfica adhesiva impresa efecto espejo. Fijado a muro con cinta doble contacto grado ingeniería, a 165 cm desde el piso. Tipografía: ITC Avant Garde Gothic Std Demi, tamaño 54, 36 y 14 pts.



## Acero galvanizado

Letrero de acero galvanizado con bordes redondeados + impresión en vinilo adhesivo reflectante, instalado a la intemperie.



90 x 110 cm.  
Altura: variable.



30 x 40 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.



21 x 16 cm.  
Altura: 165 cm desde el piso.

## Letrero imantado

Gráfica removible imantada impresa, para ser colocada sobre una placa de acero inoxidable cepillada, fijada a muro, puerta o mampara.



20 x 20 cm.



20 x 20 cm.



20 x 20 cm.



20 x 20 cm.



20 x 20 cm.



20 x 20 cm.



20 x 20 cm.



20 x 20 cm.



20 x 20 cm.



20 x 10 cm.



20 x 10 cm.



20 x 10 cm.