

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(61)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ROSA CATALINA OLIVELLA MÁRQUEZ
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	JUAN GABRIEL ZARAZA PARADA
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO DE UN MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA LA E.S.E HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EN EL PRESENTE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, TUVO COMO OBJETIVO PRINCIPAL DISEÑAR EL MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA LA EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES DEL MUNICIPIO DE OCAÑA, DEBIDO A QUE NO EXISTÍA UNA HERRAMIENTA PARA EL USO CORRECTO DE SUS ELEMENTOS VISUALES Y CONCEPTUALES, QUE AYUDE AL RECONOCIMIENTO DE LA EMPRESA EN EL MERCADO DE LA SALUD, POR ESTO SE DA LA PROPUESTA PARA AYUDAR A SUPLIR ESTA NECESIDAD.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:
----------	---------	----------------	---------



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

DISEÑO DE UN MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA LA E.S.E HOSPITAL

EMIRO QUINTERO CAÑIZARES

AUTOR:

ROSA CATALINA OLIVELLA MÁRQUEZ

Trabajo de grado modalidad pasantías para optar el título de Comunicador Social

DIRECTOR:

JUAN GABRIEL ZARAZA PARADA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

OCAÑA, COLOMBIA

FEBRERO, 2018

Índice

Resumen.....	x
Introducción	xii
Capítulo 1. Diseño de un Manual de Imagen Corporativa para la E.S.E. Hospital Emiro	
Quintero Cañizares.....	1
1.1 Descripción breve de la empresa	1
1.1.1 Misión.....	2
1.1.2 Visión.	2
1.1.3 Objetivo de la Empresa.	2
1.1.4 Descripción de la Estructura Organizacional.	3
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.	4
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	5
1.2.1 Planteamiento del Problema.	6
1.3 Objetivos de la Pasantía	8
1.3.1 Objetivo General.	8
1.3.2 Objetivo Específicos.....	8
1.4 Descripción de las Actividades a Desarrollar.	9
Capítulo 2. Enfoque Referencial.....	
2.1.Enfoque conceptual.....	11
2.1.1 Diseño.....	11
2.1.2 Imagen Corporativa	11
2.1.3 Identidad gráfica.....	12

2.1.4 Manual de Identidad Corporativa	12
2.1.5 Salud Pública.....	13
2.2 Enfoque legal	14
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo	17
3.1 Presentación de resultados	17
3.1.1 Realizar un diagnóstico situacional de la imagen corporativa del Hospital Emiro Quintero Cañizares.....	17
3.1.2. Establecer los parámetros para la implementación del manual de imagen corporativo.....	25
3.1.3. Diseñar el manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares..	27
3.1.4. Socialización del manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.....	30
Capítulo 4. Diagnóstico Final.....	32
Conclusiones	33
Recomendaciones	35
Referencias	36
Apéndices.....	38

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz DOFA	5
Tabla 2. Descripción de las actividades a desarrollar	9
Tabla 3. Ficha técnica de la encuesta.....	20

Lista de Graficas

Grafica 1. Organigrama del Hospital Emiro Quintero Cañizares	4
Grafica 2. Sabe usted cómo fue elaborado el logotipo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.....	21
Grafica 3. Sabe usted qué es un manual de imagen corporativa.....	22
Grafica 4. Cree usted que el Hospital Emiro Quintero Cañizares, ha manejado o maneja un manual de imagen corporativa	22
Grafica 5. Cree importante que el Hospital Emiro Quintero Cañizares, tenga un manual de imagen corporativa.....	23
Grafica 6. A través de qué medios considera importante dar a conocer la imagen corporativa del Hospital Emiro Quintero Cañizares.	24
Grafica 7. De contar con un manual de imagen corporativa, ¿Usted lo implementaría en las funciones en el que se desempeña?.....	25

Lista de Apéndices

Apéndice A. Logo original del HEQC	39
Apéndice B. Encuesta presentada a los coordinadores de HEQC.....	40
Apéndice C. Propuesta de manual del HEQC.....	41
Apéndice D. Evidencias Fotográficas	47

Resumen

El presente proyecto de Investigación, tuvo como objetivo principal Diseñar el manual de Imagen Corporativa para la Empresa Social del Estado Hospital Emiro Quintero Cañizares del Municipio de Ocaña., debido a que no existía una herramienta para el uso correcto de sus elementos visuales y conceptuales, que ayude al reconocimiento de la empresa en el mercado de la salud, por esto se da la propuesta para ayudar a suplir esta necesidad.

Este manual es un instrumento para el uso correcto y efectivo de los elementos que constituyen la identidad visual corporativa del Hospital, además, constituye una guía para la aplicación de normas expresas en este documento, con el propósito de producir y transmitir un mensaje claro, coherente y preciso, que conlleve a una fácil identificación de la institución a nivel interno y externo.

Partiendo de los elementos gráficos básicos como logo, colores, tipografía, usos correctos e incorrectos, y las normas de su uso, se establecen en este manual los posibles usos en papelería, prensa, radio, televisión, internet, multimedia, intranet, publicidad, exposiciones y reuniones, igualmente en identidad, chalecos, uniformes y en su señalizaciones, rótulos y materiales P.O.P.

Es así, como a través de un análisis de la imagen que posee actualmente el hospital, sus aplicaciones y errores, se establece un manual de identidad visual corporativa con las respectivas aplicaciones tanto para medios impresos como para medios digitales, generando una actualización de la marca con mayor unidad visual facilitando su reconocimiento en base a los

criterios del diseño. Todo el trabajo realizado se hace con el fin de que el HEQC Ocaña tenga una nueva estrategia que aporte una óptima comunicación empresarial a partir de su identidad.

Introducción

La identidad visual corporativa es un factor fundamental para la consolidación de cualquier empresa hoy en día, más aun cuando de entidad de salud se trata. En la actualidad ante un mercado cada vez más saturado en el que es imprescindible para cualquier organización trabajar para conseguir una buena imagen corporativa y poder diferenciarse de la competencia.

La imagen corporativa está formada por la imagen mental que un individuo tiene sobre una determinada organización, esta imagen se va formando a partir de las experiencias vividas ya sea mediante la publicidad, precio, producto, servicios u otros elementos que puedan influir en el individuo.

Según Joan Costa la imagen corporativa es “la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esa colectividad” (2001: 58). Justo Villafañe define este concepto corporativo, así: “la Imagen Corporativa es la integración, en la mente de sus públicos, de los inputs emitidos por una empresa, en su relación ordinaria con ellos” (1999: 30).

Desde esta óptica y teniendo en cuenta la trayectoria de la Empresa Social del Estado Hospital Emiro Quintero Cañizares, en el Municipio de Ocaña, nace el propósito de este trabajo en crear un manual de imagen corporativa, debido a que la Institución a pesar de su reconocimiento en el mercado como la más representativa empresa prestadora de servicios de salud en la región, no lo posee. Para la realización de este trabajo se inició con un diagnóstico de

la imagen corporativa de la empresa HEQC Ocaña, lo cual arrojó algunas falencias, principalmente en lo relacionado con su imagen e identidad corporativa, es así como se dispuso a analizar las características y piezas gráficas necesarias que se debían implementar para la creación del manual de identidad corporativa, para finalmente socializar ante la gerencia, grupo de calidad y coordinadores de la institución la propuesta del manual.

El manual de identidad corporativa de la Empresa Social del Estado Hospital Emiro Quintero Cañizares, es un instrumento fundamental que encierra además de los elementos gráficos que constituyen la imagen corporativa, las normas de aplicación y usos con el fin de garantizar el adecuado manejo y la coherencia visual de la marca.

Es así, como dicho manual se convierte en una importante pieza de comunicación que brinda orientación para lograr proyectar al medio la imagen de solidez de una institución seria y organizada, el cual contiene directrices que deben ser debidamente usadas, sin embargo no pretenden cohibir la innovación de la entidad, sino ser un instrumento útil para proyectar una imagen moderna y dinámica adecuadamente.

Por consiguiente, la identidad se convierte en un elemento fundamental que le permitirá a la institución HEQC Ocaña posicionarse en el mercado, saber hacia dónde dirigirse a partir del conocimiento de sus características lo que propiciará el logro de una planificación con éxito a largo plazo.

Capítulo 1. Diseño de un Manual de Imagen Corporativa para la E.S.E.

Hospital Emiro Quintero Cañizares.

1.1 Descripción breve de la empresa

El Hospital Emiro Quintero Cañizares (H.E.Q.C.), establece una política donde su principal objetivo, es brindar los servicios de salud a la provincia de Ocaña y Sur del Cesar, teniendo en cuenta la atención desarrollada de primer y segundo nivel, clasificándose como una Institución que busca prestar una mejor atención a los usuarios, para así lograr ser reconocida a nivel regional y nacional.

Dentro de la entidad, se desarrollan 38 áreas, permitiendo a la comunidad estar involucrada en ellas por medio de sus diversas actividades que son organizadas para el público externo, cuyo propósito es dar a conocer los servicios que presta la Empresa Social del Estado.

Según Renovación Magistral 2017:

La Resolución No. 5261 de 1994 los servicios tienen niveles de responsabilidad y niveles de complejidad de la atención en salud. Niveles de Responsabilidad de la atención en salud en Colombia: NIVEL I Médico General y/o personal auxiliar, y otros profesionales de la salud NIVEL II Médico General con Interconsulta, remisión, y/o asesoría de personal o recursos especializados. NIVEL III Y IV Médico Especialista con la participación del médico general

Así mismo, desarrolla labores investigativas y de formación para el personal médico asistencial, teniendo como punto de desarrollo formaciones académicas a los estudiantes de medicina de las diferentes universidades del territorio nacional.

1.1.1 Misión. Somos una empresa Social del Estado que presta servicios de salud de baja, mediana y alta complejidad en la Provincia de Ocaña, con altos estándares de calidad y mejora continua a los usuarios del sistema general de seguridad social en salud en la sede principal y redes integradas; basadas en la participación social, el desarrollo del Talento Humano, la relación docencia – servicio e investigación, con tecnología apropiada y en pro de la sostenibilidad financiera, restando la dignidad del individuo, con enfoque diferente, enfoque de género, enfoque de derechos, logrando satisfacer las necesidades en salud.

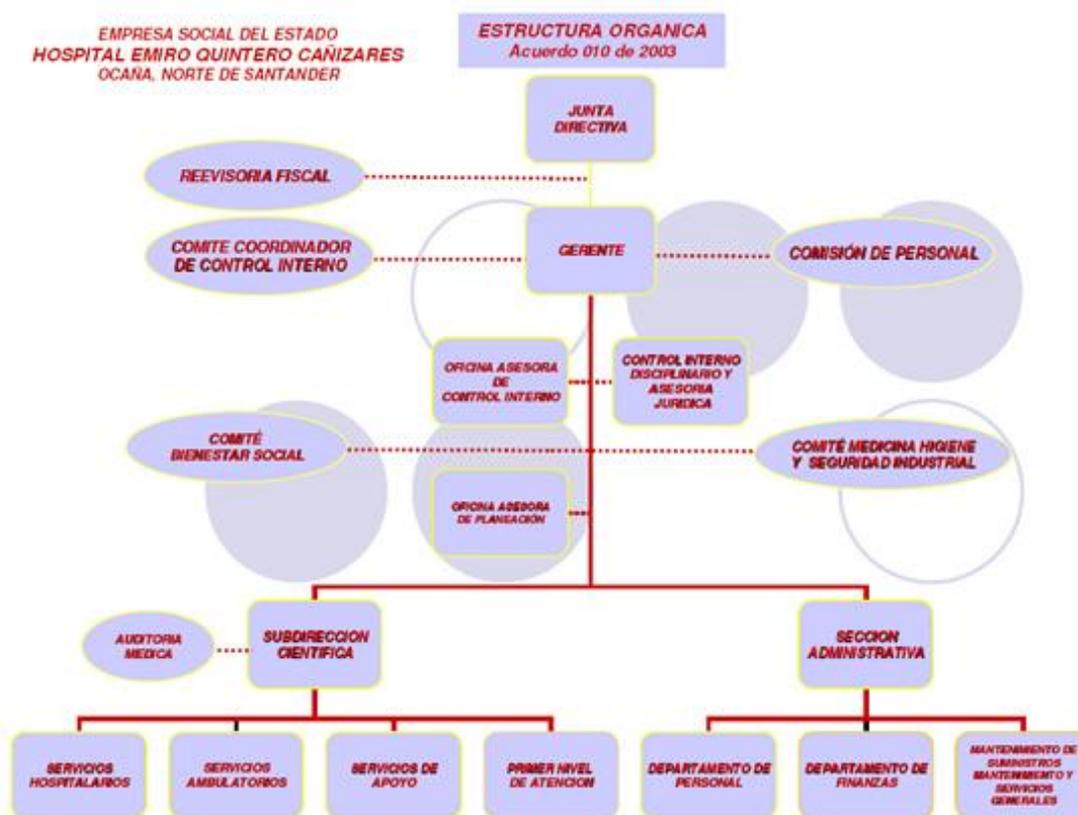
1.1.2 Visión. Para el año 2023 ser reconocida en el Nororiente Colombiano como una institución líder en salud, en la prestación de servicios, modelo en la atención, acreditada, promoviendo la gestión del conocimiento a través de la atención humanizada para mejorar la salud de la comunidad, enfocada a la población materno-infantil.

1.1.3 Objetivo de la Empresa.

- Contribuir al desarrollo social de la región mejorando la calidad de vida, y reduciendo la morbilidad, la mortalidad, la incapacidad y la angustia evitables en la población usuaria, en la medida en que esto esté a su alcance.
- Producir servicios de salud eficientes y efectivos, que cumplan con las normas de calidad establecidas de acuerdo con las reglamentaciones que se expida para tal propósito.

- Garantizar, mediante un manejo Gerencial adecuado, la rentabilidad social y financiera de la empresa.
- Ofrecer a las Empresas Promotoras de salud y demás personas naturales o jurídicas que lo demandan, servicios y paquetes de servicios a tarifas competitivas en el mercado.
- Satisfacer los requerimientos del entorno, adecuando continuamente sus servicios y funcionamiento.
- Garantizar los mecanismos de participación ciudadana y comunitaria establecidos por la ley y los reglamentos.
- Prestar servicios de salud que satisfagan de manera óptima las necesidades y expectativas de la población en relación con la promoción, el fomento y la conservación de la salud y la prevención, tratamiento y rehabilitación de la enfermedad.
- Satisfacer las necesidades esenciales y secundarias de salud de la población usuaria a través de acciones gremiales, organizativas, técnico-científicas y técnico-administrativas.
- La estructura y capacidad operativa de la Empresa mediante la aplicación de principios y técnicas gerenciales que aseguren su supervivencia, crecimiento, calidad de sus recursos, capacidad de competir en el mercado y rentabilidad social y financiera.

1.1.4 Descripción de la Estructura Organizacional. La estructura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares, principalmente está conformado por la junta directiva, seguido de una cadena de mandos y departamentos de acuerdo con todas las actividades y metas alcanzar en la institución.



Grafica 1. Organigrama del Hospital Emiro Quintero Cañizares

Fuente: HEQC Ocaña

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. El Hospital Emiro Quintero Cañizares, actualmente cuenta con un Departamento de Prensa y Comunicaciones, que da a conocer todos los procesos y actividades que se llevan a cabo en la Institución y a la comunidad Ocañera, teniendo varias plataformas tales como: página web, Facebook, Twitter y YouTube, que día a día se alimentan de las diversas actividades que se presentan dentro de la Empresa Social del Estado, de esta manera a cada coordinador de las áreas, se solicita cronogramas de actividades para llevar a cabo el cubrimiento periodístico de las programaciones que se va a dar a conocer, con el propósito de aumentar el posicionamiento interno y externo de la E.S.E.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Tabla 1.

Matriz DOFA

	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
DOFA	<p>No existe una identidad corporativa unificada</p> <p>Falta de canales de comunicación entre las diferentes áreas del hospital.</p> <p>Escasa utilización de herramientas tecnológicas.</p> <p>Falta de un área de comunicaciones internas y un profesional que se encargue de ella.</p> <p>Poco sentido de pertenencia por parte del personal.</p> <p>No se maneja una buena comunicación con el personal.</p>	<p>Reconocimiento y trayectoria como uno de los mejores hospitales de la región.</p> <p>Capacidad y continuo crecimiento en la prestación de servicios.</p> <p>Innovación y prestigio en sus servicios.</p> <p>Aceptación por parte de la población.</p>
	FORTALEZAS	AMENAZAS
	<p>El HEQC Ocaña cuenta con personal profesional en cada una de sus áreas.</p> <p>El personal cuenta con capacitación constante sobre temas de su interés.</p> <p>Se cuenta con respaldo económico y humano para la realización de actividades.</p>	<p>Escasa difusión de la información.</p> <p>Desinformación y desconocimiento de los servicios que presta el HEQC en la ciudad.</p> <p>La falta de reconocimiento de la entidad por parte del público interno y externo.</p>
	FO	DO
	<p>Aumentar el posicionamiento de la institución desde lo interno al externo, para ser reconocida a nivel regional y nacional.</p> <p>Capacitar al personal de la E.S.E. sobre los diferentes servicios que presta la entidad y sus unidades básicas de atención con el propósito de brindar un mejor servicio a la comunidad.</p>	<p>Fortalecer los canales de comunicación interna y externa para aumentar el reconocimiento a nivel regional, caracterizándose como el único Hospital que se encuentra dentro de la provincia de Ocaña.</p> <p>Crear una identidad corporativa unificada para el personal de la E.S.E. con el fin de aumentar el crecimiento continuo de la entidad.</p>
	FA	DA
	<p>Crear una estrategia comunicativa que ayude al reconocimiento de la entidad por parte del público interno y externo.</p> <p>Apoderar al personal a tener sentido de pertenencia que ayude a difundir la información como son los servicios que presta la entidad.</p>	<p>Por medio del área de prensa ayudar al personal interno a tener un canal de comunicaciones, en donde se enteren de cada cambio que se presente en la institución.</p>

Fuente: Autor de la pasantía

1.2.1 Planteamiento del Problema. En la actualidad; la Imagen Corporativa se ha vuelto de suma importancia en el mundo no solo de los negocios, sino también en el área de los servicios, más si estos son de primera necesidad como es el caso de la salud, ya que cada día emergen nuevos e innovadores productos y servicios que requieren lanzarse al mercado para que sean reconocidos y posicionados.

Aunque el HEQC es el principal y más grande hospital de la provincia, en la ciudad de Ocaña existen varias clínicas y centros de salud con una larga trayectoria y por ende con su respectivo reconocimiento, por lo que se requiere ingenio y creatividad para dar a conocer y posicionar al HEQC Ocaña debido a que su identificación solo es reconocida por importancia y trayectoria, mas no por su imagen corporativa.

Gracias a la larga trayectoria a partir de 1990, empiezan los trabajos de adecuaciones y remodelación de la infraestructura de la entidad, los cuales una vez finalizados y aprovechando su nueva planta física, comienza la nueva vida jurídica como una Empresa Social del Estado, convirtiéndose en “E.S.E. Hospital Emiro Quintero Cañizares”.

Es así, como a partir de los nuevos cambios tanto físicos, como legales se han desarrollado diferentes departamentos como: servicios de primer nivel, protección específica y detección temprana, consulta externa especializada, apoyo diagnóstico y complementación terapéutica, urgencias, quirúrgicas e internación, servicios que necesitan del reconocimiento de los usuarios de la región.

De igual forma es importante tener en cuenta que el Hospital EQC Ocaña, en su noble afán por ofrecer sus servicios con carácter netamente social en favor de la comunidad, busca implementar nuevas estrategias de comunicación con el fin de mejorar las relaciones con sus beneficiarios y lograr posicionamiento en el mercado.

Es así como actualmente la institución de salud HEQC Ocaña, ocupa un sitio de gran preferencia entre la gente que forma parte de sus segmentos, que básicamente son personas de toda clase social.

No obstante, las directivas de la institución están plenamente conscientes de la gran demanda insatisfecha que aún existe; por eso es importante determinar las causas de este fenómeno y llegar con el servicio de una forma adecuada y oportuna a más gente, para lo cual se quiere aprovechar, la buena organización administrativa con que cuenta el hospital donde es claro reconocer su misión, visión, valores corporativos, objetivos que generan identidad dentro de la organización.

Pero, a pesar que la entidad posee identidad y cuenta con una imagen propia, no posee un manual de identidad visual que acompañe esta marca, que ayude a la interpretación del público, hacia los objetivos que posee la institución, donde se involucre la misión, visión, y principios, lo que dificulta el proceso de comunicación y el posicionamiento de la institución ante la comunidad.

Por lo tanto, esta falencia hace que la población no reconozca lo que la entidad tiene, sus servicios, los beneficios, la calidad, y su tecnología, igualmente sus procesos y actividades que realiza tanto por dentro como por fuera de la Institución, lo que le impide hacerse visible para generar impacto en el sector salud.

La imagen corporativa es un factor de fundamental importancia para el posicionamiento de la empresa, si la identidad corporativa atrae la atención, es fácil de comprender y expresar credibilidad y confianza, entonces será fácil de recordar y en consecuencia el posicionamiento de la Institución.

Finalmente, lo primordial es convencer con una buena imagen expresando concreta y visualmente la identidad del HEQC. En un mercado tan competitivo y cambiante, la imagen es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento.

1.3 Objetivos de la Pasantía

1.3.1 Objetivo General. Diseñar un Manual de Imagen Corporativo para la E.S.E. Hospital Emiro Quintero Cañizares.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Realizar un diagnóstico situacional de la imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.
- Establecer los parámetros para la implementación del manual de imagen corporativo.

- Diseñar el manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.
- Socialización del manual de imagen corporativo para el personal del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

1.4 Descripción de las Actividades a Desarrollar.

Tabla 2.

Descripción de las actividades a desarrollar

Objetivo general	Objetivo específicos	Actividades a desarrollar en la empresa
Diseñar un manual de imagen corporativo para la E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares	Realizar un diagnóstico situacional de la imagen corporativa del Hospital Emiro Quintero Cañizares.	<p>A través de una reunión con el equipo de coordinadores, se desarrollará un análisis sobre la situación actual de la imagen corporativa del Hospital Emiro Quintero Cañizares.</p> <hr/> <p>Análisis sobre el logotipo que cuenta actualmente el Hospital Emiro Quintero Cañizares.</p> <hr/> <p>Seguidamente se procederá a realizar encuestas al personal de la Entidad sobre el conocimiento que tienen y la importancia de la imagen corporativa en el Hospital Emiro Quintero Cañizares</p>
	Establecer los parámetros para la implementación del manual de imagen corporativo.	<p>Investigar los contenidos que se manejan dentro de un manual de imagen.</p> <hr/> <p>Realizar reunión con el grupo de calidad sobre el contenido y el diseño que se manejará para el manual de imagen corporativo.</p>
	Diseñar el manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.	<p>Desarrollar bosquejos del diseño del manual de imagen para el Hospital Emiro Quintero Cañizares.</p> <hr/> <p>Definir los contenidos que llevará el manual de identidad visual.</p> <hr/> <p>Ordenar por módulos la información que irá plasmada dentro del manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.</p> <hr/> <p>Realizar diseños gráficos para los diversos elementos que llevará el manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.</p>
	Socialización del manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.	Siguiendo realizar una reunión con el gerente de la institución para la presentación del manual de imagen.

Continuación tabla 2. Descripción de las actividades a desarrollar

Mediante una reunión con el grupo de calidad dar a conocer el manual de imagen, para realizar los parámetros que conlleve a la implementación del manual.

Realizar una reunión con el grupo de coordinadores para exponer el manual y aplicarlos encada departamento.

Fuente: Pasante

Capítulo 2. Enfoque Referencial

2.1. Enfoque conceptual

2.1.1 Diseño: implica una representación mental y la posterior plasmación de dicha idea en algún formato gráfico visual para exhibir cómo será la obra que se planea realizar.

“Scott habla sobre el diseño es un acto humano fundamental, en el diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida” (Gillam, 1970).

De igual forma Costa explica de una manera personal que: El diseño hecho para los ojos constituye, hoy, el medio fundamental de la comunicación social. Su designio más noble es trabajar para mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida; aportar informaciones y mejorar las cosas; difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura.” (Costa, 2003 p. 53)

2.1.2 Imagen Corporativa: La imagen corporativa es la forma en que se percibe una compañía, es la imagen de lo que la compañía significa, es un ejercicio en la dirección de percepción del espectador, la imagen corporativa es nuestra carta de presentación, la primera impresión que el público tendrá de nosotros, para que esta funcione y ayude a obtener confianza de nuestro público debe tener requisitos básicos: debe reflejar los valores de nuestra empresa, nuestra personalidad debe estar comunicada en nuestra imagen.

A veces poco a poco en una empresa se puede ir desviando la imagen corporativa y esto hace necesario una revisión de la misma, por lo tanto, es necesario hacer un manual para mejorarla, anunciando las prácticas buenas que pueden hacer sus empleados porque ellos mismos transmiten esa imagen a diario, se podría hacer un libro en el que en una parte se mostrara lo que hay por desechar (Duarte, 2012).

2.1.3 Identidad gráfica: Es la combinación de todos los elementos gráficos de una empresa o producto que definen su carácter y comportamiento en un mercado, incluye logotipo, nombre, publicidad, señalización y los rasgos del producto del mismo.

Como dice Adrián Frutiger en su libro: *En torno a la tipografía*, “la lectura es un proceso complejo que podría describirse de la manera siguiente: el lector tiene, incrustada en su subconsciente, una especie de matriz de la forma de cada letra del alfabeto. Cuando lee, la letra percibida recorre las matrices, es comparada con la silueta correspondiente y es aceptada sin reservas cuando el signo es similar, o con resistencia si la forma difiere demasiado. Mediante la lectura cotidiana, las matrices se consolidan incansablemente y obtienen un contorno preciso que se inscribe en las profundidades del subconsciente” (2002 p. 85).

2.1.4 Manual de Identidad Corporativa: Es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial empeño en aquellos que se mostrarán al público.

El manual describe los signos gráficos escogidos por la compañía para mostrar su imagen así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. En el mismo, se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Se muestran también las normas prohibitivas de sus aplicaciones. También se incluyen los colores y las tipografías corporativas.

Los contenidos del manual se agrupan básicamente en dos grandes capítulos:

Normas básicas de construcción y desarrollo de la identidad corporativa.

Aplicación del logotipo en las distintas plataformas de comunicación: papelería: papel de carta, sobres, facturas, albaranes, tarjetas de visita, carteles, indicadores, parque móvil (camiones, furgonetas de reparto), uniformes del personal y otros dependiendo de los requerimientos de la institución (Samuparra, 2014).

2.1.5 Salud Pública: está constituida por un conjunto de políticas que busca garantizar de manera integrada, la salud de la población por medio de acciones dirigidas tanto de manera individual como colectiva ya que sus resultados se constituyen en indicadores de las condiciones de vida, bienestar y desarrollo. Dichas acciones se realizarán bajo la rectoría del Estado y deberán promover la participación responsable de todos los sectores de la comunidad (Minsalud, 2015).

2.2. Enfoque legal

Ley 23 de 1982 del Congreso de Colombia. Esta ley trata sobre los derechos de autor especificándonos en los artículos 9 y 10, los cuales abordan textualmente lo siguiente en el artículo 9 “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 artículo 10 “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, considera lo siguiente:

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 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 cuales quiera 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 fuerza³¹ 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 consentimientos 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.

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

Según lo manifestado en el plan de trabajo reconocido como “diseño de un manual corporativo para la E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares”, presentado al comité curricular de la facultad de educación artes y humanidades del programa Comunicación social, se presenta el desarrollo de las actividades planteadas en el trabajo, orientada en las pasantías realizadas dentro de la institución, dichas actividades están situadas en los objetivos específicos.

3.1.1 Realizar un diagnóstico situacional de la imagen corporativa del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Actividad 1: A través de una reunión con el equipo de coordinadores y el gerente, se desarrollará un análisis sobre la situación actual de la imagen corporativa del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Resultados: Por medio de la reunión con el grupo de coordinadores de las diferentes áreas y en compañía del gerente del Hospital Emiro Quintero Cañizares, el Dr. Jairo Pinzón López, se llevó a cabo un debate sobre, la importancia del diseño de un manual de imagen corporativo, en donde brindará la oportunidad de dar a conocer la imagen que representa al Hospital por medio de papelerías, identificación institucional entre otros, para posicionar la marca de la E.S.E. en compañía de la filosofía corporativa que son: Misión, Visión, Principios y Valores. Observando

desde la marca de la empresa, se percibe el posicionamiento que tiene la institución con el público interno.

La imagen corporativa define visualmente a la empresa y la diferencia de las demás, a través de la identidad corporativa el HEQC, puede transmitir al público su carácter, su esencia y valores fundamentales, como pueden ser innovación, tradición, prestigio, elegancia, sencillez, calidad, servicio, etc.

En la reunión se debatieron desde, la importancia del logotipo, hasta el uso de la imagen dentro y fuera de la Empresa Social del Estado, permitiendo que la entidad se apodere de la comunidad de la provincia de Ocaña y Sur del Cesar, para así lograr un mismo direccionamiento que es llegar a la acreditación siendo reconocida a nivel regional y nacional.

Actividad 2: Realizar investigación sobre el logotipo que cuenta actualmente el Hospital Emiro Quintero Cañizares. (*Ver logo original en apéndices 1*)

En la investigación se encontró que en el año 2003, bajo la gerencia de la Dra. Ana del Carmen Castalleda, se desarrolló un concurso para determinar cuál sería la imagen de la entidad, ya que no tenía un logo como tal, que los identificara y los reconociera a nivel regional.

En dicha actividad participaron el personal administrativo y asistencial, en donde tuvieron un lapso de tiempo de 5 días para exponer un logo, con el propósito de definir una marca para el Hospital.

Al debatir los dibujos diseñados por el personal que elaboraba dentro de la institución, escogiendo el bosquejo que representaría a la Institución y al municipio de Ocaña, la ganadora fue la señora Nelly Picón, la cual tenía el cargo de secretaria de gerencia, dicha imagen lo diseñaron a lápiz, sin describir los elementos utilizados para la elaboración y la importancia de unificar dos imágenes en una sola. Al pasar los años, en el 2006, decidieron reestructuras el logo, mejorando sus líneas, sus imágenes y tamaño, para así presentarlo al público interno y externo. El ingeniero de sistema Yolimer Arévalo, empieza a realizar sus modificaciones, pidiendo apoyo y colaboración al grupo de calidad para escoger los colores y sugerencias de la imagen, pasando por varias pruebas para lograr implementar la imagen de la Entidad, este logosímbolo comenzó a ser distribuido por la empresa, exponiéndolo al personal interno que ayudaría a presentarlo al público externo. La imagen es presentada en las carteleras de la E.S.E, con el propósito de que sus usuarios y visitantes empiecen a ver la institución por medio de una imagen.

Dentro del logo se encuentra la torres de los esclavos, monumento representativo de la ciudad de Ocaña, el cual simboliza la historia y libertad, en una estructura que es única a nivel latinoamericano, seguido por el símbolo de la salud, que es caracterizado por una vara con dos serpientes entrelazadas juntos a unas alas, que significa la curación de los enfermos, acompañados por las palabras, Salud, que hace referencia a las personas (el hospital vela por la integridad y calidad de vida de la población), Servicio, siempre en busca de prestar una mejor atención a la comunidad y Paz, que representa la armonía y tranquilidad en la atención hacia sus pacientes. Estos elementos son encerrados en un círculo acompañado del nombre de la institución.

Así mismo, manejaron colores como el azul que significa (tranquilidad y seguridad que se transmite hacia la comunidad en general), blanco (paz y armonía con que se atiende al personal interno y público externo) y negro, el cual lo llevo sus letras y líneas del diseño, representa (formalidad, responsabilidad).

Actividad 3: Seguidamente se procedió a realizar encuestas al personal de la Entidad sobre el conocimiento que tienen y la importancia de la imagen corporativa para el Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Tabla 3.

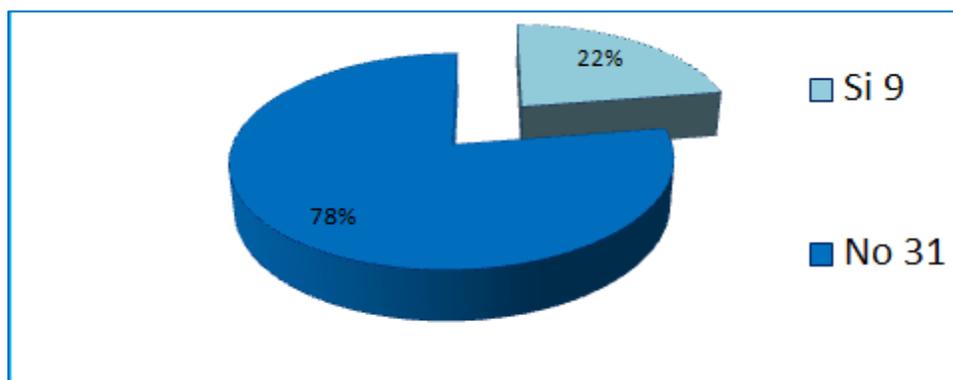
Ficha técnica de la encuesta

Fecha de aplicación:	04 octubre del 2017
Objetivo:	Recolectar información sobre la imagen corporativa, con el personal de coordinadores del Hospital Emiro Quintero Cañizares
Tamaño de muestra	1 gerente y 39 coordinadores
Población	Todos los coordinadores de cada área que pertenece al Hospital Emiro Quintero Cañizares.
Cobertura geográfica	Calle 7 # 29-144 Ocaña, N de Santander
Metodología	Se realizó una encuesta cerrada, de forma cualitativa, ya que se buscó saber si tenían conocimiento de lo que es un manual de imagen corporativo y la importancia de que una empresa lo tenga, como manera de hacer visible la entidad, generando credibilidad y confianza con el público interno y externo. La encuesta diseño con 6 preguntas, dirigido a los coordinadores de las diferentes áreas del Hospital Emiro Quintero Cañizares, con el objetivo de conocer la importancia de la imagen corporativa de la E.S.E
Realizador	Pasante del programa de comunicación social de la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Fuente: Autor de la pasantía

(Ver encuesta en Apéndices 2)

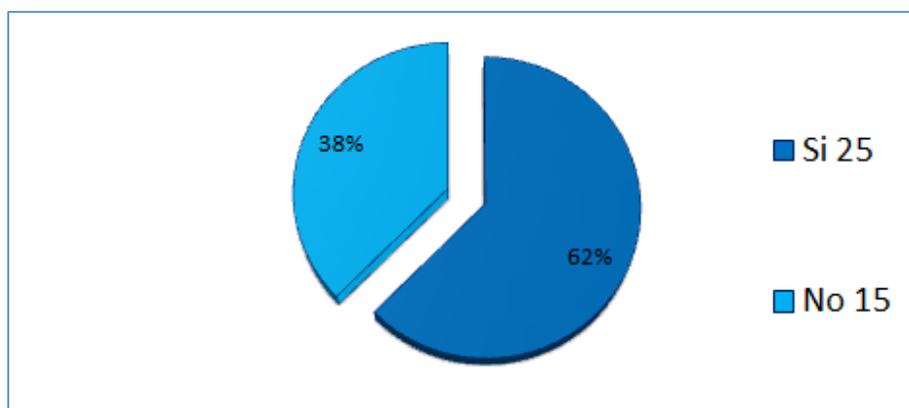
Resultados de la aplicación de la encuestas a los coordinadores de las diferentes áreas que posee el HEQC.



Gráfica 2. Sabe usted cómo fue elaborado el logotipo del Hospital Emiro Quintero Cañizares

Fuente: Autor de la pasantía

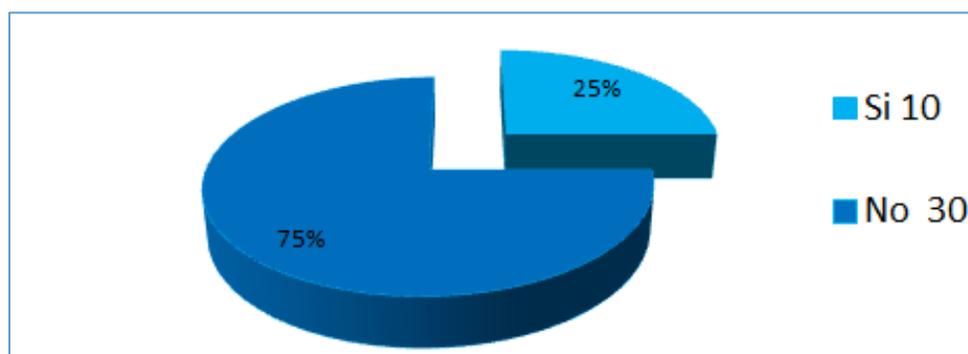
Análisis: El 78% de los coordinadores de la E.S.E. manifestaron que no saben cómo fue elaborado el logotipo de la institución, desconociendo su origen y creación. El 22% que son solo nueve coordinadores, informan que sí saben cómo se creó la marca, ya que estos coordinadores vienen elaborando desde años atrás, reconociendo que fue por medio de un concurso que se escogió el logo para la E.S.E., sin recordar la persona quien lo diseñó. Esto nos arroja que la mayoría del personal desconoce la importancia que tiene el logo y cada uno de los elementos que conforman la imagen, esto nos indica que no hay un apoderamiento de la empresa por parte del personal, debilitando la credibilidad y el posicionamiento por parte del público interno.



Grafica 3. Sabe usted qué es un manual de imagen corporativa

Fuente: Autor de la pasantía

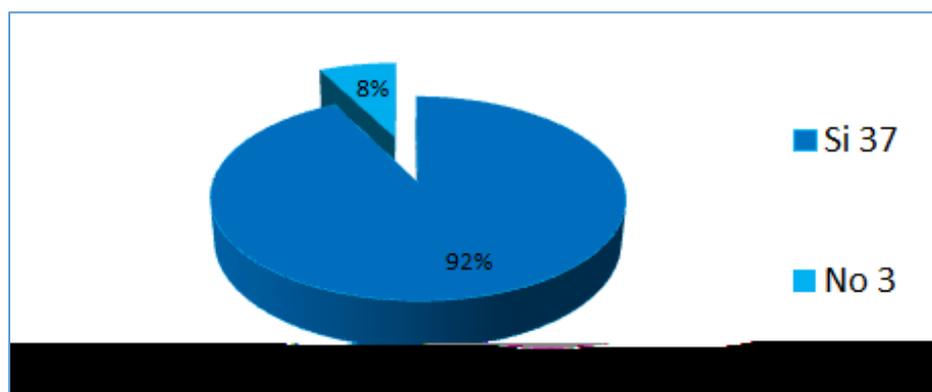
Análisis: el 62% de los coordinadores manifestaron tener conocimiento de qué es, un manual de imagen corporativo, siendo este un libro donde se maneja la identidad visual de una empresa, siendo este una forma de familiarizar y obtener sentido de pertenencia por parte del empleado, para así, verse reflejado hacia el público externo, con el propósito de apoderarse de la mente de las personas. Pero tan solo el 38% de las personas manifestaron desconocer un manual y la importancia que hay en una empresa de salud. Esto nos indica que al no contar con un manual de identidad visual, la empresa no será reconocida por parte de sus empleados y sus usuarios.



Grafica 4. Cree usted qué el Hospital Emiro Quintero Cañizares, ha manejado o maneja un manual de imagen corporativa

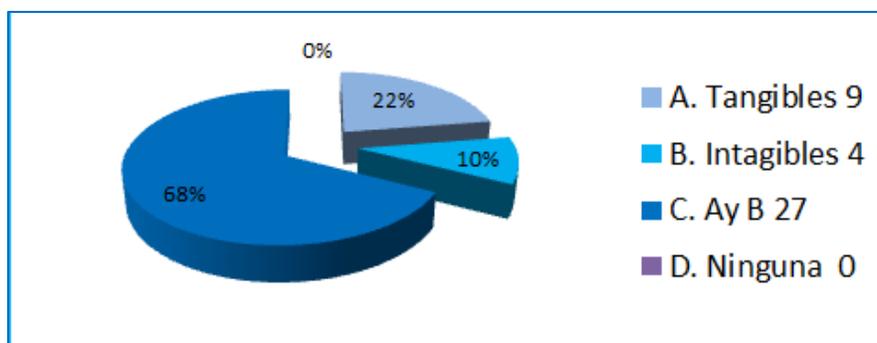
Fuente: Autor de la pasantía

Análisis: El 75% de los coordinadores expresaron que desconocen si el Hospital Emiro Quintero Cañizares ha manejado un manual de identidad visual, afirmando que solo se cuenta con una filosofía corporativa. Si bien se sabe que la empresa posee una marca, más no un manual identidad visual, que ayude por medio de algunos elementos como papelería, señalizaciones, material P.O.P, el aumento del posicionamiento que puede tener la imagen con la comunidad en general. Y el 25% expresaron que el hospital cuenta con un manual de imagen, pero al realizar la investigación por medio de los documentos que reposan en gerencia y en archivo, se descubrió que no existe un manual que presente los lineamientos de la imagen y el manejo de la misma.



Grafica 5. Cree importante que el Hospital Emiro Quintero Cañizares, tenga un manual de imagen corporativa
Fuente: Autor de la pasantía

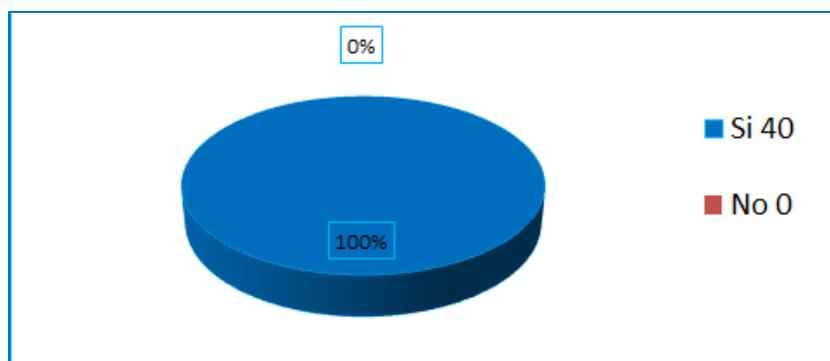
Análisis: El 92% de los coordinadores expresaron que si es importante que la E.S.E, maneje una manual de imagen corporativo que ayude al posicionamiento y a la credibilidad, a una mejor comunicación visual con el personal interno como el público externo, con el propósito de apoderarse de las mente de las personas, que ayuden a divulgar su marca como muestra de confianza y respeto hacia la vida del ser humano. Los demás coordinadores manifestaron que no ven necesario tener un manual de imagen.



Grafica 6. A través de qué medios considera importante dar a conocer la imagen corporativa del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Fuente: Autor de la pasantía

Análisis: La población encuestada, manifestó que desearían conocer el manual de identidad visual por medio de lo tangible y lo intangible, arrojando en la estadística, un porcentaje del 68% de las personas. Se conoce como tangible todo lo que se pueda tocar, en este caso sería: folletos, libros, Cd entre otros y lo intangible es lo que no se puede tocar, como lo es por medio de: capacitaciones, conferencias, exposiciones y reuniones. Así mismo el 10% manifestaron que lo desearían conocer solo por lo intangible y el 22% por lo tangible. Esta información nos indica que el personal de la institución está interesado en contar con un manual de imagen que ayude a la organización a darse conocer como empresa prestadora de salud para poder así exponer y expandir los servicios que presta esta institución.



Grafica 7. De contar con un manual de imagen corporativa, ¿Usted lo implementaría en las funciones en el que se desempeña?

Fuente: Autor de la pasantía

Análisis: El 100% de los coordinadores, afirman que si se debe implementar el manual de imagen corporativo dentro de las funciones en el que se desempeña, ya que ayudaría a manejar los lineamientos de la marca con el propósito de dar visibilidad a la empresa desde el interior para así seguir prestando los servicios que actualmente cuenta la empresa. También se observaría cambio dentro de la institución, permitiendo manejar el mismo lenguaje con el personal que elabora en la empresa.

3.1.2. Establecer los parámetros para la implementación del manual de imagen corporativo.

Actividad 1: Investigar los contenidos que se manejan dentro de un manual de imagen.

Resultados: Un manual de identidad visual corporativa es una guía que contiene las normas básicas indispensables para el uso correcto de elementos gráficos que conforman una imagen corporativa.

El manual de identidad corporativa garantiza la cohesión en la comunicación visual de una entidad, tanto en los soportes impresos y por igual en espacios públicos o en comunicaciones internas.

Actualmente existen diferentes tipos de manuales de imagen corporativa, pero todas tienen un mismo objetivo, implementar y acreditar una imagen propia. Estos son algunos contenidos que manejan dentro de un manual de identidad visual (Uzquiaga, 2016):

- Imagen propia de la empresa “logosímbolo”
- Construcción de la imagen
- Escalas de colores de la imagen
- Tamaños mínimo y máximo
- Papelerías corporativas como membretes, sobres entre otros
- El uso de la imagen en diferentes aplicaciones

Actividad 2: Realizar reunión con el grupo de calidad sobre el contenido y el diseño que se manejará para el manual de imagen corporativo.

Resultados: Dentro de la reunión que se llevó a cabo con el grupo de calidad, se debatieron los contenidos que deberá llevar el manual de identidad visual de la E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares y el diseño de la misma.

El diseño del manual fue aprobado, siendo un diseño sobrio, sencillo y claro de entender, se utilizaron los colores institucionales, realizándose de forma vertical y dividiéndose por capítulos, mostrando cada uno de los elementos que conformarían el manual.

El manual estará dividido por 6 capítulos: descripción del logotipo, papelería institucional, identificación institucional, señalización, rótulo institucional y material POP. En ellos se desglosa cada uno de los diseños gráficos que forma parte de los productos que se observan en el manual. (*Ver en apéndice 3*).

3.1.3. Diseñar el manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Actividad 1: Desarrollar bosquejos del diseño del manual de imagen para el Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Resultados: Se realizaron los bosquejos y los diversos diseños que conformarían el manual, dentro de esta actividad se observaron diversos manuales de identidad visual, que ayudaron a conformar el del HEQC, permitiendo observar las debilidades y fortalezas que hay en la imagen de la Entidad, accediendo a desarrollar las ideas que ayuden a la marca a aumentar el posicionamiento dentro del personal y la comunidad. En la investigación se observó cómo jugar con la imagen, como aprovechar los elementos que la conforman, agrupando ideas que ayudaron a la elaboración de diversas actividades que se realizaron dentro de la E.S.E.

Actividad 2: Definir los contenidos que llevará el manual de identidad visual.

Resultados: Para definir los contenidos que posee el manual, se realizaron diseños que luego fueron utilizados para algunas publicaciones de las redes sociales, en ellos se usaron plantillas diseñadas por mí, en diversas actividades que realizó el hospital.

De igual manera dentro de los contenidos que se plasmó en el manual, se resaltó la importancia del logotipo, su estructura, su color, su tamaño, el uso permitido entre otros, así mismo los diseños que conformarían este trabajo, como es papelería institucional, esto permite que las personas se apoderen de la imagen, siguiendo de la identidad institucional y finalmente los materiales POP. (*Ver apéndice 3*)

Actividad 3: Ordenar por módulos la información que irá plasmada dentro del manual de imagen corporativa del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Resultados: Se realizó una investigación que ayudo a diferenciar los elementos que ya se tenían para el manual y dividirlos por módulos para que ordenarlos de forma clara y organizada que ayudará a entender que es y para que funciona un manual de imagen.

Por medio de esta investigación se logró describir la importancia de una marca dentro de una empresa, sus beneficios, fortalezas y oportunidades que brinda una imagen, igualmente esta información ayudo a indagar cuales eran los contenidos de mayor relevancia que ayudaría al público interno apoderarse más de la institución, con el propósito de exponerlo al público externo.

Estos módulos fueron ordenados de la siguiente manera:

- Logosímbolo
- Papelería institucional
- Identidad institucional
- Señalizaciones
- Rótulos
- Material POP

Actividad 4: Realizar diseños gráficos para los diversos elementos que llevará el manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Resultado: En los diseños gráficos se manejaron los colores institucionales, entre líneas y figuras geométricas, que demuestre la sobriedad y la confianza que transmite el HEQC hacia sus empleados.

Los diseños permiten que una información llame la atención de la persona que lo observa, que los colores y formas capten más la atención por muy simple o sencilla sea la información, permitiendo brindar importancia a lo que se está observando.

Estos diseños fueron realizados para aumentar la credibilidad de la empresa por parte de sus empleados, permitiendo que sean ellos quien se apoderen de la marca, para verse reflejado dentro de la institución y expuesto al público externo.

3.1.4. Socialización del manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Actividad 1: Siguiendo, realizar una reunión con el gerente de la institución para la presentación del manual de imagen.

Resultado: Por medio de la reunión que se realizó con el Doctor Jairo Pinzón López, actualmente gerente de la E.S.E, se permitió llegar a la conclusión, que la imagen desempeña un papel muy importante, ya que muchas veces las empresas son juzgadas por la imagen, porque por medio de ella se observa, la reacción de las persona hacia la institución.

Al revisar el manual, determinó cuál es su importancia dentro de la Empresa, observando cada una de sus páginas que conformaron un trabajo en conjunto con la oficina de prensa y comunicaciones de la entidad, agradeciendo por el buen desempeño y elaboración desarrollada dentro de las pasantías y del proyecto.

Actividad 2: Mediante una reunión con el grupo de calidad dar a conocer el manual de imagen, para realizar los parámetros que conlleve a la implementación del manual.

Resultado: esta reunión se realizó con la coordinadora de calidad, la doctora Tatiana Angarita, en el cual se realizaron los parámetros que debe llevar el manual, dichos parámetros están siendo estudiados con el grupo en general, para la elaboración de su decreto y el reglamento en que se llevara la aplicación del manual.

Así mismo se llegó concluir que:

- Este manual no podrá ser reemplazado por ningún gerente de la institución, ya que es un libro elaborado para el Hospital mas no para el gerente actual.
- Se deberá realizar algunas modificaciones o implementación de nuevos elementos para consolidar el manual de imagen corporativo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.
- Algunos de sus elementos ya se han implementados, cuyo propósito es trabajar y darle importancia a la imagen de la Institución.
- Estos elementos serán presentados ante el Instituto Departamental de la Salud IDS, para garantizar que es un trabajo para el Hospital de Ocaña y el cual no podrá ser plagiado por otras entidades de salud.
- El manual de imagen corporativo, tendrá como ventaja la orientación del público externo, de manera que podrán observar, aprender de los productos y servicios con los que cuenta el Hospital.

Actividad 3: Realizar una reunión con el grupo de coordinadores para exponer el manual y aplicarlos encada departamento.

Resultados: de acuerdo con la reunión establecida con la coordinadora de calidad, se realizó la reunión con cada uno de los jefes de cada área que cuenta el Hospital, para hacer entrega del manual, este será presentado a cada trabajador de la institución de manera que se empiece a poner en prácticas.

Capítulo 4. Diagnóstico Final

El Hospital Emiro Quintero Cañizares, a pesar de ser una entidad que posee gran reconocimiento en la provincia y sur del cesar, muchos de los usuarios desconocen la cantidad y variedad de servicios que este presta, por lo que con la implementación de la presente propuesta se busca seguir aumentando su cobertura por medio de sus Unidades Básicas de Atención y la comunicación de los servicios prestados.

Por consiguiente, la estrategia de comunicación permitirá hacer un reconocimiento del Hospital Emiro Quintero Cañizares entre los usuarios y habitantes de su zona de influencia, además de crear un carácter definido de la identidad corporativa y la imagen corporativa de la institución, esa sí, que se reconoce la importancia de dar un uso adecuado de los medios y alternativas de comunicación con las que cuenta la empresa para mejorar los flujos de información.

Conclusiones

Para el desarrollo del presente trabajo de grado resulto indispensable conocer las necesidades y expectativas de las directivas del Hospital en cuanto a la imagen corporativa de la Institución, ya que con esto se creó una base para poder realizar todo el manual corporativo y cubrir esas necesidades insatisfechas frente a la imagen que posee actualmente el hospital. También fue sumamente importante la opinión de los expertos ya que con esas respuestas se pudo tener varias referencias de qué color usar, como diagramar, que tipografía es la recomendada, para lograr un balance y un atractivo en el manual corporativo. En cuanto a la lista de cotejo, fue muy importante para poder generar una imagen que se diferencie de la competencia y crear así una imagen que genere impacto en el mercado que represente calidad, compromiso y seguridad, para así realzar el reconocimiento que posee el hospital en la región.

Al tratarse de entidades públicas con gran reconocimiento la identidad visual debe estar actualizada acorde a unos buenos criterios de diseño. Para lo cual se utilizó una mezcla de símbolo y texto, ambos se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado. El símbolo se identifica con la actividad o filosofía de la organización. En general se obtiene buena legibilidad con el uso de tipografías de palo seco. La gama cromática utilizada es reducida siendo el color más utilizado el azul, un color con el que se ha identificado el Hospital en el transcurso del tiempo. El diseño está creado para ser reproducido en múltiples soportes que se utilizan en la actualidad. Se establece un equilibrio correcto entre los distintos elementos. Su identidad visual es adecuada a su imagen.

De igual forma, el proceso creativo que se llevó a cabo para lograr el diseño propuesto en este proyecto, permitió mostrar los conocimientos y conceptos gráficos adquiridos, generando una solución gráfica que proporciona una mejor estrategia visual y comunicativa en la Empresa Social del Estado Hospital Emiro Quintero Cañizares, por su parte, la señalética que se creó para el HEQC, no solo busca proporcionar a los clientes más información para su comodidad sino que también hará que los trabajadores se sientan a gusto dentro de la empresa y se vinculen mayormente en la misma, buscando el bienestar de todos y fortaleciendo el vínculo emocional que existe actualmente.

Con el desarrollo de este proyecto se reforzaron muchos conceptos que fueron vistos dentro del contexto académico, que servirán para la vida profesional como diseñadora gráfica, conceptos que fueron aplicados durante la investigación y desarrollo del proyecto y que marcó la pauta gráfica del mismo, esto fue ratificado en la socialización del mismo antes las directivas, con lo cual se logró comprobar que toda empresa así sea pequeña, mediana, grande, pública o privada debe poseer una imagen corporativa que la identifique ante el público y el área a que pertenece.

Por último, se logró cumplir las expectativas y necesidades de las directivas del HEQC Ocaña, logrando una imagen referenciada por la comunidad, ya que, esta se consolida como una empresa de servicios de salud de referencia en una gran zona de afluencia directa e indirecta, situación que hace más urgente la aplicación de una identidad que se logre posicionar en los imaginarios colectivos de los potenciales usuarios de la institución.

Recomendaciones

Garantizar el uso de las normas descritas dentro del manual de imagen e identidad corporativa, con el fin de que mantengan el uso correcto de su imagen e identidad y así beneficiar el proceso de recordación y posicionamiento del HEQC Ocaña.

Fomentar dentro del HEQC Ocaña, la imagen e identidad corporativa por medio del buen uso de sus elementos visuales y conceptuales, para mantener y fortalecer la cultura organizacional dentro de la Institución.

Suministrar algunos de los elementos (Tarjetas, carpetas, camisetas, etc.) del manual de imagen e identidad corporativa del HEQC Ocaña, a los clientes y proveedores que manejen su imagen e identidad corporativa.

Es recomendable seguir implementando estrategias comunicativas que sigan reforzando las comunicaciones internas y externas del HEQC Ocaña, esto con el fin de posicionar la imagen corporativa y ayudar a cumplir los objetivos que persigue la misma.

Referencias

- Alcaldía de Bogotá. (1982). LEY 23 DE 1982. Recuperado de:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3431>
- Costa, J. (1998). Privilegio y compromiso del diseño gráfico. Recuperado de:
<https://foroalfa.org/articulos/privilegio-y-compromiso-del-diseno-grafico>
- Davis, Scott M. (2002). La Marca: máximo valor de su empresa, PEARSON EDUCACIÓN. México, p. 3. ISBN: 970-26-0166-5
- Duarte, C. (2012). La imagen corporativa. Recuperado de: <http://www.gerencie.com/la-imagen-corporativa.html>.
- Fido. (2016). Fundamentos del diseño Wucius Wong. Recuperado de:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/6195_15246.pdf
- Frutiger, A. (2002). En torno a la tipografía Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili, S. A. 94p.
- Gillam, Robert. (1970). Fundamentos del Diseño. Recuperado de:
https://eacvvcae.files.wordpress.com/2014/02/1-fundamentos-disec3b1o_scott.pdf
- La Comisión de la Comunidad Andina. (2016). DECISION 486. Recuperado de:
http://www.ins.gov.co/normatividad/Decisiones/DECISION%20486%20DE%202000%20DE%20LA%20COMISION%20DEL%20ACUERDO%20DE%20CARTAGENA.pdf?Mobile=1&Source=%2Fnormatividad%2F_layouts%2Fmobile%2Fview%2Easpx%3FLis t%3D2ce58563%252D79fd%252D4769%252D8c5e%252D3a742c40a659%26View%3D eff26a98%252Dfa3e%252D4727%252D957d%252D66b0ab29e9ed%26CurrentPage%3 D1

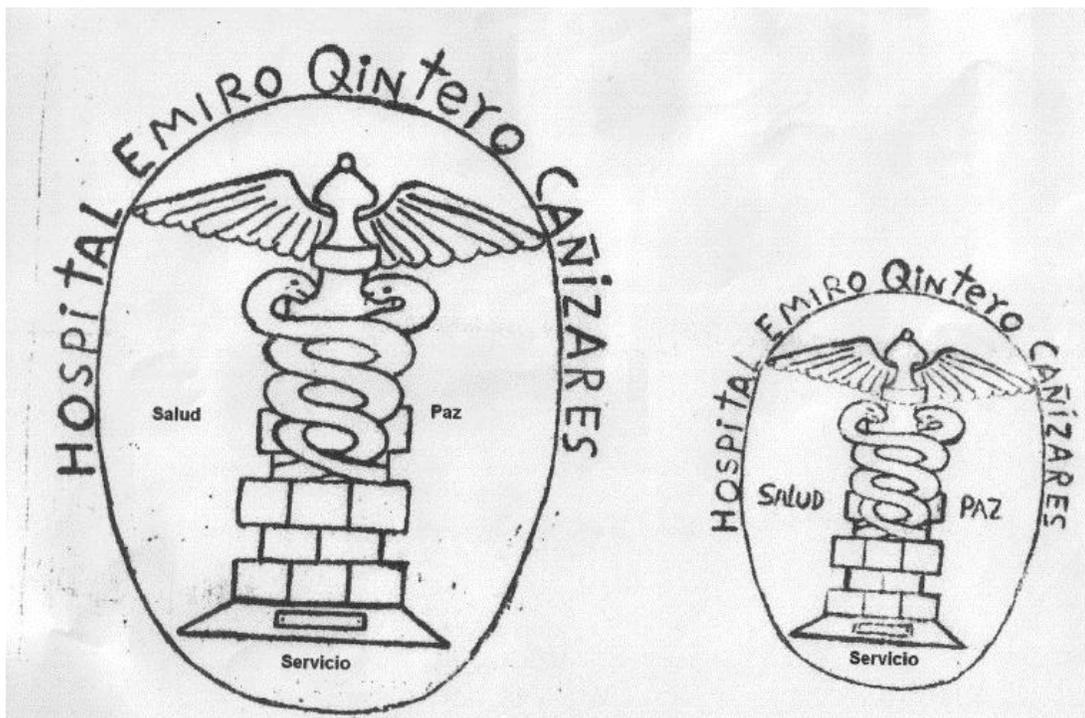
Ministerio de Salud. (2015). Salud Publica. Recuperado de:
<https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/Paginas/salud-publica.aspx>

Samuparra. (2014). Cómo hacer un manual de identidad corporativa. Recuperado de:
<https://samuparra.com/como-hacer-un-manual-de-identidad-corporativa/>

Uzquiaga. (2016). ¿Qué información debe contener un Manual de Identidad Corporativa?.
Recuperado de: <https://uzkiaga.com/blog/disenio-grafico/que-informacion-debe-contener-un-manual-de-identidad-corporativa>

Apéndices

Apéndice A. Logo original del HEQC



Apéndice B. Encuesta presentada a los coordinadores de HEQC



Universidad Francisco De Paula Santander Ocaña

Tema: Diseño de un Manual de Imagen Corporativa de la E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares

Encuesta realizada por: Catalina Olivella Márquez, estudiante de comunicación social

1. Sabe usted como fue elaborado el logotipo del Hospital Emiro Quintero Cañizares

Sí _____ No _____

2. ¿sabe usted que es un manual de imagen corporativa?

Sí _____ No _____

3. ¿Cree usted que el Hospital Emiro Quintero Cañizares, ha manejado o maneja un manual de imagen corporativa?

Sí _____ No _____

4. ¿Cree importante que el Hospital Emiro Quintero Cañizares, tenga un manual de imagen corporativa?

Sí _____ No _____

5. A través de qué medios considera importante dar a conocer la imagen corporativa del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

A. Tangibles: libros, folletos cartelera... etc.

B. Intangibles: reuniones, charlas, capacitaciones.

6. De contar con un manual de imagen corporativa, ¿usted lo implementaría en las funciones en el que se desempeña?

Sí _____ No _____

Apéndice C. Propuesta de manual del HEQC



Quintero Cañizares Ocaña N. de S.
D PAZ
SERVICIO

Manual de Imagen Corporativa

HOSPITAL

Emiro Quintero Cañizares

<p>Calle 7 # 29 -177 Barrio la Primavera Código Postal:546551</p>	<p>PBX:(7)5636330 Fax:(7) 5611435 Urgencias:(7) 5611940</p>	<p>Contactenos@heqc.gov.co gerencia@heqc.gov.co prensa@heqc.gov.co</p>
---	---	--

APLICACIÓN DE MARCA

Imagotipos Escalas De Grises



El Logotipo puede utilizarse en escala de Grises únicamente en aquellos casos en los cuales el medio de impresión no permita la posibilidad de usar sus colores originales. Se aplicarán los fondos sólidos al 100% y en grises al 50%.

APLICACIÓN DE MARCA

Usos No Permitidos

HOSPITAL
EMIRO QUINTERO CAÑIZARES



La marca debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual. En este sentido, no se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones.

HOSPITAL
EMIRO QUINTERO CAÑIZARES



HOSPITAL
EMIRO QUINTERO CAÑIZARES



APLICACIÓN DE MARCA

Hoja Tamaño Carta Y Oficio



Es la papelería común que se utiliza en la mayoría de los procesos, se utiliza en oficios, certificaciones, cartas, etc. Se debe estandarizar el uso de la imagen institucional en documentos que tienen el carácter de oficial.

El logo está ubicado en todo el centro como marca de agua, en la parte superior el hombre de la institución Hospital Emiro Quintero Cañizares con los colores representativo de la empresa gama de azul, y en la parte inferior encontramos los logos de las empresas que vigilan a la E.S.E

APLICACIÓN DE MARCA

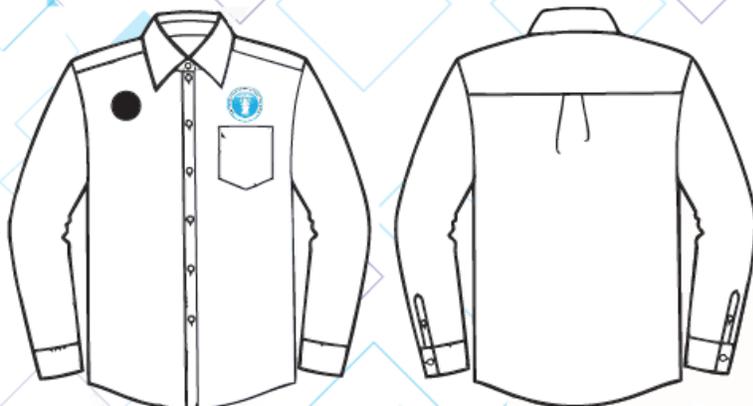
Valla



Es utilizado como publicidad en diferentes puntos de Ocaña y su provincia. En esta imagen se utiliza el logo de la Entidad y el personal médico, brindando así los servicios que maneja la E.S.E.

APLICACIÓN DE MARCA

Camisa Manga Larga



Los uniformes deben tener aplicados los elementos gráficos corporativos adecuadamente, aquí se plantean las aplicaciones adecuadas, teniendo en cuenta, el color, la tipografía y uso del logotipo del Hospital Emiro Quintero Cañizares.



Apéndice D. Evidencias Fotográficas

