



# Informe de Transición Gubernamental 2024

---

**Departamento de Comunicaciones**

Administración de Compensaciones  
por Accidentes de Automóviles

Omar A Crespo Díaz  
Director de Comunicaciones  
**Departamento de Comunicaciones**

# Tabla de Contenido



- I. Introducción ..... 3
- II. Base Legal..... 5
- III. Misión y Visión ..... 7
- IV. Estructura u Organigrama Organizacional..... 8
- V. Estructura Programática ..... 10
- VI. Logros..... 11
- VII. Otros ..... 21
- VIII. Anejos..... 22

# I. Introducción

---

En la actualidad, la Comunicación Integrada contempla la fusión de las especialidades de mercadeo, publicidad, y las relaciones públicas. Esta nueva disciplina permite a las organizaciones consolidar sus mensajes, estrategias comunicativas y de mercadeo, a través de diversos canales y plataformas. Su implementación efectiva se convierte en un factor diferenciador para las corporaciones que buscan ganar la atención y confianza de sus clientes. Además, busca llevar un mensaje unificado desde varios ángulos, con el objetivo de establecer relaciones que sean rentables y efectivas, así como desarrollar estrategias integradas de posicionamiento, imagen e identidad dentro de la corporación.

Bajo esta premisa, se creó el Departamento de Comunicaciones de la Administración de Compensaciones por Accidentes de Automóviles (ACAA), que tiene como propósito apoyar las estrategias de la Corporación, proporcionar coherencia e integración entre los objetivos, planes y acciones de la dirección ejecutiva, así como la difusión de información, gestión de imagen y el fortalecimiento de las relaciones con el público.

El Departamento se enfoca en la investigación, diseño y ejecución de planes estratégicos que aborden de manera efectiva y asertiva las diversas audiencias que reciben servicios de la ACAA. El equipo de Comunicaciones juega un papel esencial e importante para la organización, trabaja en estrecha cooperación con otros departamentos para incorporar la visión creativa mediante iniciativas comunicativas, tanto para el público interno como para el externo.

Desde la creación del Departamento de Comunicaciones en 2021, no se ha requerido la contratación de servicios profesionales o consultivos en el campo de las comunicaciones, relaciones públicas, mercadeo o artes gráficas, ya que el personal adscrito a este departamento se encarga de cada uno de estos esfuerzos. Entre ellos se encuentra la creación de campañas publicitarias, videos, piezas gráficas, anuncios de radio y televisión, contenido para redes sociales, fotos aéreas, fotografía de eventos, rotulación, entre muchos otros.



Igualmente, el Departamento de Comunicaciones es el responsable de planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades de comunicaciones internas, externas y de publicidad que involucren todas las audiencias de la ACAA. Algunas de las funciones que ejerce el departamento son las siguientes:





## II. Base Legal

---

La Administración de Compensaciones por Accidentes de Automóviles (ACAA) es una Corporación Pública, creada mediante la Ley Núm. 138 del 26 de junio de 1968, y derogada por la Ley Núm. 111 (20 de agosto de 2020), "Ley de Protección Social por Accidentes de Vehículos de Motor". Esta administra un seguro de servicios de salud y compensación única en su clase, creada en Puerto Rico, para beneficiar a los lesionados de accidentes de vehículos de motor y a sus dependientes.

El propósito de esta Corporación es reducir los trágicos efectos sociales y económicos producidos por los accidentes de tránsito sobre la familia y demás dependientes de los lesionados. La ACAA proporciona servicios médico-hospitalarios y de compensación a los lesionados y dependientes de víctimas fallecidas para evitar que queden en total desamparo económico.

Uno de los objetivos de la ley es fomentar y propiciar una institución ágil, moderna y dinámica, con un eficaz control de gastos para mantener las operaciones costo eficientes, que faciliten servicios de calidad y excelencia dirigidos a satisfacer las necesidades de los lesionados y a promover la prevención de accidentes de vehículos de motor.

Los poderes corporativos de la ACAA son ejercidos por una Junta de directores que será responsable de la administración de esta y de velar por que se pongan en vigor las disposiciones de la Ley. La Junta nombra al director (a) ejecutivo(a) responsable de cumplir con las disposiciones de la Ley, así como con las normas y procedimientos que establece esta Junta.

La ACAA es una institución ágil y dinámica, con todos sus sistemas operacionales integrados, que facilita servicios eficaces, de calidad y en el menor tiempo posible. Cuenta con servidores públicos capacitados y comprometidos con la excelencia en el servicio, dirigidos a satisfacer las necesidades de nuestros asegurados y a promover, mediante la educación, la prevención de accidentes de tránsito.

La ACAA administra un sistema de seguro y compensación por accidentes de tránsito mediante una prima obligatoria de \$35.00 al año, para todos los vehículos de motor autorizados. Esta provee una cubierta de servicios de salud a toda persona que sufra daños corporales, enfermedad, o muerte como consecuencia de un accidente de tránsito.

De igual forma, se incorporaron dos nuevas opciones de libre selección, la cubierta Plus por \$50.00 y Premium por \$70.00 al año al renovar tu marbete. Con estos nuevos productos, ampliamos las opciones y a su vez, proveemos una alternativa económica que le permite a los conductores asegurar su bienestar y la seguridad de su familia. Todas nuestras cubiertas proveen los siguientes servicios por un periodo de dos años a partir de la fecha del accidente:

- Servicios médicos-hospitalarios
- Compensación por incapacidad
- Compensación por muerte
- Compensación por desmembramiento y pérdida de visión
- Compensación por gastos de funeral
- Ambulancias terrestre o aérea
- Servicios Quiroprácticos
- Casa de Convalecencia
- Rehabilitación
- Equipo Médico
- Medicamentos

La ACAA también cuenta con una cubierta extendida para casos de paraplejia, cuadriplejia, traumas severos o fracturas múltiples, cuando así lo determine un Comité Médico creado por la Corporación. Además, ofrece compensación por incapacidad a los lesionados que como consecuencia de un accidente de tránsito tengan pérdida de ingreso.

# III. Misión y Visión

---

## Misión

Somos una entidad responsable de proveer un seguro de tipo social que procura reducir los trágicos efectos sociales y económicos producidos por los accidentes de tránsito sobre la familia y demás dependientes de los lesionados, proporcionando a estos, servicios médico- hospitalarios y unos ingresos que los libre de quedar en total desamparo y desvalimiento económico, así como compensaciones a los dependientes de las personas fallecidas en tales accidentes.

## Visión

Aspiramos a ser una institución ágil, modernizada y dinámica con todos sus sistemas operacionales integrados mediante tecnología e intercomunicación electrónica; facilitadora de servicios eficaces, de calidad y que responda en el menor tiempo posible a nuestros reclamantes; que cuente con un personal capacitado, competente y comprometido con la excelencia en el servicio; nos encaminamos a satisfacer las necesidades de nuestros asegurados y mediante la educación, promover la prevención de accidentes de tránsito.



## IV. Estructura u Organigrama Organizacional

---

El Departamento de Comunicaciones cuenta con cuatro divisiones principales; Administración, Diseño Creativo, Imprenta y Salón de Actividades. El departamento está estructurado de la siguiente manera:

### **Administrativo**

- Director de Comunicaciones
- Subdirector de Comunicaciones
- Gerente de Imagen y Diseño Corporativo
- Ayudante del Director
- Oficial de Comunicaciones

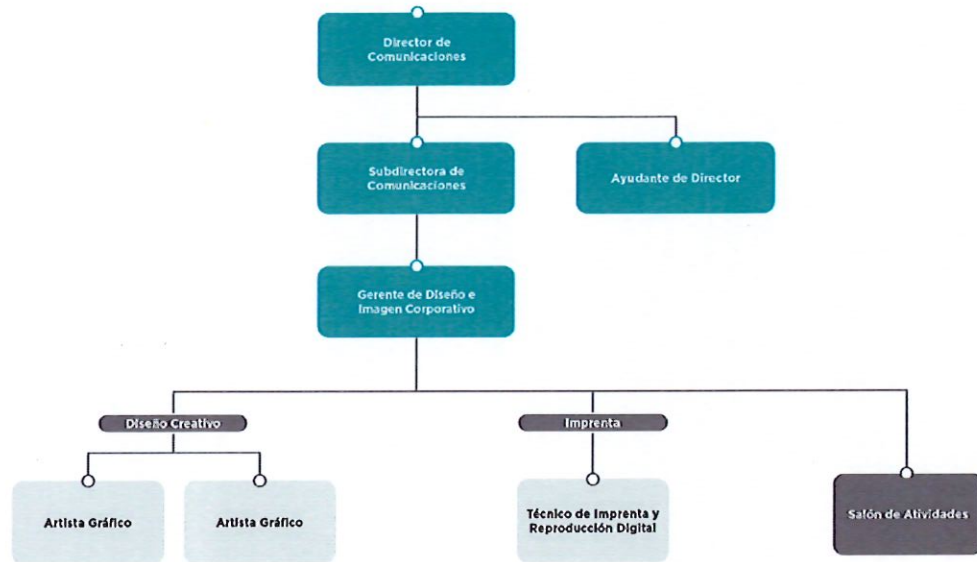
### **Diseño Creativo**

- Diseñador Gráfico
- Artista Gráfico

### **Imprenta**

- Técnico de Imprenta y Reproducción Digital

### **Salón de Actividades**



Revisión 10|2024

# V. Estructura Programática

---

## A. Plan de Trabajo y Plan Estratégico

El Departamento de Comunicaciones desarrolló un Plan de Comunicaciones anual con metas claras y definidas con el propósito de educar a las diferentes audiencias sobre los servicios y beneficios que ofrece la corporación, seguridad vial y sobre la importancia de la Ley Núm. 111-2020 para el bienestar de los ciudadanos. Así mismo, este plan buscaba aumentar la visibilidad de la ACAA en las diferentes plataformas digitales de la corporación, mediante campañas publicitarias y nuevas estrategias comunicativas para lograr un mayor reconocimiento y un mejor posicionamiento de la marca. Como resultado, la Corporación logró un mayor alcance y conexión con los diferentes públicos aumentando sus seguidores en las redes sociales y facilitó la orientación y compra de las nuevas cubiertas logrando de esta manera cumplir con los objetivos y metas establecidas por la dirección ejecutiva.



# VI. Logros

---

## A. Administrativos

### Proyectos

El Departamento de Comunicación Integrada desempeña un papel crucial en la Corporación, al facilitar la difusión efectiva de información interna y externa. Sus proyectos abarcan desde la gestión de plataformas digitales hasta la creación de contenido estratégico, proporcionando un soporte integral a todos los departamentos.

Entre los proyectos completados se encuentran:

- **Manual de Marca y Guía de diseño** - Esta Guía de Marca y Diseño fue creada para proveer consistencia en la identidad corporativa. Define el uso y selección de imágenes, uniformes, promociones, elementos corporativos, reestructuración del portal electrónico, rotulación, medios sociales, publicaciones, entre otros. Se adaptó el logo existente para mejorar la legibilidad y reconocimiento, a través de las proporciones de las siglas. Dándole énfasis a la letra "C" que representa las Compensaciones, el servicio principal que provee la Corporación. Igualmente, para simbolizar que somos un seguro triple A.
- **Página Web** – El Departamento de Comunicaciones en colaboración con PRITS realizaron el rediseño de la página lanzando la nueva versión en febrero de 2023. La nueva versión cuenta con mayor accesibilidad, fácil navegación, adaptada a los dispositivos móviles. Actualmente, el personal de comunicaciones se encarga de las actualizaciones de la página, cambiar artes o fotos, subir documentos en la sección designada para cartas normativas o reglamentos, así como la actualización de la sección de proveedores.
- **Rotulación de Flota** – La ACAA adquirió una flota nueva de vehículos. Es por esto, que se desarrolló un arte utilizando la plantilla de cada vehículo, para divulgar las promociones de las nuevas cubiertas y atado a la identidad Corporativa.

- **Inauguración oficina regional de Caguas** – Se realizó conferencia de prensa para el anuncio de la apertura de la oficina de Caguas, quien contó con la presencia del Gobernador de Puerto Rico, Senadores, Legisladores y directores de agencias. Se emitió convocatoria de prensa y comunicado.
- **Radicación en Línea** – La ACAA buscando facilitar el acceso a los lesionados para poder obtener los beneficios del seguro, se ha dado a la tarea de crear una plataforma de radicación en línea. Como parte de este esfuerzo el departamento de comunicaciones integradas ha colaborado en el desarrollo del interfaz de usuario para que proveer una experiencia agradable y eficiente al navegar en la misma.
- **Cuadro Telefónico** - Se colaboró con el Departamento de Informática para completar el proyecto del cuadro telefónico. Se trabajó en el libreto y se grabaron los audios en inglés y español.
- **Folletos educativos** - Se rediseñaron los 8 folletos educativos sobre seguridad vial y servicios utilizados en ferias y charlas educativas. Se prepararon en formato de tarjeta con un diseño moderno y consistente con la marca. De igual forma, se le integró un código QR para que los ciudadanos puedan escanear y dirigirlos a la página web donde encontrarán toda la información.
- **Rediseño Andarín y creación libro para niños “Las aventuras de Andarín”** - Se realizó una actualización al personaje de Andarín para darle una imagen moderna y contemporánea, sin eliminar su esencia y su propósito: educar a los niños sobre seguridad vial. Los episodios y las aventuras de Andarín continúan enseñando a los niños sobre el comportamiento seguro en las calles, pero ahora lo hacen de una manera aún más emocionante y atractiva, ya que visitan diferentes lugares turísticos de la Isla.
- **Nuevo disfraz de Andarín** – Con el propósito de educar y apelar a una audiencia más joven se actualizó el personaje de Andarín con un nuevo disfraz, cónsono con el nuevo diseño.
- **Contenido para redes sociales** – La Corporación tiene presencia en las plataformas digitales a través de Twitter, Facebook e Instagram. Desde el 2021

estas han experimentado un aumento de seguidores de forma orgánica, gracias a las publicaciones diarias, campañas e información de la Corporación. En el caso de Instagram tuvo un aumento de un 294% mientras que en la plataforma de Facebook hubo un aumento de un 17%. De igual forma, X, anteriormente Twitter, contaba con 3,039 y ahora cuenta con 3,881; Además, se habilitó la plataforma de YouTube, se subieron los nuevos videos y se cambiaron los logos para darle continuidad a los esfuerzos de uniformidad corporativa. Como parte de la planificación se utilizan calendarios editoriales para crear contenido y este ser programado en las diferentes plataformas.

- **Nuevas carpas, manteles y exhibidor** – Se adquirieron nuevas carpas 10 x 10 y 20 x20 elementos gráficos de la marca, al igual que, manteles para las mesas. También, se compró un nuevo exhibidor, mesas, sillas y monitores con sus soportes, para las diferentes actividades en la que participa la ACAA.
- **TikTok** – Como parte de los trabajos para educar y orientar sobre los servicios y beneficios que ofrece la corporación, hemos explorado nuevas alternativas que causen impacto en una audiencia más joven. Es por esto que, comenzamos a utilizar la plataforma social de TikTok. Esto enfocado en dos objetivos principales: aumentar el reconocimiento de la marca y crear un sentido de responsabilidad pública en los jóvenes. Para estos proyectos, se comenzaron a realizar libretos para grabaciones y creación de contenido para un mes, utilizando 3 empleados de la ACAA como imagen de la Corporación (Christian Viñas, Amanda López y Katja Meléndez), quienes, a su vez, son parte de la generación que más lo utiliza.
- **Rotulación** – Como parte de los esfuerzos para crear uniformidad y consistencia, se creó un sistema de rotulación adaptado a las necesidades de la Corporación. Este proyecto de rotulación de las oficinas regionales consiste en la instalación de microperforado en el exterior de las oficinas que así lo permitan, rótulos lumínicos en aluminio en el exterior y rótulos en PVC en el interior de las salas de espera, así como la rotulación de las áreas de trabajo con los colores de la marca.



- **Podcast** – El Departamento, buscando expandir las herramientas educativas, habilitó un espacio en el décimo piso del edificio central de la ACAA y adquirió equipo de grabación (consola, micrófonos, computadora, entre otros.) para desarrollar en Podcast llamado *ACAA entre tú y yo*. Este espacio digital busca orientar y educar a las personas sobre consejos de seguridad vial y temas de relevancia acerca de los servicios y beneficios que ofrece la corporación.

## **Campañas Educativas**

Las Campañas educativas desempeñan un papel fundamental en la difusión de información sobre los servicios ofrecidos por la Corporación, al proporcionar un medio accesible para transmitir mensajes claves a las diferentes audiencias. Es por esto, que el equipo de comunicaciones va desde la investigación, planificación y segmentación en cada proyecto. Esto permite una adaptación efectiva del mensaje a las necesidades y características específicas de cada grupo, así como la selección de medios o canales de difusión adecuados para maximizar los recursos disponibles. A continuación, desglosamos las campañas educativas realizadas desde el 2021 al 2023:

- **Motociclistas** - La campaña estuvo centrada en la lesionada Omayra Santiago Zayas, una joven trabajadora que tuvo un accidente en moto que casi le cuesta la vida. En un emotivo vídeo, Omayra narró las consecuencias del accidente, los graves traumas físicos, su larga estadía en el hospital y sus deseos y esfuerzos para recuperarse y regresar con su familia. Se emitió comunicado de prensa, se realizó media tour por las diferentes emisoras y canales, así como se instaló exhibidor en Plaza Las Américas.
- **No lo dejes a la suerte, tú tienes la opción** – Fue la campaña para dar a conocer las nuevas cubiertas de ACAA. Esta se lanzó el lunes, 12 de septiembre de 2022, para educar a la población sobre los beneficios al cambiarte a una de las nuevas cubiertas de libre selección Premium y Plus.
- **Ahora tienes más opciones** – Se realizó un segundo esfuerzo para educar sobre los beneficios de las nuevas cubiertas de libre selección (Premium y Plus).

La compañía de Relaciones Públicas y Comunicaciones Upfront, fue contratada para realizar la compra de medios para la publicidad y el Departamento de Comunicaciones realizó un nuevo video de 30ss y 15ss para televisión y redes sociales. De igual forma, se trabajaron las menciones de radio y televisión, libretos para entrevistas de 3 minutos y se grabó el anuncio de radio en la Corporación.

- **Algarate no se guía, guíllate guiando bien** – Los estudiantes de la UPR del recinto de Arecibo prepararon una campaña educativa para concienciar a los jóvenes, esto mediante un Acuerdo colaborativo entre el recinto y la ACAA.
- **Semana de la Seguridad** – Se instaló un exhibidor en el centro comercial, Plaza Las Américas para educar a los visitantes en la semana de la seguridad.
- **Acuerdo colaborativo de servicio de Ambulancias, municipio de Camuy** – Se realizó firma del acuerdo colaborativo en el municipio de Camuy y se emitió comunicado de prensa.
- **El camino te da señales, síguelas** - La ACAA lanzó una campaña de concienciación para que los servidores públicos. Esta consistió en adiestrar a los servidores públicos a través del programa educativo de la Corporación y certificar a la Agencia en Manejo Seguro.
- **No llegues a este punto .08** – La Campaña de prevención en el consumo de bebidas alcohólicas, se lanzó el 8 de mayo de 2023, en los diferentes medios de comunicación y tuvo una duración de un mes. Para la segmentación del público objetivo se utilizaron las estadísticas que revelaron que los conductores hombres entre las edades de 30 a 49 años fallecieron en accidentes de tránsito relacionados al consumo de alcohol. Además, que en el 69% de los choques fatales, los conductores mostraron un .08% o más de alcohol en la sangre.
- **Dale Casco (Metropistas)** - En mes de noviembre 2022, la ACAA colaboró con Metropistas en la campaña: "Dale Caso", donde se compartió la historia de Nimsi Martínez, madre de un joven de 21 años quien perdió la vida en un accidente de motoras el 24 de agosto de 2021, por no llevar un casco.

- **Testimoniales 55 aniversario** – En la celebración del 55 aniversario, buscando educar a las diferentes audiencias sobre los logros alcanzados y sobre el legado histórico que ha marcado las vidas de los ciudadanos, se creó la exhibición 55 aniversario, sembrando, abonando y cosechando esperanza. Este proyecto buscaba como propósito principal concientizar a las personas sobre como la ACAAA impacta positivamente a las personas que se han lesionado debido a un accidente de auto. Para esto se realizaron entrevistas a varios lesionados que compartieron su historia y testimonio para que el público tenga conocimiento de la importancia del seguro. Esta exhibición estuvo expuesta en los pasillos del centro comercial, Plaza Las Américas.
- **AutoExpo** - La ACAAA participó tres años consecutivos en el Autoexpo. Este evento conglomeraba cada año más de 25,000 personas. El Programa Educativo del Departamento de Operaciones, tuvo la oportunidad de orientar a los visitantes sobre las cubiertas y servicios. El equipo de comunicaciones se encarga de diseñar, fabricar e instalar el exhibidor para el evento.
- **Regala Seguridad en esta Navidad** – En diciembre 2022 y 2023, la ACAAA llevó parrandas navideñas a través de diversos municipios llamadas: "Regala Seguridad en esta Navidad". En estas se repartieron dulces con la promoción de las nuevas cubiertas de la Corporación y se difundió el mensaje de seguridad vial en la época festiva. Igualmente, se orientó a la comunidad sobre los servicios y beneficios disponibles con las diferentes cubiertas que ofrece la corporación.
- **ACAA es, único como tú** – Con el fin de mejorar el reconocimiento de la marca, se realizó la campaña ACAAA es, dirigida a posicionar a la corporación como el único seguro médico hospitalario en su clase en Puerto Rico. Esta campaña tuvo como propósito principal aumentar la conciencia pública sobre los servicios esenciales que ofrece la ACAAA, fortalecer la confianza en la marca y promover la misión de seguridad y bienestar. Se realizaron varios esfuerzos, entre estos: anuncios de televisión, prensa, vallas publicitarias, "fuel ads", plataformas sociales, entre otros. Todos llevaban un llamado a la acción a visitar



una sección en la página principal del ACAA para aclarar y contestar las dudas y preguntas más frecuentes de la audiencia.

- **Feria de Seguridad de Plaza Las Américas** – Buscando capturar una población de personas mayores de cuarenta años, y para establecer lazos con diferentes agencias y corporaciones de seguridad pública y privada, la ACAA participó en la Feria de Seguridad de Plaza Las Américas.
- **Justas de la LAI 2024** – Todos los años la Liga Atlética Interuniversitaria (LAI) celebra las Justas de la LAI en Puerto Rico. En abril del 2024, el Departamento de Comunicaciones por medio del personaje Andarín, al igual que los Oficiales Educadores, participaron en este evento en el pueblo de Mayagüez llevando un mensaje de seguridad vial y prevención en el consumo de bebidas alcohólicas.
- **Ahora en ACAA conéctate, radica, ¡Listo!** – Alineados con la visión de integrar los sistemas operacionales con la tecnología e innovación y facilitar el acceso de servicios a los lesionados, los departamentos de Informática, Operaciones y Comunicaciones desarrollaron la nueva Plataforma de Radicación en Línea. Para dar a conocer este nuevo proyecto a las diferentes audiencias, se trabajó la campaña, Ahora en ACAA, conéctate, radica, ¡Listo! Esta campaña tuvo como propósito principal, orientar a los conductores y lesionados sobre las ventajas que ofrece la radicación en línea. Igualmente, educar sobre cómo los lesionados pueden utilizarla.
- **Concierto de Ana Isabelle**– Con la intención de apelar a la población de jóvenes adultos y familias, la ACAA promocionó la nueva plataforma de radicación en línea por medio de las redes sociales de la influencer Ana Isabelle. Esta gestión permitió llegar a más de 300,000 personas durante el lanzamiento, dando visibilidad a las ventajas y beneficios de la nueva herramienta.
- **Gran Feria de Autos Antiguos** – Buscando educar y orientar en la prevención del consumo de bebidas alcohólicas y ayudar a crear una población más consciente y responsable, la ACAA participó en la Gran Feria de Autos Antiguos. Esto permitió, entre otras cosas, asistir a contribuir en la reducción de accidentes de tránsito causados por el consumo de bebidas embriagantes.

Igualmente, este evento permitió la oportunidad de dar a conocer la nueva plataforma de radicación en línea de la ACAA a miles de personas que asistieron al evento.

- **Experiencia Puerto Rico** – Con la intención de comunicar la misión y visión de la ACAA, no tan solo a los ciudadanos puertorriqueños, sino también a público latinoamericano, se participó en el evento Experiencia Puerto Rico 2024. Este espacio brindó la oportunidad de orientar diferentes a funcionarios de gobierno de América Latina sobre el espíritu de la Ley Núm. 111-2020 y sobre los servicios y beneficios que ofrece la corporación, permitiendo crear lazos con otras agencias y compartir ideas.

## B. Fiscales

- **Creación del Departamento de Comunicaciones** – La creación del departamento de comunicaciones añadió ventajas importantes a la corporación, entre estas:
  - **Mayor control y coherencia de la marca:** Un equipo interno conoce profundamente la cultura, misión, visión y valores de la empresa, lo que permite una representación más fiel y consistente de la marca en todos los canales.
  - **Rapidez y flexibilidad:** Tener un equipo interno permite respuestas rápidas a las necesidades de comunicación, cambios de última hora y la creación de campañas con mayor agilidad. No se depende de los tiempos de una agencia externa.
  - **Ahorro de costos:** Aunque el costo inicial de montar un equipo puede ser considerable, a largo plazo es mucho más rentable que contratar constantemente a agencias externas.
  - **Conocimiento profundo de la ACAA:** Un equipo interno está más alineado con los objetivos y metas, esto permite anticipar mejor las

necesidades de comunicación, ya que tiene acceso constante a la información y a los diferentes departamentos.

- **Colaboración más estrecha:** Facilita la comunicación y la colaboración con otros departamentos de la empresa, lo que genera un flujo de trabajo más fluido y mejores resultados en las estrategias de comunicación.
- **Control sobre la calidad y el enfoque estratégico:** El equipo puede enfocarse en desarrollar contenido que realmente apoye los objetivos estratégicos de la corporación, sin estar limitado por los enfoques preestablecidos de una agencia externa.
- **Adaptabilidad y personalización:** Un equipo interno puede ajustarse más fácilmente a la evolución de la empresa y crear contenidos personalizados que respondan mejor a las necesidades específicas del negocio y del mercado en tiempo real.
- **Campañas educativas sobre nuevas cubiertas** – La Campaña de la ACAA denominada, “No lo dejes a la suerte, tú tienes la opción”, se lanzó el 12 de septiembre de 2022, para educar a la población sobre los beneficios que ofrecen las nuevas cubiertas de libre selección de \$50 y \$70. Estos esfuerzos comunicativos asistieron a que los conductores pudieran beneficiarse por medio de este producto, permitiendo obtener ingresos adicionales de sobre más de \$4,000,000 anuales.

## C. Cumplimientos Legales

- **Ley Núm. 103-2006** – La ACAA ha cumplido en con el mandato de la “Ley para la Reforma Fiscal del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico de 2006”, según enmendada, que establece en su Artículo 19 que; “En aquellos casos en que cualquiera de las ramas de gobierno o sus instrumentalidades determinen pautar anuncios de televisión de conformidad con los términos establecidos en este capítulo, deberán

invertir al menos cinco (5) por ciento de las partidas asignadas a estos fines contratando los servicios de las estaciones televisivas de la Corporación de Puerto Rico para la Difusión Pública. Se exceptúa de lo dispuesto en este párrafo los anuncios de televisión pautados por la Compañía de Turismo de Puerto Rico, la Compañía de Fomento Industrial y el Departamento de Hacienda.”

- **Ley Núm. 98- 2022**– A tenor con la Ley Núm. 98-2002 del año 2002, según enmendada, mejor conocida como Ley de Información de Educación e Información al Usuario de Servicios Gubernamentales, la ACAA, como una Corporación que administra un seguro de protección social, ha cumplido con esta política pública de informar y educar sobre los servicios que ofrece; así como educar sobre prevención de accidentes.



## VII. Otros

---

Como parte de las nuevas estrategias de posicionamiento, difusión de información al igual que la gestión de identidad corporativa y el fortalecimiento de las relaciones con el público, el departamento adquirió herramientas de trabajo. Durante el 2021 al 2024 hemos adquirido los siguientes equipos:

- **Computadoras**
- **Cámaras**
- **Drone**
- **Iluminación**
- **Trípodes y soporte**
- **Accesorios**
- **Equipo de Audio (Micrófonos, consola, entre otros)**
- **Mesas de trabajo**
- **Estantes**
- **Teleprompter**
- **Impresoras de largo formato**
- **Dobladora**
- **Encuadernadora**
- **Cortadora Digital**
- **Nuevo contrato de Impresoras Digitales / Fotocopiadoras Ricoh**
- **Máquina de reproducción de sobres**
- **Guillotina Hidráulica**

# VIII. Anejos

---

Manual de Marca y Guía de Diseño 2021

Organigrama Departamento de Informática

Administración de Compensaciones por Accidentes de Automóviles (ACAA)  
249 Arterial Hostos, San Juan P.R. 00918-1849  
PO Box 364847 San Juan, P.R. 00936-4847

# Manual de Marca y Guía de Diseño 2021





# Índice



Introducción

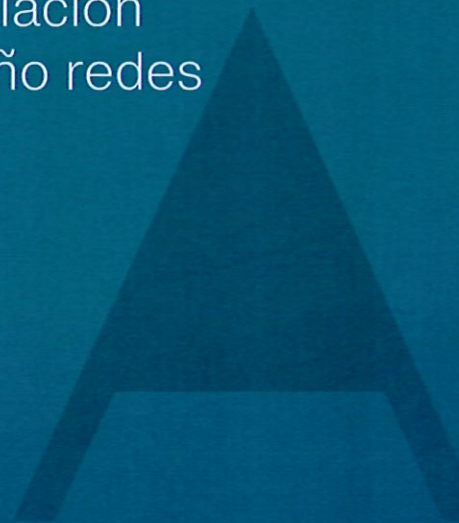
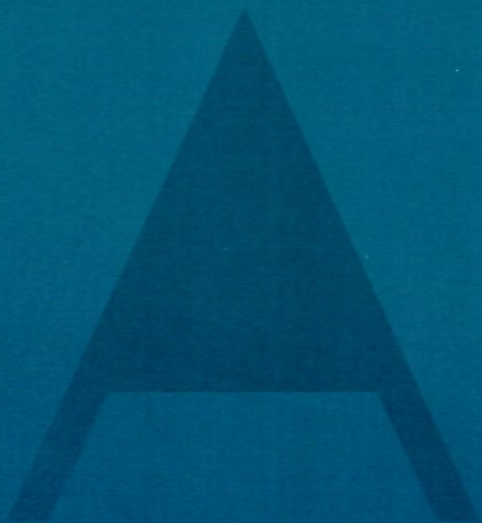
Logo

Tipografía

Timbrado

Rotulación

Diseño redes



# Introducción



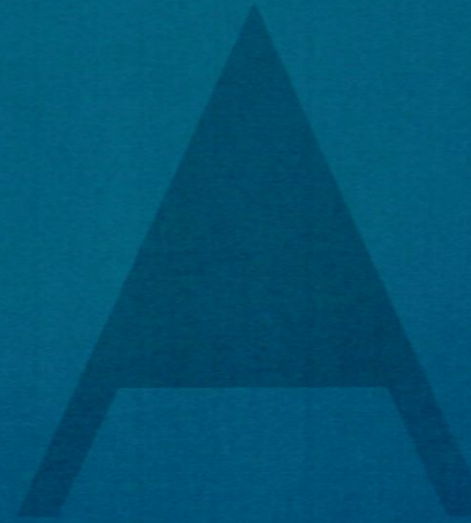
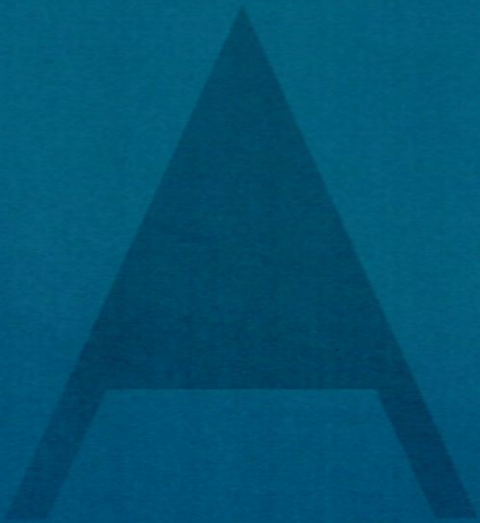
Uno de los factores más importantes que define el éxito de una empresa es la habilidad de ser consistente con su identidad, tanto en los medios tradicionales como en las redes sociales.

Esta guía fue creada para proveer consistencia en la identidad corporativa de la Administración de Compensaciones por Accidentes de Automóviles (ACAA) a través de los distintos medios publicitarios.

La imagen corporativa y las guías que se delinean en este manual son esenciales para lograr la misión y visión de esta empresa. El uso de la marca o las marcas, logos o imágenes contenidas en el Manual de Marca y Guía de Diseño, está limitada legalmente al acuerdo establecido con ACAA. Está prohibido el uso de estos elementos sin la autorización por escrito de algún representante autorizado por la corporación.



Logo



# Logo



## Logo actual

El logo de la Administración de Compensaciones por Accidentes de Automóviles sufrido cambios a través de los años. Esto presenta un problema de reconocimiento de la marca y, por consiguiente, desconocimiento de la misión y visión de la corporación. Para ser competitivos y para estar a la vanguardia, es necesario adaptar no tan sólo nuestros productos y servicios, sino también, nuestra imagen.





## Retos y soluciones

El logo actual presenta varios retos. El alto contraste en los colores y las proporciones de las siglas en relación a los recuadros, expone un problema de legibilidad y reconocimiento de la marca.

Las siglas están muy cerca al borde del recuadro.



El color amarillo es un color débil y causa un alto contraste en relación al color azul.



## Colores

El uso del color amarillo, al ser un color débil en relación al azul, causa que resalte las letras C y A. Este alto contraste afecta la legibilidad de las siglas ACAA.



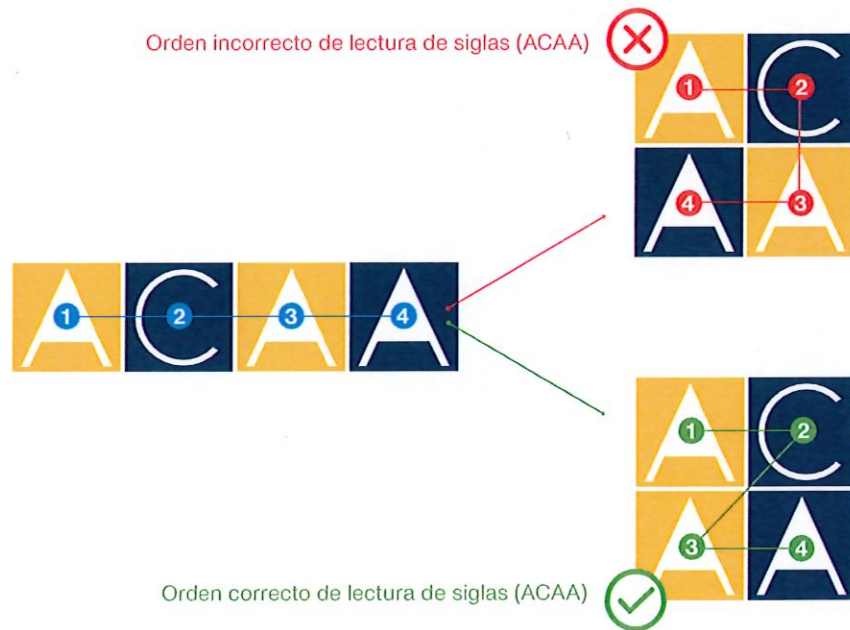
El alto contraste afecta la legibilidad de las siglas de ACAA.





### Proporciones y espacios

La versión cuadrada del logo actual es inconsistente con la versión horizontal. Esto expone un problema de legibilidad y de reconocimiento.





### Correcciones

Para mejorar la legibilidad del logo se corrigieron las proporciones de las siglas. Esta adaptación permite que el logo tenga mejor legibilidad y mayor reconocimiento entre la audiencia.





## Colores

Un estudio titulado "El impacto del color en el marketing", reveló que el 90% de las decisiones tomadas en relación a productos y servicios, pueden basarse únicamente en el color (Ciotti, 2014).

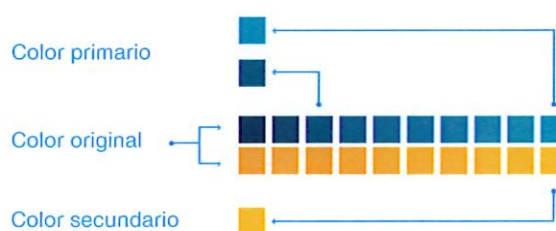
**El azul es un color que provoca confianza en el espectador. Inspira seriedad, éxito, profundidad, lealtad, calma y poder. Razón por la cuál es uno de los colores más populares en las marcas y diseños corporativos.** Los bancos, instituciones financieras y empresas médicas, constantemente utilizan el azul en sus campañas publicitarias para transmitir el mensaje de que el consumidor puede confiar implícitamente en ellos.

Por otra parte, el amarillo simboliza energía. También significa alegría, diversión, curiosidad y felicidad, por lo que es un color ideal para anunciar actividades infantiles (New Design Group Inc., s.f.).



## Correcciones

Para evitar confusión en la audiencia y llevar un claro mensaje de lo que representa nuestra marca, hemos modificado los colores de nuestro logo. Para esto, hemos seleccionado variantes del azul original como color primario, mientras que el amarillo será utilizado para dar apoyo a los artes y gráficos utilizados.





### Icono y nombre de la marca

Tanto el símbolo como la marca del nombre, pueden utilizarse por separado pero solo en casos específicos y con la autorización del Departamento de Identidad Corporativa y Diseño.



ADMINISTRACIÓN DE COMPENSACIONES  
POR ACCIDENTES DE AUTOMÓVILES



ADMINISTRACIÓN DE  
COMPENSACIONES  
POR ACCIDENTES  
DE AUTOMÓVILES





### Espacios en blanco

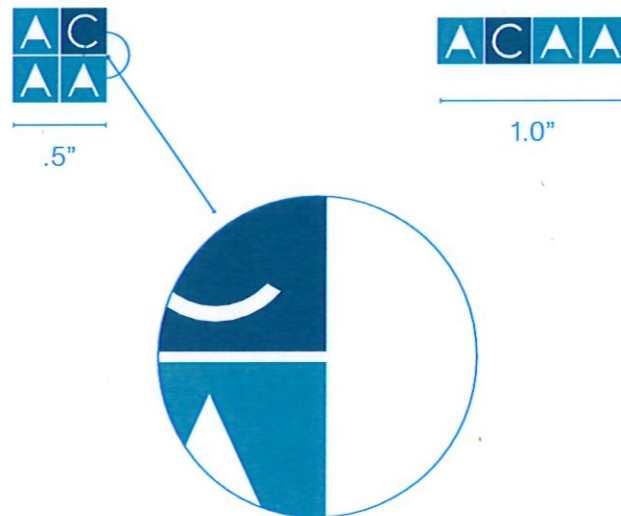
Para preservar la integridad del logo es necesario mantener un mínimo espacio en blanco a su alrededor. Este espacio evita que el logo compita con otros elementos gráficos. Para determinar el espacio en blanco alrededor del logo se utiliza la altura del recuadro que encapsula las letras, como se ilustra.





### Tamaño mínimo

El logo retiene su fortaleza visual en diversos tamaños; no obstante, no puede reproducirse tan pequeño que no sea legible. El tamaño mínimo del logo vertical será de .75" de ancho y el logo horizontal de 1.35" de ancho, según ilustrado..





## Versiones

El logo de la ACAA podrá utilizarse en dos versiones. Una cuadrada y otra vertical; siendo la vertical como la preferida. El uso de ambas es determinado por el departamento de comunicación integrada.



# Color



## Color oficial

El color oficial de ACAA es el azul Pantone 7705 C y el azul verde Pantone 7466 C. El Pantone 116C será utilizado como color acento para marcadores y como elemento gráfico.



 → Pantone 7705 C

 → Pantone 7466 C



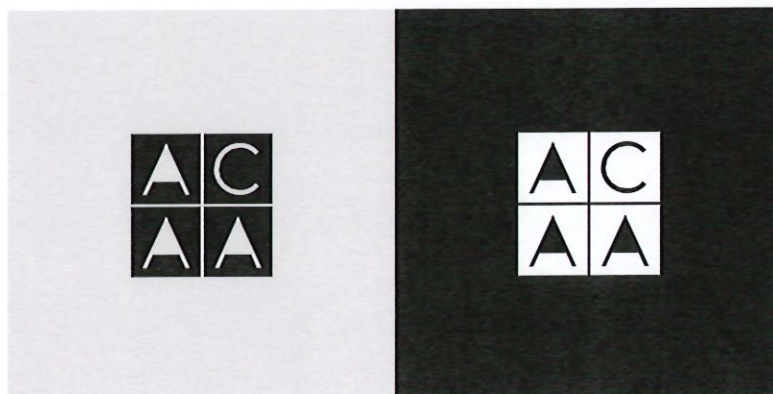
 → Pantone 116 C  
Color acento

# Color



## Blanco y negro

El logo debe imprimirse a colores siempre y cuando sea posible. Cuando una reproducción a color no sea posible, deberá imprimirse en negro sobre fondo claro y en negativo (blanco) sobre fondo oscuro.







## Variantes del color

En ocasiones, podrá utilizarse el logo como elemento gráfico para ser modificado de acuerdo a la campaña de bien social que se esté celebrando.



Cancer del seno



Vistete de rojo



Violencia de genero



Diabetes



Ética



## Uso incorrecto

Es muy importante que el logo mantenga sus proporciones en todo momento. Está prohibido que se distorsione. A pesar que lo ideal es que siempre aparezca con los colores oficiales y sobre un fondo sólido, hay ocasiones en que el fondo será una foto, textura o patrón. Para mantener la legibilidad del logo, nunca debe estar sobre una imagen o patrón que no cree contraste o que compita demasiado que no permita la visibilidad de este.

Cuando el logo se imprima sobre cualquier color sólido, debe haber un buen contraste entre el fondo y el logo.



No utilice un bajo contraste sobre fondos claros.



No utilice líneas en el logo.



No utilice color en las siglas.



No utilice gradientes en el logo.



No distorcione el logo.



No incline el logo.

# Logo



No afecte las proporciones del logo.



No recorte el logo.



No utilice otros colores.



No utilice frases promocionales junto con el logo.



No invierta los colores.



No afecte la calidad de la imagen



No utilice imágenes que compitan con el logo



No utilice recuadros en blanco sobre imágenes.



No utilice transparencias sobre imágenes sin la aprobación del departamento.

# Tipografía



A

C

A

A



# Tipografía



## Gotham y Lexend

La tipografía oficial para promociones de ACAA para el año 2021 será la familia Gotham como tipografía principal y Lexend como caligrafía de apoyo. Esta familia provee una variedad amplia de opciones para crear un ambiente elegante y corporativo a la hora de comunicar los temas de importancia para la corporación.

La misma permite fácil legibilidad sin la necesidad de modificar manualmente su apariencia.

### Gotham family

**Gotham Black**

**Gotham Bold**

**Gotham Medium**

Gotham Book

Gotham Light

Gotham Extra Light

Gotham Thin

***Gotham Ultra Italic***

***Gotham Black Italic***

***Gotham Bold Italic***

*Gotham Book Italic*

*Gotham Light Italic*

*Gotham Extra Light Italic*

*Gotham Thin Italic*

### Lexend family

**Lexend Extra Bold**

**Lexend Bold**

**Lexend Semi Bold**

Lexend Medium

Lexend Regular

Lexend Light

Lexend Thin

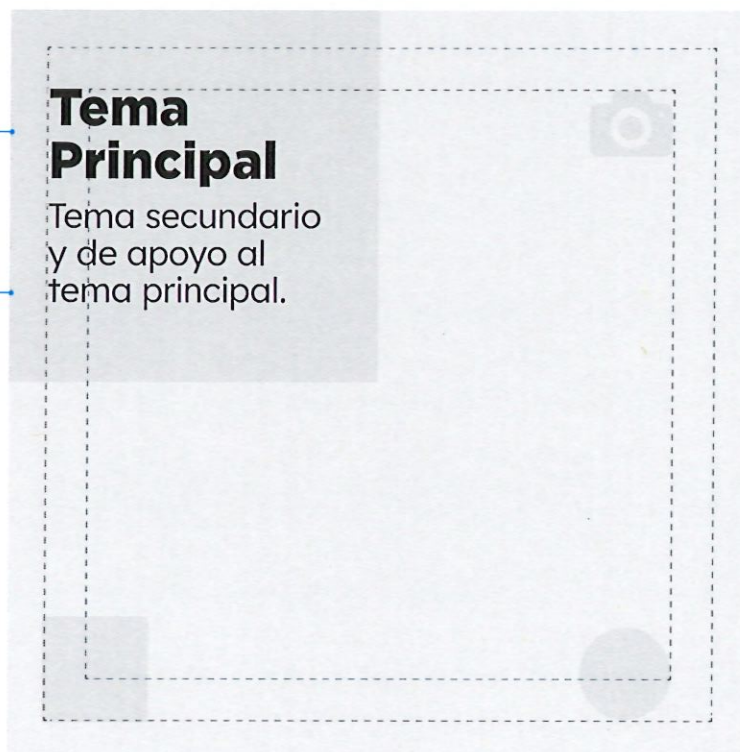


# Tipografía



**Títulos**  
Tipografía  
principal  
Gotham bold

**Cuerpo**  
Tipografía  
de apoyo  
Lexand  
regular



# Tipografía

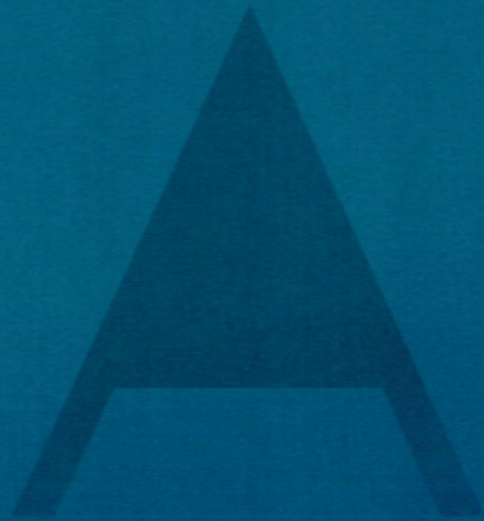
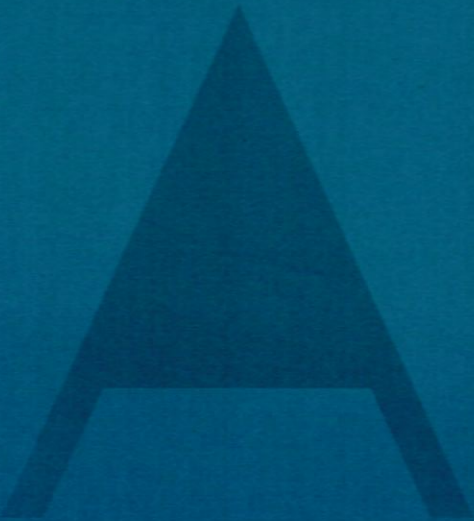


**Títulos**  
Tipografía  
principal  
Gotham bold

**Cuerpo**  
Tipografía  
de apoyo  
Lexand  
regular



Timbrado



# Timbrado



## Material Timbrado

Se utilizará en el material timbrado los elementos gráficos de la marca de ACAA exclusivamente para uso interno.

**Logo** →

**Cuerpo** → **Tipografía de apoyo**  
Lexand regular

**Cuerpo** → **Tipografía de apoyo**  
Lexand regular

9 de junio de 2021

**A TODO EL PERSONAL**

Nombre y Apellido  
Comité Eficaz Gubernamental  
Director Departamento de Recursos Humanos y Relaciones Laborales

**TITULO**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit pugue duiis dolore fe feugiat nulla facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

249 Avenida Maricao, Esquina Chardón, San Juan P.R. 00918 | PO Box 54847 San Juan, P.R. 00950-4847

Tel: 787-759-8989 Fax: 787-281-8994 www.aaaap.pr.gov



# Timbrado



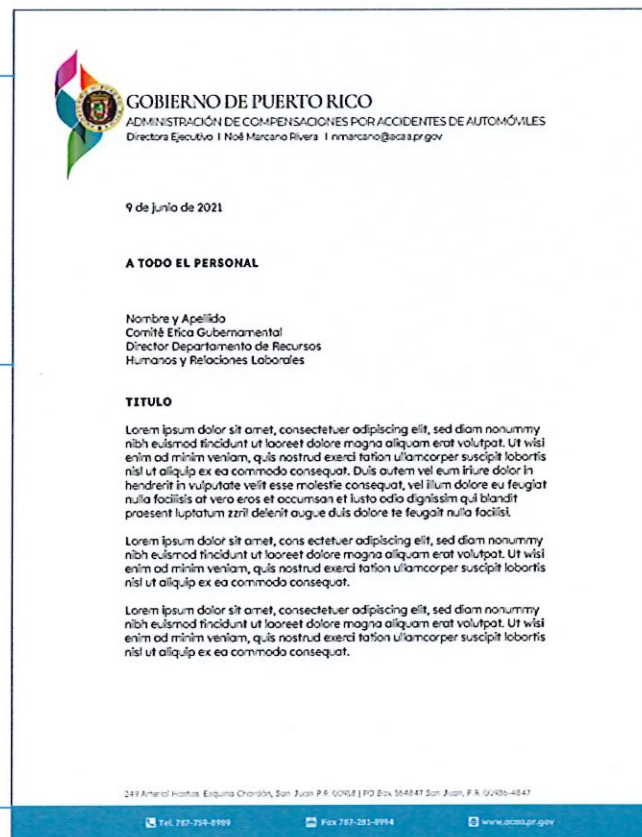
## Material Timbrado

Se utilizará en el material timbrado los elementos gráficos de la marca del Gobierno exclusivamente para uso externo.

Logo  
Membrete con la nueva identidad del gobierno

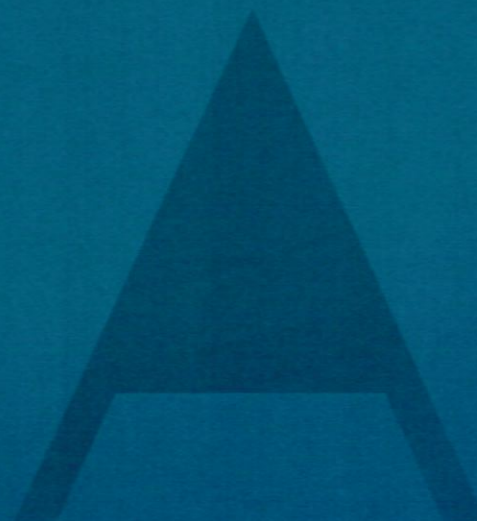
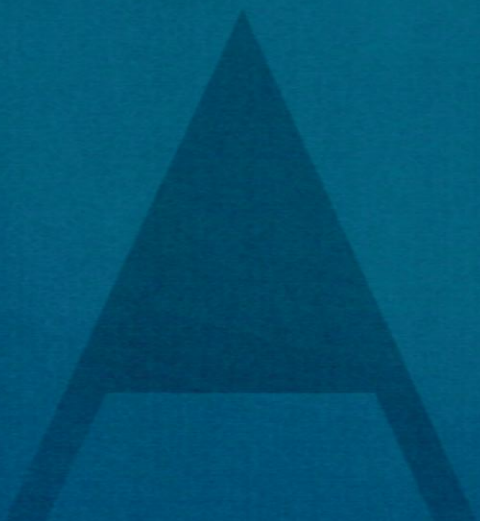
Cuerpo  
Tipografía de apoyo  
Lexand regular

Cuerpo  
Tipografía de apoyo  
Lexand regular





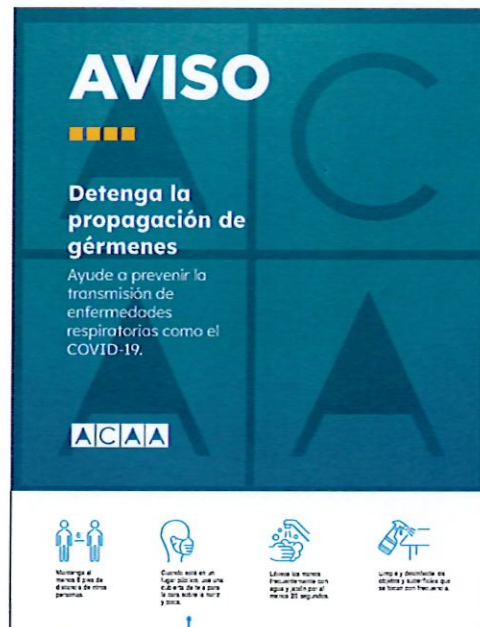
# Rotulación



# Rotulación



# Rotulación



## Pictograma

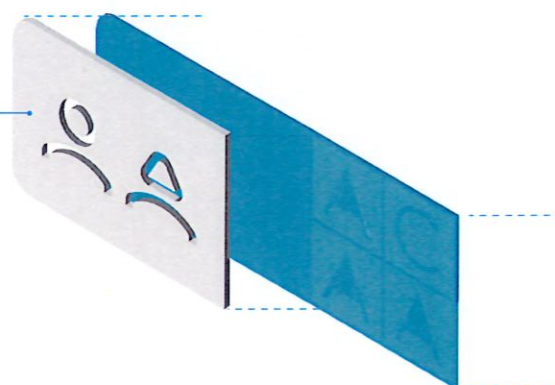
En la versión vertical de la rotulación, el espacio en blanco podrá ser utilizado para ilustraciones e iconos necesarios para representar la información

# Rotulación



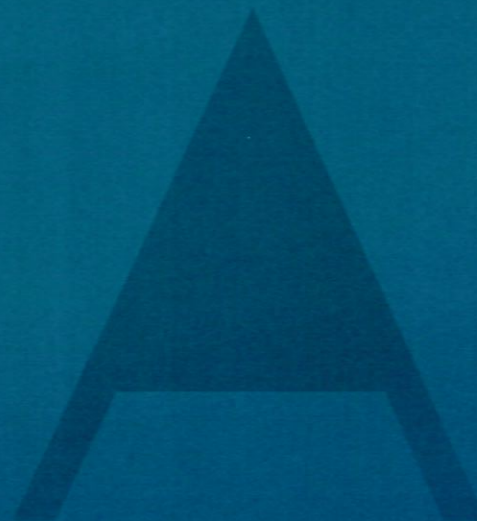
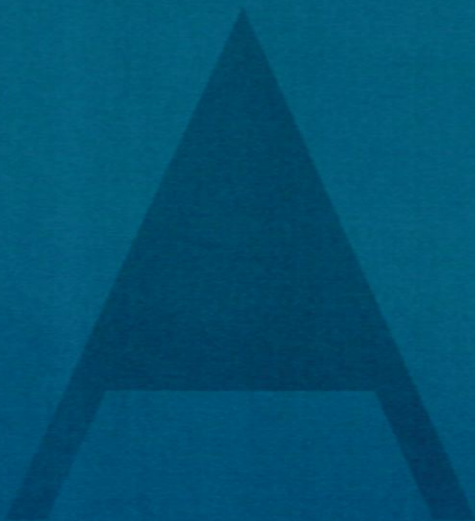
## Rotulación de oficinas

La rotulación de oficina, utilizará el mismo formato de logo y pictograma e información del departamento, división, oficina o propósito del espacio.





# Redes sociales



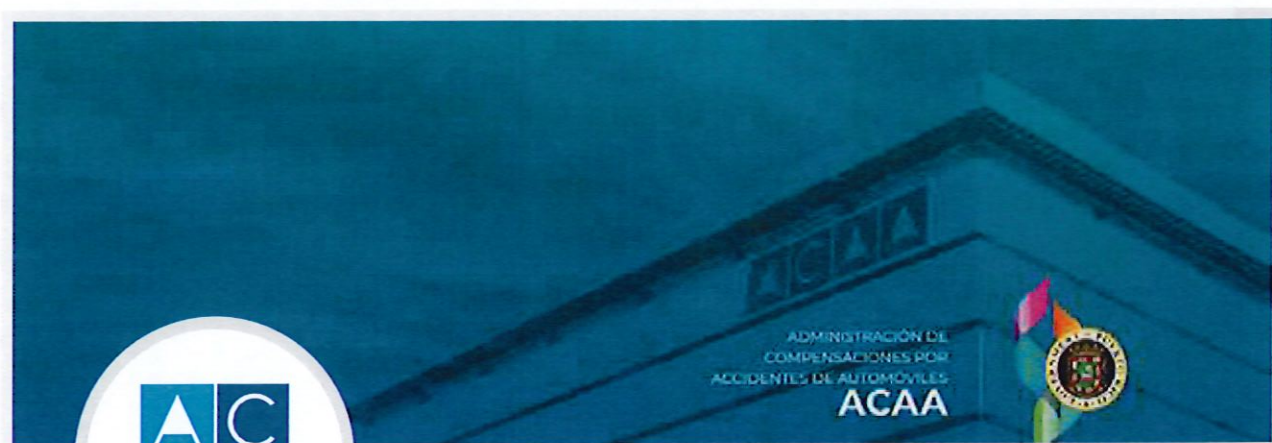


# redes sociales



## Twitter y Facebook

Para los covers de las plataformas de Twitter y Facebook se utilizarán imágenes representativas sobre la infraestructura de las localidades de ACAA con una superposición de colores corporativos.



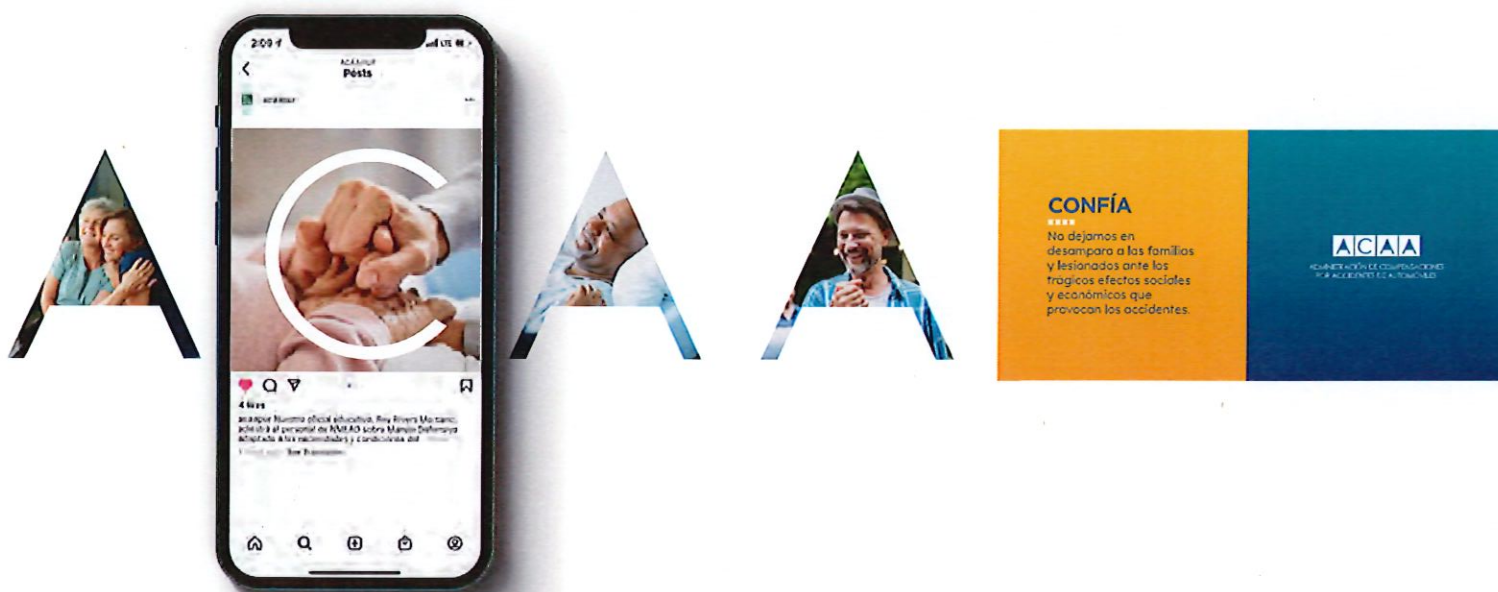
Imágenes aceptadas para el perfil

# Redes sociales



## Arquitectura para las de publicaciones

Se utilizarán carruseles enfatizando en la marca y acompañada de información pertinente sobre colores corporativos.



# Redes sociales



## Arquitectura para las de publicaciones

En las publicaciones de radio, tv, comunicados de prensa y comunicados oficiales se utilizará el logo en un 105 de opacidad sobre un color corporativo.

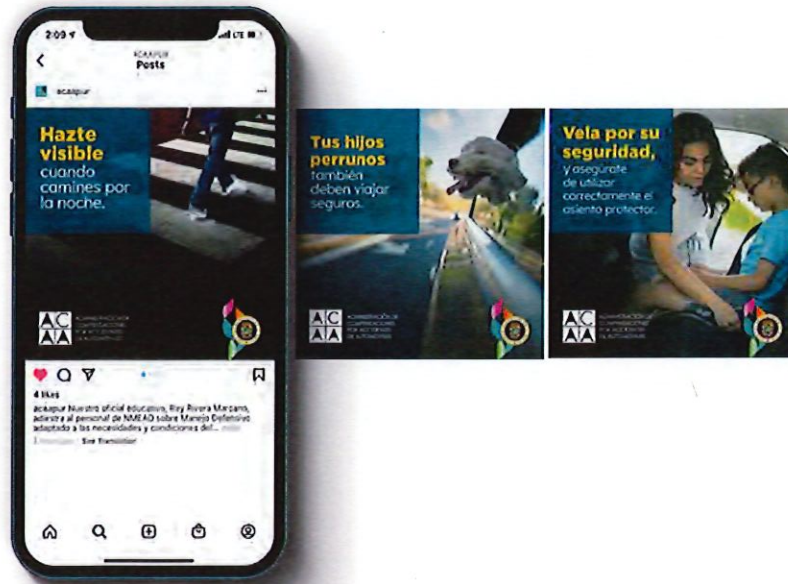


# Redes sociales



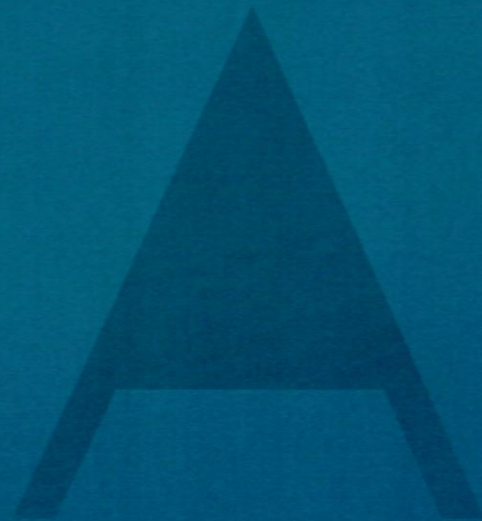
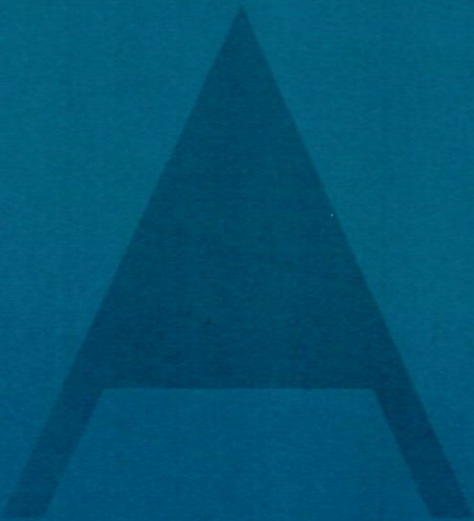
## Arquitectura para las de publicaciones

En las publicaciones sobre seguridad vial se utilizará un recuadro de color corporativo con transparencia sobre la imagen, en dónde se colocará el mensaje principal.





# ID y Uniformes





# Tarjeta de identificación



## Identificación

La identificación corporativa deberá tener la imagen del empleado, nombre y apellido, título de puesto y un QR con la información de contacto de ACAA.



# Uniforme



## Uniforme

Como parte del esfuerzo de unificar todos los elementos que componen la marca, se sugiere el uso de uniformes para los empleados de la corporación.





©2021. El uso de la marca o las marcas, logos o imágenes contenidas en la Guía de Diseño está limitada legalmente al acuerdo establecido con la Administración de Compensaciones por Accidentes de Automóviles (ACAA). Está prohibido el uso de estos sin la autorización por escrito de algún representante autorizado por nuestra corporación.

Administración de Compensaciones por Accidentes de Automóviles (ACAA)  
249 Arterial Hostos, San Juan P.R. 00918-1849  
PO Box 364847 San Juan, P.R. 00936-4847



Organigrama

# Departamento de Comunicaciones

