

Medellín, Junio 27 del 2024

ASUNTO: Solicitud de cesantías.

Buenos días, Sres. Hernán Ocazonez,

Yo, Juan Esteban Ospina Zapata, identificado con **Cédula de Ciudadanía** No. **1000568634** de Caldas, Antioquia, me dirijo a ustedes muy respetuosamente para solicitar la liberación de mis cesantías con el fin de realizar el pago de mi matrícula universitaria.

Agradezco de antemano la atención y colaboración prestada.

Atentamente,

Juan Esteban Ospina Zapata
1000568634



HERNÁN OCAZIO NEZ Y CIA S.A.S.
SISTEMAS DIAGNÓSTICOS

INGRESO: 13 269465 **NOMBRE:** SANDRA ZAPATA ESPINOSA
DOCUMENTO: 43688777
ENTIDAD: COMFAMA VIDA SUSALUD **FECHA:** 28/06/2024 10:21
ESTUDIO: ULTRASONOGRAFÍA PELVICA GINECOLOGICA TRANSVAGINAL
EDAD: 45 Años

TÉCNICA: Se realiza ayuda diagnóstica según protocolos de bioseguridad institucionales y con los elementos de protección personal recomendados por la normatividad vigente para la actividad.

Previo consentimiento informado verbal, se realiza ecografía transvaginal con sonda endocavitaria de alta resolución

INDICACIÓN: Hemorragia uterina anormal

UTERO:

Posición. RVF

Forma: contornos regulares parénquima heterogéneo.

Diametros: longitudinal 81.7 mm, anteroposterior 55.4 mm, transverso 76.9 mm, volumen 182 cc

CÉRVIX: de aspecto normal.

ENDOMETRIO: vacío, mide 7.5 mm, uniforme, línea media endometrial, unión endometrial – miometrial interrumpida, SCORE 1 al flujo Doppler

OVARIOS:

Derecho: de aspecto normal, mide longitudinal 36.5 mm, anteroposterior 23 mm, transverso 20 mm, volumen 8.8cc

Izquierdo: de aspecto normal, mide longitudinal 39.1 mm, anteroposterior 11.3,mm, transverso 12.4 mm, volumen 2.3 cc

FONDO DE SACO DOUGLAS: Libre.

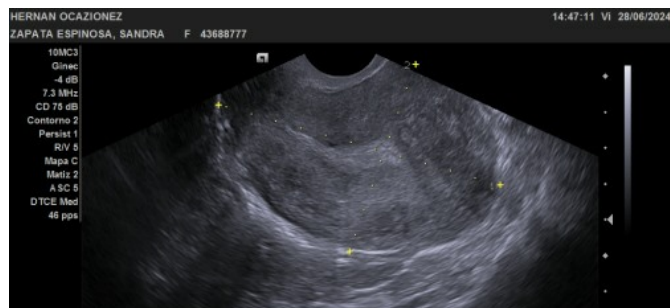
OBSERVACIONES: Miometrio heterogéneo por la presencia de imagenes hipoecogénicas que proyectan sombra acústica posterior, muchas de ellas incipientes, de las mas grades haremos mención:

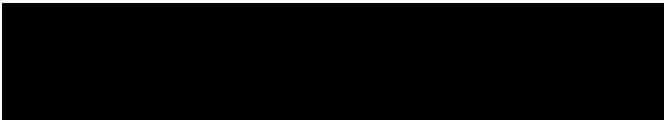
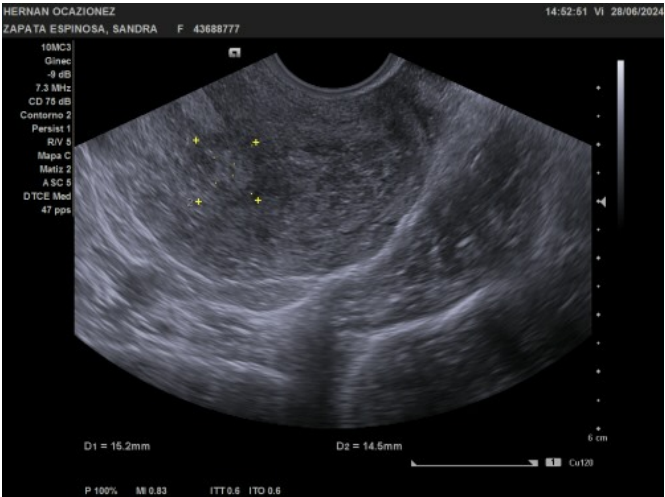
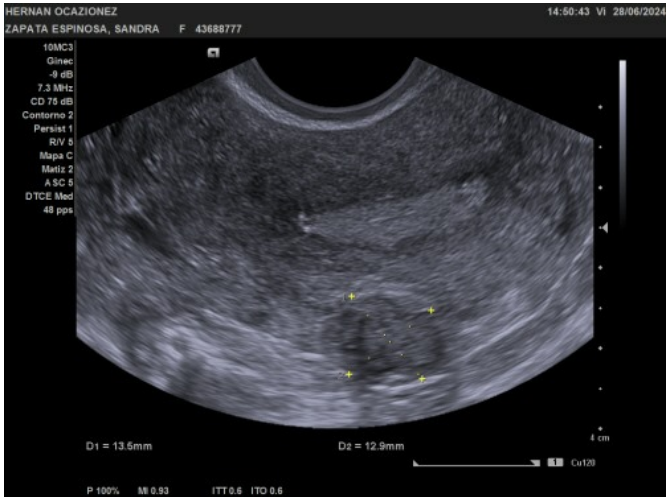
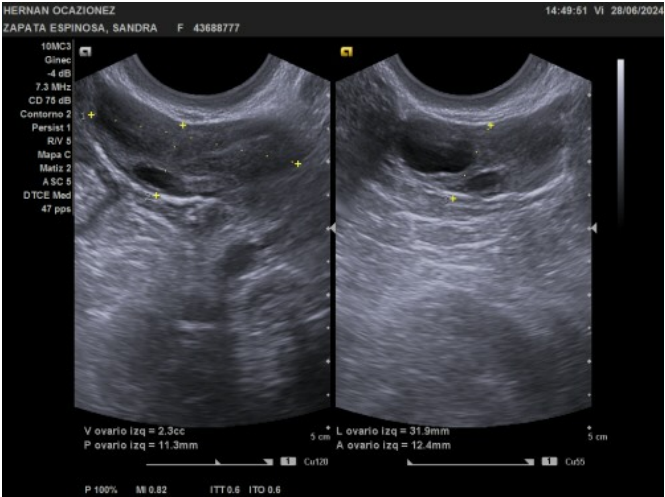
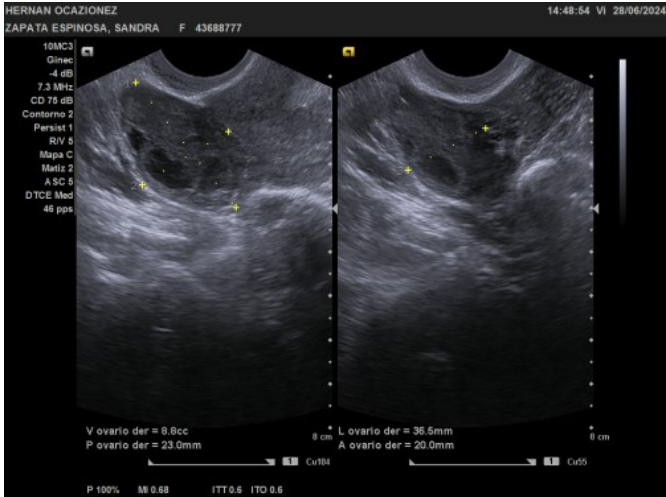
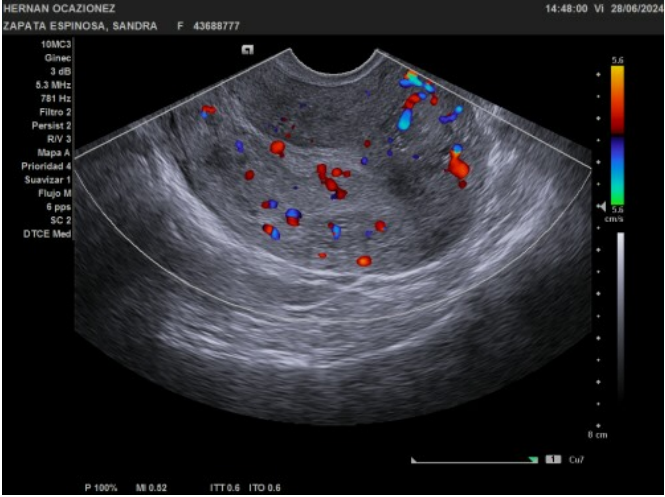
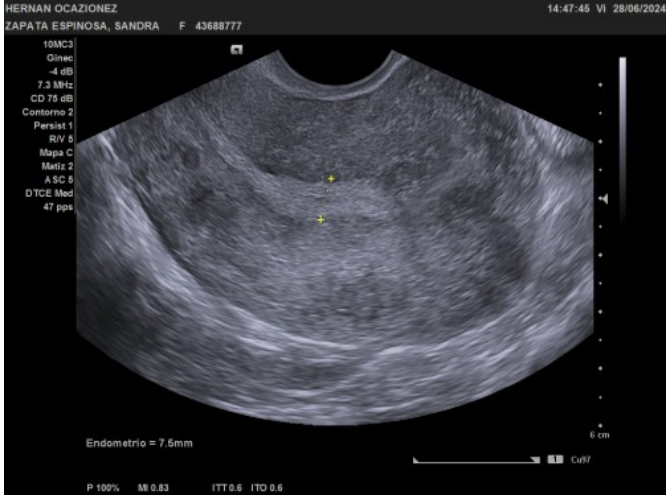
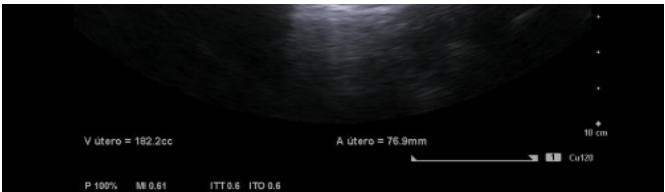
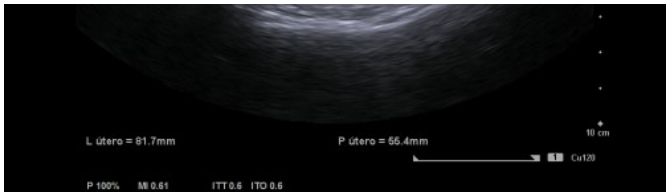
Parte posterior fondo uterino imagen compatible con mioma subseroso FIGO 6 de 13 x 13 mm.

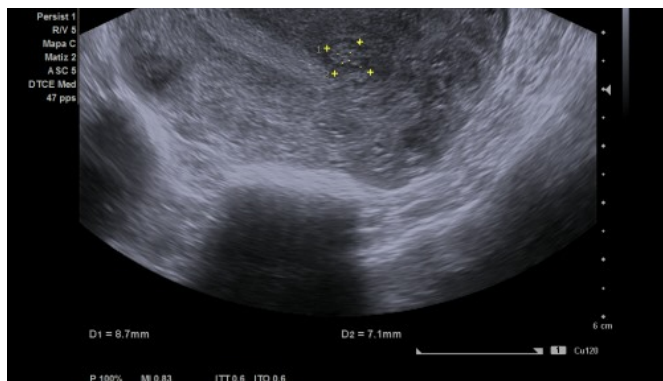
Cerca al segmento se evidencia imagen de 15 x 14 mm compatible con mioma FIGO 2. En esta misma localización imagen de 8 x 7 mm, compatible con mioma FIGO 2.

CONCLUSIÓN:

MIOMATOSIS UTERINA, SE SUGIERE HISTEROSCOPIA.







Ginec Report

Dra Carolina Soto Vinasco
CC 43978843
RM 5-0123-09
30/06/2024 12:19 p.m.

SOTO VINASCO CAROLINA

Advertencia:

El Vo. Bo. Firmado por el médico especialista , se refiere a la correcta redacción y concordancia entre el estudio solicitado y la transcripción.

Manual de Identidad Corporativa de:



HERNÁN OCAZIONEZ Y CIA S.A.S.
SISTEMAS DIAGNÓSTICOS

Tabla de contenido

3
Introducción

4
Concepto de
marca

5
Logo
corporativo

6
Planimetría
del logo

7
Aplicaciones
permitidas

8
Aplicaciones
no permitidas

9
Variaciones
del logo

10
Colores de
marca

11
Tipografía de
marca

12
Papelería
institucional

13
Presentaciones

14
Personajes
institucionales

15
Campañas
institucionales
internas

16
Campañas
institucionales
externas

Introducción

3

Desde **1978** Hernán Ocazonez y CIA S.A.S. es una institución que ha estado comprometida con la prestación de servicios idóneos y generación de valor para sus clientes, usuarios y comunidad en general. En su proceso de crecimiento ha venido desarrollando de manera exitosa, proyectos que mejoran la imagen de la institución.

Siguiendo esta misma línea de actuación, la institución ha creado el siguiente **Manual de Identidad Corporativa**, con el objeto principal de convertirse en un instructivo que dicte las pautas en la ejecución y aplicación de la imagen corporativa en cada una de sus piezas gráficas y posibles usos.

Para cualquier duda o inquietud sobre la forma de utilizar este manual y el material en él, se hacer pertinente contactar a la persona encargada de la marca, teniendo presente que es fundamental resolverla antes de realizar todo tipo de pieza gráfica o producción de cualquier índole.

Contacto:

E-mail: comunicaciones@hernanocazonez.com

Tel: 4600110 ext. 184

Concepto de marca

4

Hernán Ocazonez y CIA S.A.S. debe su nombre a su principal fundador, el médico radiólogo Hernán Ocazonez, quien en el año 1978 inicia esta empresa que hoy representa el aliado estratégico de muchas entidades y el sustento económico de más de 100 familias.

La institución cuenta con cuatro públicos objetivos con el cual comunicarse, comprendidos estos como los clientes institucionales, los médicos tratantes, los usuarios particulares y los clientes internos (equipo de trabajo).

A los clientes institucionales y médicos tratantes, la voz de la marca se centra en la generación de valor a través de la innovación, el seguimiento, la tecnología, la flexibilidad, la seguridad, la calidad, la pertinencia, la multicanalidad, la accesibilidad, el acompañamiento y la transparencia.

A los usuarios particulares la seguridad garantizada, la experiencia, el profesionalismo, la amabilidad, la ubicación estratégica, la accesibilidad y finalmente, la oportunidad en la asignación de citas y entrega de resultados.

Al cliente interno la marca expone sus valores institucionales, los pilares estratégicos, la mejor gente y el sumo interés de crecer junto a cada uno.

Eslogan: Experiencia que brinda seguridad.

Logo corporativo

5



El logo (imagotipo) está compuesto por un isotipo, el logotipo y una definición comercial que comunican principalmente el nombre del fundador de la institución.

Isotipo: se compone de unas líneas que hacen alusión a una imagen diagnóstica y la abreviatura de radiografía (RX).

Logotipo: se ha utilizado la tipografía Century Gothic en negrilla.

Definición comercial: sistemas diagnósticos (escrita en Century Gothic regular).

Planimetría del logo

6



Las medidas del logo se deben conservar exactas y no se deben modificar por ningún motivo, para esto se ha conformado el logo dentro de una cuadrícula que estandariza las proporciones del mismo y el área de respeto que el logo maneja.

Tamaño mínimo del logo: 2cm de alto.

Aplicaciones permitidas

7

Las características del sistema gráfico permiten las siguientes variaciones del logo como parte de su imagen corporativa:



Nota: También es permitido el uso del logo en negro y gris.

Aplicaciones no permitidas

8

No son permitidas en cualquier circunstancia las siguientes aplicaciones del logo, porque deterioran la continuidad e identificación de la marca.



No se permite cambiar la tipografía del logotipo, ni agregar palabras al mismo.



No se permite cambiar ningún elemento del isotipo.



No se permite distorsionar los tamaños del logo.



No se permite agregar trazos alrededor diferente al blanco, ni cambiar los colores.

Variaciones del logo

9

En algunos casos específicos el logo debe tener ciertas variaciones por cuestiones de producción, montaje, diagramación u otros.

Logo original:











Variación permitida:



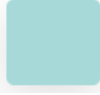
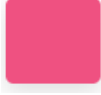


Colores de marca

10

Paleta principal:

	HEX: #14354e RGB: (20, 53, 78) HSL: (206, 59, 19) CMYK: (74, 32, 0, 69)		HEX: #00c298 RGB: (0, 194, 152) HSL: (167, 100, 38) CMYK: (100, 0, 22, 24)
	HEX: #0d1f2a RGB: (13, 31, 42) HSL: (203, 53, 11) CMYK: (69, 26, 0, 84)		HEX: #0dc27d RGB: (13, 194, 125) HSL: (157, 87, 41) CMYK: (93, 0, 36, 24)
	HEX: #00c1be RGB: (0, 193, 190) HSL: (179, 100, 38) CMYK: (100, 0, 2, 24)		HEX: #9ff4a7 RGB: (159, 244, 167) HSL: (126, 79, 79) CMYK: (35, 0, 32, 4)
	HEX: #bfbfbf RGB: (191, 191, 191) HSL: (0, 0, 75) CMYK: (0, 0, 0, 25)		HEX: #e5e5e5 RGB: (229, 229, 229) HSL: (0, 0, 90) CMYK: (0, 0, 0, 10)

Paleta secundaria:

	HEX: #a6d9d8 RGB: (166, 217, 216) HSL: (179, 40, 75) CMYK: (24, 0, 0, 15)		HEX: #ef5181 RGB: (239, 81, 129) HSL: (342, 83, 63) CMYK: (0, 66, 46, 6)
	HEX: #ffe385 RGB: (255, 227, 133) HSL: (46, 100, 76) CMYK: (0, 11, 48, 0)		HEX: #00a0b4 RGB: (0, 160, 180) HSL: (187, 100, 35) CMYK: (100, 11, 0, 29)

NOTA: Las tonalidades blanco y negro y la paleta secundaria pueden ser parte de los colores corporativos pero nunca ser protagonistas, se deberán utilizar solo en casos necesarios donde el contraste de la pieza lo amerite.

Tipografía de marca

11

Montserrat
(Con todas su variaciones)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12334567890 “#\$%&/()=?;¡

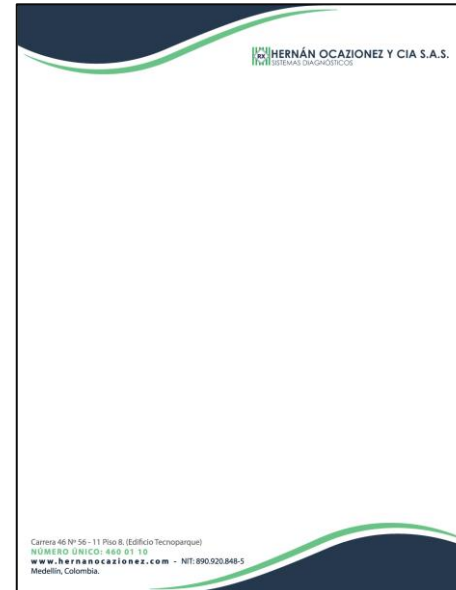
Papelería institucional

12

Para la papelería institucional la ubicación del imago tipo quedará ubicado siempre en lado superior derecho y tendrá un área mínima de 1 cm. de protección. En la parte inferior deberá llevar información de contacto y dirección.



Tarjeta de presentación



Hoja membrete

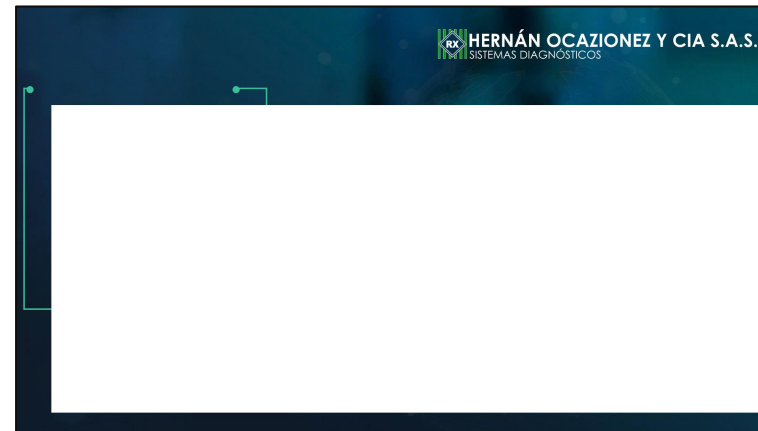


Carpeta

Presentaciones

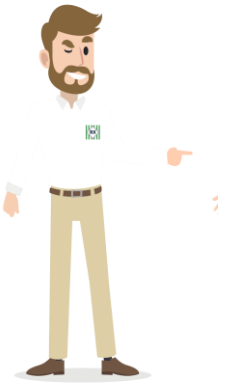
13

Las presentaciones institucionales deben ser manejadas según las aplicaciones básicas de las piezas publicitarias y los colores corporativos; para esto se define una plantilla en power point cada año, suministrada por el área de comunicaciones.



Personajes institucionales

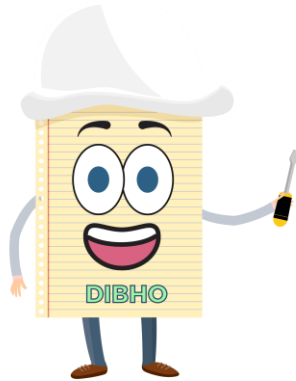
14

**Carlos**

Carlos es un empleado ejemplar de HO, que busca promover la cultura institucional, valores corporativos, promesa de valor, instrucciones, noticias internas y pilares estratégicos.

**Ana**

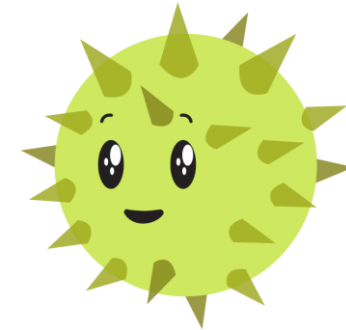
Ana es una empleada ejemplar de HO, que busca promover la cultura institucional, valores corporativos, promesa de valor, instrucciones, noticias internas y pilares estratégicos.

**Nota biomédica**

La nota biomédica tiene por objetivo inculcar una cultura institucional conforme al cuidado de los equipos biomédicos y además, la socialización de información sobre los servicios que se realizan en HO.

**Pildorín**

Pildorín es el héroe de HO, tiene por objetivo informar todo en relación a convenios institucionales e instrucciones sobre los mismos, así como también informar a los usuarios y pacientes datos interesantes sobre HO y sus servicios.

**Virulón**

Virulón es el antagonista de HO, no da buenos consejos y es el enemigo de la política ambiental, protocolos de bioseguridad y normas de comportamiento.

**Santa**

Santa es el personaje navideño de HO, destinado a la alegría y la comunicación durante esa temporada.

Campañas institucionales internas

15



Campaña que busca consolidar una cultura corporativa humanizada que brinde un servicio óptimo y de referencia para los usuarios.



Campaña que busca consolidar una cultura de ahorro, buen consumo, reciclaje y cuidado del medio ambiente en general.

Campañas institucionales externas

16



Campaña de
Responsabilidad Social
Empresarial (RSE)
orientada a la promoción y
prevención del cáncer de
pulmón.



Campaña de
Responsabilidad Social
Empresarial (RSE)
orientada a la promoción y
prevención del cáncer de
mama.



HERNÁN OCAZONEZ Y CIA S.A.S.

SISTEMAS DIAGNÓSTICOS

De la correcta interpretación y aplicación de estas normas en cada pieza gráfica, se logrará mantener una imagen positiva de la institución, favoreciendo así, la comprensión de nuestros usuarios y la recordación de marca.

Realizado por el área de Comunicaciones.
Fecha de realización: Enero, 2021.