

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(50)	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

<b>AUTORES</b>	Adam Smith Carrascal Criado		
<b>FACULTAD</b>	Educación, Artes y Humanidades		
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	Comunicación Social		
<b>DIRECTOR</b>	Liceth Liliana Arévalo Pérez		
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	Creación de la identidad corporativa de la Fundación Radiológica de la Institución Educativa Normal Superior en Ocaña, Norte de Santander.		
<b>TITULO EN INGLES</b>	Creation of the corporate identity of the Radiology Foundation of the Higher Normal Educational Institution in Ocaña, Norte de Santander		
<b>RESUMEN (70 palabras)</b>			
<p>Existen muchas organizaciones o fundaciones, sean o no gobiernos estatales, que tienen como objetivo resaltar los problemas sociales de los grupos desfavorecidos, es decir, programas que están completamente relacionados con la asistencia social. La escala e importancia de las fundaciones y organizaciones sin fines de lucro continúan desarrollándose, y cada vez obtienen una serie de hechos relevantes, conformando así una sociedad más justa y equitativa, las fundaciones han mejorado integralmente en la empresa.</p>			
<b>RESUMEN EN INGLES</b>			
<p>There are many organizations or foundations, whether or not they are state governments, that aim to highlight the social problems of disadvantaged groups, that is, programs that are completely related to social assistance. The scale and importance of foundations and non-profit organizations continue to develop, and each time they obtain a series of relevant facts, thus forming a more just and equitable society, foundations have comprehensively improved in the company.</p>			
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Identidad, corporación, radiológica, educación, institución		
<b>PALABRAS CLAVES EN INGLES</b>	Identity, corporation, radiology, education, institution		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 50	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  
 atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

Creación de la identidad corporativa de la Fundación Radiológica de la Institución Educativa  
Normal Superior en Ocaña, Norte de Santander.

Adam Smith Carrascal Criado

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Comunicación Social

Esp. Liceth Liliana Arévalo Pérez

22 Marzo del 2022

## Índice

<b>Capítulo 1. Creación de la Identidad Corporativa de la Fundación Radiológica de la Institución Educativa Normal Superior en Ocaña, Norte de Santander .....</b>	<b>7</b>
1.1 Descripción breve de la empresa.....	7
1.1.1 Misión. ....	8
1.1.2 Visión.....	9
1.1.3 Objetivos de la empresa. Generar contenidos, información de orden educativo.....	9
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional. ....	10
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. ....	13
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	13
1.3 Planteamiento del problema. ....	16
1.4 Objetivos de la pasantía.....	17
1.5 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma .....	17
1.6 Cronograma de actividades .....	19
<b>Capítulo 2. Enfoques Referenciales.....</b>	<b>20</b>
2.1 Enfoque conceptual.....	20
2.2 Enfoque legal.....	23
<b>Capítulo 3. Enfoque de cumplimiento de trabajo de grado .....</b>	<b>25</b>
3.1 Presentación de resultados .....	25
3.1.1 Identificar los elementos esenciales para establecer la.....	25
3.1.2 Diseñar la identidad visual de la Fundación.....	29
3.1.3 Establecer los documentos de organización que orienten .....	32
<b>Capítulo 4. Diagnóstico final .....</b>	<b>38</b>
<b>Capítulo 5. Conclusiones .....</b>	<b>39</b>
<b>Capítulo 6. Recomendaciones .....</b>	<b>40</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>41</b>
<b>Apéndices .....</b>	<b>42</b>

**Lista de tablas**

Tabla 1 Matriz de DOFA.....	14
Tabla 2 Actividades a desarrollar en las pasantías.....	18
Tabla 3 Cronograma de actividades del proyecto de investigación.....	19
Tabla 4 Actividades de organización para el trabajo de publicaciones .....	37

## Lista de figuras

Figura 1 Organigrama de la estructura organizacional.....	11
Figura 2 Diario de Campo.....	14
Figura 3 Entrevista Semiestructurada .....	26
Figura 4 Entrevista Semiestructurada .....	27
Figura 5 Programa Adobe Illustrator .....	30
Figura 6 Bosquejos para la elección del logo .....	31
Figura 7 Logo aprobado para la fundación Radiológica.....	32
Figura 8 Política de la identidad corporativa .....	33
Figura 9 Manual de imagen corporativa .....	35
Figura 10 Manual de Estilo.....	36

## **Introducción**

Existen muchas organizaciones o fundaciones, sean o no gobiernos estatales, que tienen como objetivo resaltar los problemas sociales de los grupos desfavorecidos, es decir, programas que están completamente relacionados con la asistencia social. La escala e importancia de las fundaciones y organizaciones sin fines de lucro continúan desarrollándose, y cada vez obtienen una serie de hechos relevantes, conformando así una sociedad más justa y equitativa.

A más de algunos objetivos y logros alcanzados, las fundaciones han mejorado integralmente la calidad de vida de la población, finalidad de las organizaciones sin fines de lucro, es indispensable, aportar con elementos teóricos y prácticos; diseñar y planear mecanismos específicos para la gestión social.

Para hacer de esta propuesta En este proyecto de trabajo de creación de identidad e imagen corporativa, se desarrollará un modelo de identidad, creado como guía básica de referencia, para el uso correcto y consistente de cada elemento gráfico. Desarrollado por parte de la fundación Radiológica de Ocaña Norte de Santander; La identidad e imagen de esta empresa surgió en la búsqueda de su ubicación e identidad.

Después de eso, todos los relacionados con la Fundación Teórica tuvieron lugar donde el proyecto debe hacerse y, por lo tanto, en tres temas centrales: símbolos organizativos, identidad corporativa e imagen de la empresa.

Todo lo anterior se hizo para proporcionar una base sólida del proyecto para implementarlo. El proyecto se desarrolló sobre la base de entrevistas al director de la fundación; Esa metodología puede obtener información relevante y luego analizar; Finalmente, se ha reflejado una propuesta, que es el resultado de un proceso de conocimiento integral aplicado en la sociedad; De manera similar, se han presentado las conclusiones obtenidas del último trabajo.

## **Capítulo 1. Creación de la identidad corporativa de la Fundación Radiológica de la Institución Educativa Normal Superior en Ocaña, Norte de Santander**

### **1.1 Descripción breve de la empresa**

La Escuela Normal Superior de Ocaña es una institución educativa que fomenta la educación primaria, básica media, secundaria y el Programa de Formación Complementaria, orientando a sus estudiantes como personas integrales y autónomas, siendo la pedagogía el eje transversal de las competencias por los docentes.

La Institución Educativa “Escuela Normal Superior de Ocaña”, está comprometida en trabajar por la calidad educativa de cara a afrontar los retos y desafíos propios de la contemporaneidad, respondiendo a los planteamientos del Ministerio de Educación Nacional y conscientes de nuestra tarea irrenunciable de formar maestros en las actuales exigencias educativas, técnicas y científicas, propias de la profesión docente, ahondando además en la promoción y el conocimiento de la pedagogía, en este sentido nos hemos comprometido con una experiencia innovadora de educación, que se recoge en el presente documento y que permite la reestructuración de la formación en aspectos humanos, académicos, administrativos y físicos; con la intencionalidad de lograr un persona y un educador que responda a las exigencias actuales de nuestra sociedad (ENSO, 2019)

La Emisora Radiológica tiene alrededor de siete años de funcionamiento, con el propósito principal de brindar información, educación y entretenimiento a los estudiantes a través de programas de radio educativa para el aprendizaje en la institución educativa y la

comunidad de Ocañera. La emisora incluye a Alonso Montagut Navas (director de organización, director de emisora), Aldemar Villamizar (coordinador de emisora), Sergio Urquijo (director del programa de radio), Maritza Velázquez (directora de la revista digital PIENSO y editora de redacción digital) y Adam Smith Carrascal Criado (productos audiovisuales). Radiogógica crea diversos programas audiovisuales (Enso Clips, Enso Noticias) permitiendo a través de ellos acerca de todos los eventos que se desarrollan en la organización y / o Ocaña o alrededor del país, así como la creación de revistas. Involucrando todo el arte, la lectura, la música, la fotografía y la narración de historias que los estudiantes hacen ellos mismos, y todo el proyecto se realiza a medida que se publican en muchas redes sociales, fotos, infografías y noticias del día a día. Proporcionar a los estudiantes información importante a través de ideas creativas.

La Emisora Radiogógica 96.0 FM, de la Escuela Normal Superior Ocaña, de carácter pedagógico, tiene como objetivo producir programas de orden educativo, cultural, científico y tecnológico permitiendo así el desarrollo del pensamiento crítico de los estudiantes a partir del ejercicio de consulta e investigación el ejercicio periodístico (Radiogógica, MANUAL DE ESTILO, 2020)

### **1.1.1 Misión**

“La Escuela Normal Superior de Ocaña, es un institución de carácter pedagógico y oficial, dedicada a formar maestros y maestras como personas integrales, autónomas, libres para desempeñarse en preescolar y básica primaria, centrada en una pedagogía fundamentalmente dirigida a la transformación significativa de las prácticas educativas; fomentando y desarrollando la competencia investigativa en educación y pedagogía a través de los saberes disciplinares, la

diversidad, la ética, el respeto a la diferencia y atención a educandos con o sin necesidades educativas especiales; comprometidos con su quehacer, el saber ser de lo bello, lo emocional, lo sentimental y el reflejo en lo imaginario y lo fantástico que resulta del diario vivir de la docencia” (Radiológica, MANUAL DE ESTILO, 2020)

### **1.1.2 Visión**

“La Normal será una institución superior, abierta y flexible, con capacidad De articular su entorno en el proceso educativo que necesita la región y el país, a través de la práctica y la investigación pedagógica. Promotora de acciones que desde la escuela se proyecten a la comunidad” (Radiológica, MANUAL DE ESTILO, 2020)

### **1.1.3 Objetivos de la empresa**

Generar contenidos, información de orden educativo, cultural, científico y tecnológico que permita desarrollar pensamiento crítico en los estudiantes a partir del ejercicio de consulta e investigación del ejercicio periodístico (Radiológica, MANUAL DE ESTILO, 2020)

**Objetivos específicos.** Realizar programas culturales, de salud, de deporte, Música, que proporcionen información de interés para todo tipo de público. Implementar las nuevas tecnologías para permitir el acceso a material educativo, cultural, científico de manera más significativa que garantice optimizar y mejorar los procesos de aprendizaje en los estudiantes. Visibilizar a la Escuela Normal Superior de Ocaña en los espacios de plataformas

virtuales con la comunidad, sector productivo, egresados y padres de familia (Radiológica, MANUAL DE ESTILO, 2020)

#### **1.1.4 Descripción de la estructura organizacional**

La estructura organizacional de la Institución Educativa Escuela Normal Superior de Ocaña, traza la ruta de los procesos estratégicos, misionales, de apoyo y de mejoramiento de la calidad, y que afecta la cultura institucional y el clima escolar desde una concepción sistémica, toda vez que la concibe como una organización sistémica abierta. Un sistema es un conjunto de elementos relacionados o que interactúan para conseguir unos objetivos.

Por ello la Institución Educativa cumple con los requisitos básicos de los sistemas, a saber: Insumos o entradas: estudiante, profesores, valores, infraestructura física, problemática, marco legal vigente. Transformaciones que comprenden: actividades para el logro de los objetivos estratégicos; para el desarrollo de la misión y el alcance de la visión; para el mantenimiento y mejora del sistema interno y para la adaptación al entorno externo.

Las salidas: documentos, investigaciones de aula, estudiantes educados y con un proyecto de vida claro, etc. Los soportes en el cual se apoya la Institución Educativa (Preescolar, Básica, Media Académica y el Programa de Formación Complementaria) están concebidos desde esta mirada e involucran todos los recursos que dispone, ya sean tecnológicos (intranet, emisora, proyecto Enjambre) académicos (Currículo y Proyectos Transversales) actividades (culturales, deportivas o de innovación tecnológica) y de convivencia Proyectos sociales (ENSO, 2019)

**Figura 1**

*Organigrama de la estructura organizacional.*



*Nota.* El organigrama muestra la estructura organizacional de la institución educativa Normal Superior (ENSO, 2019)

El organigrama nos permite ver la estructura orgánica de la escuela normal superior, que refleja de forma esquemática la posesión de cada una de las áreas que la integran, como también, sus niveles jerárquicos y las líneas de autoridad y asesoría dentro de la organización.

**Criterios básicos de la estructura organizacional.** En los criterios básicos de la estructura organización de la escuela normal superior del municipio de Ocaña se tiene: participación, flexibilidad, equidad, dinamismo, coherencia, pertenencia, funcionalidad, autoevaluación estos se refieren:

**Participación.** Debe propiciar una forma de participación colegiada, todos nos sentimos importantes y con una responsabilidad social de la acción educativa.

**Flexibilidad.** No podemos hacer una estructura rígida en un mundo de tanto cambio como el de hoy.

**Equidad.** Posibilidad de facilitar, todos los agentes formadores sin discriminación, no importe la religión, el género, etc.

**Dinamismo.** La gestión debe ser funcional que estimule la interacción comunitaria y responda a sus necesidades orientadas a una atenta investigación científica y formativa.

**Coherencia.** Las diferentes unidades estructurales deben formar un todo, coordinadas entre sí que forme una unidad total a pesar de las diferencias.

**Pertinencia.** Que responda a la realidad y al futuro inmediato y mediato.

**Funcionalidad.** Racionalizar los recursos; aporta a la estructura nuevos medios para la mejor organización.

**Autovaloración.** Inmersa en la cultura de la auto-evaluación que permita el crecimiento a partir de la lectura de la realidad partiendo de los propios actores e implicados directa e indirectamente. En la gestión educativa es elemento importante la gestión de personal: que sean más calificados, más comprometidos. Con conciencia de FORMADOR DE FORMADORES, crecimiento personal e institucional (Escuela Normal Superior de Ocaña, 2017, p. 49).

### **1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado**

La dependencia a la cual me asignaron fue en diseño y multimedia para la realización de contenido en las redes sociales y cubrimiento de eventos especiales de la institución educativa Normal Superior de Ocaña. Además, como una de las tareas más importantes, se trabajará en la creación y fortalecimiento del área corporativa de la Fundación Radiológica, la cual es una nueva propuesta de la emisora Radiológica. Dichas ocupaciones las realizarán en modo teletrabajo, de la cual se cuenta con las herramientas de multimedia para la ejecución de las labores.

### **1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada**

El siguiente diagnóstico muestra la realidad actual de La Emisora Radiológica 96.0 FM de la Escuela normal superior de Ocaña, a través de la técnica de recolección de Información

(diario de campo), el análisis se realiza a la emisora radiológica, enfocando la dependencia asignada, Diseño y Multimedia, y Responsabilidad Social con la Fundación Radiológica.

Figura 2

### Diario de Campo

DIARIO DE CAMPO		
<b>Actividad</b>	Inducción de cargo en la emisora Radiológica	<b>Fecha</b> Martes 19 de julio de 2021
<b>Investigador/Observador</b>	Adam carrascal criado	
<b>Objetivo/pregunta</b>	¿Qué equipos tecnológicos se cuenta? ¿Qué redes sociales se manejan? ¿función a realizar durante las pasantías?	
<b>Situación</b>	Instalaciones de la emisora Radiológica	
<b>Lugar-espacio</b>	Observación	
<b>Técnica aplicada</b>	Adam carrascal y el subgerente Sauli Martínez	
<b>Objetos que intervienen</b>	[Redacted]	
<p>Descripción de actividades, relaciones y situaciones sociales cotidianas</p> <p>A la respuesta de más preguntas realizadas no fue que se cuenta con equipos para la realización de actividades comunicativas, precarías, debido a que están dañados cuentan con redes sociales de manera constante interacción con estudiantes prescrtos en funciones asignadas para una dependencia estudiantil de la emisora ya que entre las de la fundación se busca vincularla a la región.</p>		<p>Consideraciones interpretativas Analíticas con respecto al objetivo o pregunta de investigación:</p> <p>Señalar que las instituciones o entidades que integran el proyecto que entregan su máximo potencial para el mantenimiento y alta seguridad de la emisora radiológica.</p>
<b>Observaciones</b>	Al ser administrador de la página se observó que cuenta con un buen número de seguidores en la página Facebook se define como la red social más atractiva para subir contenido importante para la institución.	

*Nota.* La figura contiene el diario de campo (2021)

Tabla 1

### Matriz de DOFA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>1. Para la Fundación de la emisora, es una oportunidad el contacto del colegio con jóvenes provenientes de diferentes estratos sociales a quienes llegar con los proyectos.</p> <p>2. Asistir a capacitaciones de conformación de fundaciones, herramientas digitales.</p>	<p>1. No contar con el apoyo de posibles patrocinadores.</p> <p>2. Noticias falsas en Redes Sociales.</p> <p>3. Falta de empatía del personal.</p>

“Tabla 1” “Continuación”

	3. Convocatorias de organizaciones gubernamentales o no gubernamentales para vincular la fundación Radiogógica	
	4. Los medios de comunicación locales son una plataforma para difundir la información de la Fundación.	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>Estrategias FO (usar fortalezas para aprovechar oportunidades)</b>	<b>Estrategias FA (usar fortalezas para evitar amenazas)</b>
1. Se observa un adecuado ambiente laboral	FO1. realizar charlas para establecer proyectos nuevos para la fundación.	FA1. Aun cuando otra organización tenga las instalaciones más amplias para laborar, el clima organizacional que de la emisora Radiogógica beneficia que su personal sea proactivo.
2. Personal altamente capacitado.	FO2. Capacitarse en los diferentes proyectos hace que los nuevos proyectos surjan en benéfico colectivo.	
3. La emisora cuenta con identidad corporativa y manuales de imagen corporativa.	FO3. Aprovechar los canales de comunicación externa para hacer enlace con otras fundaciones al nivel local y regional	FA2. Los instrumentos de trabajo más actualizados tienen la posibilidad de solucionarse,  Además, contando que el personal es calificado y proactivo.
4. Cuenta con redes sociales con publicaciones activas.		
5. Los canales de comunicación tanto externos como externos son eficientes.		FA3. Insistir en fortalecer el clima organizacional para el beneficio de la organización.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>Estrategias DO (superar debilidades aprovechando oportunidades)</b>	<b>Estrategias DA (reducir debilidades y evitar amenazas)</b>
1. Falta de financiación de la emisora institucional.	DO1. Al estar en presente en la comunidad local se buscará estrategias para vincular a la fundación en su entorno.	DA1. La dependencia debe reestructurar su objetivo para dar una nueva estrategia de mantenimiento funcional.
2. No hay suficiente personal.		

“Tabla 1” “Continuación”

3. No cuentan con suficientes herramientas de trabajo como: Computadores, programas de edición micrófonos, grabadora.	DO2. Al asistir a capacitaciones se puede crear un canal de comunicación interna para realizar charlas de lo aprendido en las capacitaciones.	DA2. Utilizar herramientas tic para que el personal haga tareas de manera simultánea.
4. La Fundación por ser una nueva propuesta, no cuenta con identidad corporativa.	DO3. Los adelantos tecnológicos permiten que los instrumentos de trabajo ser más eficientes en busca de convocatorias para la fundación Radiológica.	DA3. Crear actividades con herramientas tecnológicas para fortalecer el aprecio por la emisora Radiológica.
5. Se hace necesario fortalecer la interactividad y divergencia en los contenidos publicados en las plataformas digitales.		
6. Es importante mejorar la periodicidad en la publicación de los contenidos.		
7. La calidad de las piezas gráficas debe ser fortalecida.		

*Nota.* La tabla contiene la matriz DOFA (2021)

### 1.3 Planteamiento del problema

Radiológica como proyecto comunicativo de la Institución Educativa Escuela Normal Superior de Ocaña, cuenta con aproximadamente siete años de funcionamiento, trabajando en pro de la comunidad educativa, impulsando actividades de carácter pedagógico, cultural, informativo y en general que brinden espacios de participación en la institución.

Debido a problemas económicos para el mantenimiento de la emisora, en el año 2021 los Directivos de Radiológica toman la decisión de constituir legalmente la Fundación Radiológica para participar en proyectos de responsabilidad Social Empresarial, que permitan gestionar recursos en pro de la Emisora y de la comunidad que impacta. Pero, para lograr demostrar una organización de la Fundación, presentarse en las convocatorias de los proyectos, es necesario

trabajar en la identidad corporativa de la misma, que demuestre su conformación, seriedad y compromiso con la comunidad Ocañera y la región.

#### **1.4 Objetivos de la pasantía**

##### **1.4.1 *General***

Crear la identidad corporativa de la Fundación Radiológica de la Institución Educativa Escuela Normal Superior de Ocaña.

##### **1.4.2 *Específicos***

Identificar los elementos esenciales para establecer la propuesta de Valor de la Fundación Radiológica.

Diseñar la identidad visual de la Fundación Radiológica.

Establecer los documentos de organización que orienten la identidad corporativa de la Fundación Radiológica.

#### **1.5 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma**

**Tabla 2***Actividades a desarrollar en las pasantías*

<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Objetivos Específicos</b>
Crear la identidad corporativa de la Fundación Radiológica de la Institución Educativa Escuela Normal Superior de Ocaña.	Identificar los elementos esenciales para establecer la propuesta de valor de la Fundación radiológica.	Aplicar un instrumento de recolección de información para identificar los elementos de la propuesta de valor.  Organizar reuniones con los directivos para analizar la información y establecer la orientación de Fundación.  Redactar la propuesta de la misión, visión, valores y objetivos corporativos.  Presentar y aprobar el corazón ideológico de la Fundación.
	Diseñar la identidad visual de la Fundación Radiológica.	Realizar la propuesta del logotipo, símbolo, códigos cromáticos, el estilo ilustrativo y eslogan de la Fundación.  Presentar la propuesta al equipo directivo, realizar ajustes y aprobar.  Redactar la política de la identidad corporativa.  Redactar la política de la identidad corporativa.
	Establecer los documentos de organización que orienten la identidad corporativa de la Fundación Radiológica.	Redactar la política de la identidad corporativa.  Realizar el manual de publicaciones.  Crear una matriz de actividades para realizar publicaciones.

*Nota.* La tabla contiene las actividades a desarrollar en la pasantía

## 1.6 Cronograma de actividades

**Tabla 3**

*Cronograma de actividades del proyecto de investigación*

Objetivos específicos	Actividades	Mes 1				Mes 2			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
<b>Definir el corazón ideológico de la Fundación Radiológica.</b>	Organizar reuniones con los directivos para analizar la Razón social de la Fundación.		x	x					
	Redactar la propuesta de la misión, visión, valores y objetivos corporativos.			x	x				
<b>Diseñar la identidad visual de la Fundación Radiológica</b>	Realizar la propuesta del logotipo, símbolo, códigos cromáticos, el estilo ilustrativo y eslogan de la Fundación.					x		x	x
	Presentar la propuesta al equipo directivo, realizar ajustes y aprobar.								
<b>Establecer los manuales que orientan la identidad corporativa de la Fundación Radiológica.</b>	Redactar la política de la identidad corporativa.				x				
	Realizar el manual de imagen corporativa.						x	x	x
	Realizar el manual de publicaciones.								

*Nota.* La tabla contiene el cronograma de actividades a desarrollar en la pasantía

## Capítulo 2. Enfoques Referenciales

### 2.1 Enfoque conceptual

Para la realización y presentación de este proyecto es muy importante analizar y estudiar estos conceptos que reúnen de manera general la base de la investigación.

*Comunicación organizacional.* Para tener una mayor comprensión del proyecto de Creación de la identidad corporativa de la Fundación Radiológica de la Institución Educativa Normal Superior en Ocaña, Norte de Santander se amplía el concepto tales como, la comunicación organizacional, la que para Carlos Fernández Collado (2002) la define como: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos” (Fernández, 2002),

Por otro lado según Abraham Nosnik (1993), para que la comunicación ejerza una función efectiva dentro y fuera de la organización esta debe ser: abierta, evolutiva, flexible, multidireccional e instrumental. (Nosnik, 1996), asimismo la comunicación organizacional son parámetros en función horizontal que permiten el buen funcionamiento empresarial.

*Clima Organizacional.* Es importante que dentro de esta comunicación haya un clima Organizacional óptimo el que según Litwin y Stringer, (1968) es “un conjunto de propiedades medibles del medio ambiente de trabajo, percibidas directa o indirectamente por las personas que trabajan en la organización y que influyen su motivación y comportamiento” (Litwin & Stringer,

1968), por su parte Stephen Robbins se refiere al Clima Organizacional como un ambiente compuesto de las instituciones y fuerzas externas que pueden influir en su desempeño. (Stephen, 1999) En concordancia con ellos este clima la forma como los colaboradores de una empresa perciben su entorno y se relacionan con sus compañeros de trabajo.

**Comunicación interna.** Para ello se tiene en cuenta la **comunicación interna**, según Pizzolante (2004) “la comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global”. (Pizzolante, 2004). Por su parte Jesús García en su libro comunicación interna (1998) La gestión de la comunicación interna se enfoca en todas las acciones y metodologías aplicativas en donde los encargados de la comunicación planifican todos los recursos posibles que permita mejor desarrollo en la organización. (Jiménez, 1998) Es decir, es la parte comunicativa que está al interior de la empresa e implica a todos sus trabajadores y la forma como interactúan para su funcionamiento.

**Comunicación externa** la que para Bartoli (1992) entiende la comunicación externa como un proceso que consiste en vehicular información o contenidos informativos desde la empresa u organización empresarial hacia el conjunto de la opinión pública a través de los medios de comunicación social. (Bartoli, 1992) Por otro lado M<sup>a</sup> Luisa Sánchez (2005) considera a la comunicación externa como “el proceso que se establece entre la empresa y el conjunto de la opinión pública, para informar sobre diversos aspectos de la vida empresarial, que podrían afectar o ser de interés para la sociedad en general” (Sanchez, 2005)

**Análisis FODA.** Para tener un control empresarial tanto interno como externo es necesario realizar un análisis FODA, que, según Weihrich, H. (2004, citado en Codina, A. 2009) es obligar a los líderes a analizar la situación de su organización y a planear estrategias, tácticas y acciones, para el logro eficaz y eficiente de los objetivos organizacionales. Por su parte Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas. Asimismo, este análisis permite diagnosticar tanto la parte buena como las falencias de manera interna y externa de la empresa.

**Diagnostico situacional.** Partiendo del análisis empresarial se diagnostica lo que la empresa necesita para mejorar sus funciones, en ellos se podría realizar un diagnóstico situacional, según Remuzgo (2005), “el diagnóstico situacional, determina la adecuada combinación de recursos afrontar la solución de un problema o necesidad obteniendo el máximo beneficio al menor costo y riesgo posible” (Remuzgo, 2005)

Por otro lado, Idalberto Chiavenato (2006), el término Diagnóstico Situacional tiene mucho que ver con una corriente teórica denominada Enfoque Situacional o Contingencial, que es una corriente que parte del principio según el cual la Administración es relativa y situacional, es decir, depende de las circunstancias ambientales y tecnológicas de la organización. En concordancia con ellos este diagnóstico se centra en el momento y contexto de la empresa para asignar acciones y recursos.

**Identidad corporativa.** Entre ellos se podrían los aspectos pertinentes para la creación de la identidad corporativa que para Paul Capriotti es el “conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia organización se identifica (a nivel introspectivo) y se auto-diferencia (de las otras organizaciones de su entorno)”. (Capriotti, 2013) Por otro lado, Según Joan Costa, es el conjunto coordinado de signos visuales por medios de las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución. (Costa, 2004), es decir es la parte visual que identifica a la empresa ante otras y el público objetivo.

## **2.2 Enfoque legal**

El periodismo es un oficio que tiene como fin la búsqueda y la producción de contenido que informe a la sociedad sobre el contexto en que se encuentra, esta labor está regularizada y amparada por el Estado, quien tiene el deber de velar, proteger y garantizar los derechos de quien practique esta profesión, como la libertad de prensa, de informar y de opinión. En la constitución política de Colombia tenemos los siguientes artículos pertinentes con esta labor.

Artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. (Colombia, 1991)

Artículo 71. Indica que el Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y

ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades. (Colombia, 1991)

Según la ley 1341 de 2009 Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones. (MinTIC, 2015)

## Capítulo 3. Enfoque de cumplimiento de trabajo de grado

### 3.1 Presentación de resultados

La presentación de los resultados se plasma de acuerdo a los objetivos específicos de la pasantía

#### ***3.1.1 Identificar los elementos esenciales para establecer la propuesta de valor de la Fundación radiológica.***

**Aplicar un instrumento de recolección de información para identificar los elementos de la propuesta de valor.** Se logró identificar los elementos esenciales para crear la propuesta de valor de la Fundación radiológica., aplicando como método de recolección de información la revisión de documentos y la entrevista semi estructurada.

Lo primero que se hizo fue solicitar el documento de la constitución de la fundación Radiológica, para obtener la información necesaria y posteriormente realizar una revisión para identificar la razón social, objeto social, las áreas de incidencia en la sociedad, terminada la revisión del documento se generan un tipo de preguntas para realizar una entrevista semi estructurada a los directivos de la fundación para lograr entender el funcionamiento y construcción de la misma; después se realizó la matriz DOFA para conocer las fortalezas y debilidades de la emisora Radiológica.

Se logró concluir que es la primera fundación radial que hace parte de la Institucional educativa normal superior, cambiando el entorno institucional y social de la región del Catatumbo, logrando generar nuevas propuestas de proyectos comunicacionales que beneficiara a toda la comunidad institucional de la Escuela Normal Superior y a grupos poblacionales de la región.

### **Figura 3**

#### *Entrevista Semiestructurada*

Entrevista semi estructurada comunicación interna

A continuación, se mostrará las preguntas más importantes que escogió

Como criterio para el tema de investigación.

Tema de investigación: Creación de la identidad corporativa de la fundación Radiológica de la institución educativa normal superior en Ocaña, Norte de Santander.

1. ¿Cuál es esa historia que hay detrás de la creación de la fundación Radiológica?
2. ¿A quiénes quiere impactar con la creación de la fundación Radiológica?
3. ¿Qué mensaje comunicativo se quiere transmitir con la Fundación Radiológica?
4. ¿Qué colores representaría la Fundación Radiológica?
5. ¿Qué se busca con la creación de la Fundación Radiológica?

*Nota.* La entrevista es elaborada por el pasante

La entrevista se realizó por medio de una grabación (Apéndice A).

Con la entrevista realizada a los directivos de la emisora Radiológica se logró identificar que la construcción de la fundación se debió al hecho que la Institución Normal Superior no cuenta con recursos para colaborar, la emisora Radiológica de sus propios recursos y estrategias

colaborativas con estudiantes logran la creación de la Fundación Radiológica con un enfoque de carácter cultural, educativo y formativo. Así mismo se definió los colores que representaran la fundación dichos colores son los que representa la Intuición Educativa Normal Superior que son: el verde, el naranja y el rojo. Colores que están en su bandera y escudo.

**Organizar reuniones con los directivos para analizar la Información y Establecer la orientación de la Fundación.** Con las reuniones efectuadas con los directivos de Radiológica y las preguntas formuladas en entrevista se definió que el objetivo de la ejecución de la Fundación, es generar espacios de difusión con respecto a formaciones institucionales, académicas, culturales, educativa, recreativa para la comunidad institucional y en general para la población Ocañera a nivel nacional e internacional. Así mismo buscar convenios con diferentes ONG, y con otras fundaciones para trabajar en equipo en la ejecución de proyectos culturales, educativos, recreativos, académicos.

#### **Figura 4**

##### *Entrevista Semiestructurada*

Entrevista semi estructurada comunicación interna

A continuación, se mostrará las preguntas más importantes que escogió

Como criterio para el tema de investigación.

Tema de investigación: Creación de la identidad corporativa de la fundación Radiológica de la institución educativa normal superior en Ocaña, Norte de Santander.

1. ¿Qué se quiere con la Fundación, la Fundación Radiológica?
2. ¿Cuáles serían las audiencias entonces con otras organizaciones?

Tras la recolección de información se concluyó que la fundación Radiológica necesitara una imagen y valores y objetivos corporativos acordes a su matriz instruccional como lo es la Emisora Institucional Radiológica, ya que a través de la fundación se quiere crear proyectos comunicativos pioneros en la región para que beneficie a la población estudiantil de la institución educativa Normal Superior y la población en general.

Con lo anterior identificamos que la fundación Radiológica será una de las únicas en su tipo ya que ningún colegio de la región posee dicho proyecto que cambiará y generará nuevos proyectos comunicativos para la institución educativa y la región. La entrevista se realizó por medio de una grabación (Apéndice A)

**Redactar la propuesta de la misión, visión, valores y objetivos Corporativos.** En esta actividad se logró representar la propuesta de la misión y visión utilizando como método de recolección de información la revisión de documentos y la entrevista semi estructurada a los directivos de la fundación tomando ideas para la redacción de la misión, visión, valores y objetivos corporativos, como resultado se logró terminar satisfactoriamente dicha propuesta.

**Misión.** La Fundación Radiológica tendrá como Objeto, el desarrollo de fines sociales en las áreas: educación, arte y cultura, y radiodifusión sonora en frecuencia modulada, vía internet y redes sociales; asimismo se quiere aportar el desarrollo humano en las colectividad estudiantil y sociedad Ocañera, a través de proyectos y programas de base social, para consolidar la educación, el arte y la cultura en la comunidad estudiantil y población en general.

**Visión.** La fundación Radiológica será en los próximos 5 años una entidad reconocida en el ámbito local, regional y nacional por el apoyo económico y social aportando el desarrollo humano en la comunidad estudiantil y colectividad Ocañera, a través de proyectos y programas de base social, para consolidar el arte, la cultura y la educación en la población estudiantil y la comunidad en general.

**Objetivo corporativo.** La Fundación Radiológica tendrá como Objetivo corporativo, el desarrollo de fines sociales en las áreas: educación, arte y cultura, y radiodifusión sonora en frecuencia modulada, vía internet y redes sociales; procurando con esto el mejoramiento de la calidad de vida de niñas, niños, adolescentes y jóvenes del municipio de Ocaña y la región.

### ***3.1.2 Diseñar la identidad visual de la Fundación Radiológica***

**Realizar la propuesta del logotipo, símbolo, códigos cromáticos,** El estilo ilustrativo y eslogan de la Fundación.

Al realizar la propuesta del logotipo, símbolo, códigos cromáticos, el estilo ilustrativo y eslogan de la Fundación se llegó a un acuerdo que estos deberán llevar elementos esenciales que fueron dicho de la siguiente manera:

**Logotipo.** El logotipo es un símbolo que se utiliza para representar a una institución, marca, persona o sociedad. Se caracteriza por estar compuesto de imágenes, símbolos y/o letras. El logotipo debería mantener el círculo que represente la interacción que se tiene con su origen en la emisora Institucional Radiológica.

**Símbolo.** Las figuras que se represente en el símbolo deben ir acorde con la misión, visión y objetivos de la fundación.

**Códigos cromáticos.** Los colores que maneje el logotipo, símbolo y las letras deben ser acordes al escudo de la institución Normal Superior como lo son el rojo, naranja, y verde claro y oscuro.

**El estilo ilustrativo.** El estilo debe ser sobrio adaptándose a los objetivos y proyectos que se vincule la fundación.

**Eslogan de la fundación.** La frase que acompañe al logotipo debe ser una frase ocupe los objetivos y valores corporativos de la fundación. Para la creación del logotipo se utilizó el programa Adobe Ilustrador.

## Figura 5

*Programa Adobe Ilustrador*



*Nota.* La figura muestra el programa Adobe

**Presentar la propuesta al equipo directivo, realizar ajustes y Aprobar.** Se realizó la presentación de dos bosquejos para la elección del logo de la fundación, que estos se formaba de dos círculos que representan la interacción y el diálogo, dentro de estos la silueta de seis pequeños torsos que conforman la forma de personas representando el compromiso con la comunidad y la otra imagen la unión con Radiológica.

El logotipo está constituido por el nombre completo de la Fundación y se encuentra dividido en dos partes.

1. La palabra «Fundación» y el slogan «Manos que transforman» se componen de la tipografía Acumin Variable Concept, en este caso se acepta la mayúscula inicial.

2. El nombre de la fundación «Radiológica» se encuentra en el tipo de letra MYRIAD PRO.

## Figura 6

*Bosquejos para la elección del logo*



*Nota.* La figura muestra Bosquejos para la elección del logo

Tras varias reuniones virtuales vía Whatsapp con los directivos de la fundación se decidió modificar el logo dejando un solo círculo que representara su vinculación con la emisora Radiológica su símbolo de interacción y el diálogo, y la base para el logro de las metas organizacionales.

### **Figura 7**

*Logo aprobado para la fundación Radiológica*



### ***3.1.3 Establecer los documentos de organización que orienten la identidad corporativa de la Fundación Radiológica***

**Redactar la política de la identidad corporativa.** A continuación, se podrá apreciar la redacción de política de la identidad corporativa que se ejecutó para la utilización de la imagen de la fundación Radiológica.

De acuerdo al objeto social de la fundación Radiológica el desarrollo de fines sociales en las áreas: educación, arte y cultura, y radiodifusión sonora y reconoce a la comunicación como

un eje transversal que está presente en todas las áreas de la institución y se compromete a utilizarla como una herramienta estratégica para proyectar la imagen y trabajo institucional. (Apéndice B).

## Figura 8

### *Política de la identidad corporativa*





## POLÍTICA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

5. Trabajar para que la comunicación sea comprendida y utilizada como herramienta estratégica para fortalecer la identidad de la fundación Radiológica.

6. Reconocer que la información es un recurso fundamental de promoción y difusión institucional.

7. Reconocer la importancia de coordinar e implementar estrategias de comunicación en el ámbito de educación popular integral y promoción social. Respetando el conjunto de diversidades.

8. La comunicación se convierta en la herramienta que permita y fortalezca el reconocimiento en la comunidad.

9. Registrar la comunicación interna como un eje estratégico en la consecución y mantenimiento de la integración institucional del personal con el apoyo de los directores de la fundación.

10. Reconoce la importancia de las redes sociales como medio electrónico de información y difusión al igual que otros recursos informáticos que tengan una continua actualización para el beneficio de la fundación.

*Nota.* Política de la identidad corporativa (Radiológica, 2020)

**Realizar el manual de imagen corporativa.** Para la creación del manual de imagen del manual de imagen Corporativa de la FUNDACIÓN RADIOGÓGICA, MANOS QUE TRANSFORMAN. Se tuvo en cuenta las normas básicas en lo que corresponde a la identidad de la organización, las cuales deben ser aplicadas en los diferentes departamentos, Su uso se tendrá en cuenta para el desarrollo efectivo de las comunicaciones internas y externas, con el objetivo de crear memoria en la sociedad, de esta manera la Escuela y Fundación busca aportarle

a la sociedad nuevos conocimientos formando ciudadanos críticos, con espacios participativos y de recreación. (Apéndice C).

### Figura 9

*Manual de imagen corporativa*



*Nota.* Imagen del Manual de imagen corporativa (Radiológica, MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA, 2020)

**Actividad 3. El manual de publicaciones.** La Fundación Radiológica de la Escuela Normal Superior Ocaña, comprende los Parámetros básicos que garantizan la identidad y criterios y manejo de contenidos de tal manera responde a los principios y valores establecidos por la Institución, trabajando de acuerdo a la reglamentación vigente para las fundaciones en el país (Apéndice D).

**Figura 10***Manual de Estilo*

*Nota.* Imagen del Manual de Estilo. (Radiológica, 2020)

Debido a que la fundación Radiológica no posee redes sociales, se estableció una serie de actividades a realizar para la organización de las redes sociales de la fundación, creando una matriz de actividades esta se creó con el fin de establecer la ruta a seguir para el estudio del público, objetivo evaluando la creación, las redes sociales de la Fundación Radiológica que beneficien la organización con el fin de ser visible a nivel local, regional, nacional e internacional.

**Tabla 4***Actividades de organización para el trabajo de publicaciones*

	<b>Objetivos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Metas</b>
	Establecer público objetivo de la fundación.	Creación de las redes sociales de la fundación	Identificar las redes sociales que estará presente la fundación
	Crear Brochures y catálogos	Resaltar y promover todos los productos y servicios que se ofrecen en la Fundación.	Supervisar que se cuente de manera mensual con los Brochures y catálogos necesarios para la publicidad.
<b>Crear una matriz de actividades para realizar publicaciones</b>	Establecer página WEB de la fundación	Esto permitirá tener una vitrina y un espacio a nivel nacional e internacional. A través de esta página se darán a conocer todo el portafolio de servicios, actividades, eventos, proyectos.	Medir la cantidad de visitas, solicitudes y donaciones recibidas.

*Nota.* El cuadro contiene las actividades a realizar en el trabajo de publicidad

## Capítulo 4. Diagnóstico final

La pasantía se desarrolló en la dependencia la emisora Radiológica de la institución educativa escuela normal superior del municipio de Ocaña Norte de Santander, de la mano de dicha dependencia se realizó la “Fundación Radiológica”

La implementación de la fundación Radiológica hizo un aporte significativo tanto para la Institución como en el municipio.

Durante los cuatro meses de la pasantía que se realizó en la emisora Radiológica, se trabajó en el fortalecimiento de las comunicaciones externas, teniendo en cuenta las necesidades que presentaba la empresa; para esto se logró establecer la imagen corporativa con la creación del manual de identidad, pues con esta herramienta la organización podrá mostrar una imagen más limpia al público externo y coherente con las estrategias de marketing digital que se ejecuten en el futuro.

## Capítulo 5. Conclusiones

Se determinó que mantener una buena identidad corporativa ayudó al crecimiento de la empresa, aportando mayor visibilidad y reconocimiento ante la población Ocañera.

La comunidad Ocañera está muy activa en las redes sociales las cuales conlleva a verse influenciados por el contenido dinámico y fresco publicado en la plataforma digital, esto permite el surgimiento de la empresa a nivel general.

La utilización de las diferentes plataformas digitales requiere de mucho cuidado porque una malversación puede acabar con el nombre de la empresa.

Tener una identidad corporativa bien definida, permite a la población a nivel general, el fácil reconocimiento a la empresa, reconociéndola como una de las pioneras en la prestación de los mejores servicios educativos.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Después de realizar unas actividades las recomendaciones son las siguientes:

Para el uso del manual de identidad corporativa diseñado por el estudiante de comunicación social de la universidad Francisco de Paula Santander como aporte significativo a la Fundación Radiológica para el manejo eficiente de las comunicaciones interna y externa de la organización siguiereen que:

Uso de gráficos de Línea cuando se utilizan con fines de desarrollo Secciones con contenido muy visual, porque lo que hace esta opción es crear recordatorios y limpieza en publicaciones o publicaciones de la Fundación Radiológica.

Usar gráficos de línea en relleno cuando se use para desarrollo secciones con poco contenido visual o informativo, y créalas Recuerda a los lectores sin causar saturación y pérdida visual jerarquía en la comunicación.

Use gráficos de líneas en la mezcla cuando los use para crear elevaciones influir sin confundir al lector con la saturación de información, es decir la fuente debe ser aplicada porque no hay elementos en ella. Personas que compiten por un papel destacado en la misma publicación o sala de redacción. De qué contactos quiere hacer la organización.

## Referencias

- Bartoli, A. (1992). *Comunicacion y Organizacion* . Buenos Aires: Stella Maris Garcia.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Santiago : Andros Impresores.
- Colombia, A. C. (4 de Julio de 1991). *Constitución Política de la República de Colombia*.  
Obtenido de <http://www.secretariasenado.gov.co/index.php/constitucion-politica>
- Costa, J. (2004). *La imagen de marca: un fenómeno social*. España : Paodos Diseño.
- ENSO. (2019). *PROYECTO EDUCATIVO INSTITUCIONAL*. Ocaña: Institucion Educativa Normal Superior . Obtenido de <http://www.enso.edu.co/assets/documento/12.pdf>
- Fernández, C. (2002). *La comunicación en las organizaciones*. Mexico: trillas. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definici%C3%B3n%20y%20alcance%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional.PDF>
- Jiménez, J. (1998). *LA COMUNICACION INTERNA* . España : Diaz de Santos .
- Litwin, G., & Stringer, R. (1968). *Motivation and organizational climate*. Boston : Harvard Business School Press.
- MinTIC. (26 de Marzo de 2015). *La Radiodifusión Sonora* . Obtenido de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Micrositios/Radiodifusion-Sonora/Marco-legal/>
- Nosnik, A. (1996). *Comunicacion y Gestión Organizacional* . Bucaramaga: Universidad Autónoma de Bucaramanga .
- Pizzolante. (2004). *El poder de la comunicación estratégica*. Bogota : Pontificia Universidad Javeriana.
- Radiogógica. (2020). *MANUAL DE ESTILO*. Ocaña: Fundación Radiogógica. Obtenido de [https://www.canva.com/design/DAEt1WS0Br8/IkmQl0ijOkuxCOVVjIDyHw/view?utm\\_content=DAEt1WS0Br8&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAEt1WS0Br8/IkmQl0ijOkuxCOVVjIDyHw/view?utm_content=DAEt1WS0Br8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton)
- Radiogógica. (2020). *MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA*. Ocaña: Fundacion Radiogógica. Obtenido de [https://www.canva.com/design/DAEuUjnow98/wYhiZSdr4R7RGVmdde-Y-w/view?utm\\_content=DAEuUjnow98&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=sharebutton#2](https://www.canva.com/design/DAEuUjnow98/wYhiZSdr4R7RGVmdde-Y-w/view?utm_content=DAEuUjnow98&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton#2)
- Radiogógica, E. (s.f.). *El Manual de Estilo de la Emisora Radiogógica*. Ocaña.
- Remuzgo, F. (2005). *Diagnóstico Situacional de la Empresa*. Obtenido de [http://geco.mineroartesanal.com/tiki-download\\_wiki\\_attachment.php?attId=371](http://geco.mineroartesanal.com/tiki-download_wiki_attachment.php?attId=371)

Sanchez, M. (2005). *Desarrollo de la comunicación externa en la empresa*. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos.

Stephen, R. (1999). *Comportamiento Organizacional* . Latinoamerica : PEARSON Educación.

## **Apéndices**

**Apéndice A.** Enlace o link de estructura de Manuales

Grabaciones de entrevista para la creacion de identidad corporativa

[https://soundcloud.com/adam-smith-carrascal-criado/entrevista-semi-estructurada-comunicacion-interna?si=2726dc28319d40e3b53e69263ac528cd&utm\\_source=clipboard&utm\\_medium=text&utm\\_campaign=social\\_sharing](https://soundcloud.com/adam-smith-carrascal-criado/entrevista-semi-estructurada-comunicacion-interna?si=2726dc28319d40e3b53e69263ac528cd&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

Grabaciones de reuniones para la creacion de identidad corporativa

[https://soundcloud.com/adam-smith-carrascal-criado/whatsapp-audio-2022-02-06-at-164455?si=c8298c996e1e4dae94012d6d9f7e703d&utm\\_source=clipboard&utm\\_medium=text&utm\\_campaign=social\\_sharing](https://soundcloud.com/adam-smith-carrascal-criado/whatsapp-audio-2022-02-06-at-164455?si=c8298c996e1e4dae94012d6d9f7e703d&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

## Apéndice B. Política de la identidad corporativa



### POLÍTICA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

De acuerdo al objeto social de la fundación Radiológica el desarrollo de fines sociales en las áreas: educación, arte y cultura, y radiodifusión sonora y reconoce a la comunicación como un eje transversal que está presente en todas las áreas de la institución y se compromete a utilizarla como una herramienta estratégica para proyectar la imagen y trabajo institucional.

La presente política de imagen y comunicación que se detalla a continuación se aplica, con el desarrollo de fines sociales con el fin de responder a los requerimientos en materia de comunicación, sensibilización, fortalecimiento, promoción y difusión de proyectos comunicativos en la institución educativa y la región.

#### Radiológica

##### Declaración

1. Utilizará la comunicación como herramienta que garantice la identidad y permita la promoción de las actividades y valores de educación, arte y cultura, y radiodifusión sonora.

3. Regular el uso del logo en documentos y publicidad según el Manual de Imagen corporativo donde se encuentra el buen uso para el desarrollo efectivo de las comunicaciones internas y externas, con el objetivo de crear memoria en la sociedad.

4. Propenderá la imagen corporativa en los materiales comunicación oral y publicitaria institucionales como: boletines, memorias, spots, cuñas, banners, flyers, agencias. Libros, revistas, etc. los cuales, previo a su publicación y difusión.



## POLÍTICA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

5. Trabajar para que la comunicación sea comprendida y utilizada como herramienta estratégica para fortalecer la identidad de la fundación Radiológica.

6. Reconocer que la información es un recurso fundamental de promoción y difusión institucional.

7. Reconocer la importancia de coordinar e implementar estrategias de comunicación en el ámbito de la educación popular integral y promoción social. Respetando el conjunto de diversidades.

8. Comprender que la comunicación se convierta en la herramienta que permita y fortalezca el reconocimiento en la comunicación.

9. Registrar la comunicación interna como un eje estratégico en la consecución y mantenimiento de la integración institucional del personal con el apoyo de los directores de la fundación.

10. Reconoce la importancia de las redes sociales como medio electrónico de información y difusión al igual que otros recursos informáticos que tengan una continua actualización para el beneficio de la fundación.

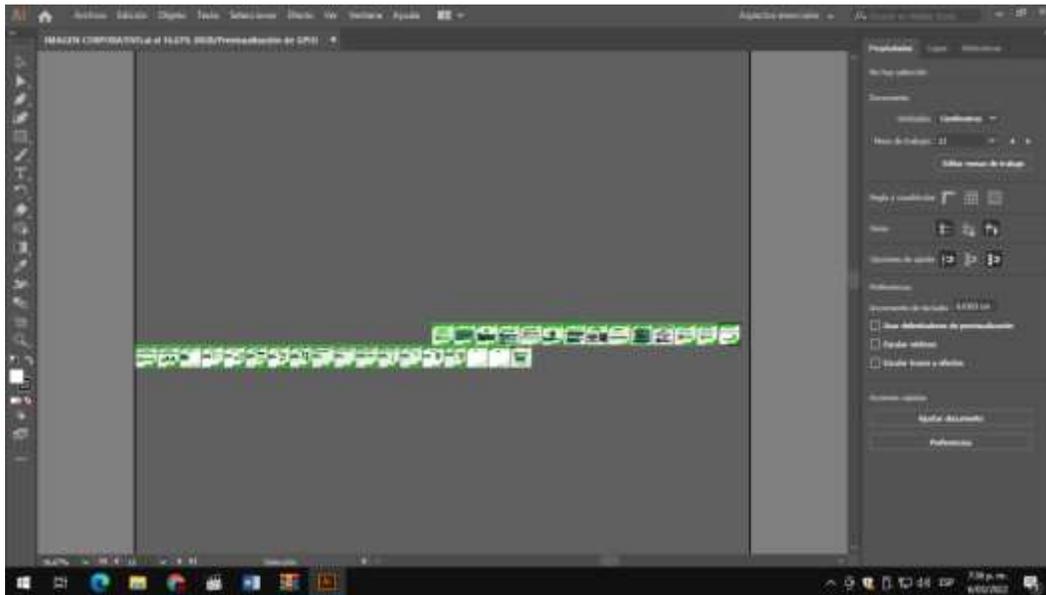
## Apéndice C. Manuales de la fundación

### Manual de estilo corporativo



IMAGEN CORPORATIVA.pdf

Para la creación del logotipo se utilizó el programa Adobe Illustrator y Adobe photoshop

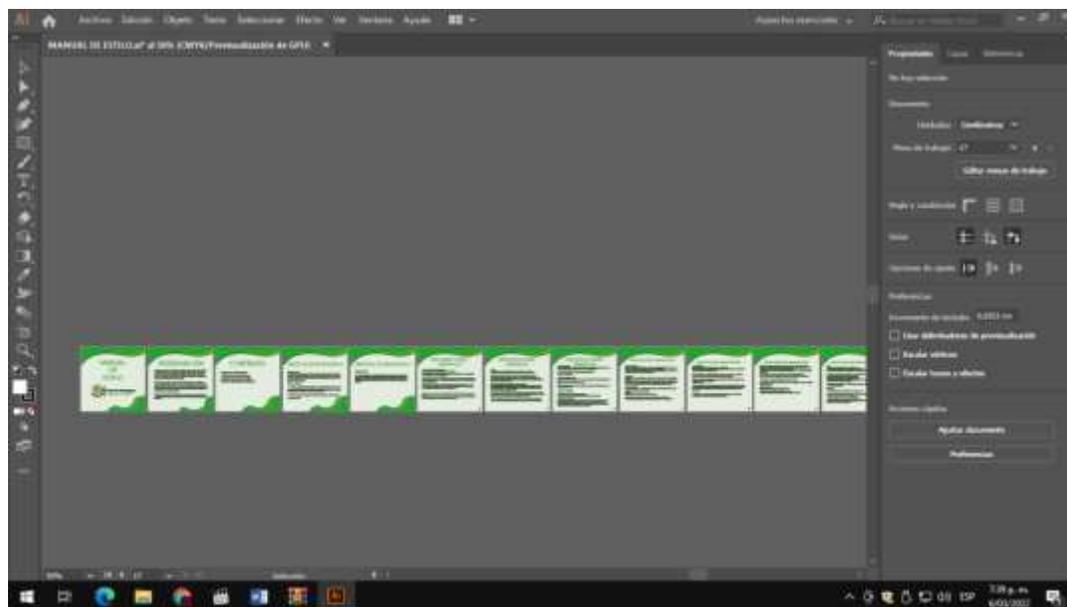


### Manual de imagen corporativa



MANUAL DE ESTILO.pdf

Para la creación del logotipo se utilizó el programa Adobe Illustrator y Adobe photoshop



## Apéndice D. Evidencia fotográficas

