	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>1 (83)</b>	

### RESUMEN - TESIS DE GRADO

<b>AUTORES</b>	<b>HUBERTH JEISSON MONSALVE ORTIZ</b>
<b>FACULTAD</b>	<b>FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES</b>
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>
<b>DIRECTOR</b>	<b>MARGARITA ROSA DÍAZ MANZANO</b>
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	<b>DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DE LA LADRILLERA ORTIZ S.A.S.</b>

#### RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL SIGUIENTE TRABAJO EN MODALIDAD DE PASANTÍAS TITULADO “DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DE LA LADRILLERA ORTIZ S.A.S.” TENÍA COMO OBJETIVO APOYAR LOS PROCESOS COMUNICATIVOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO DE LA EMPRESA, FAVORECIENDO SU CULTURA ORGANIZACIONAL, SOBRE TODO GENERARLE UN RECONOCIMIENTO DENTRO DEL SECTOR ECONÓMICO EN EL CUAL SE DESEMPEÑA LA ENTIDAD.

AL TRATARSE DE UNA EMPRESA NUEVA EN EL MERCADO SE PRETENDÍA REALIZAR ACTIVIDADES QUE PERMITIERAN CREARLE UNA IDENTIDAD Y POR CONSIGUIENTE UNA IMAGEN POSITIVA POR PARTE DE SU PÚBLICO.

#### **CARACTERÍSTICAS**

<b>PÁGINAS: 83</b>	<b>PLANOS:</b>	<b>ILUSTRACIONES: 7</b>	<b>CD-ROM: 1</b>
--------------------	----------------	-------------------------	------------------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



**DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DE LA  
LADRILLERA ORTIZ S.A.S.**

**HUBERTH JEISSON MONSALVE ORTIZ**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
OCAÑA  
2014**

**DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DE LA  
LADRILLERA ORTIZ S.A.S.**

**HUBERTH JEISSON MONSALVE ORTIZ**

**Trabajo bajo la modalidad de pasantías para optar al título de Comunicador Social**

**Director  
MARGARITA ROSA DÍAZ MANZANO  
Comunicadora Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
OCAÑA  
2014**

## **AGRADECIMIENTOS**

Emprender un camino frondoso en conocimientos y decisiones, es una experiencia que deja gratos recuerdos, pero sobre todo, ofrece la sensatez para asumir las circunstancias de la vida, eso se lo agradezco a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado, a mis seres amados, a mi familia; de aquellos personajes incondicionales, de mis amigos, agradezco su empatía con mis deseos, gracias Ahide Ramírez Vega, Felix Moreno Amaya y Lina Marcela Ascanio Muñoz; para quienes fortalecieron esa confianza en mí mismo porque creyeron en mis capacidades profesionales, mil gracias familia Ortiz Bonilla; para quienes compartieron su sabiduría, a Margarita Díaz Manzano, maestros y compañeros de estudios, muchas gracias; con mi Alma Máter, inmensamente agradecido.

Éxitos y bendiciones, a ustedes y los suyos que hicieron posible este proyecto.

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
<u>INTRODUCCION</u>	15
<b>1. <u>DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DE LA LADRILLERA ORTIZ S.A.S.</u></b>	16
<b>1.1 <u>DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA</u></b>	16
1.1.1. Misión	16
1.1.2 Visión	16
1.1.3. Objetivos de la empresa	16
1.1.4. Estructura Organizacional	17
1.1.5 Proyecto asignado en el proceso de pasantías	17
<b>1.2 <u>DIAGNÓSTICO DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA EN PASANTÍAS</u></b>	18
1.2.1. Planteamiento del Problema	19
<b>1.3. <u>OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u></b>	20
1.3.1. Objetivo General.	20
1.3.2. Objetivos Específicos	20
<b>1.4 <u>DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN PASANTÍAS</u></b>	21
<b>1.5 <u>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</u></b>	22
<b>2. <u>ENFOQUES REFERENCIALES</u></b>	25
2.1. <u>ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	25
2.2 <u>ENFOQUE LEGAL</u>	26
<b>3. <u>INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u></b>	30
3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	30
<b>4. <u>DIAGNÓSTICO FINAL</u></b>	75
<b>5. <u>CONCLUSIONES</u></b>	76
<b>6. <u>RECOMENDACIONES</u></b>	77
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	78
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	79
<u>ANEXOS</u>	80

## LISTA DE TABLAS

Pág.

<b>Tabla 1. Nivel de apreciación del logo símbolo de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)</b>	31
<b>Tabla 2. Nivel de apreciación del slogan de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)</b>	32
<b>Tabla 3. Nivel de apreciación sobre la visión de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)</b>	33
<b>Tabla 4. Nivel de apreciación sobre la misión de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)</b>	34
<b>Tabla 5. Valores empresariales sugeridos para la Ladrillera Ortiz S.A.S., (con la opción de seleccionar dos (2) de la lista)</b>	35
<b>Tabla 6. Expectativas por parte de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (con la opción de seleccionar dos (2) de la lista)</b>	36
<b>Tabla 7. Visualización de la Ladrillera Ortiz S.A.S. por parte del talento humano, (categorizaciones)</b>	37

## LISTA DE FIGURAS

Pág.

<b>Figura 1. Nivel de apreciación del logotipo de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)</b>	31
<b>Figura 2. Nivel de apreciación del slogan de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)</b>	32
<b>Figura 3. Nivel de apreciación sobre la visión de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)</b>	33
<b>Figura 4. Nivel de apreciación sobre la misión de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)</b>	34
<b>Figura 5. Valores empresariales sugeridos para la Ladrillera Ortiz S.A.S., (con la opción de seleccionar dos (2) de la lista)</b>	35
<b>Figura 6. Expectativas por parte de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (con la opción de seleccionar dos (2) de la lista)</b>	36
<b>Figura 7. Visualización de la Ladrillera Ortiz S.A.S. por parte del talento humano, (categorizaciones)</b>	37

## LISTA DE GRAFICAS

	<b>Pág.</b>
<b>Grafico 1.</b> Organigrama Ladrillera Ortiz S.A.S.	17
<b>Grafico 2.</b> ORGANIGRAMA LADRILLERA ORTIZ S.A.S.	42



## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
<b>Cuadro 1.</b> Matriz Dofa	18
<b>Cuadro 2.</b> Descripción de las actividades a desarrollar	21
<b>Cuadro 3.</b> Cronograma de Actividades	22
<b>Cuadro 4.</b> Análisis Actividad 3	40

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo 1.</b> Encuesta al talento humano de la LADRILLERA ORTIZ S.A.S.	81

## **RESUMEN**

El siguiente trabajo en modalidad de pasantías titulado “DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DE LA LADRILLERA ORTIZ S.A.S.” tenía como objetivo apoyar los procesos comunicativos a nivel interno y externo de la empresa, favoreciendo su cultura organizacional, sobre todo generarle un reconocimiento dentro del sector económico en el cual se desempeña la entidad.

Al tratarse de una empresa nueva en el mercado se pretendía realizar actividades que permitieran crearle una identidad y por consiguiente una imagen positiva por parte de su público.

## INTRODUCCION

El presente trabajo se inició a partir de un diagnóstico inicial teniendo en cuenta elementos comunicativos en los cuales se presentaban falencias, teniendo en cuenta principalmente aquellos factores de identidad e imagen corporativa, sin embargo en el proceso de pasantías se realizaron actividades que iban en pro de generar una cultura organizacional.

Cabe indicar que los aportes comunicativos favorecieron los diferentes procesos (administrativos, de producción y comercialización) puesto que se trata de una empresa reciente en el mercado, por lo cual es poca la experiencia que tiene en el manejo del campo organizacional.

Para llevar a cabalidad este proceso de pasantías se desarrollaron actividades con el fin de cumplir los objetivos planteados que fueron, establecer la identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S., crear elementos gráficos o visuales de identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S., socializar el manual de identidad e imagen corporativa con el personal que conforman la Ladrillera Ortiz S.A.S.

# **1. DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DE LA LADRILLERA ORTIZ S.A.S.**

## **1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA**

LADRILLERA ORTIZ S.A.S, es una empresa que está dando sus primeros pasos en el sector de la construcción, cuya iniciativa nace de su propietario Gilberto Antonio Ortiz Artiaga, con el apoyo de su esposa. Además cuenta con la intervención de su amigo Cesar Bautista Hernández, quien es psicólogo de profesión y por experiencia es conocedor en materia de obras civiles, hoy por hoy se trata de una entidad dirigida por familiares y amigos.

Se encuentra ubicada en suelos del departamento del Santander, específicamente en la Vereda Llanadas del municipio de Girón, donde se hace posible la explotación del recurso natural que permite fabricar el producto final, se trata de la arcilla que luego de pasar por varios procesos se obtiene el Ladrillo y otros productos derivados de este material.

Al tratarse de una empresa reciente no cuenta con una estructura organizacional y una ideología corporativa definida. Sus pioneros reconocen la necesidad, por lo tanto, sus intenciones apuntan a lograr posicionarla en el mercado, con el fin de mejorar sus condiciones propias, así como a la de su público interno (talento humano) comprendido no por más de 20 personas de manera directa, de igual forma su público externo (clientes y proveedores). Además cuenta con las herramientas y equipos importados del continente asiático, especialmente con tecnología de la China y con mano de obra calificada por su experiencia en el sector de la construcción y la transformación de la arcilla.

**1.1.1 Misión.** Ofrecemos confianza y seguridad a nuestro público, obteniendo productos derivados de la arcilla con el servicio, la calidad y precio que merecen; Ladrillera Ortiz S.A.S. es un aliado para construir.

**1.1.2. Visión.** Situarnos en el 2020 como la empresa productora de ladrillos de mayor preferencia en la industria de la construcción, especialmente en la región del Santander y zonas aledañas, manteniéndonos a la vanguardia en tecnología e innovación; Ladrillera Ortiz S.A.S. es un aliado para construir.

**1.1.3. Objetivos de la empresa.** Construir una imagen positiva como empresa productora de ladrillos en el sector de la construcción, especialmente en el Santander.

Apuntar a la innovación y calidad constante, en cada uno de sus productos.

Ampliar el portafolio de servicios con productos derivados de la arcilla.

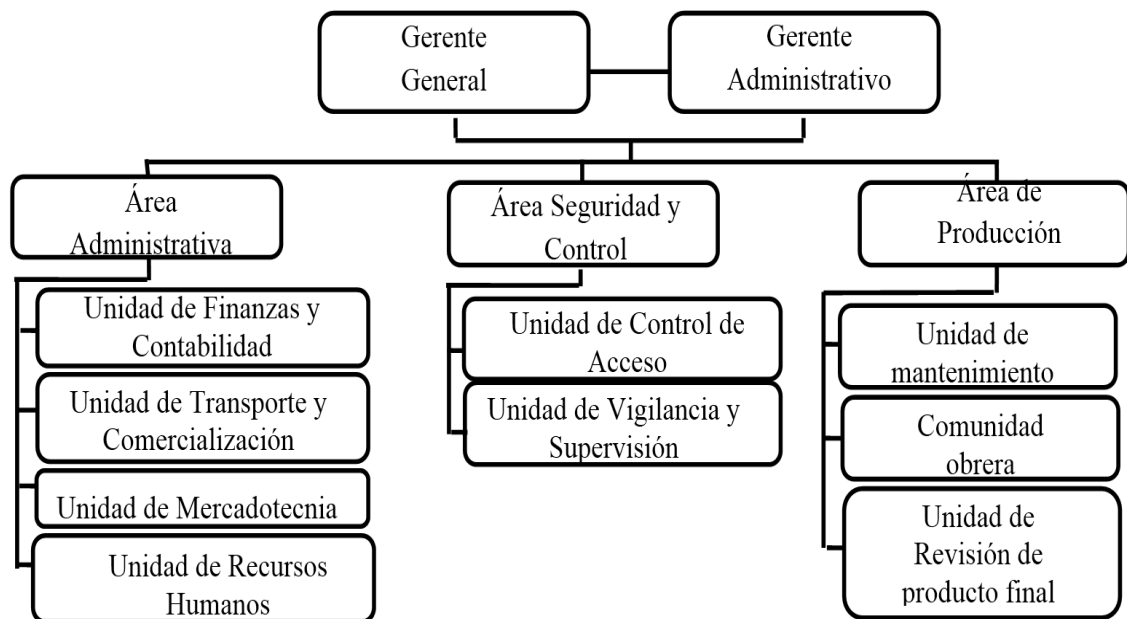
Mantener en condiciones óptimas y adecuadas el talento humano.

Solidificar los procesos administrativos, internos y externos de la empresa.

**1.1.4. Estructura Organizacional.** Actualmente la Ladrillera Ortiz S.A.S. maneja una estructura organizacional improvisada o poco clara y definida, no se evidencian las áreas y cargos específicos de cada uno de los miembros de la organización, el sistema jerárquico que manejan se entiende desde el poder que mantiene el jefe o actual dueño y representante legal de la entidad, con una forma de comunicación directa e informal. En conclusión, la empresa no tiene un organigrama establecido.

A continuación el organigrama expuesto es previo, se instaura una vez determinada alguna de las funcionalidades y procesos que se llevan a nivel interno y externo, puede estar sujeto a modificaciones, dependiendo de los cambios y las necesidades que se van desarrollando y detectando en el cumplimiento de las pasantías.

**Grafico 1. Organigrama Ladrillera Ortiz S.A.S.<sup>1</sup>**



**Fuente.** Ladrillera Ortiz S.A.S

**1.1.5. Proyecto asignado en el proceso de pasantías.** Para el transcurso de las pasantías de Comunicación Social en la empresa Ladrillera Ortiz S.A.S., se ha considerado entre las partes (estudiante y representante legal) realizar labores en pro de la creación de la identidad e imagen corporativa, teniendo en cuenta que al tratarse de una entidad constituida recientemente se es necesario estructurar su organización, con el fin de favorecer su identidad y reconocimiento interno y externo, todo esto a través de diferentes estrategias y elementos comunicativos, como marketing, capacitación a personal y políticas propias de la empresa.

<sup>1</sup> Monsalve, Huberth Jeisson (2014). Pasante; Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Programa de Comunicación Social; Ocaña Norte de Santander.

## **1.2. DIAGNÓSTICO DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA EN PASANTÍAS**

Para la realización de las pasantías se es necesario conocer el estado actual de la dependencia en la que se van hacer las actividades, lo que permite tener una orientación de cuáles son las acciones a tomar que favorecerán de manera eficaz y eficiente el proceso.

Para llevar a cabalidad la propuesta sobre el plan de trabajo y una vez entendido la carencia en la estructura organizacional y por consiguiente la nulidad en una dependencia real, es necesario comprender y entender la situación en la que se encuentra la Ladrillera Ortiz S.A.S. de manera general y macro.

A continuación se implementa la herramienta Matriz DOFA que permite determinar las Debilidades y Fortalezas (situación interna), por otro lado las Amenazas y Oportunidades (situación externa), y a partir de allí las respectivas estrategias a implementar, algunas se ejecutarán a cabalidad con las tareas de pasantías.

**Cuadro 1.** Matriz Dofa

<b>INTERNO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<p>Dentro de la región del Santander es una de las empresas con maquinaria y herramientas de producción sofisticada</p> <p>Se cuenta con personal idóneo para la producción</p> <p>El sentido de pertenencia que tiene el talento humano hacia la empresa</p> <p>Se ha hecho la inversión de capital necesario para la conformación de la empresa</p> <p>Existe oferta suficiente para suministrar, satisfacer las necesidades y demanda de los clientes</p> <p>La materia prima (arcilla) se puede extraer del mismo terreno donde está ubicada la fábrica, ahorro de costos en transporte.</p> <p>La maquinaria de producción es de tecnología china.</p>	<p>En la actualidad no cuenta con una identidad e imagen corporativa establecida y definida en el mercado.</p> <p>Su estructura y direccionamiento organizacional no es claro</p> <p>Falta de experiencia en participación dentro del sector de la construcción.</p>
<b>EXTERNO</b>	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>		
Acercamiento de entidades y personas pertenecientes al sector de la construcción a nivel	Fortalecer y buscar las alianzas estratégicas especialmente en el sector de la construcción	Establecer la identidad corporativa para fortalecer la imagen en el ambiente

Continuación Matriz Dofa

regional Demanda necesaria para la producción disponible Capacidad de generar empleo de forma directa e indirecta La expectativa que ha generado entre el público externo al tratarse de una empresa nueva	Seguir invirtiendo en el sistema de producción, para aumentar la oferta y responder a la demanda del mercado Aprovechar la expectativa que ha generado como empresa nueva, para solidificar los procesos internos y externos con estrategias de comunicación.	interno y externo Definir la estructura organizacional y la dirección a tomar, pensando en los factores con los que actual y posiblemente cuenta la empresa (empleados, funciones, clientes, política, etc. ;)
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
Debe competir con empresas de varios años de trayectoria en la producción de ladrillos La necesidad que han identificado las empresas con los mismo fines de producción, en invertir en herramientas y maquinaria El sector de la construcción es muy susceptible ante los cambios económicos que se presentan en el país El riesgo que se puede incurrir por desconocimiento en términos legislativos y gestión de calidad.	Conservar los recursos generados por los beneficios de oferta y demanda, para innovar en momentos críticos	Asesorarse sobre procesos legislativos y de gestión administrativa de la empresa, capacitando sobre los mismos al personal de la empresa

**Fuente:** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, metodología DOFA, 2014.

**1.2.1. Planteamiento del Problema.** Algunas empresas inician sus labores y procesos de producción sin una ruta de navegación clara, solo con un nombre que al no tener el tratamiento adecuado lo más seguro es que caiga a la visibilidad equivocada, por la carencia de una filosofía o razón de ser, desconociendo cada uno los elementos y factores que giran en su entorno, desperdiciando sus valores y atributos.

Ladrillera Ortiz S.A.S., entra a producir en un sector económico y en una región dinámica, da sus primeros pasos en una industria amplia y de muchas posibilidades para participar con seguridad, pero ante las posibilidades de intervención en un mercado específico, se debe diseñar planes o estrategias para solidificar el nombre de la empresa. Hay una necesidad existente, la estructura organizacional, pues allí sólo se distingue una voz, la del jefe, denominado en su lenguaje como ‘patrón’, aunque el personal de la entidad realiza sus funciones, éstas la han conocido por una forma de comunicación informal y directa, no se ha establecido la independencia de cargos, quiénes son los jefes inmediatos, las responsabilidades específicas, sin políticas socializadas y la posición jerárquica.



Esta empresa es comprendida por un conjunto de personas que trabajan por cumplir una rutina. Actualmente no existe una visualización para el beneficio en común, desconocen que es una empresa que ha sido construida por el aporte de cada uno de ellos, a pesar del sentido de pertenencia, no han logrado concebir su filosofía empresarial.

Administrativamente no se ha planificado claramente cómo y qué procesos comunicativos ejecutar para direccionar la entidad. Hoy por hoy existe el interés por parte de los superiores en hacer intervenciones estratégicas que permitan ubicar a manera positiva el nombre de la Ladrillera Ortiz S.A.S.

Es necesario superar los limitantes organizacionales, pues a pesar de tratarse de una entidad conformada por familiares y amigos, se debe estipular qué posición toma cada uno de sus miembros, de lo contrario perderán el objetivo o extralimitarán sus deberes y comportamientos, es posible perder el sentido de pertenencia o incurrir en desajustes administrativos.

Así como es fundamental la estructura organizacional, también es importante establecer una dirección estratégica, que se emprende para el cumplimiento de fines y metas, de lo contrario, hará que la entidad tripule sin un horizonte claro, sin un punto de partida y menos un punto de llegada, tomará varias direcciones que generan inestabilidad e inseguridad en el ámbito interno y externo.

Estando claro cuál es la situación actual de la Ladrillera Ortiz S.A.S., y las posibles consecuencias, se debe plantear y ejecutar estrategias comunicativas-organizacionales, forjando una cultura corporativa dentro del ambiente y público interno/externo.

Es fundamental generar una identidad a la empresa, qué es y hacia dónde va, regirla con unos valores y principios, políticas o normatividades, una misión y visión. A partir de la premisa anterior se consolida la imagen, que es donde se percibe, evalúa y juzga las intervenciones y procesos llevados a cabo por la entidad.

### **1.3. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA**

**1.3.1. Objetivo General.** Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.

**1.3.2. Objetivos Específicos.** Establecer la identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.

Crear elementos gráficos o visuales de identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.

Socializar el manual de identidad e imagen corporativa con el personal que conforman la Ladrillera Ortiz S.A.S.

## 1.4. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN PASANTÍAS

**Cuadro 2.** Descripción de las actividades a desarrollar

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a realizar para cumplir objetivos específicos
Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.	Establecer la identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.	Con herramientas recolectoras de información (encuestas) poder determinar cuáles son los propósitos y objetivos de la empresa, una vez se tabulen los resultados.
		Planteamiento de la identidad corporativa (misión, visión, objetivos, valores corporativos, entre otros).
		Identificado los procesos y funciones que se llevan a nivel interno de la empresa realizar el análisis y observación necesaria para comprender los cargos y su jerarquía.
		Ilustración y ubicación de las dependencias en el organigrama de la Ladrillera Ortiz S.A.S.
		Exponer en lugares estratégicos el organigrama e identidad corporativa (misión, visión, objetivos, valores corporativos, entre otros, estos pueden ser la oficina, entrada de la fábrica y algunos sitios donde no se deteriore el elemento comunicativo.
	Crear elementos gráficos o visuales de identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.	Realización de varios logos símbolos que posiblemente pueden ser adaptados a la empresa.
		Presentación de propuestas de logos símbolos a los propietarios y jefes de la empresa, para seleccionar y realizar modificaciones al logo de mayor apreciación.
		Realización de un desk research de la identidad gráfica de la competencia.
		Realización del diseño de los documentos o papelería corporativa (oficios, cotizaciones, facturas, tarjetas personales, entre otros).
		Acondicionamiento de elementos que sean utilizados como merchandising en la Ladrillera Ortiz S.A.S., dirigido especialmente para el público externo (clientes y proveedores) y posiblemente para cierto público interno (vendedores).
		Gestión y organización de la entrega de elementos de dotación, teniendo en cuenta el factor de identificación visual, dirigido especialmente para el público interno.
		Coordinación para la identidad ambiental o arquitectura corporativa del lugar de producción (fábrica), con vallas, pendones que ilustren la identidad corporativa.

Continuación Cuadro 2

	Socializar el manual de identidad e imagen corporativa con el personal que conforman la Ladrillera Ortiz S.A.S.	Reunión con el personal que conforma la Ladrillera Ortiz S.A.S sobre el manual de identidad e imagen corporativa.
--	---	---

**Fuente:** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, metodología DOFA, 2014.

**1.5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

**Cuadro 3.** Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
		S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Establecer la identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.	Con herramientas recolectoras de información (encuestas) poder determinar cuáles son los propósitos y objetivos de la empresa, una vez se tabulen los resultados.																
	Planteamiento de la identidad corporativa (misión, visión, objetivos, valores corporativos, entre otros).																
	Identificado los procesos y funciones que se llevan a nivel interno de la empresa realizar el análisis y observación necesaria para comprender los cargos y su jerarquía.																





## 2. ENFOQUES REFERENCIALES

### 2.1. ENFOQUE CONCEPTUAL

En cuanto a lo conceptual del tema tratado en este contenido se puede deducir que hay varios temas necesarios para contextualizarlo y tenerlo en cuenta para llevar a la praxis las tareas planteadas.

**Comunicación corporativa.** Dentro de los comportamientos de las empresas, se encuentra la comunicación corporativa, que se debe al conjunto de contenidos, sus canales y niveles de transmisión por parte de la organización.

Comunicación, es también la interacción de mensajes a través de un lenguaje entendido o posiblemente desentendido por códigos interpretados entre un emisor y un receptor, donde se puede generar un proceso de realimentación, al traerlo a coalición en el campo de acción organizacional, es coherente decir que los elementos de la comunicación influye en los comportamientos corporativos.

“La comunicación corporativa es la herramienta de gestión por excelencia que configura la imagen corporativa”<sup>2</sup>, puesto que se encarga del proceso efectivo de transmitir información (mensaje) por parte de la organización e incluso por figuras externas que se implican de manera intencional o involuntariamente.

Según Scheinsohn, Daniel (1998: 126; 127) en su obra Dinámica de la comunicación y la imagen corporativa, introduce en los tipos de mensajes, que además son básicos como efectos de la comunicación corporativa:

**Mensajes intencionales.** se refiere a los códigos emitidos con intención de producir efectos a su público objetivo; son controlados y dirigidos por el estado comunicativo de la empresa, ejemplo de ello son los espacios y elementos publicitarios.

**Mensajes no intencionales.** se debe a la falta de posesión que tiene la empresa sobre su estado comunicativo, generando un efecto al público por la interpretación de códigos que no estaban bajo control, la difusión de información distorsionada que afecta a la organización, es un claro ejemplo de ello.

**Identidad corporativa.** Las empresas contienen características diferenciadoras de las otras organizaciones, comprendidas por un conjunto de atributos que determinan su propia personalidad, en algunos contextos se percibe como el sistema de elementos visuales.

---

<sup>2</sup> SCHEINSOHN, Daniel. Dinámica de la Comunicación y la Imagen Corporativa. Cursos de Especialización de la FUNDACIÓN OSDE, con la supervisión académica y certificación de la UADE. Argentina, 1998, p. 124. ISBN: 987-96305-8-0.

Los elementos que construyen la identidad corporativa permiten hacer un uso del lenguaje visual, no se trata solo de una marca, contiene y expresa la naturaleza de la organización, e incluso las proyecciones o propósitos, como, el a qué se dedica, quién es, el cómo y porqué lo realiza, y a dónde quiere llegar.

En el primer libro de la ‘Colección Joan Costa’ sobre diseño y comunicación corporativa, titulado –Diseñar para los ojos- , el autor define la importancia de este concepto en una frase “la identidad es el ADN de las empresas<sup>3</sup>” justificándolo en que la identidad es un potencial inscrito en los cromosomas de la empresa, la semilla bioestratégica de sus fundadores y emprendedores; la anterior definición se trata de un enunciado metafórico pero válido en el intento de comprender en concreto el tema referencial.

**Imagen Corporativa.** Una vez tratado el concepto anterior, se logra concebir que la imagen corporativa es la percepción del público que se desempeña en medio del entorno o las actividades de la organización, el resultado en su intento por dar a conocer el conjunto de atributos que la diferencian de las demás.

Reputación empresarial, puede ser la sintaxis que engloba abreviadamente la concepción, concebir la imagen es dependiente del comportamiento y la personalidad corporativa.

Siguiendo los criterios de Villafañe<sup>4</sup> (2002), refiere que el comportamiento corporativo generará en el público una imagen funcional de la empresa, que la cultura corporativa inducirá la imagen de la organización y que la personalidad corporativa se concreta en la imagen intencional que la propia empresa pretende proyectar de sí misma. La apreciación del autor se refiere a una práctica provocada por la identidad de la empresa que se construye en la mente del público.

**Identidad e imagen.** Se trata de una concepción gerencial, involucrada en el contexto de la comunicación empresarial, de la estrecha relación de lo que se dice y de lo que se hace.

Dependiendo de un sólido sistema de identidad los procesos de comunicación empresarial lograrán construir una imagen positiva, ahora bien, lo que nos indica que la cultura corporativa se fundamenta de aquellas políticas de la empresa, regida por los valores, sus principios, las actitudes del talento humano, siendo esto lo que determina el objeto, es decir la identidad corporativa, que al proyectarse construye la imagen por el colectivo de la opinión pública.

En el intento de realizar delimitaciones conceptuales el investigador Capriotti<sup>5</sup> (2009: Introducción a la primera parte) en su obra Branding corporativo -Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa – pone en manifiesto la estrecha relación

---

<sup>3</sup> COSTA, Joan. Diseñar para los Ojos. 2 ed. La paz, Bolivia: Grupo editorial Design, 2003, p. 85. ISBN: 99905-0-314-1.

<sup>4</sup> D. Mayol Marcó, Diógenes. Identidad e imagen en Justo Villafañe. [en línea] <<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/2540/1809>> [Consulta: mayo de 2014]

<sup>5</sup> CAPRIOTTI PERI, Paul. BRANDING CORPORATIVO Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Santiago, Chile, 2009, p. 18. ISBN: 978-956-7459-32-2.

entre la identidad, la imagen y la comunicación Corporativa, que en campos de comunicación lo correlaciona con análisis de la emisión, circulación y consumo de la información.

**Identidad visual corporativa.** En campos del diseño, aquello que comprende un conjunto de elementos y signos consolidados en un objeto gráfico hace parte de la sustancia corporativa.

Investigadores de la identidad corporativa le brindan gran importancia al logo, logotipo o logo símbolo como segmento implícito que condiciona la identidad visual corporativa de las organizaciones.

Metafóricamente es el sello que transmite valores y principios, pero sobre todo tiene una funcionalidad diferenciadora ante otras marcas; le generan originalidad, autenticidad, recordación. El mensaje que transmite como icono puede mover sentimientos, al punto de persuadir o afectar susceptibilidades.

El objeto visual corporativo, determinado como unidad entre colores, formas y tipografía, permite un acercamiento a un público específico, debido a una implicación o intereses previos, captado por la legibilidad, el componente o la estructura estética.

**Manual de identidad corporativo.** El uso del gráfico corporativo de una organización debe estar sometido a condiciones. Una alteración o desproporción puede alterar la percepción de los códigos que se pretenden transmitir; el manual de identidad corporativa es el documento que respalda por escrito su utilización para concebir su orden gráfica.

Se trata de una herramienta de proyección real y afín utilizada por la organización, evita las confusiones, además se posibilita como espacio de búsqueda de conocimientos sobre la empresa, puesto que no solo determina la importancia de la unidad gráfica (logo símbolo) y sus elementos, si no también llevar a cabo acciones conforme a las políticas de la entidad.

En manera concreta sobre la implementación del tema en referencia, arroja en términos de visualización gráfica y direccionamiento corporativo óptimos resultados, porque hay una sostenibilidad en el uso de la marca y las reglas impartidas por la empresa, lo que por consiguiente, solidifica los procesos comunicativos a nivel externo e interno, permitiendo mantenerse en el espacio y conservarse en el tiempo.

## **2.2 ENFOQUE LEGAL**

El tema planteado en el contenido propio del plan de trabajo, se desarrollan temáticas cómo la identidad corporativa, siendo ésta, parte esencial en los aspectos administrativos de una organización y además, fundamental para llevar con éxitos los proceso comunicacionales en los diferentes niveles.



Las empresas o instituciones construyen y ejecutan elementos distintivos que las hacen propios y de uso exclusivo por las mismas, con el fin de evitar ambigüedades. Es necesario resguardar la imagen institucional, pues se encuentra en juego su reputación y seguridad.

Ahora bien, comprendido el anterior enunciado, es necesario indagar el contexto jurídico que la ampara.

**Ley 23 de 1982 del Congreso de Colombia.** Sobre derechos de autor; Artículos 9 y 10, el primero respectivamente se refiere así: “La protección que esta Ley otorga al autor, tiene como título originario la creación intelectual, sin que se requiera registro alguno. Las formalidades que en ella se establecen son para la mayor seguridad jurídica de los titulares de los derechos que se protegen”, y el segundo concibe: “Se tendrá como autor de una obra, salvo prueba en contrario, la persona cuyo nombre, seudónimo, iniciales, o cualquier otra marca o signos convencionales que sean notoriamente conocidos como equivalentes al mismo nombre, aparezcan impresos en dicha obra o en sus reproducciones, o se enuncien en la declamación, ejecución, representación, o cualquiera otra forma de difusión pública de dicha obra”.

**Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.** En el Capítulo III de los derechos y limitaciones conferido por la marca del Título VI de las Marcas, se disponen los siguientes artículos:

Artículo 154: El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente.

Artículo 155: El registro de una marca confiere a su titular el derecho de impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos:

- a) Aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;
- b) Suprimir o modificar la marca con fines comerciales, después de que se hubiese aplicado o colocado sobre los productos para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;
- c) Fabricar etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros materiales que reproduzcan o contengan la marca, así como comercializar o detentar tales materiales;
- d) Usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que exista riesgo de confusión;
- e) Usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiese causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza

distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular;

Usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o de un aprovechamiento injusto de su prestigio.

De igual manera en este mismo texto jurídico se retoman los cosentimiento otorgados en el Título VII de los lemas comerciales, los siguientes artículos:

Artículo 175: Los Países Miembros podrán registrar como marca los lemas comerciales, de conformidad con sus respectivas legislaciones nacionales.

Se entiende por lema comercial la palabra, frase o leyenda utilizada como complemento de una marca.

Artículo 176: La solicitud de registro de un lema comercial deberá especificar la marca solicitada o registrada con la cual se usará.

Artículo 177: No podrán registrarse lemas comerciales que contengan alusiones a productos o marcas similares o expresiones que pueden perjudicar a dichos productos o marcas.

Artículo 178: Un lema comercial deberá ser transferido conjuntamente con el signo marcario al cual se asocia y su vigencia estará sujeta a la del signo.

Artículo 179: Serán aplicables a este Título, en lo pertinente las disposiciones relativas al Título de Marcas de la presente Decisión.

### 3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

#### 3.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En el proceso de pasantías en la Ladrillera Ortiz S.A.S. en relación al plan de trabajo presentado al comité curricular del programa de Comunicación Social y titulado *Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.*, se han llevado a cabalidad las siguientes actividades.

Actividades según objetivos específicos

**Objetivo.** Establecer la identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Actividad 1.** Con herramientas recolectoras de información (encuestas) poder determinar cuáles son los propósitos y objetivos de la empresa. ANEXO A.

#### ***FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA***

<i>Fecha de la aplicación</i>	01 de abril de 2014
<i>Objeto de investigación</i>	Definir la identidad corporativa y direccionamiento estratégico, es decir, la visión, misión, objetivos de la empresa, valores, principios, logotipo y slogan.
<i>Tamaño de la muestra</i>	15 empleados
<i>Población objeto de universo</i>	El total de la muestra: talento humano de la Ladrillera Ortiz S.A.S.
<i>Cobertura Geográfica</i>	Km 1, Vereda Llanadas, Girón (Santander).
<i>Metodología</i>	Aplicación de encuesta de siete preguntas a cada uno de las personas que hacen parte del talento humano de la empresa con el fin de conocer la apreciación sobre la identidad corporativa y direccionamiento estratégico.
<i>Realizador</i>	Pasante del programa académico de Comunicación Social de la Facultad de Educación, Artes y Humanidades de la Universidad Francisco de Paula Santander, Ocaña, Huberth Jeisson Monsalve Ortiz.

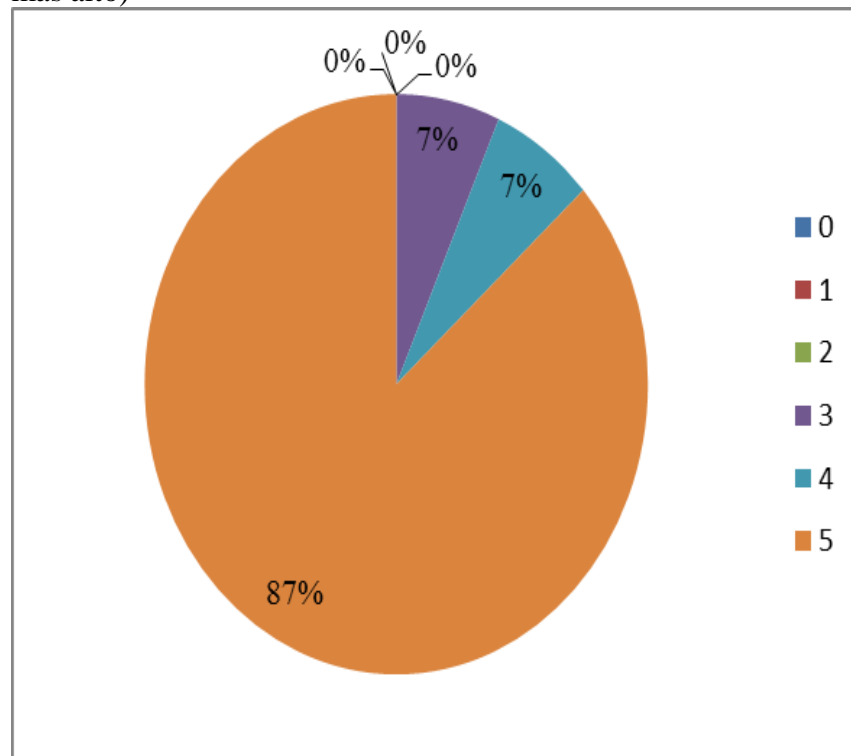
## Resultados de la aplicación de la encuesta

**Tabla 1. Nivel de apreciación del logo símbolo de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0	0	0%
1	0	0%
2	0	0%
3	1	6,67%
4	1	6,67%
5	13	86,67%
TOTAL	15	100%

**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Figura 1. Nivel de apreciación del logosímbolo de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)**



**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

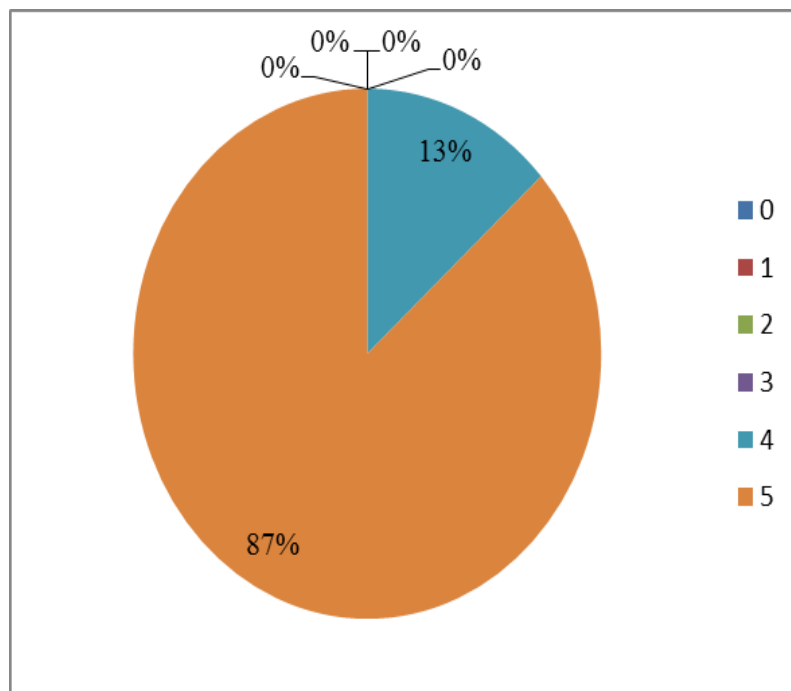
El talento humano que comprende la Ladrillera Ortiz S.A.S. tiene gran aceptación por el elemento gráfico corporativo propuesto para la empresa, incluso cuando el 13% de la población no siente el nivel más alto de apreciación, logra ubicarla en las anteriores y más cercanas calificaciones.

**Tabla 2. Nivel de apreciación del slogan de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0	0	0%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	2	13,33%
5	13	86,67%
TOTAL	15	100%

**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Figura 2. Nivel de apreciación del slogan de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)**



**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

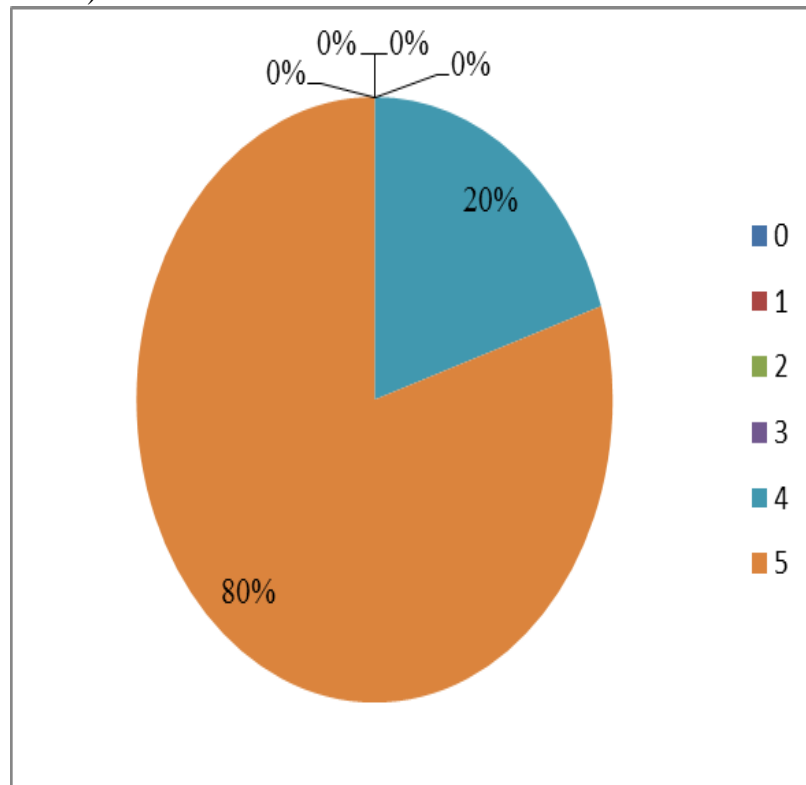
El slogan compuesto y propuesto para la Ladrillera Ortiz S.A.S., en el talento humano ha arrojado un alto nivel de apreciación, todas las calificaciones la ubican en el ítem que indica el más alto valor con respecto al grado de gusto y apreciación para ser aplicada dentro de la empresa, se trata de una conjunto sintáctico que genera recordación, además es oportuno y claro al indicar la actividad y el sector económico donde se desarrolla la empresa.

**Tabla 3. Nivel de apreciación sobre la visión de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0	0	0%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	3	20%
5	12	80%
TOTAL	15	100%

**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Figura 3. Nivel de apreciación sobre la visión de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)**



**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

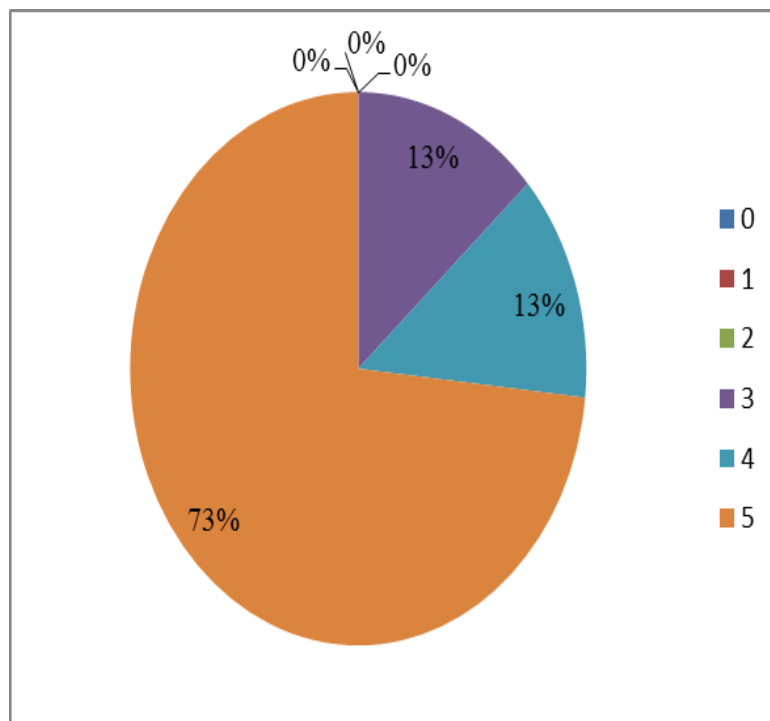
El texto compuesto como la visión y que indica la meta que se aspira alcanzar por la empresa, tuvo un alto nivel de apreciación por parte de la población que comprende el talento humano, obteniendo en su totalidad los valores apreciativos más altos, su experiencia en labores con la transformación de la arcilla y el análisis del contexto de producción y comercialización es coherente a lo planteado.

**Tabla 4. Nivel de apreciación sobre la misión de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0	0	0%
1	0	0%
2	0	0%
3	2	13,33%
4	2	13,33%
5	11	73,33%
TOTAL	15	100%

**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Figura 4. Nivel de apreciación sobre la misión de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (siendo cinco (5) el más alto)**



**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

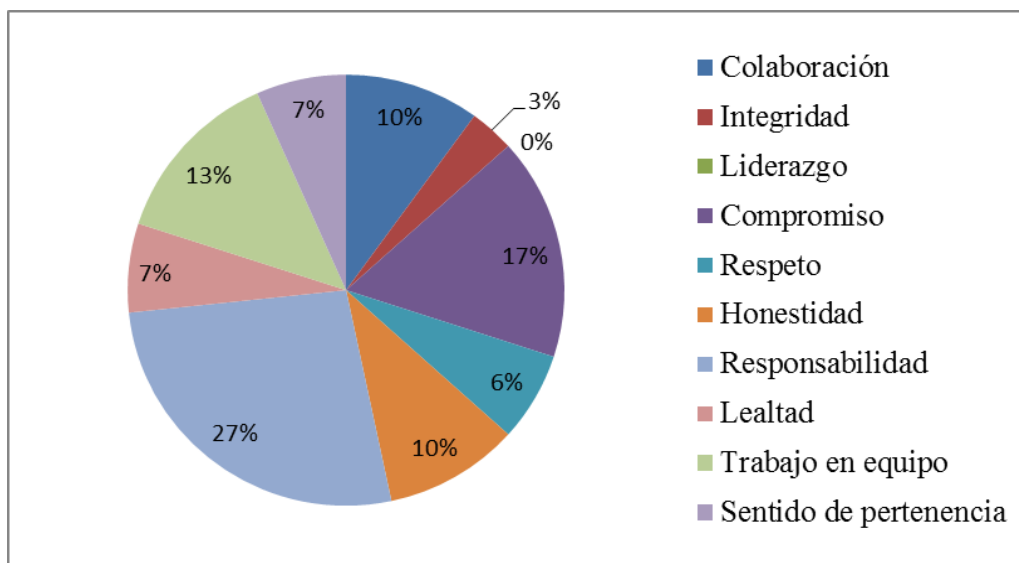
La misión planteada y siendo el fragmento textual que indica el cómo lograr la visión y la razón por la que deben preferir la empresa obtuvo el mayor resultado de apreciación, sin embargo el porcentaje restante la ubican en los dos niveles anteriores más altos, dejando por fuera aquellas opciones que indican un bajo nivel de apreciación en lo planteado. El talento humano considera que el fragmento sí cumple con la definición de lo que debe ser la misión para la Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Tabla 5. Valores empresariales sugeridos para la Ladrillera Ortiz S.A.S., (con la opción de seleccionar dos (2) de la lista)**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Colaboración	3	10%
Integridad	1	3,33%
Liderazgo	0	0%
Compromiso	5	16,67%
Respeto	2	6,67%
Honestidad	3	10%
Responsabilidad	8	26,67%
Lealtad	2	6,67%
Trabajo en equipo	4	13,33%
Sentido de pertenencia	2	6,67%
TOTAL	30	100%

**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Figura 5. Valores empresariales sugeridos para la Ladrillera Ortiz S.A.S., (con la opción de seleccionar dos (2) de la lista)**



**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

Con la posibilidad de seleccionar dos (2) de los valores propuestos para la Ladrillera Ortiz S.A.S., los resultados indican que los valores que prevalecen entre el talento humano, están, en primera medida la responsabilidad y el compromiso con justificaciones relacionadas a la constancia y el cumplimiento de labores y objetivos, por otro lado, también se destacó el trabajo en equipo, la colaboración y la honestidad, estos valores fueron justificados con categorías como la cooperación y la convivencia como forma de favorabilidad en el ambiente de trabajo.

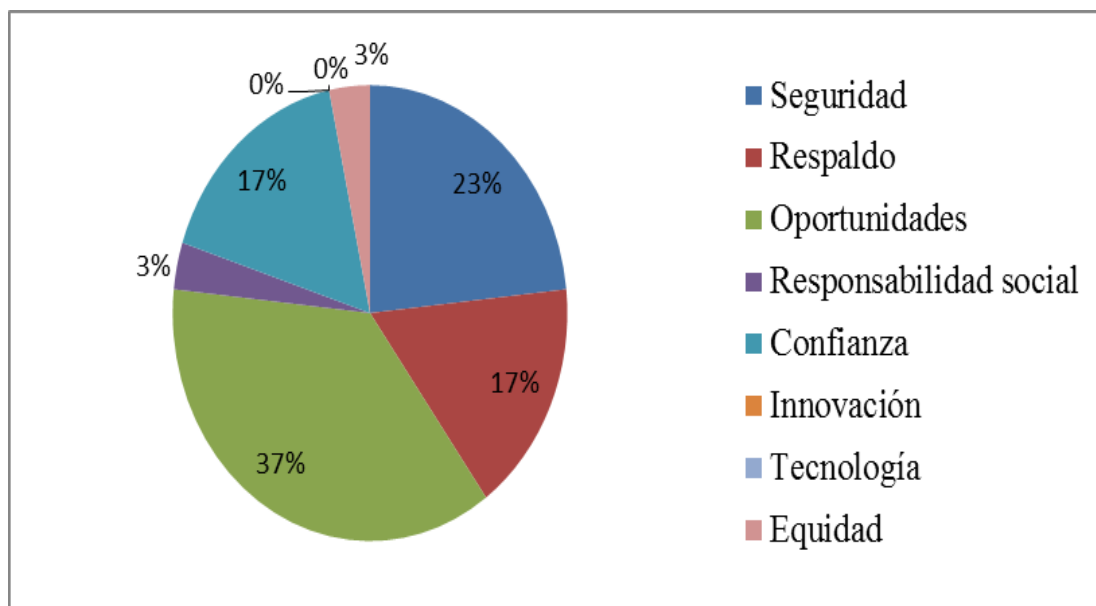


**Tabla 6. Expectativas por parte de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (con la opción de seleccionar dos (2) de la lista)**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguridad	7	23,33%
Respaldo	5	16,67%
Oportunidades	11	36,67%
Responsabilidad social	1	3,33%
Confianza	5	16,67%
Innovación	0	0%
Tecnología	0	0%
Equidad	1	3,33%
TOTAL	30	100%

**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Figura 6. Expectativas por parte de la Ladrillera Ortiz S.A.S., (con la opción de seleccionar dos (2) de la lista)**



**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

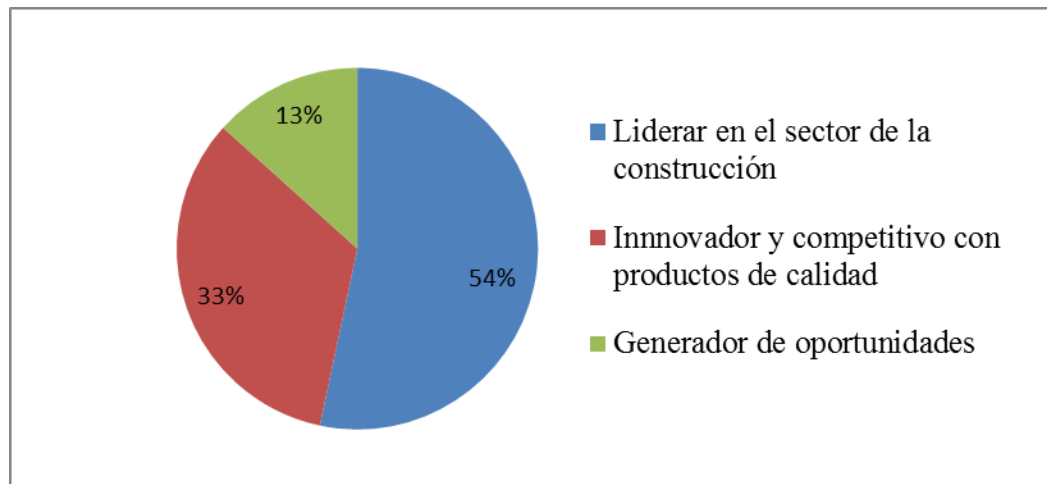
Un gran porcentaje de la población que comprende el talento humano de la empresa la vislumbra como un espacio de oportunidades, desean también que esta les propicie seguridad, además, un porcentaje relativamente alto esperan de parte de la Ladrillera Ortiz S.A.S. respaldo y confianza. No han percibido la responsabilidad social, la innovación, la tecnología y la equidad como un valor agregado por parte de la entidad.

**Tabla 7. Visualización de la Ladrillera Ortiz S.A.S. por parte del talento humano, (categorizaciones)**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Liderar en el sector de la construcción	8	53,33%
Innovador y competitivo con productos de calidad	5	33,33%
Generador de oportunidades	2	13,33%
TOTAL	15	100%

**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Figura 7. Visualización de la Ladrillera Ortiz S.A.S. por parte del talento humano, (categorizaciones)**



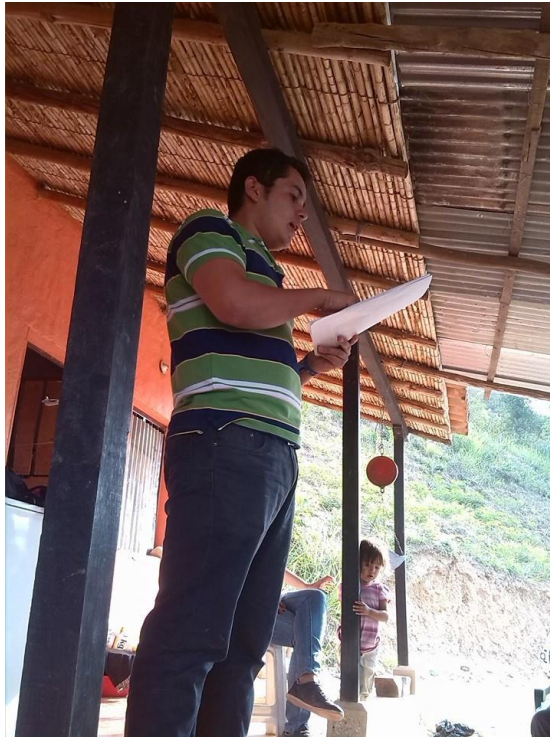
**Fuente:** Talento humano Ladrillera Ortiz S.A.S.

Haciendo lectura y análisis de los fragmentos escritos por el talento humano, sobre cómo visualiza en un futuro a la Ladrillera Ortiz S.A.S. se determinaron las siguientes categorías: generador de oportunidades, innovador y competitivo con productos de calidad y líder en el sector de la construcción; la mayoría de los encuestados coinciden con este último, reflejan gran capacidad de ventas y una economía sólida. Las expectativas que se tienen con el futuro de la empresa son positivas.

**Conclusión del resultado de la encuesta.** La herramienta aplicada con el fin de determinar la identidad corporativa y el direccionamiento estratégico de la Ladrillera Ortiz S.A.S., permite confirmar expectativas positivas sobre los procesos que recientemente emprende la empresa. Iniciando con el primer cuestionamiento sobre el nivel de gusto por el logo símbolo indica que la gráfica visualmente es llamativa y apropiada para el uso de la identificación corporativa, de igual forma el slogan propuesto, les parece conveniente, puesto que usa un lenguaje común dentro del sector en el que se va a desarrollar la entidad; en cuanto a la visión y misión acertaron que la propuesta es concreta y viable, por otro lado los valores corporativos y las expectativas son intenciones que la población encuestada

pretende percibir en su espacio laboral, proyectándola o visualizándola en posición favorable en términos de producción, administración y liderazgo dentro del mercado. Cabe resaltar que la población encuestada en su mayoría ha dedicado gran parte de su vida laboral en otras ladrilleras de la región y por consiguiente tienen el conocimiento requerido para detectar los procesos convenientes de la empresa.

### **Evidencia fotográfica de la aplicación de la herramienta recolectora de información**



**Actividad 2.** Planteamiento de la identidad corporativa (misión, visión, objetivos, valores corporativos, entre otros).

Una vez ejecutada y analizada la actividad anterior, la identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S. se plantea de la siguiente manera:

**VISIÓN.** Situarnos en el 2020 como la empresa productora de ladrillos de mayor preferencia en la industria de la construcción, especialmente en la región del Santander y zonas aledañas, manteniéndonos a la vanguardia en tecnología e innovación; Ladrillera Ortiz S.A.S. es un aliado para construir.

**MISIÓN.** Ofrecemos confianza y seguridad a nuestro público, obteniendo productos derivados de la arcilla con el servicio, la calidad y precio que merecen; Ladrillera Ortiz S.A.S. es un aliado para construir.

## **Principios Corporativos**

**Oportunidad.** Estamos comprometidos en propiciar beneficios y desarrollo.

**Seguridad.** Preservamos la integridad de nuestros individuos y entorno.

**Respaldo:** Prestamos los mejores servicios en busca de la excelencia.

**Confianza:** Nuestros procesos productivos marchan en pro de la calidad.

## **Valores Corporativos**

**Responsabilidad.** Asumimos nuestras labores con la mayor seriedad y transparencia para generar un entorno íntegro y armonioso.

**Compromiso.** Nos interesamos día a día en lograr ser los mejores en el sector de la construcción, para que el público externo nos prefiera y el interno se sienta satisfecho a nuestro lado.

**Trabajo en equipo.** Apreciamos los esfuerzos y capacidades de nuestro colectivo y lo que el entorno nos ofrece, aunamos fuerzas para concertar nuestros propósitos.

**Colaboración.** Una vez se reconozcan las necesidades que se generan en nuestro entorno laboral, intentamos de manera inmediata, desinteresada e incondicional poder superarlas.

**Honestidad.** En nuestros canales de comunicación y convivencia siempre debe prevalecer la honradez en los actos, el respeto por el prójimo, concebir lo justo y aliarnos con la verdad.

**Objetivos de la Empresa.** Construir una imagen positiva como empresa productora de ladrillos en el sector de la construcción, especialmente en el Santander.

Apuntar a la innovación y calidad constante, en cada uno de sus productos.

Ampliar el portafolio de servicios con productos derivados de la arcilla.

Mantener en condiciones óptimas y adecuadas el talento humano.

Solidificar los procesos administrativos, internos y externos de la empresa.

**Actividad 3.** Identificado los procesos y funciones que se llevan a nivel interno de la empresa realizar el análisis y observación necesaria para comprender los cargos y su jerarquía.

Dentro la empresa Ladrillera Ortiz S.A.S. se llevan a cabo varias actividades y tareas que son desarrolladas por personal idóneo en capacidades de hacerlas efectivas y eficientes, en las que son establecidas o definidas por cargos o puestos laborales en la que cada cual tiene sus propias funciones.

Para llevar a cabo esta actividad es necesario hacer una descripción de los procesos organizacionales a través de la observación de campo, en la que se determina quienes conforman la empresa, los cargos y roles junto con sus funciones o acciones.

**Cuadro 4.** Análisis Actividad 3

ÁREA	PERSONAL	CARGO	FUNCIONES O PROCESOS
Gerencia	Gilberto Antonio Ortiz Artiaga	Gerente	Planifica las directrices y estrategias para el funcionamiento de la empresa. Proyecta el mejoramiento de los indicadores económicos, humanos y empresariales. Es la primera autoridad y representante legal.
Administración	Cesar Augusto Bautista Hernández	Administrador	Coordina junto con la gerencia y jefes de otras áreas, la planificación, la ejecución y el control de estrategias empresariales. Responsable del cumplimiento de las funciones del talento humano (Jefe del Recurso Humano) Encargado de delegar y asignar funciones y misiones, dentro y fuera de la compañía. Maneja también la planeación y ejecución del plan contable y financiero.
Dirección Administrativa	Sandra Liliana Bonilla Barajas	Directora Administrativa	Lleva a cabo junto con la Gerencia y Administración, el manejo de los recursos financieros y humanos. Ejecuta el plan contable, también el programa de seguridad industrial y salud ocupacional. Encargada de los inventarios y balances, a su vez de las ventas y compras de materiales, suministros e insumos en coordinación con las demás áreas. Encargada de liquidar la nómina (incluyendo la seguridad social).
Asesor Contable	Ludyn Mora	Contadora Pública	Verifica, procesa y controla todos los movimientos contables y actividades financieras (impuestos, datos e información fiscal). Asesorar los procesos jurídicos en relación a las transacciones y diligencias

Continuación Cuadro 4

			contables y financieras.
Asistencia Administrativa	Fernando Bonilla Barajas	Asistente Administrativo	En coordinación con el Director Administrativo y el Contador Público, ejecuta todas las funciones de la Dirección Administrativa, también labora en estrecha sintonía con los demás áreas de la empresa. Este es apoyado por secretarías y auxiliares.
Dirección de Producción	Luis Hermides Calderón	Jefe de producción	Encargado del proceso productivo hasta la entrega del pedido del cliente. Responsable del correcto funcionamiento y mantenimiento de la planta de producción. Propone y ejecuta acciones junto con el Administrador, con el fin de optimizar la línea de producción. Debe relacionarse estrechamente con los jefes de las demás áreas con el fin de unificar acciones que cumplan con las proyecciones de la empresa.
Asistencia de Producción	Juan Carlos Gómez Vega	Asistente de producción	Apoya al jefe de producción y lleva a cabo las directrices que éste le imponga. Debe estar atento a los procesos de mantenimiento, producción, tareas en la zona de patios (almacenamiento), horno, carga – endague (para cocción del ladrillo) y transporte.
Dirección Comercial y Marketing	Huberth Jeisson Monsalve Ortiz (Pasante)	Director Comercial y de Marketing	A su cargo están los procesos de venta. Diseña y ejecuta, junto con el Administrador estrategias comerciales y publicitarias. Se asesora con publicistas y debe ser responsables de las acciones por parte de los vendedores.

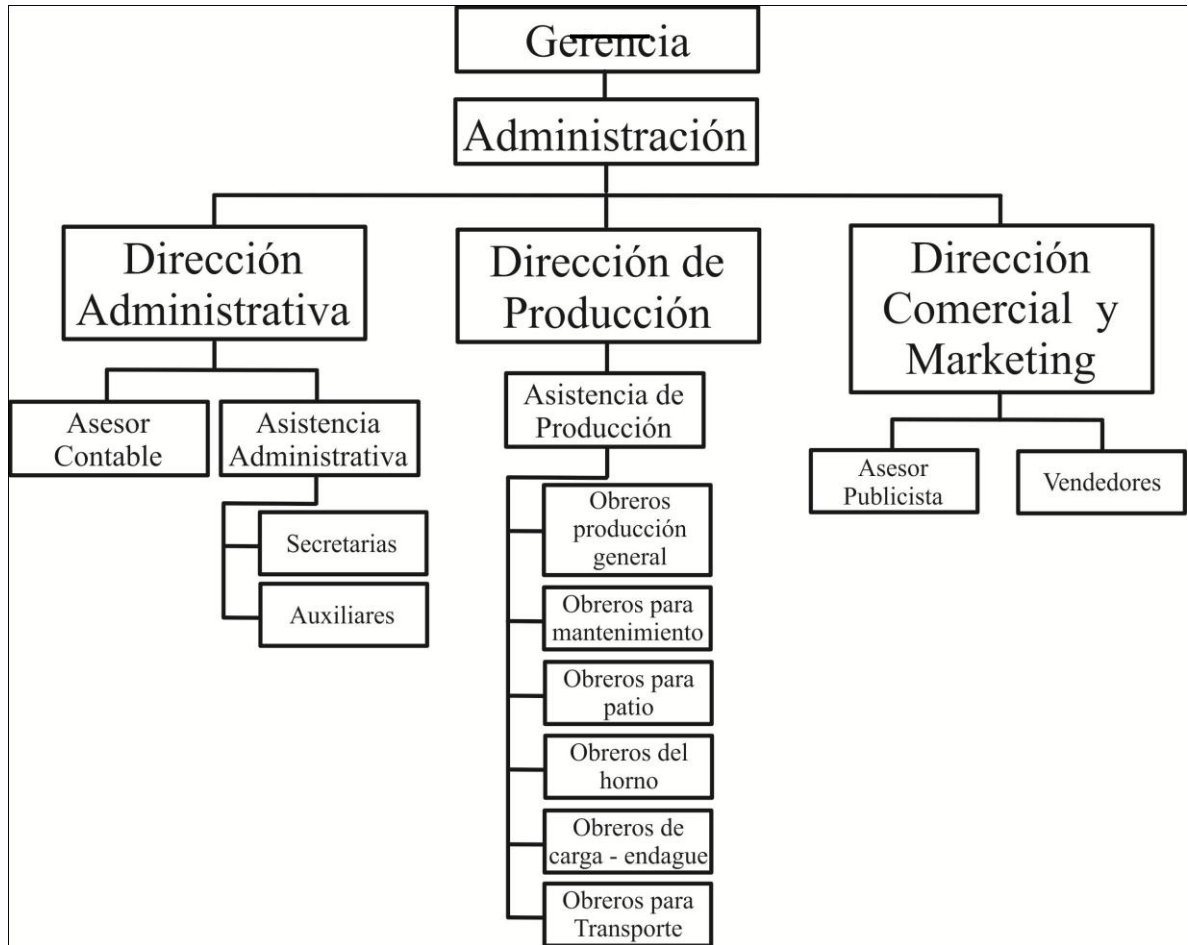
**Fuente:** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Análisis propio, observación de campo, cargos y funciones de la Ladrillera Ortiz S.A.S., 2014.

**Actividad 4.** Ilustración y ubicación de las dependencias en el organigrama de la Ladrillera Ortiz S.A.S.

El organigrama que se estructura en la empresa Ladrillera Ortiz S.A.S. es de tipo descendente, porque parte del cargo de mayor poder (Gerente) de la cual se desprenden otras áreas y jefaturas que a su vez tienen responsabilidad y mandatos sobre otros cargos, el diseño del organigrama resulta comprenderse en forma de pirámide vertical.

La siguiente ilustración se diseñó teniendo en cuenta la actividad anterior.

**Grafico 2. ORGANIGRAMA LADRILLERA ORTIZ S.A.S.<sup>6</sup>**



**Fuente.** Ladrillera Ortiz S.A.S

Actividad 5. Exponer en lugares estratégicos el organigrama e identidad corporativa (misión, visión, objetivos, valores corporativos, entre otros, estos pueden ser la oficina, entrada de la fábrica y algunos sitios donde no se deteriore el elemento comunicativo.

Para el cumplimiento de esta actividad se aprovechó las instalaciones de la oficina de la empresa, puesto que es un lugar que sirve como espacio de mayor frecuencia entre el talento humano y público externo, donde pueden hacer un recorrido visual de la identidad corporativa.

---

<sup>6</sup> Monsalve, Huberth Jeisson (2014). Pasante; Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Programa de Comunicación Social; Ocaña Norte de Santander, organigrama Ladrillera Ortiz S.A.S.

## Evidencia fotográfica del cumplimiento de la actividad





Objetivo. Crear elementos gráficos o visuales de identidad corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Actividad 1.** Realización de varios logos símbolos que posiblemente pueden ser adaptados a la empresa

En esta actividad se diseñaron varios logo símbolos como propuesta de uso identitario para la Ladrillera Ortiz S.A.S., las cuales fueron socializadas con los jefes de la empresa. Cabe indicar que la actividad se llevó a cabo por exigencia del personal superior, para esto se tuvo en cuenta los colores que se relacionan o asemejan a los tonos de la materia prima del producto (arcilla) y además se sugirió en lo posible de estar motivada por las iniciales de la empresa.

**Ilustración 1.** Propuesta de logo símbolo para la Ladrillera Ortiz S.A.S.



**Fuente.** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, 2014.

### **Composición del logo símbolo**

**Gráfico.** La forma está motivada por las iniciales de la empresa, acompañado por otros elementos como líneas curvas que componen un ladrillo.

### **Tipografía**


**Fuente.** Eras Light ITC

**Texto.** Ladrillera Ortiz (sin efecto y desplazamiento de caracteres)

**Otras descripciones.** El nombre de la marca cuenta con las iniciales que a su vez conforman el isotipo (forma o figura) y la otra parte del nombre está respaldada por una

sombra, cuyo efecto se logró duplicando el texto que se ubicó hacia atrás con un contorno más grueso.

### Colores predominantes

Muestra	Pantone	RGB	CMYK
	485 C	R: 218 G: 37 B: 29	C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0
	715 C	R: 239 G: 154 B: 72	C: 0 M: 40 Y: 80 K: 0

**Percepción.** Logo símbolo poco resistente, es ligero, sin fuerza, y light, transmite todo lo contrario del producto de la empresa, al tratarse de un elemento consistente; la figura puede generar otras connotaciones a su mensaje, además cae en lo común y simple.

**Ilustración 2.** Propuesta de logo símbolo para la Ladrillera Ortiz S.A.S.



**Fuente.** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, 2014.

### Composición del logo símbolo




**Gráfico.** La forma del objeto está motivada por las iniciales de la empresa, acompañado por figuras rectangulares y es rodeada en la zona inferior por el nombre de la misma.

### Tipografía

**Fuente.** Arial Black

**Texto.** Ladrillera Ortiz (con efecto de proyección hacia en ángulo inferior de objeto)

### Colores predominantes

Muestra	Pantone	RGB	CMYK
	152 C	R: 231 G: 120 B: 23	C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0
	485 C	R: 218 G: 37 B: 29	C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0
	Black C	R: 31 G: 26 B: 23	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

**Percepción.** Logo símbolo consistente, sólido con volumen, genera impacto, rigidez y peso relativo a la composición del ladrillo, con respecto al texto resalta un poco más la palabra ‘Ortiz’.

**Ilustración 3.** Propuesta de logo símbolo para la Ladrillera Ortiz S.A.S.



**Fuente.** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, 2014.

### Composición del logo símbolo




**Gráfico.** La forma del objeto está motivada por las iniciales de la empresa, acompañado por figuras rectangulares en movimiento con otras líneas rectangulares, además es rodeada en la zona inferior por el nombre de la entidad.

### Tipografía

**Fuente.** Arial Black

**Texto.** Ladrillera Ortiz (con efecto de proyección hacía en ángulo inferior de objeto)

### Colores predominantes

Muestra	Pantone	RGB	CMYK
	152 C	R: 231 G: 120 B: 23	C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0
	485 C	R: 218 G: 37 B: 29	C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0
	Black C	R: 31 G: 26 B: 23	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

**Percepción.** Logo símbolo consistente, sólido en movimiento, genera impacto y rigidez, con respecto al texto resalta un poco más la palabra ‘Ortiz’.

**Ilustración 4.** Propuesta de logo símbolo para la Ladrillera Ortiz S.A.S.



**Fuente.** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, 2014.

### Composición del logo símbolo




**Gráfico.** La forma del objeto está motivada por las iniciales de la empresa, ubicada en medio de la tipografía sobre una línea horizontal dividida en dos trazos por la influencia del isotipo sobre ella, y cada una con un color que la compone, cuenta con piezas rectangulares sueltas y en movimiento.

### Tipografía

**Fuente.** Century Gothic

**Texto.** LADRILLERA ORTIZ (en negrilla)

### Colores predominantes

Muestra	Pantone	RGB	CMYK
	471 C	R: 176 G: 87 B: 40	C: 22 M: 77 Y: 99 K: 0
	152 C	R: 231 G: 120 B: 23	C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0
	Black C	R: 31 G: 26 B: 23	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

**Percepción.** Logo símbolo que connota fuerza y construcción, genera sensación de solides, confianza y unidad.

**Ilustración 5.** Propuesta de logo símbolo para la Ladrillera Ortiz S.A.S.



**Fuente.** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, 2014.

### **Composición del logo símbolo**



**Gráfico.** Su constitución fuerte se debe a la tipografía y al efecto que esta contiene, el texto que mayor impresión tiene (ORTIZ) está encapsulado por unas franjas en la parte superior e inferior, la primera un poco más gruesa que la segunda respectivamente, simulando como si estuviese dentro de un ángulo del ladrillo.

### **Tipografía**

**Fuente.** Copperplate Gothic Bold

**Texto.** LADRILLERA ORTIZ (con efecto de perspectiva de dos puntos)

Colores predominantes:

Muestra	Pantone	RGB	CMYK
	152 C	R: 231 G: 120 B: 23	C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0
	Black C	R: 31 G: 26 B: 23	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

**Percepción:** Logo símbolo imponente y claro, la primera lectura visual se debe a la tipografía, en especial al texto que contiene el nombre de la corporación, más que al sector donde se desarrolla.

**Ilustración 6.** Propuesta de logo símbolo para la Ladrillera Ortiz S.A.S.



**Fuente.** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, 2014.

## Composición del logo símbolo



**Gráfico.** En su mayoría compuesto por tipografía, de las dos composiciones textuales una presenta mayor magnitud que la otra, la figura es complementada por la construcción que se le dio a la letra ‘O’ lo que permite denotar el sector al que pertenece, puesto que está formado por elementos que denotan ladrillos, sin embargo si estuviese separado de la tipografía, visualmente no se podría leer por sí solo y daría a confusión.

## Tipografía

**Fuente.** Arial Black

**Texto.** LADRILLERA ORTIZ (sin efecto y desplazamiento de caracteres)

Colores predominantes:

Muestra	Pantone	RGB	CMYK
	152 C	R: 231 G: 120 B: 23	C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0
	Black C	R: 31 G: 26 B: 23	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

**Percepción:** Logo símbolo claro, fácil de leer, es necesario concebir los elementos gráficos en conjunto para permitir leer la actividad a la que pertenece la empresa, además puede generar confusión por la función que está haciendo la letra ‘O’, proyectando una intención de ruptura o destrucción, cuando el objetivo y la filosofía de la empresa le apuntan a lo contrario.

**Actividad 2.** Presentación de propuestas de logos símbolos a los propietarios y jefes de la empresa, para seleccionar y realizar modificaciones al logo de mayor apreciación.

Una vez presentado los logos símbolos a los propietarios y jefes de la empresa, el que mayor apreciación presentó fue el que se expuso específicamente en la ilustración 4. Sin embargo se cumplieron con algunas exigencias por parte de los directivos en cuanto a la distribución de elementos, en el complemento y cambio en la tipografía.

**Ilustración 7.** Logo símbolo modificado e implementado



**Fuente.** MONSALVE ORTIZ, Huberth Jeisson. Estudiante Comunicación Social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, 2014.

## Composición del logo símbolo




**Gráfico.** La forma del objeto está compuesta por un conjunto de elementos visuales complementados unos con otros. El isotipo (forma o figura) está motivado con las letras iniciales de la empresa conformado por figuras planas y rectangulares, dándole paso en medio de dos paralelas a una tipografía legible y sobria que no sólo incluye la actividad y nombre sino también el régimen o tipo de sociedad.

## Tipografía

**Fuente.** Arial

**Texto.** LADRILLERA ORTIZ S.A.S. (en negrita)

## Colores predominantes

Muestra	Pantone	RGB	CMYK
	7416 C	R: 201 G: 100 B: 62	C: 22 M: 77 Y: 99 K: 0
	1575 C	R: 245 G: 134 B: 52	C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0
	447 C	R: 31 G: 26 B: 23	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

**Percepción.** Logo símbolo consistente, sólido, genera seguridad y confianza, es limpio, permite receptividad por su fácil lectura visual, los colores me indican la relación con la materia prima (arcilla).

**Actividad 3.** Realización de un desk research (investigación de escritorio) de la identidad gráfica de la competencia.

## Ilustración 9. Ladrillera Ergo



**Fuente.** [https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+ergo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=J UeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ\\_AUoAQ#q=ladrillera+ergo&tbn=isch&facrc=\\_&imgdii=\\_&imgrc=Hv3FGJRxFe5beM%253A%3Bn5IYUHdBK1M%3Bhttp%253A%252F%252Fimages.paginasamarillas.com%252F15695519%252F4.gif%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.paginasamarillas.com.co%252Fbusqueda%252F ladrillos-bucaramanga%3B100%3B60](https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+ergo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=J UeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ_AUoAQ#q=ladrillera+ergo&tbn=isch&facrc=_&imgdii=_&imgrc=Hv3FGJRxFe5beM%253A%3Bn5IYUHdBK1M%3Bhttp%253A%252F%252Fimages.paginasamarillas.com%252F15695519%252F4.gif%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.paginasamarillas.com.co%252Fbusqueda%252F ladrillos-bucaramanga%3B100%3B60)

**Ilustración 10.** Ladrillera Rugo



**Fuente.** <<https://www.google.com.co/search?q=ladrillera>>

**Ilustración 11.** Ladrillos y tubos Ltda



**Fuente.** <[https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+rugo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=JUeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ\\_AUoAQ#q=ladrillos](https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+rugo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=JUeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ_AUoAQ#q=ladrillos)>

**Ilustración 12.** Ladrillera Bautista Cáceres Ltda



**Fuente:** <<http://ladrillerabautistacaceres.com/>>



**Análisis visual.** En su mayoría la identidad gráfica de la competencia está motivada por las iniciales del nombre de la empresa, sin embargo los logos símbolos son complementados y justificados en la tipografía por la actividad y el nombre completo de la misma.

Coinciden en el uso de elementos gráficos rectangulares haciendo relación a la forma del ladrillo y hacen utilidad de una paleta de colores que toman como punto de referencia la composición visual de la materia prima (arcilla).

Predominan con una tipografía legible, limpia y sobria.

Se trata de logo símbolos que transmiten solides, rigidez, unidad, fortaleza y seguridad.

**Actividad 4.** Realización del diseño de los documentos o papelería corporativa (oficios, cotizaciones, facturas, tarjetas personales, entre otros).

Para esta actividad se diseñaron documentos que aportan a los procesos administrativos de la empresa, dependiendo de las exigencias de los jefes y algunos profesionales como el área contable y financiera.

Papelería externa

Tarjeta comercial

Tamaño: 9.1 cm de largo \* 5.5 cm de ancho

Impreso por dos caras



Carta Membretada (usada para cotizaciones)

Tamaño: carta



NIT: 900684361-3  
Dirección: Km. 1, Veredas Llanadas, Girón (S/der)  
Celular: 318 7074423  
E-mail: [ladrilleraortiz@hotmail.com](mailto:ladrilleraortiz@hotmail.com)

Uso en cotización

Girón (Bantander), 14 de mayo de 2014



Señor  
JAIME MARTÍNEZ

Asunto: COTIZACIÓN

Cordial Saludo;

Por medio de la presente me permito informarle el precio de los productos que ofrecemos en nuestra empresa, cabe indicar que los valores comprende la ENTREGA DEL PRODUCTO EN LA OBRA.

ITEM	CANT.	PRODUCTO	VALOR UNITARIO
1	1	LADRILLO H-7	850
2	1	LADRILLO H-10	700
3	1	LADRILLO H-15	1.200
4	1	LADRILLO TABLÓN	3.000

Agradecemos su disposición, le recordamos que puede comunicarse con los números de teléfono y el correo electrónico que aparecen al pie de página.

Atentamente

**GILBERTO ANTONIO ORTIZ ARTIAGA**  
Gerente


NIT: 900454381-3  
Dirección: Km. 1, Veredas Unodot, Girón (Blder)  
Celular: 318 7074423  
E-mail: ladrilleraortiz@hotmail.com

## Carpeta corporativa



**Papelería Interna.** Formulario para diligenciar la seguridad social y elementos de dotación del talento humano

Tamaño: oficio

 <b>LADRILLERA ORTIZ S.A.S.</b>		FORMULARIO PARA DILIGENCIAR SEGURIDAD SOCIAL E IMPLEMENTOS DE DOTACION A EMPLEADOS	
<b>DATOS PERSONALES DEL EMPLEADO</b>			
Nombres y apellidos completos		No. Documento	
Dirección de residencia		Número fijo	Número celular
<b>VINCULACION A EPS Y PENSION</b>			
¿Está vinculado alguna EPS? SI ___ NO ___			
Cui: _____			
¿Está cobrando pensión? SI ___ NO ___			
Dónde: _____			
<b>DATOS FAMILIA O BENEFICIARIOS</b>			
Nombres y apellidos completos del cónyuge		No. Documento	
Nombres y apellidos completos de los hijos		No. Documento	
SI NO tiene cónyuge o hijos, podrá beneficiar a padres. Diligencie la siguiente casilla si dejó en blanco la anterior.			
Nombres y apellidos completos del padre		No. Documento	
Nombres y apellidos completos del padre		No. Documento	
<b>DATOS PARA ELEMENTOS DE DOTACION</b>			
Elemento	Talla		
Camisa	S ___ M ___ L ___ XL ___ XXL ___		
Pantalón	28 ___ 30 ___ 32 ___ 34 ___ 36 ___ 38 ___ 40 ___		
Zapato	35 ___ 36 ___ 37 ___ 38 ___ 39 ___ 40 ___ 41 ___ 42 ___ 43 ___		
<b>REQUISITOS</b>			
* 2 (dos) fotografías tipo documento fondo blanco * Recibo cancelado de servicios domiciliarios (agua o energía eléctrica) * Fotocopia cédula del empleado * Fotocopia Documentos de beneficiarios: + C.C. de cónyuge o padres + Registro civil para menores de 7 años – Tarjeta de identidad mayores de 7 años – Pre cédula a partir de 14 años.			
FIRMA		HUELLA	



**Actividad 5.** Acondicionamiento de elementos que sean utilizados como merchandising en la Ladrillera Ortiz S.A.S., dirigido especialmente para el público externo (clientes y proveedores) y posiblemente para cierto público interno (vendedores).

En el proceso de pasantías la empresa aproximadamente cada 45 días hace entrega a su público elementos de merchandising que les motivan la permanencia y fidelidad, convirtiéndose no sólo en un proceso administrativo, sino también en una estrategia comunicativa que expone la identidad visual y por ende es una forma de generar reconocimiento o una imagen corporativa positiva.

Hasta el momento se han hecho entrega de dos elementos, se hizo una primera entrega de agendas acompañada de un esfero, este elemento cuenta con la identidad visual corporativa en la que se aprovechan las hojas internas y contraportada para especificar datos propios de la empresa, en la segunda se otorgó una tula el cual lleva en bordado sólo el logosímbolo, con el propósito de reforzar la recordación de la identidad visual.

Estos elementos se han ofrecido creyendo en el uso constante que le puede dar el público (especialmente constructores empíricos), el cual funciona a favor de la venta de artículos producidos por la empresa.

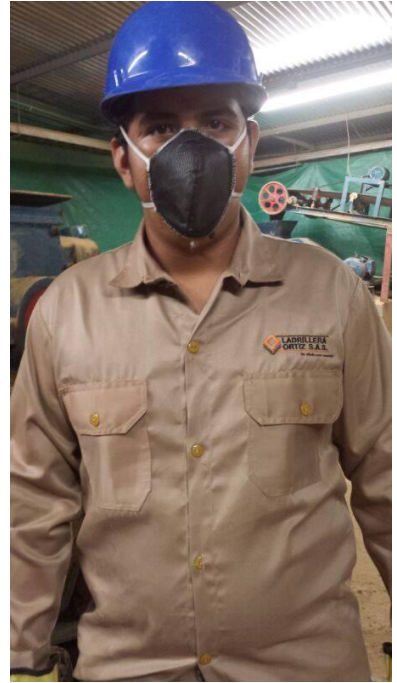
#### **Evidencia fotográfica del cumplimiento de la actividad**



**Actividad 6.** Gestión y organización de la entrega de elementos de dotación, teniendo en cuenta el factor de identificación visual, dirigido especialmente para el público interno.

Para el cumplimiento de esta actividad se realizó un formulario para el diligenciamiento de la seguridad social, en la cual se solicitaba datos del empleado y de la familia, hay que indicar que en este mismo formulario se solicitaba las tallas de ropa y número de calzado, teniéndolo en cuenta para la entrega de los elementos de dotación que están conformados por una camisa de manga larga tipo industrial, bordado con la identidad visual de la empresa en el espaldar y en el lado izquierdo de la parte frontal, también se entregó un pantalón jean tipo industrial, junto con un tapabocas, guantes y casco; para el caso de los zapatos se le entregó el dinero a cada empleado para que hiciera la compra a una empresa que proveía a precios acordados con la empresa.

## Evidencia fotográfica del cumplimiento de la actividad





**Actividad 7.** Coordinación para la identidad ambiental o arquitectura corporativa del lugar de producción (fábrica), con vallas, pendones que ilustren la identidad corporativa.

Dentro de las instalaciones de la empresa, en el proceso de pasantías se facilitaron dos pendones, con un tamaño 1,20 cm. de ancho \* 1,80 cm. de largo, el cual contenía la identidad corporativa y datos sobre la Ladrillera Ortiz S.A.S. como la dirección, teléfono y correo electrónico, los cuales están expuesto en la zona de patios o almacenamiento (para el secado del ladrillo crudo), se decidió en ese lugar por estar libre del sol y la lluvia, pero visible al público, el otro lugar en el que se enseñó el elemento comunicativo es la oficina al tratarse de un espacio visitado por empleados y clientes.

Es necesario aclarar que pese a reestructuraciones físicas en el lugar de entrada y salida de la empresa se negó la elaboración y por consiguiente la exposición de la valla que se tenía propuesta en la actividad y que en un principio fue acordado con el Gerente.

### **Evidencia fotográfica del cumplimiento de la actividad**



**Objetivo.** Socializar el manual de identidad e imagen corporativa con el personal que conforman la Ladrillera Ortiz S.A.S.

**Actividad 1.** Reunión con el personal que conforma la Ladrillera Ortiz S.A.S sobre el manual de identidad e imagen corporativa.

En la segunda semana del mes de julio del presente año, se convocó a todo el personal que comprenden el talento humano de la Ladrillera Ortiz S.A.S. para exponer algunos planes en términos de producción y administración lideradas por algunos jefes de áreas, en este espacio se permitió socializar una rendición de lo que fue el proceso de las pasantías en relación a la identidad e imagen corporativa de la empresa, se expusieron las actividades

que han sido adjuntadas en el presente documento, que fue soportado además por el manual del uso correcto de este elemento comunicativo (identidad corporativa).

### **Evidencias fotográficas del cumplimiento de la actividad**



**Actividades complementarias.** En el proceso de pasantías dentro de la empresa Ladrillera Ortiz S.A.S. se han desarrollado otras actividades diferentes a las planteadas en el plan de trabajo que fue aprobado por el Comité Curricular del programa de Comunicación Social, pero que hacen parte de las tareas que se pueden emprender específicamente desde el campo de acción de la comunicación organizacional.

Frente a los poco canales de comunicación formal implementados con el talento humano de la empresa, se es necesario transmitir los mensajes con un sistema de comunicación informal, es decir, para dar a conocer alguna información es necesario la interacción de persona a persona, en este sentido, así es el proceso para convocar al público interno (obrero) de la organización.

Ahora partiendo de la aclaración anterior, estas son otras actividades desarrolladas en la empresa:

Apoyar la logística para la celebración de compañeros de trabajo a final de cada mes, esto permite abrir un espacio diferente a las actividades laborales y la posibilidad de interacción más amena con el resto del personal que comprende el talento humano.

### **Evidencia fotográfica**



Convocar y asistir a reunión con el personal directivo de la empresa, con el fin de tratar y articular procesos administrativos de la misma.

### **Evidencia fotográfica**



Diseñar y aplicar herramientas recolectoras de información para los procesos internos de la empresa y la organización de sus respectivos documentos; se llevó a cabo el diligenciamiento de afiliación de la seguridad social del talento humano de la empresa, donde fue necesario la visita a las diferentes entidades en la que se encontraban e iban hacer

inscritos los empleados (fondos de pensiones, ARL's, EPS's, operadoras del PILA y cajas de compensación).

### Evidencia fotográfica



**Objetivo General.** Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S.

Después de realizadas todas las actividades para el cumplimiento de los objetivos específicos se logró llevar a cabalidad el objetivo general resultando de la siguiente manera:



# LADRILLERA ORTIZ S.A.S.

*Un aliado para construir*

## MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA

Para la Ladrillera Ortiz S.A.S. el conjunto de elementos visuales que conforman la identidad corporativa tiene suma importancia para optimizar los procesos comunicativos.

Es por eso que se constituye el manual de identidad e imagen corporativa con el propósito de evitar confusiones o alteraciones, pero sobre todo para dar a entender el uso correcto y adecuado del gráfico corporativo y a su vez la filosofía organizacional; como herramienta plantea las condiciones de presentación y proyección de la marca, sin embargo funciona como espacio de conocimientos sobre la empresa.

En el respaldo y cumplimiento de lo anterior se sugiere tener en cuenta las pautas que proporciona este material con la intención de no delimitar estrategias comunicativas, pero sí, de preservar su esencia.



*Manual de identidad e imagen corporativa*

## Quiénes somos

Por : Cesar Augusto Bautista Hernández  
Administrador - 2014

Ladrillera Ortiz S.A.S. nace del esfuerzo financiero realizado por la familia Ortiz Bonilla con su empresa Ver Usa Constructora S.A.S., una constructora joven y dinámica, que ha logrado un rápido crecimiento financiero y comercial en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, permitiendo de esta forma la creación de un nuevo proyecto de expansión comercial y patrimonial, pensando en su fortalecimiento como constructora y empresa comercial en Santander y Colombia.

Es así, como a inicios del segundo semestre del año 2013, con los estudios de factibilidad del proyecto, Ladrillera Ortiz S.A.S. se vislumbró como una oportunidad de fortalecer y alcanzar nuevos horizontes, por lo cual se aprueba la construcción de la ladrillera en la región de mayor crecimiento en la industria ladrillera santandereana, Girón Santander, consiguiendo en la vereda Llanadas de este municipio el arriendo de un lote y la adquisición de un título minero de explotación de materiales para esta labor, con la Agencia Minera Nacional a una duración de 20 años.

Iniciada la puesta en marcha de este megaproyecto, se efectúa la compra de una línea de producción completa y moderna en la república de la China, enviando a uno de nuestros ingenieros hasta allí, para finiquitar los pormenores de la negociación y la inspección y seguimiento del proceso constructivo de la maquinaria.

A principios de Agosto, se inician obras y trabajos, contando con el personal idóneo para tal labor, diseñando una planta de producción eficiente, rentable, responsable con el medio ambiente y cumpliendo una labor social ya que las obras que allí se realizaron, beneficiaron directamente a 28 familias las cuales 18 viven en la misma vereda y a más de 40 personas y empresas vinculadas en este proyecto como proveedores de productos o servicios.

En la actualidad el proyecto ya es una industria, que cuenta con una línea de producción completa y un horno túnel moderno, el cual cumple con todas las exigencias ambientales, con un sistema de producción rentable, eficiente y económico, alcanzando temperaturas constantes y homogéneas, produciendo ladrillos de calidad, con los estándares exigidos, llenando de esta manera las expectativas de nuestros clientes.

La planta de producción cuenta con una red eléctrica industrial, con controles y protecciones de alta tecnología, bajo la aprobación del operador eléctrico de la región y una firma concedora y experta en estas labores.

En esta etapa y con la experiencia adquirida en estos meses, se espera realizar otras inversiones que permitan mejorar aún más algunos ítems y procesos, buscando de esta manera una mayor capacidad en producción, optimización de procesos puntuales y por ende, más rentabilidad y participación en el mercado.

Manual de identidad e imagen corporativa

## Misión

Ofrecemos confianza y seguridad a nuestro público, obteniendo productos derivados de la arcilla con el servicio, la calidad y precio que merecen; Ladrillera Ortiz S.A.S. es un aliado para construir.

## Visión

Situamos en el 2020 como la empresa productora de ladrillos de mayor preferencia en la industria de la construcción, especialmente en la región del Santander y zonas aledañas, manteniéndonos a la vanguardia en tecnología e innovación; Ladrillera Ortiz S.A.S. es un aliado para construir.

Manual de identidad e imagen corporativa

## Principios Corporativos

- ❖ **Oportunidad:** Estamos comprometidos en propiciar beneficios y desarrollo.
- ❖ **Seguridad:** preservamos la integridad de nuestros individuos y entorno.
- ❖ **Respaldo:** Prestamos los mejores servicios en busca de la excelencia.
- ❖ **Confianza:** Nuestros procesos productivos marchan en pro de la calidad.

Manual de identidad e imagen corporativa

## Valores Corporativos

- ❖ **Responsabilidad:** Asumimos nuestras labores con la mayor seriedad y transparencia para generar un entorno íntegro y armonioso.
- ❖ **Compromiso:** Nos interesamos día a día en lograr ser los mejores en el sector de la construcción, para que el público externo nos prefiera y el interno se sienta satisfecho a nuestro lado.
- ❖ **Trabajo en equipo:** Apreciamos los esfuerzos y capacidades de nuestro colectivo y lo que el entorno nos ofrece, aunamos fuerzas para concertar nuestros propósitos.
- ❖ **Colaboración:** Una vez se reconozcan las necesidades que se generan en nuestro entorno laboral, intentamos de manera inmediata, desinteresada e incondicional poder superarlas.
- ❖ **Honestidad:** En nuestros canales de comunicación y convivencia siempre debe prevalecer la honradez en los actos, el respeto por el prójimo, concebir lo justo y aliarnos con la verdad.

Manual de identidad e imagen corporativa

## Logosímbolo



La forma del objeto gráfico está compuesto por un conjunto de elementos visuales complementados unos con otros. El isotipo (forma o figura) está motivado con las letras iniciales de la empresa conformado por figuras planas y rectangulares, dando paso en medio de dos paralelas a una tipografía legible y sobria que no sólo incluye la actividad y nombre, sino también el régimen o tipo de sociedad, soportado con el eslogan, como colectivo sintáctico que reitera el sector productivo en el que participa y la percepción e imagen a favor y positiva que pretende generar al público.

Manual de identidad e imagen corporativa

## Zona de seguridad



Para obtener una visualización apropiada del logosímbolo como elemento identitario de la empresa, es necesario respetar o conservar los espacios, en la manera como se expone en la ilustración.

En medio de la zona seguridad no debe interferir ningún otro elemento.

## Uso mínimo

Para situaciones necesarias al hacer uso del logosímbolo en menores proporciones para medios impresos y logrando una lectura suficiente se establece un tamaño mínimo con las siguientes medidas:



Manual de identidad e imagen corporativa



## Tipografía

Para el caso específico de Ladrillera Ortiz S.A.S. se utiliza dos tipografías corporativas, una como principal (razón social) y la otra como complementaria (eslogan). Resultando las dos opciones fundamentales para conservar la identidad visual corporativa como una unidad comunicativa.

### Tipografía principal

#### Arial

Regular  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789!@#\$%^&\*()=¿?\*-:;\*. *Italic*

*Italic*  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789!@#\$%^&\*()=¿?\*-:;\*. **Bold**

**Bold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789!@#\$%^&\*()=¿?\*-:;\*. **Bold-Italic**

**Bold-Italic**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789!@#\$%^&\*()=¿?\*-:;\*. **Bold-Italic**

### Tipografía complementaria

#### Century Gothic

Regular  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789!@#\$%^&\*()=¿?\*-:;\*. *Italic*

*Italic*  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789!@#\$%^&\*()=¿?\*-:;\*. **Bold**

**Bold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789!@#\$%^&\*()=¿?\*-:;\*. **Bold-Italic**

**Bold-Italic**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789!@#\$%^&\*()=¿?\*-:;\*. **Bold-Italic**

Manual de identidad e imagen corporativa

## Paleta cromática

La identidad visual corporativa de la Ladrillera Ortiz S.A.S se personalizó con colores relacionados a la arcilla, siendo la materia prima por excelencia a la línea de producción, acompañado por el negro que respalda la tipografía que indica el nombre y actividad de la organización.

Para acompañar la identidad visual corporativa con otras aplicaciones o ediciones gráficas se recomienda y sugiere usar tonalidades terracotas.

 Pantone 7416 C  
 R: 201 G: 100 B: 62  
 C: 22 M: 77 Y: 99 K: 0

 Pantone 1575 C  
 R: 245 G: 134 B: 52  
 C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0

 Pantone 447 C  
 R: 31 G: 26 B: 23  
 C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

Manual de identidad e imagen corporativa

## Aplicaciones cromáticas

Logosímbolo original / fondo blanco



Logosímbolo negro / fondo blanco



Logosímbolo blanco / fondo negro



Logosímbolo escala de gris / fondo blanco



Logosímbolo escala de gris / fondo negro



Logosímbolo original / fondo gris



Logosímbolo original / fondo claro



Logosímbolo original / fondo oscuro



Manual de identidad e imagen corporativa

Logosímbolo tono terracota / fondo blanco



Logosímbolo tono terracota / fondo negro



## Usos no permitidos

Desproporción vertical



Desproporción horizontal



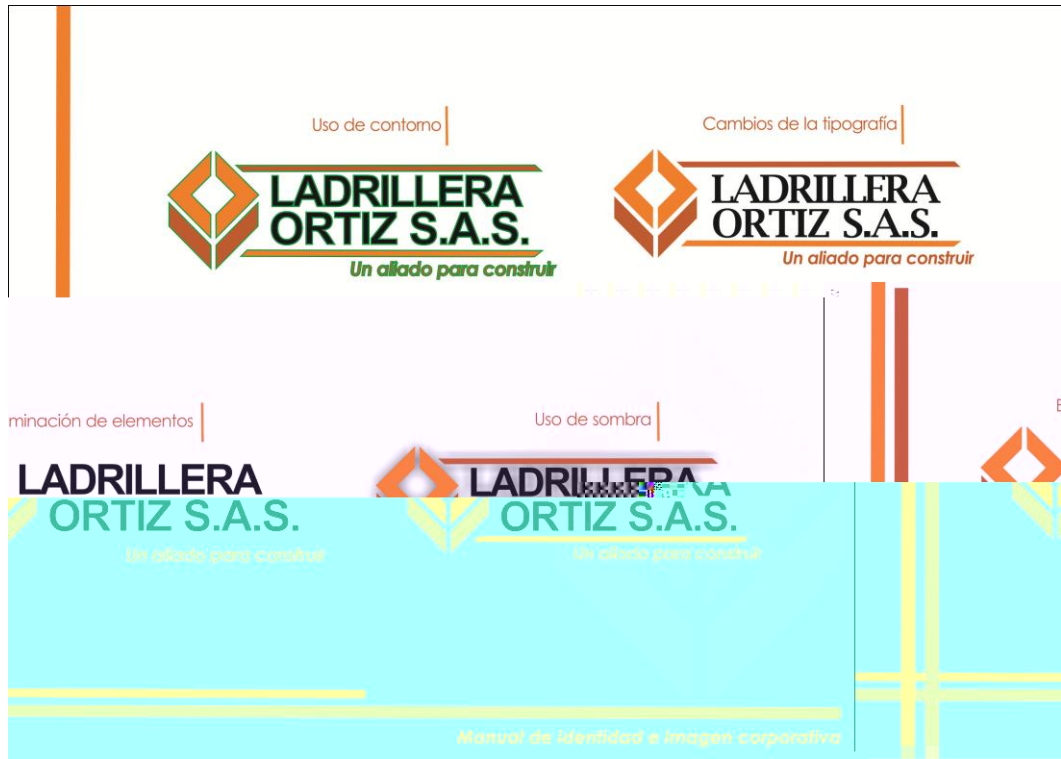
Cambios en la distribución de elementos



Uso diferente al color original, blanco, negro, gris y terracota



Manual de identidad e imagen corporativa





## Papelería corporativa interna y externa

Carpeta corporativa

No. 1 Avenida Colombia  
Calle 1000  
Cali, Cauca  
Código Postal 800000  
Teléfono: 310 455 4555  
ladrilleraortiz@gmail.com

**LADRILLERA ORTIZ S.A.S.**  
Un aliado para construir

**Vision**  
Nosotros, al ser una empresa constructora, nos dedicamos al desarrollo de proyectos de infraestructura y vivienda, buscando siempre el bienestar de nuestros clientes y el crecimiento de nuestra empresa.

**Misión**  
Ofrecer soluciones de construcción de alta calidad, innovadoras y sostenibles, que permitan mejorar la calidad de vida de nuestros clientes y el bienestar de nuestra comunidad.

**Nuestros Principios**  
• **Integridad:** Actuar con honestidad y transparencia en todas nuestras actividades.  
• **Calidad:** Garantizar la excelencia en todos los aspectos de nuestros servicios.  
• **Respeto:** Tratar a todos nuestros clientes y colaboradores con respeto y equidad.  
• **Compromiso:** Asumir nuestras responsabilidades y compromisos con seriedad y responsabilidad.

**Nuestros Valores**  
• **Integridad:** Actuar con honestidad y transparencia en todas nuestras actividades.  
• **Calidad:** Garantizar la excelencia en todos los aspectos de nuestros servicios.  
• **Respeto:** Tratar a todos nuestros clientes y colaboradores con respeto y equidad.  
• **Compromiso:** Asumir nuestras responsabilidades y compromisos con seriedad y responsabilidad.

**Manual de identidad e imagen corporativa**

## Publicación electrónica

Plantilla Microsoft  
Power Point

**LADRILLERA ORTIZ S.A.S.**  
Un aliado para construir

**Manual de identidad e imagen corporativa**

## Publicación exteriores



Pendón

Afiche



Manual de identidad e imagen corporativa

## Merchandising



Tulas



Agendas

Manual de identidad e imagen corporativa



#### 4. DIAGNÓSTICO FINAL

Tras el paso por la Ladrillera Ortiz S.A.S. con el proceso de pasantías donde se diseñó un manual de identidad e imagen corporativa, le permite a la empresa implementar constantemente estrategias comunicativas de la mano con actividades administrativas.

La entidad en medio de la búsqueda por un reconocimiento y sostener una imagen positiva y a favor, hoy por hoy, gracias a las labores profesionales desempeñadas en comunicación en el ámbito organizacional, cuenta con un elemento necesario y oportuno para facilitar dicha intención u objetivo, porque precisamente la identidad visual corporativa es el sello o la marca que le permite generar recordación en su público interno y externo, que además es proyectado por unas pautas establecidas como ruta de navegación para llevar a cabalidad, donde depende entonces, de la implementación que los administrativos le den a los logros arrojados durante la ejecución de la propuesta, puesto que, como colectivo empresarial dicen tener ya claro cuál es su razón de ser, con cuáles activos cuenta y hacia dónde se quiere dirigir. La empresa actualmente cuenta con mejoras en sus procesos administrativos, luego de entender el flujo comunicativo entre altos jefes y miembros del talento humano.



## 5. CONCLUSIONES

Las actividades en las pasantías de comunicación a nivel organizacional llevadas a cabo en la Ladrillera Ortiz S.A.S., fue favorable y oportuno, puesto que la empresa está recientemente constituida, lo que generaba desconocimiento e incluso en un principio desinterés por los procesos comunicativos, pero una vez reconocido el activo que le generaba establecer una identidad visual que cumplía con los requerimientos mínimos para participar en el mercado y sector económico en el que se desempeña, le apostaron a reforzar y solidificarla, para ir en busca de una imagen y reconocimiento favorable, además tienen en cuenta las condiciones necesarias para cumplir con los intereses que su público desea, pues se han concienciado que para la empresa también fue necesario plantear el conjunto de elementos corporativos como la misión, visión, principios y valores empresariales que de manera figurativa funciona como una brújula que indica sobre cuál camino marchar.

Una vez establecida la identidad corporativa de la empresa, se permitió aprovechar los escenarios o plataformas para darse a conocer, esto sirvió como un proceso comunicativo que resultó estratégico para la organización, pues al proyectarse o exponerse como una sola unidad percibida visualmente le generaba estatus y reconocimiento, pero sobre todo generaba confianza y seguridad, lo que permite la fidelidad de sus clientes, proveedores e incluso la permanencia y buena disposición de sus empleados.

A partir de lo anterior, se puede indicar que con las acciones desempeñadas en la empresa, se empezó a forjar una cultura organizacional, que un principio era nula frente a la ausencia de los procesos comunicativos, actualmente son conscientes de que deben contar con una ideología empresarial en la que son necesarias las estrategias comunicativas-administrativas, es apropiado decir que en medio de esa cultura que apenas se está vislumbrando, se logró cambiar la forma de pensar y actuar de jefes y subalternos.

Se identificó que la implementación de la identidad corporativa debe regirse bajo unos lineamientos y parámetros de buen uso, cuya intención no es limitar intervenciones creativas, sino apropiarse al público y receptores de lo que en realidad los comprende como empresa, para conservar su autonomía, originalidad, evitando confusiones y/o apreciaciones desfavorables para la organización.

## 6. RECOMENDACIONES

Las actividades desarrolladas en la Ladrillera Ortiz S.A.S. fue una oportunidad para reconocer que el crear y dirigir una empresa no es tarea fácil, que son muchos factores los que se deben tener en cuenta para sostenerla, hasta el momento se han logrado muchos propósitos, que por lo tanto no se debe perder el rumbo, mucho menos cuando ya se ha logrado definir una filosofía empresarial, que sirve como lineamiento para sostener en el pensamiento y accionar, de la mano de su razón de ser y una proyección a mediano tiempo.

Aprovechar los recursos que en el momento cuenta, hacer un buen uso de ello, teniendo en cuenta los espacios o escenarios que ofrece el entorno y el contexto en el que se desempeña la empresa.

Reconocer que la comunicación organizacional o corporativa es fundamental para optimizar los procesos a nivel interno y externo de la empresa, en la que puede incidir sobre los resultados productivos, comerciales y administrativos. No se trata de no invertir o invertir menos en lo que concierne a las actividades comunicativas, puesto que tienen el mismo valor agregado a cualquiera de los procesos ejecutados en la organización.

Se es necesario antes de tomar o implementar cualquier decisión o tareas con referente al uso de la identidad corporativa, acceder a asesorías, o tener en cuenta los requerimientos plasmados en el producto final de la propuesta, en este caso específico utilizar el manual de identidad e imagen corporativa.

## BIBLIOGRAFÍA

CAPRIOTTI PERI, Paul. BRANDING CORPORATIVO Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Santiago, Chile, 2009, p. 18. ISBN: 978-956-7459-32-2.

COSTA, Joan. Diseñar para los Ojos. 2 ed. La Paz, Bolivia: Grupo editorial Design, 2003, p. 85. ISBN: 99905-0-314-1.

D. Mayol Marcó, Diógenes. Identidad e imagen en Justo Villafañe. [en línea] <<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/2540/1809>> [Consulta: mayo de 2014]

SCHEINSOHN, Daniel. Dinámica de la Comunicación y la Imagen Corporativa. Cursos de Especialización de la FUNDACIÓN OSDE, con la supervisión académica y certificación de la UADE. Argentina, 1998, p. 124. ISBN: 987-96305-8-0.

## REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

Disponible en: <http://ladrillerabautistacaceres.com/>

Disponible en:  
<[https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+rugo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=JUeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ\\_AUoAQ#q=ladrillera+ergo&tbm=isch&facrc=\\_&imgdii=\\_&imgrc=Hv3FGJRxF5beM%253A%3Bn5IYU-EHzBKr1M%3Bhttp%253A%252F%252Fimages.paginasamarillas.com%252F15695519%252F4.gif%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.paginasamarillas.com.co%252Fbusqueda%252F1adrillos-bucaramanga%3B100%3B60](https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+rugo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=JUeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ_AUoAQ#q=ladrillera+ergo&tbm=isch&facrc=_&imgdii=_&imgrc=Hv3FGJRxF5beM%253A%3Bn5IYU-EHzBKr1M%3Bhttp%253A%252F%252Fimages.paginasamarillas.com%252F15695519%252F4.gif%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.paginasamarillas.com.co%252Fbusqueda%252F1adrillos-bucaramanga%3B100%3B60)>

Disponible en:  
<[https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+rugo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=JUeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ\\_AUoAQ#facrc=\\_&imgrc=3O5eSIZ3TlhLiM%253A%3BBm4kgm24L4xh2M%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.sysmaya.net%252Fimages%252Fblog%252Fblog-noticias%252F72%252F1adrillera-rugo-ltda-\\_8834\\_1613.png%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.sysmaya.net%252Fblog%252Fpost%252F11098%252F1adrillera-rugo-ltda.html%3B100%3B60](https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+rugo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=JUeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ_AUoAQ#facrc=_&imgrc=3O5eSIZ3TlhLiM%253A%3BBm4kgm24L4xh2M%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.sysmaya.net%252Fimages%252Fblog%252Fblog-noticias%252F72%252F1adrillera-rugo-ltda-_8834_1613.png%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.sysmaya.net%252Fblog%252Fpost%252F11098%252F1adrillera-rugo-ltda.html%3B100%3B60)>

Disponible en:  
<[https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+rugo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=JUeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ\\_AUoAQ#q=ladrillos+y+tubos+bucaramanga&tbm=isch&facrc=\\_&imgdii=\\_&imgrc=1YbaaqNQE9P3M%253A%3Bzs5YcUPrNsHilM%3Bhttp%253A%252F%252Ffundafuturo.com%252Fimagenes%252Fenlaces%252Fenlace\\_0000000011\\_20111216172329.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Ffundafuturo.com%252Fsecciones\\_web.php%253Fcod\\_seccion%253D0001%3B600%3B283](https://www.google.com.co/search?q=ladrillera+rugo&espv=2&biw=1366&bih=600&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=JUeHU92rIs3fsAT7t4LgAQ&ved=0CAYQ_AUoAQ#q=ladrillos+y+tubos+bucaramanga&tbm=isch&facrc=_&imgdii=_&imgrc=1YbaaqNQE9P3M%253A%3Bzs5YcUPrNsHilM%3Bhttp%253A%252F%252Ffundafuturo.com%252Fimagenes%252Fenlaces%252Fenlace_0000000011_20111216172329.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Ffundafuturo.com%252Fsecciones_web.php%253Fcod_seccion%253D0001%3B600%3B283)>

# **ANEXOS**

**Anexo 1.** Encuesta al talento humano de la LADRILLERA ORTIZ S.A.S.

<b>Nombre</b>	
<b>Cargo</b>	
<b>Fecha</b>	

**OBJETIVO:** Recolectar información entre la población que comprende el talento humano de la Ladrillera Ortiz S.A.S. para definir su direccionamiento estratégico, es decir, la visión, misión, objetivos de la empresa, valores, principios, logotipo y slogan.

*Tenga en cuenta que para la Ladrillera Ortiz S.A.S., es muy importante lo que su equipo de trabajo piensa u opina.*

1. La siguiente imagen es el **logosímbolo** de la Ladrillera Ortiz S.A.S., asígnele la calificación según el nivel de apreciación, siendo cinco (5) el más alto y cero (0) si le representa ningún nivel de gusto.



Respuesta:

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

1. La mayoría de empresas tienen una filosofía resumida en una frase, la cual es denominada **slogan**, Ladrillera Ortiz S.A.S. ha compuesto su slogan de la siguiente manera: **Un aliado para construir**, califícala según tu apreciación, siendo cinco (5) el más alto y cero (0) si le representa ningún nivel de gusto, además si crees que es necesario realizar una modificación escríbala en el ítem observación.

Respuesta:

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Observación:

---

---

—

2. **La visión** de una empresa apunta a una meta que se aspira alcanzar, involucrando a su público interno y externo, además debe ser posible lograrla. Califica la siguiente visión que ha compuesto la Ladrillera Ortiz S.A.S., siendo cinco (5) el más alto y cero (0) si le representa ningún nivel de gusto, además si crees que es necesario realizar una modificación escríbala en el ítem observación

**“Situarnos en el 2020 como la empresa productora de ladrillos de mayor preferencia en la industria de la construcción, especialmente en la región del Santander y zonas aledañas, manteniéndonos a la vanguardia en tecnología e innovación; Ladrillera Ortiz S.A.S. es un aliado para construir”.**

Respuesta:

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Observación:

---



---

—

3. **La misión** de una empresa es la declaración sobre cómo piensa satisfacer la meta formulada en la visión, además indica la razón por la que deben preferirla. Califica la siguiente misión que ha compuesto la Ladrillera Ortiz S.A.S., siendo cinco (5) el más alto y cero (0) si le representa ningún nivel de gusto, además si crees que es necesario realizar una modificación escríbala en el ítem observación

**“Ofrecemos confianza y seguridad a nuestro público, obteniendo productos derivados de la arcilla con el servicio, la calidad y precio que merecen; Ladrillera Ortiz S.A.S. es un aliado para construir”.**

Respuesta:

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Observación:

---



---

—

4. De los siguientes **valores empresariales**, con una X selecciona dos (2) que a tu parecer son necesarios asumir por el equipo de trabajo con la Ladrillera Ortiz S.A.S. y explica por qué, o si crees que es necesario asumir otro valor, escríbalo y justifica en el ítem observación

—	<b>Colaboración</b>	¿Por
qué?	_____	_____
—	<b>Integridad</b>	¿Por
_____	_____	_____
—	<b>Liderazgo</b>	¿Por
_____	_____	_____
—	<b>Compromiso</b>	¿Por
_____	_____	_____
—	<b>Respeto</b>	¿Por
_____	_____	_____

___	<b>Honestidad</b>	¿Por	qué?
___	<b>Responsabilidad</b>	¿Por	qué?
___	<b>Lealtad</b>	¿Por	qué?
___	<b>Trabajo en equipo</b>	¿Por	qué?
___	<b>Sentido de pertenencia</b>	¿Por	qué?

Observación:

---



---

5. Usted que hace parte del talento humano de la Ladrillera Ortiz S.A.S. qué expectativas tiene por parte de la empresa, con una X selecciona dos (2) opciones

Seguridad	<input type="checkbox"/>	Respaldo	<input type="checkbox"/>	Oportunidades	<input type="checkbox"/>	Responsabilidad Social	<input type="checkbox"/>
Confianza	<input type="checkbox"/>	Innovación	<input type="checkbox"/>	Tecnología	<input type="checkbox"/>	Equidad	<input type="checkbox"/>

6. Escriba en una frase con máximo cinco palabras, como visualiza en un futuro a la empresa Ladrillera Ortiz S.A.S., en términos de producción, administración y posicionamiento en el mercado.

Respuesta:

---



---

7. Escriba en una frase con máximo cinco palabras, como visualiza en un futuro a la empresa Ladrillera Ortiz S.A.S., en términos de producción, administración y posicionamiento en el mercado.

Respuesta:

---



---