

	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		12(85)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	BREITNER JOZSEF REYES BECERRA		
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	EDUARDO SÁNCHEZ NAVARRO		
TÍTULO DE LA TESIS	MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA PARA LA ESCUELA DE EDUCACIÓN DE COLOMBIA (ESESCO) DE LA CIUDAD DE VALLEDUPAR, CESAR		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL PROYECTO REALIZADO, TUVO COMO OBJETIVO PRINCIPAL DISEÑAR UN MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA PARA LA ESCUELA DE EDUCACIÓN DE COLOMBIA ESESCO, DEBIDO A QUE NO EXISTÍA UNA HERRAMIENTA PARA EL USO CORRECTO DE SUS ELEMENTOS VISUALES Y CONCEPTUALES, EVIDENCIANDO UN USO INCORRECTO DE SUS COMPONENTES, POR ESTO SE DA LA PROPUESTA PARA AYUDAR A SUPLIR ESTA NECESIDAD.</p> <p>CON ESTO FAVORECER AL DESARROLLO INTERNO, EXTERNO Y FORTALECER SU CULTURA ORGANIZACIONAL.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 84	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 0	CD-ROM:1



**MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA PARA LA ESCUELA
DE EDUCACIÓN DE COLOMBIA (EESCO) DE LA CIUDAD DE
VALLEDUPAR, CESAR**

BREITNER JOZSEF REYES BECERRA

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2016**

**MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA PARA LA ESCUELA
DE EDUCACIÓN DE COLOMBIA (EESCO) DE LA CIUDAD DE
VALLEDUPAR, CESAR**

BREITNER JOZSEF REYES BECERRA

Trabajo de grado modalidad pasantía para optar al título de Comunicador Social

**Comunicador Social M.Sc.
EDUARDO SÁNCHEZ NAVARRO
Director**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2016**

AGRADECIMIENTOS

Ante todo a mis padres que son ellos los que me guiaron para alcanzar las metas que hoy en día he logrado y las que vienen en un futuro que sin ellos no podría haber sido, esas dos personas pilares de mi educación, mis valores y todo lo que soy que por ellos y para ellos pude alcanzar esta gran meta en mi formación como persona, su apoyo incondicional en este camino que empezó algunos años atrás y que gracias a su entrega y dedicación logré obtener y ser esa persona que soy ahora, a mi padre y mi madre muchas gracias. No podía dejar pasar este momento para agradecer a mis dos queridos hermanos, que con ellos y para ellos se logró culminar este camino del conocimiento y ser un ejemplo a seguir a ellos dos que siempre están conmigo les agradezco por ayudarme en todo este camino.

Quisiera agradecer de ante mano a todos esas personas que hicieron posible la realización de este proyecto, a todo el cuerpo de profesores que me acogieron a lo largo de esta hermosa carrera y a todas esas personas que de muchas formas contribuyeron a la realización y culminación de esta meta.

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	13
<u>1 MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA PARA LA ESCUELA DE EDUCACIÓN DE COLOMBIA (ESESCO) DE LA CIUDAD DE VALLEDUPAR, CESAR</u>	14
1.1 <u>DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA</u>	14
1.1.1 Misión	15
1.1.2 Visión	15
1.1.3 Objetivos de la empresa	15
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional de la empresa	15
1.1.5 Proyecto asignado en el proceso de pasantías	17
<u>1.2 DIAGNOSTICO DE LA DEPENDENCIA O PROYECTO ASIGNADO EN PASANTÍAS</u>	17
1.2.1 Planteamiento Del Problema	19
1.3 <u>OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	21
1.3.1 Objetivo General	21
1.3.2 Objetivo Específico	21
1.4 <u>DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN PASANTÍAS</u>	21
1.5 <u>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</u>	23
2. <u>ENFOQUES REFERENCIALES</u>	29
2.1 <u>Enfoque Conceptual</u>	29
2.2 <u>Enfoque Legal</u>	32
3. <u>INFORME DEL CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	34
3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	34
4. <u>DIAGNÓSTICO FINAL</u>	73
5. <u>CONCLUSIONES</u>	74
6. <u>RECOMENDACIONES</u>	75
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	76
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	77
<u>ANEXOS</u>	78

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Opciones correspondientes a la misión y visión de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO	35
Tabla 2. Identificación de los valores corporativos Escuela de Educación de Colombia ESESCO	36
Tabla 3. Conocimiento de la historia de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO	37
Tabla 4. Isologos pertenecientes a la Escuela de Educación de Colombia ESESCO	37
Tabla 5. Opciones del Slogan de la organización	39
Tabla 6. Conocimiento sobre si la Escuela de Educación de Colombia maneja un manual de identidad e imagen corporativa	39
Tabla 7. Importancia de un manual de imagen e identidad corporativa	40
Tabla 8. Implementación de la herramienta manual de imagen e identidad corporativa en las funciones que lo involucre	41

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Opciones correspondientes a la misión y visión de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO	35
Grafica 2. Identificación de los valores corporativos Escuela de Educación de Colombia ESESCO	36
Grafica 3. Conocimiento de la historia de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO	37
Grafica 4. Isologos pertenecientes a la Escuela de Educación de Colombia ESESCO	38
Grafica 5. Opciones del Slogan de la organización	39
Grafica 6. Conocimiento sobre si la Escuela de Educación de Colombia maneja un manual de identidad e imagen corporativa	40
Grafica 7. Importancia de un manual de imagen e identidad corporativa	41
Grafica 8. Implementación de la herramienta manual de imagen e identidad corporativa en las funciones que lo involucre	42

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Organigrama Escuela de Educación de Colombia ESESCO	16

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Matriz Dofa	18
Cuadro 2. Descripción de las actividades a desarrollar	21
Cuadro 3. Cronograma de actividades	23
Cuadro 4. Población de investigación Escuela de Educación de Colombia ESESCO	84

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo 1. Encuesta al talento humano de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO	64
Anexo 2. Entrevista al director general de la Escuela de Educación de Colombia	82
Anexo 3. Población de investigación de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO	79

RESUMEN

El proyecto realizado, tuvo como objetivo principal diseñar un manual de imagen e identidad corporativa para la Escuela de Educación de Colombia ESESCO, debido a que no existía una herramienta para el uso correcto de sus elementos visuales y conceptuales, evidenciando un uso incorrecto de sus componentes, por esto se da la propuesta para ayudar a suplir esta necesidad.

Por estos antecedentes, surge el requisito de crear un manual de imagen e identidad corporativa para la institución, con el fin de fortalecer su identidad e imagen de manera interna y externa, garantizando una buena representación y así un posicionamiento en el mercado.

Como instrumento primordial, se realizó un diagnóstico a través de la matriz DOFA, teniendo en cuenta los elementos conceptuales y visuales ya establecidos, además se encontró el mal uso de algunos piezas, lo que hacía que cayera en la invisibilidad; por otro lado se realizaron otras técnicas como la encuesta, la revisión documental, con el fin de identificar los fundamentos y características que se incluirían en la pieza comunicativa.

El resultado final se dio con la necesidad de crear una guía para el buen uso de todos los elementos que componen la identidad e imagen de la institución y como un proceso comunicativo óptimo para la empresa.

INTRODUCCIÓN

La Escuela de Educación de Colombia ESESCO, es una empresa dedicada a la educación técnica de la región del caribe, la cual lleva 15 años de trayectoria en el mercado, mejorando la calidad de vida de todos los cesarences, aportando por medio de la innovación y la tecnología en programas educativos de calidad para toda la región.

En vista de la trayectoria de la empresa, el propósito de este trabajo es crear un manual de imagen e identidad corporativa, debido a que la Escuela de Educación de Colombia ESESCO no posee, a pesar de su trayectoria en el mercado. Para la realización de este trabajo se empezó con un diagnóstico situacional en los procesos comunicativos de la institución, lo cual arrojó algunas falencias, principalmente en lo que tiene que ver con la imagen e identidad corporativa.

Por esta razón en el transcurso de las pasantías se plantearon objetivos específicos que se para poder suplir la necesidad encontrada en la ausencia de dicho manual, de este modo se establecieron algunas actividades para llevar a cabo y poder cumplir los objetivos diseñados para alcanzar la meta, los cuales fueron, realizar una auditoría de la imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO), diseñar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO), socializar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO) con el personal de la institución.

1. MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA PARA LA ESCUELA DE EDUCACIÓN DE COLOMBIA (EESCO) DE LA CIUDAD DE VALLEDUPAR, CESAR

1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA

La Escuela de Educación de Colombia es un centro de educación para el trabajo y el desarrollo humano con el propósito de satisfacer las necesidades de formación técnica existentes en los sectores económicos e institucionales de la ciudad, la región y el país, y proporcionar apoyo académico y laboral a la población.

En noviembre de 1999, por iniciativa de un grupo de profesionales del sector educativo y salud, se unieron con el objetivo de constituir una institución técnica que les permitiera a los jóvenes y adultos del departamento del Cesar realizar programas que le permitieran mejorar su calidad de vida apoyados en la innovación, tecnología y los recursos del momento. El Magister Rafael Villero Caballero, quien siempre estuvo ligado a proyectos educativos toma el liderazgo de constituir la Escuela de Educación de Colombia, con la sigla EESCO y asume la responsabilidad de representante legal de la Institución, iniciando labores en la ciudad de Valledupar en junio del 2000, con programas de educación continuada como cursos especializados, seminarios, congresos y diplomados.

En el 2005, su principal gestor, Rafael Villero Caballero, retoma el proyecto con una estrategia diferenciadora que agrega valor incuestionable a la comunidad cesareense sustentada en la oferta de educación formal a través de ciclos propedéuticos en convenios operativos con instituciones de educación superior, las primeras institución con las que realizo convenios fueron: Corporación Tecnológica –CORUNIVERSITEC-, la Fundación Universitaria del Área Andina y la Corporación Universitaria Marcos Fidel Suárez.

En el 2006 EESCO incluye nuevos programas ampliando su portafolio de servicios en alianzas con instituciones de educación superior destaca como una de las principales oferta educativa de la ciudad, con programas de pregrado tecnologías en Administración de Empresas y Administración Hospitalaria, y programas de educación continuada con los diplomados en Docencia Universitaria, Salud Ocupacional y Riesgos Profesionales, Urgencia para Auxiliares de Enfermería y Técnicas Avanzadas de Selección de personal, por lo que amplió la red de convenios con la Corporación Universitaria Rémington, la Corporación TECNAR, el Centro de Conciliación, Arbitramento y Amigable Composición y la Universidad Francisco de Paula Santander.

De acuerdo la demanda de los programas técnicos para el trabajo y el desarrollo la Institución solicita la aprobación de 16 programas de diferentes áreas de conocimientos después de haber realizado un estudio de mercado para conocer las preferencias y gestionar la apertura de programas propios para atender esta demanda.

En el año 2009 EESCO solicita la aprobación de 42 programas Técnicos laboral por Competencias.

En el 2010 ESESCO adquiere un edificio que hace parte del patrimonio histórico de la ciudad de Valledupar donde estará funcionando la sede de todos los programas técnicos.

En el 2011 inicia su proceso de certificación por calidad con una población de egresados a la fecha de 3500 y una población activa de 1600 estudiantes en la ciudad de Valledupar.

En el 2012 ESESCO adquiere el reconocimiento por el ministerio de Cultura de su edificio hace parte del centro histórico de Valledupar e inicia las restauraciones y construcciones del proyecto conformado por una torre interna de 4 pisos, con capacidad para 25 aulas 5 salas de tecnologías e informáticas, baterías sanitarias por piso, amplia cafetería, terraza social, oficinas administrativas y contables. En el 2013 ESESCO se traslada a su nueva sede edificio ESESCO, abre sedes en los municipios de Manaure, Curamaní y Pailitas - Cesar y espera Certificación por calidad bajo la firma de Bureau Veritas.¹

1.1.1 Misión

La Escuela de Educación de Colombia, es una institución de educación para el trabajo y desarrollo humano, que brinda servicios educativos por competencias laborales, preparando a jóvenes y adultos en diferentes áreas del saber; garantizándoles programas actualizados y legalmente aprobados, costos asequible, facilidades de pago, amabilidad y oportunidad en el servicio y escenarios de prácticas formativas adecuados, a través de metodologías innovadoras y participativas.

1.1.2 Visión

ESESCO será reconocida en el 2019, como la mejor institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano, a nivel local, regional y nacional, por la calidad en la prestación de servicios educativos y en la formación de talento humano calificado en las diferentes áreas del sector productivo de la economía Colombiana.

1.1.3 Objetivos de la empresa

- Ofertar programas actualizados y aprobados en competencias laborales.
- Garantizar la amabilidad y oportunidad en el servicio
- Suministrar y mantener una infraestructura física y comfortable
- Brindar costos asequibles y facilidades de pago
- Garantizar escenarios de prácticas formativas y empresariales pertinentes
- Seleccionar y contratar docentes calificados
- Evaluar y mejorar las competencias del personal
- Mantener una relación mutuamente beneficiosa con los proveedores
- Alcanzar la rentabilidad y el posicionamiento esperado
- Medir y mejorar el clima organizacional y el trabajo en equipo

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional de la empresa

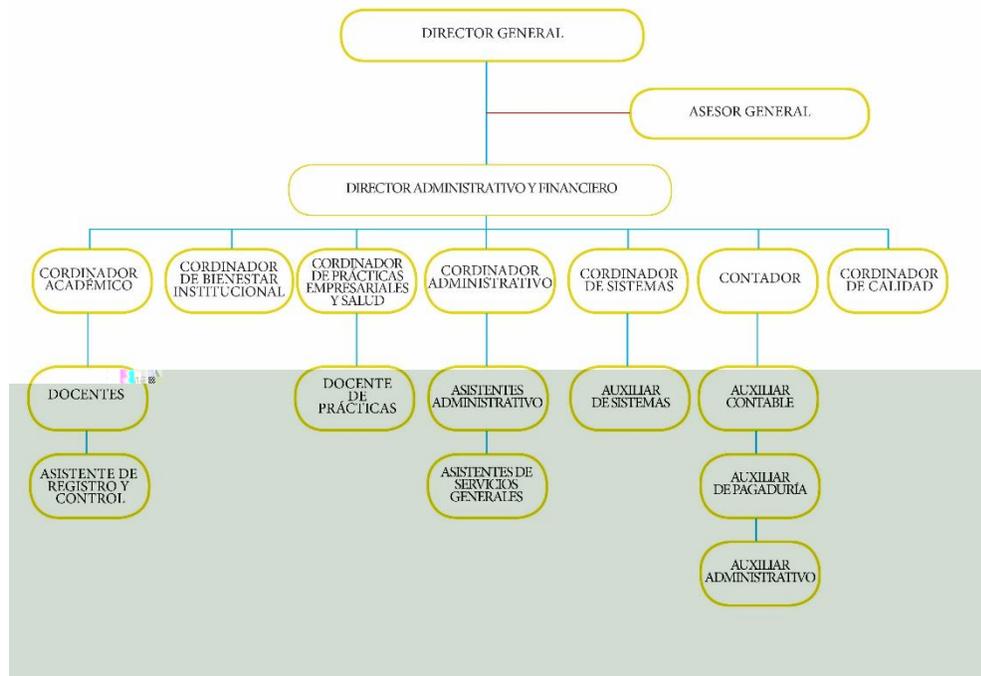
¹ Reseña histórica en línea <<http://www.esesco.edu.co/index.php/es/institucional/resena-historica>> [Consulta Agosto del 2015]

Actualmente la Escuela de Educación de Colombia (Esesco), posee un organigrama general de forma vertical, que muestra el nivel jerárquico de la institución , además es de tipo informativo, puesto que está ubicado en una zona estratégica para que todos puedan observar cómo está dividido organizacionalmente la empresa.

La entidad educativa cuenta con un talento humano de 16 personas que emanan gran sentido de pertenencia e interés por la compañía; su división organizacional está en cabeza por el director general y en forma de descendente el asesor general, después el director administrativo y financiero, siguiendo con los diferentes coordinadores, así mismo se detalla de forma general el cargo de los que estarán a cargo de cada coordinador.

Esto evidencia que cuentan con un buen sistema organizacional y que está a disposición del público, para que conozca cómo funciona internamente la organización.

Figura 1. Organigrama Escuela de Educación de Colombia Esesco



Fuente: Escuela de Educación de Colombia ESESCO

1.1.5 Proyecto asignado en el proceso de pasantías

Para el desarrollo de las pasantías en la Escuela de Educación de Colombia Esesco, se acordó por parte del pasante de comunicación social y el representante legal de la empresa, realizar labores en pro de la creación de un manual de imagen e identidad corporativa, con el fin de fijar los parámetros para el respeto de la imagen e identidad de manera interna y externa y poder facilitar una mejor comunicación en la zona; teniendo en cuenta que la empresa tiene una trayectoria en la región de por lo menos quince y posee constituida su identidad, imagen corporativa en la ciudad de Valledupar y algunos municipios del Cesar y Magdalena, todo esto se pretende hacer a través de un manual de imagen e identidad corporativa donde se agrupen los parámetros para el correcto uso por parte del talento humano de la entidad y sus proveedores.

1.2 DIAGNOSTICO DE LA DEPENDENCIA O PROYECTO ASIGNADO EN PASANTÍAS

Para la realización de las pasantías es de vital importancia conocer el estado actual de la dependencia donde se desarrollara las actividades, con el fin de tomar las mejores estrategias que favorezcan la eficacia y eficiencia del proceso a desarrollar en la empresa.

Después de identificar la carencia de un manual de imagen e identidad corporativa en la entidad y para poder llevar a cabo las actividades a realizar con el fin de suplir esta importante necesidad, es preciso comprender la situación actual en la que se encuentra la Escuela de educación de Colombia (Esesco) de una manera general.

Por esta razón es importante implementar la herramienta Matriz DOFA, que permite identificar las Debilidades y Fortalezas (esto de manera interna), las Oportunidades y Amenazas (de manera externa), y a partir de esta herramienta implementar las estrategias para ayudar a la organización tanto internamente como externamente; a continuación se muestra la matriz DOFA de la empresa.

Cuadro 1. Matriz Dofa

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNO	Tiene constituida la misión, visión, valores, políticas, objetivos y la estructura organizacional.	No tiene un manual corporativo, que reúna las normas del buen uso de la imagen de la entidad.
	Posee un logo propio ya construido	Carece de personas capacitadas para el manejo de la imagen corporativa
EXTERNO	Goza de un reconocimiento de la imagen en el departamento del Cesar y magdalena	Falta de conocimiento por parte del talento humano de la empresa y directivos, sobre la utilidad de un manual corporativo.
	La dotación para el recurso humano de la entidad posee el distintivo de la empresa, dándole identidad	Utilización inadecuada de los símbolos de la institución genera desprestigio en su imagen corporativa
	Oferta productos de calidad, certificados por el MEN	
	Tiene una trayectoria en el mercado de 15 años	
	Posee una excelente atención al cliente	
OPORTUNIDADES	FO (MAXI-MINI)	DO (MINI-MAXI)
Cuenta con excelentes convenios de educación y con el sector productivo de la región	Ubicación en lugares visibles de la misión, visión, valores, políticas, objetivos y la estructura organizacional.	Crear un manual corporativo, que contenga su estructura organizacional y las normas del buen uso del logotipo de la empresa.
El logotipo de la entidad es reproducido en medios de comunicación y es utilizado en publicidad y proveedores.	Fortalecer el buen uso del logotipo con el talento humano de la organización. Realizar la papelería de la entidad, con el fin de darle identidad a la compañía	Capacitar o delegar a una persona que esté pendiente del buen uso de la imagen corporativa
AMENAZAS	FA (MAXI-MINI)	DA (MINI-MINI)

<p>Compite con otras empresas en el sector educativo, con productos similares y costos más bajos y que tienen más trayectoria en el mercado.</p> <p>El uso incorrecto del logotipo, genera incredibilidad y mal imagen a la empresa, tanto externa como internamente.</p>	<p>Entregar a los medios de comunicación las normas del buen uso del logotipo de la empresa para fortalecer la imagen de la misma</p> <p>Entregar el manual corporativo a las instituciones que usan el logotipo de la entidad.</p>	<p>Socializar el manual corporativo con el talento humano de la compañía con el fin de fortalecer la identidad corporativa internamente y su imagen externamente</p>
---	---	--

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Diseño propio, metodología DOFA, 2015

1.2.1 Planteamiento del problema

La marca recoge todos los aspectos de una organización definiendo muchos caracteres de la empresa tales como filosofía, personalidad, comunicación, logotipo, papelería, colores y mucho más; estableciendo identificadores únicos de la compañía referente a otras; para el diseñador Miquel Valls² es importante para la empresa la marca debido a que es “su forma de representación máxima, el cual constituye su carácter, ideología, valores, objetivos y muchas características más, que permite transmitir comunicacionalmente a los diferentes públicos su individualidad de otras empresas y así crear un buen posicionamiento en el mercado competitivo del mundo globalizado, ante las diversas marcas y mensajes que surgen a diario, de este modo la marca se convierte en el canal entre el emisor y el receptor.”

Con lo anterior, mediante la imagen, se puede recordar y asociar una organización y marca, automáticamente, con el simple hecho de escuchar algún sonido, frase o percibir algún color, así crea un posicionamiento en las mentes de los consumidores y logra diferenciarla de la competencia.

Por otra parte, es necesario que las empresas tengan un manual de imagen e identidad corporativa como una herramienta sólida en el campo comunicativo, que le permita contener toda la información tanto visual como conceptual y así proyectar su imagen e identidad de manera correcta, fortaleciendo su marca en todos los públicos con los que

² VALLS, Miquel. [en línea]: Que es un manual de identidad visual [fecha de consulta: Agosto del 2015]. Disponible en: < <http://disseny.ivace.es/es/comunicacion-e-imagen/la-marca/que-es-un-manual-de-identidad-visual.html> >.

interactúe, creando una ruta de navegación y propiciando por medio de esta herramienta el correcto uso de sus elementos conceptuales y visuales de la institución.

Así mismo la identidad visual o identidad corporativa, debe estar impresa en todo lo que relacione a la empresa, entendiendo esto el buen uso de sus componentes visuales que hacen parte de ella (colores, nombre corporativo, simbología, etc.), teniendo cuidado en no saturar al consumidor con su imagen corporativa y así poder crear una identidad única, lo que facilita una recordación y posición en el mercado; igualmente la imagen forma parte de la identidad corporativa, debido a que manteniendo una buena identidad entre los integrantes internos de la compañía, estos expresarán una imagen positiva en el ambiente externo de la organización.

Entrando en contexto, la Escuela de Educación de Colombia (Esesco) ubicada en la Ciudad de Valledupar del departamento del Cesar, cuenta con una trayectoria en el mercado de quince años, prestando el servicio de educación técnica en la capital y varios municipios del Cesar, contando con un reconocimiento en el territorio y con muy buenos convenios interinstitucionales en el sector productivo que le permite fortalecer su imagen e identidad ante su público.

Seguidamente la institución posee creada su identidad e imagen corporativa, además de su filosofía entendiendo por esto su misión, visión, valores, objetivos y políticas, del mismo modo goza con un isologo que lo identifica con el público externo, también cabe resaltar que esta empresa invierte en publicidad, en la cual usa su imagen para promocionar sus productos.

Sin embargo, la problemática se presenta por la ausencia de un manual de identidad e imagen corporativa, el cual es una herramienta de apoyo importante para el manejo adecuado de la imagen e identidad de una empresa; actualmente la Escuela de Educación de Colombia no posee un manual de identidad e imagen corporativa y corre el riesgo de caer en la invisibilidad y de que su marca no sea recordada, además sin está instrumento que dicte los lineamientos de respeto de su imagen e identidad puede que su marca sea empleada de una manera negativa y obtenga resultados no esperados, distorsionando su identidad e imagen que desea proyectar; por consiguiente el tener un manual de imagen e identidad corporativa que contenga las guías y normas del correcto uso de sus elementos corporativos puede ayudar de manera eficaz y eficiente al proceso comunicativo de la institución y a posicionarse de manera más rápida en el mercado.

Por esta razón es de vital importancia el diseño de un manual de imagen e identidad corporativa, que contenga todas las directrices, argumentos y lineamientos, tales como:

- ✓ Filosofía corporativa
 - Quiénes somos
 - Misión
 - Visión
 - Valores
 - Principios

- ✓ Logo símbolo
 - Uso institucional
 - Uso alternativo
 - Zona de seguridad
 - Uso mínimo
 - Tipografía
 - Paleta cromática
 - Aplicaciones cromáticas
 - Usos no permitidos
- ✓ Aplicación en piezas
 - Papelería
 - Tarjeta comercial
 - Carta membretada
 - Publicación electrónica (Plantilla de power point)
 - Visualización de la marca
 - Uniforme institucional
 - Uniforme administrativo
 - Aviso interno

Todo estos puntos son responsable de que la identidad e imagen de la empresa se maneje de manera óptima a la hora de ejecutar las funciones y objetivos trazados por la empresa.

1.3 [OBJETIVOS DE LA PASANTÍA](#)

1.3.1 General

Diseñar un manual de imagen e identidad corporativa para la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO) de la ciudad de Valledupar, Cesar

1.3.2 Específico

Realizar una auditoría de la imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO)

Diseñar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (Esesco)

Socializar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO) con el personal de la institución.

1.4 [DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN PASANTÍAS](#)

Cuadro 2. Descripción de las actividades a desarrollar

Objetivo	Objetivos	Actividades a realizar para cumplir los objetivos
----------	-----------	---

General	Específicos	específicos
<p>Diseñar un manual de imagen e identidad corporativa para la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO) de la ciudad de Valledupar, Cesar</p>	<p>Realizar una auditoría de la imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO)</p>	<p>Actividad 1. Con las herramientas de recolección de información tipo encuesta, se pretende recolectar información para poder realizar la auditoría y diagnosticar la situación de la imagen e identidad corporativa para la organización. Posteriormente analizar los resultados obtenidos</p>
		<p>Actividad 2. Realizar una entrevista al director general de la institución para conocer su intención de la creación de un manual de imagen e identidad corporativa y aclarar la imagen de la organización. Posteriormente analizar los resultados obtenidos</p>
		<p>Actividad 3. Por medio de la técnica de revisión documental y la observación, se pretende evaluar la existencia de los elementos que conforman la identidad e imagen de la institución.</p>
	<p>Diseñar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO)</p>	<p>Actividad 4. Detallar la información recolectada en el anterior objetivo específico y reunirla en un solo documento de manera ilustrativa, que contenga las normas gráficas de la institución.</p>
		<p>Actividad 5. Diseño del manual de imagen e identidad, por medio de los software Adobe como Indesign, Illustrator, Photoshop y corel draw</p>
		<p>Actividad 6. Presentar el diseño del manual al director de la escuela, para su aprobación o modificación.</p>
	<p>Socializar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO) con el personal de la institución.</p>	<p>Actividad 7. Reunión con el talento humano de la Escuela de Educación de Colombia Esesco, con el fin de presentar el manual de imagen e identidad corporativa</p>

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social.

1.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro 3. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIADES																	
OBJE TIVO S ESPE CIFIC OS	ACTI VIDA DES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
		S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S4
Realiza r una auditor ía de la imagen e identid ad corpor ativa de la Escuel a de Educac ión de Colom bia (ESES CO)	Actividad 1. Con las herrami entas de recolec ción de inform ación tipo encuest a, se pretend e recolec tar inform ación para poder realizar la auditori a y diagnos ticar la situació n de la imagen e identid ad																

<p>corporativa para la organización. Posteriormente analizar los resultados obtenidos</p>																	
<p>Actividad 2. Realizar una entrevista al director general de la institución para conocer su intención de la creación de un manual de imagen e identidad corporativa y aclarar la imagen</p>																	

	de la organización. Posteriormente analizar los resultados obtenidos.																	
	Actividad 3. Por medio de la técnica de revisión documental y la observación, para evaluar la existencia de los elementos que conforman la identidad e imagen de la																	
Diseñar el	Actividad 4.																	

<p>manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESES CO)</p>	<p>Detallar la información recolectada en el anterior objetivos específico y reunirla en un solo documento de manera ilustrativa, que contenga las normas gráficas de la institución.</p>															
	<p>Actividad 5. Diseño del manual de imagen e identidad, por medio de los software Adobe como</p>															

	Indesign, Illustrator, Photoshop y Corel Draw.																		
	Actividad 6. Presentar el diseño del manual al director de la escuela, para su aprobación o modificación.																		
Socializar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESES CO)	Actividad 7. Reunión con el talento humano de la Escuela de Educación de Colombia Esesco, con el fin de presentar el																		

con el personal de la institución.	manual de imagen e identidad corporativa																		
------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social.

2. ENFOQUES REFERENCIALES

2.1 Enfoque conceptual

Con el fin de contextualizar de los temas tratados en este proyecto, se puede evidenciar algunos términos que necesitan ser abordados para tener en cuenta y con el fin de llevarlo a la práctica en las tareas planteadas en este contenido.

Identidad e imagen. Es el conjunto de características y rasgos de una persona o una cosa, que la hacen única e irrepetible, en este caso la empresa tiene una identidad que la diferencia de otras.

El autor Diógenes D. Mayol Marcó³ (2010, p.508), hace referencia sobre que es la identidad citando en su artículo a Tejada Palacios asegura: “La Identidad crea un conjunto de significaciones que facilitan el lenguaje común y una mayor interacción de los miembros de la empresa. Permite que cada individuo se represente una pertenencia a una entidad superior con el fin de movilizarse por una causa”; justificando, la identidad es lo que reconocemos, como cada individuo o grupo se define y que se identifican con ciertas características para relacionarse.

Comunicación corporativa. Dentro de las empresas es de vital importancia el flujo de información para darse a conocer, es por esto que la comunicación corporativa es la encargada de emitir y dirigir todos los mensajes de institución u organización.

También la comunicación es la interacción de mensajes claros y entendibles, transmitidos por los diferentes canales, los cuales llegan al receptor, creando el efecto de retroalimentación, proyectándolo al área organizacional, es análogo decir que la comunicación corporativa integra la comunicación de la empresa, conectando a personas con instituciones y así propiciando un buen comportamiento corporativo.

“la comunicación corporativa se ocupa de la gestión del conjunto de mensajes efectivamente emitidos por la corporación —o por terceros y que de algún modo la implican—, ya sean voluntarios o involuntarios”;⁴ puesto que se encarga de emitir mensajes claros desde la empresa, pero también emitidos por agentes externos de una manera voluntaria o involuntaria que se incluyen en la organización.

Scheinsohn, Daniel en su libro Dinámica de la Comunicación y la Imagen Corporativa (p. 126,127); aborda dos tipos de mensajes que las empresas pueden llegar a transmitir, los cuales son los mensajes intencionales y los mensajes no intencionales:

³D. Mayol Marcó, Diógenes. Identidad e imagen en Justo Villafañe. [en línea] <<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/2540/1809> > [Consulta: Septiembre de 2015]

⁴SCHEINSOHN, Daniel. Dinámica de la Comunicación y la Imagen Corporativa. Cursos de Especialización de la FUNDACIÓN OSDE, con la supervisión académica y certificación de la UADE. Argentina, 1998, p. 124. ISBN: 987-96305-8-0

Mensajes intencionales. Menciona los códigos que la empresa emite, con un propósito de crear una intención en un público, la cual posee un dominio de los mensajes emitidos; un ejemplo de este tipo de mensajes son los elementos publicitarios.

Mensajes no intencionales. En este caso la empresa genera algún tipo de mensaje sin haberlo planeado y estructurado, perdiendo en algunos casos su capacidad de dirigir y controlar este tipo de mensajes; un ejemplo de ello es la información errónea que afecta a la organización.

Imagen corporativa. Concepto general que se tienen de los productos, actividades y conductas de una organización.

Para tener un concepto claro sobre la imagen corporativa Dowling citado por Van Riel, C en su libro *Comunicación corporativa* define la imagen como “Una imagen es el conjunto de significados por los que llegamos a conocer un objeto, y a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan”⁵ (p. 77), es decir, que la imagen corporativa es el conjunto de símbolos o características por las que cada individuo recuerda o relaciona un objeto u marca, creando una relación entre la persona y la imagen.

Identidad corporativa o identidad visual corporativa. Cada empresa tiene su adecuada identificación, sus propias características que la diferencian de otras y hacen única a la organización, imprimiéndole una identidad intransmutable que a lo largo del tiempo se mantiene; también es el conjunto de un sin número de elementos que construyen ese “ser” de la organización, dándole atributos únicos que resultan en su propia identidad.

Para el comunicólogo Joan Costa en su primer libro titulado *Diseñar para los ojos*, define la identidad corporativa en una frase muy acertada “La identidad es el ADN de la empresa”⁶ la cual el mismo autor la justifica que la identidad es un potencial inscrito en los cromosomas de la empresa, la semilla bioestratégica de sus fundadores – emprendedores.

Además Capriotti, P (2009)⁷, presenta la identidad corporativa desde dos enfoques: el enfoque del diseño y el enfoque organizacional; en la primera perspectiva define la identidad corporativa como “la representación icónica de una organización, que manifiesta sus características y particularidades” (p.19), en otras palabras es lo que se ve de la organización. En el campo de la comunicación se ha redefinido a la identidad visual, vinculado a todos los elementos que constituyen como: el símbolo, el logotipo y tipografía corporativa y los colores corporativos.

En el enfoque organizacional este autor lo define como “los rasgos distintivos de una organización a nivel de creencias, valores y atributos” (p.21), es decir, el conjunto de

⁵ Van Riel, C (2000). *Comunicación corporativa*. Madrid. Prentice Hall, p.77

⁶COSTA, Joan. *Diseñar para los Ojos*. 2 ed. Costa Punto Com Editor, Barcelona, p. 85. ISBN: 978-84-611-8137-7.

⁷ CAPRIOTTI PERI, Paul. *BRANDING CORPORATIVO Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago, Chile, 2009, p. 19, p.21. ISBN: 978-956-7459-32-2

características que una marca corporativa asumen como propios, dándole identificación de las demás empresas.

Marca. Es una representación intangible de la empresa, que crea un vínculo con el consumidor, además la marca recoge aspectos de una organización como lo es su filosofía, colores, olores que representan dichas compañías, comunicación y muchos aspectos más, que la diferencian de otras.

Para contextualizar aún más este tema en el libro *La Marca: máximo valor de su empresa* define el término como “es el conjunto de promesas. Implica confianza, consistencia y un conjunto definido de expectativas. Las marcas más fuertes del mercado tienen un lugar en la mente del consumidor y cuando se habla de ellas casi todo el mundo piensa en las mismas cosas.”⁸

Isologo. Muchas personas, empresas manejan un concepto general del concepto logo y todo lo que se desprende de él, para contextualizar el logo es la expresión visual, una palabra o un conjunto de palabras, que se utiliza para identificar una compañía o empresa, en el caso específico de este trabajo se utilizó el isologo, el cual es la utilización de texto e icono que se combinan en un solo elemento, que no pueden ser separados por que perderían su funcionalidad, esta tipología hace parte de la marca corporativa.

Auditoria de imagen. También llamadas auditoria de comunicación, es una técnica de análisis en el campo organizacional, que actualmente han venido ganando terreno por su importancia en las organizaciones.

Para el investigador el Dr. Federico Varona Madrid, en una ponencia presentada en el I seminario- taller latinoamericano define “La auditoría de la comunicación organizacional se ha definido como un proceso de diagnóstico que tiene como propósito examinar y mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles”;⁹ es decir en niveles micro y macro se evalúan las diferentes formas de comunicación en los diferentes frentes de canales que existen en la organización de igual manera evalúa también de manera micro la comunicación grupal e interpersonal en los diferentes niveles existentes en una organización.

Manual de identidad e imagen corporativa. Es una herramienta que recopila la identidad, imagen, de la cual se encarga de dictar los parámetros, normas para el buen uso de la identificación e imagen de la institución; esto con el fin de que no se distorsione o altere la percepción de sus códigos que le transmiten a sus públicos objetivos.

⁸ DAVIS, Scott M. *La Marca: máximo valor de su empresa*, PEARSON EDUCACIÓN. México, 2002, p. 3. ISBN: 970-26-0166-5

⁹VARONA MADRID, Federico. LAS AUDITORIAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DESDE UNA PERSPECTIVA ACADEMICA ESTADOUNIDENSE, Ponencia presentada en el I SEMINARIO-TALLER LATINOAMERICANO SOBRE FORMACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. Santa Fe de Bogotá, 8 al 13 de Noviembre de 1993. P.3

Además de darle importancia a su elemento gráfico entendido por esto su logo símbolo y todos los componentes u elementos que lo rodean, esta herramienta también proporciona a la organización y al talento humano una proyección de su filosofía empresarial, llevando a cabo las políticas de la entidad; solidificando los procesos comunicativos tanto externos como internos, permitiendo que la empresa se mantenga en su espacio y se conserve durante el tiempo.

En palabras más entendibles se puede decir que un manual de identidad e imagen corporativa es un documento donde se recoge las normas, con el fin de consultar o acudir cuando se genere alguna duda de lo que se debe o no hacer con la proyección de la identidad e imagen institucional, mediante el buen uso de todos sus elementos tanto visuales, conceptuales y lo que sigue a la empresa.

2.2 [Enfoque legal](#)

En plan de trabajo titulado Diseño de un manual de imagen e identidad corporativa para la Escuela De Educación De Colombia (ESESCO) de la ciudad de Valledupar, Cesar, se abordan temas como la identidad corporativa, la marca entre otras, que hacen parte de los procesos comunicativos de una organización, llevando al éxito la misma.

Las empresas o instituciones en su filosofía corporativa y su construcción gráfica que la hacen única a las demás y que son uso propio de ella misma, así para evitar tergiversaciones; con el fin de salvaguardar su imagen y reputación con seguridad.

Para esto es necesario contextualizar lo anterior escrito en el plano jurídico, la cual acoge y enmarca las leyes colombianas.

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.

3. INFORME DEL CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Según lo planteado en el plan de trabajo titulado *Diseño de un manual de imagen e identidad corporativa para la Escuela De Educación De Colombia (ESESCO) de la ciudad de Valledupar, Cesar* y aprobado por el comité curricular de la facultad de educación artes y humanidades del programa Comunicación social, se presentan a continuación el cumplimiento de las actividades planteadas en el mismo, lo cual se llevó a cabo en el proceso de pasantías en la institución; a continuación se presentaran las actividades según los objetivos específicos:

Objetivo. Realizar una auditoría de la Imagen e identidad corporativa de la escuela de educación de Colombia ESESCO

Actividad 1. Con las herramientas de recolección de información tipo encuesta, se pretende recolectar información para poder realizar la auditoria y diagnosticar la situación de la imagen e identidad corporativa para la organización.

Ficha Técnica de la encuesta

<i>Fecha de aplicación</i>	9 de Septiembre del 2015
<i>Objetivo</i>	Recolectar información entre la población que hace parte del talento humano de la institución; para la elaboración de un manual de imagen e identidad corporativa para la Escuela de Educación de Colombia.
<i>Tamaño de la muestra</i>	16 empleados
<i>Población</i>	Totalidad de la muestra del talento humano de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO) (fuente: Coordinador Administrativo)
<i>Cobertura geográfica</i>	Carrera 4 No. 15-15, Centro, Valledupar, Cesar
<i>Metodología</i>	Aplicación de encuesta de 8 preguntas a cada uno del talento humano de la institución, con el fin de conocer cómo está la identidad e imagen e la empresa, para la elaboración de un manual de identidad e imagen corporativa.

Realizador

Pasante del programa de Comunicación Social de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

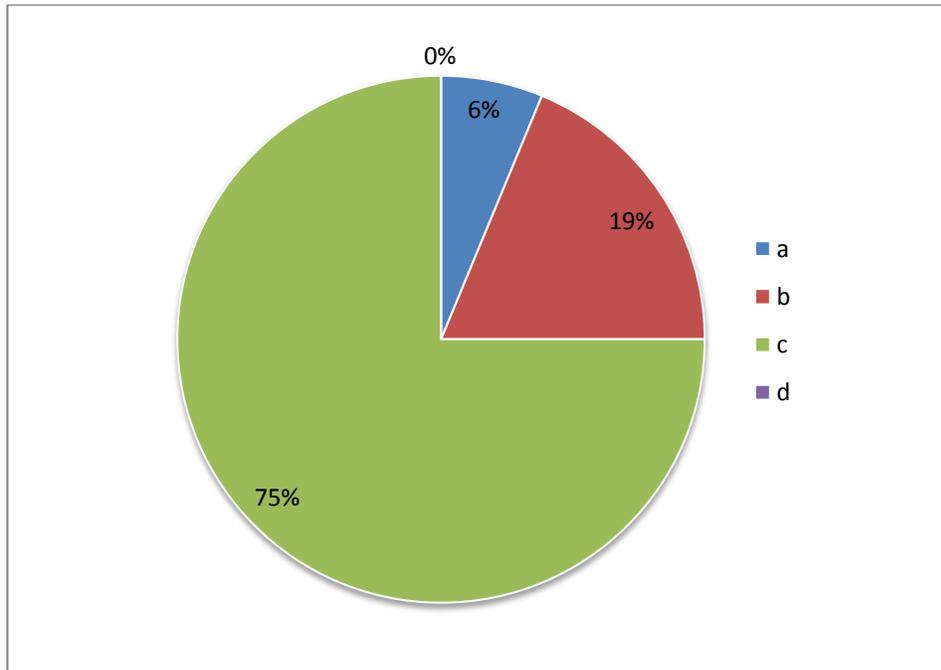
Resultados de la aplicación de la encuesta al talento humano de la institución

Tabla 1. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión y visión de la Escuela de Educación de Colombia (Esesco)?

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.	1	6%
b.	3	19%
c.	12	75%
d.	0	0%
Total	16	100%

Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia Esesco

Gráfica 1. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión y visión de la Escuela de Educación de Colombia (Esesco)?



Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia Esesco

De acuerdo a la gráfica 1, se puede notar que el 75% es decir 12 empleados conocen la misión y la visión de la empresa, un 19% ósea 3 empleados no la conocen y el 6% escogió la opción (a) de forma errónea evidenciando que no conoce la misma; esto puede mostrar

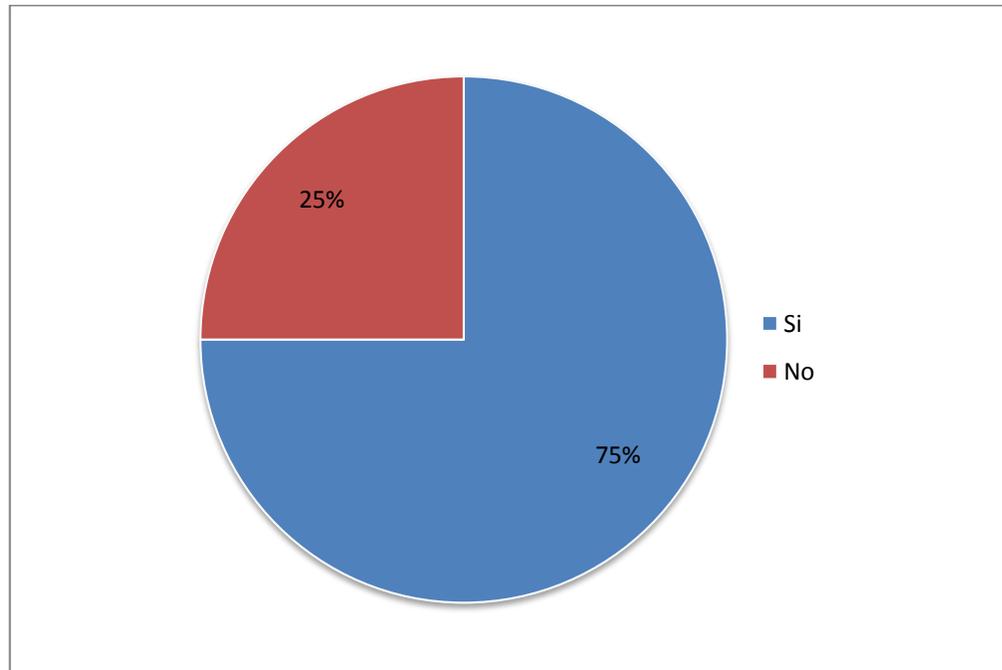
que a pesar de que la misión y visión está expuesta en un lugar visible de la organización la Escuela de Educación de Colombia aun le hace falta trabajar más en la identidad de su empresa, con el fin de que todos los empleados se sientan identificados con la misma; es por esto que es necesario involucrar la misión y visión como parte del manual de imagen e identidad corporativa.

Tabla 2. ¿Se identifica usted con los valores que tiene la Escuela de Educación de Colombia Esesco?

<i>ITEM</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Si	12	75%
No	4	25%
Total	16	100%

Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia Esesco

Gráfica 2. ¿Se identifica usted con los valores que tiene la Escuela de Educación de Colombia Esesco?



Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia Esesco

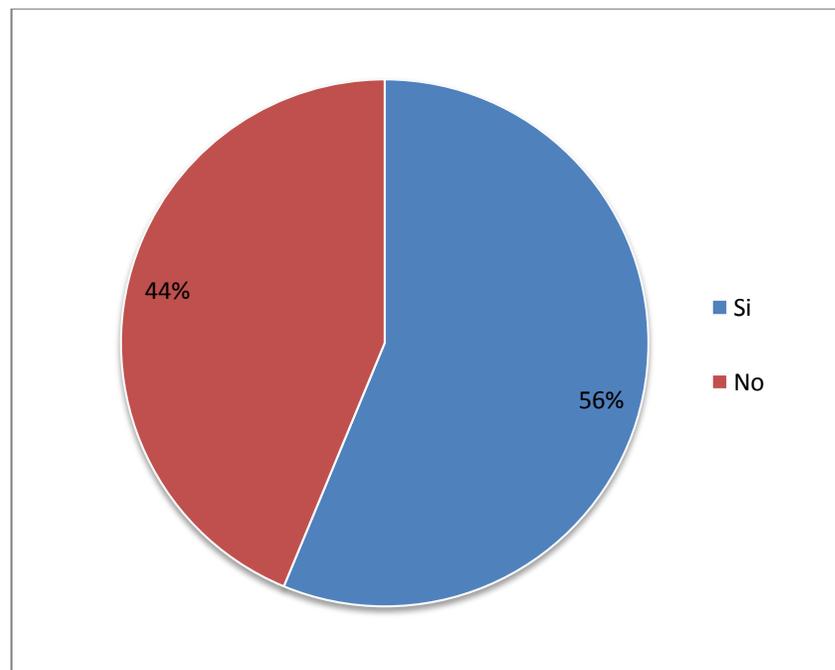
Podemos observar en el gráfico, que el 75% representado en 11 trabajadores de la Escuela de Educación de Colombia Esesco, se sienten identificados con los valores de la organización, pero el 25% es decir 4 trabajadores no se sienten identificados con los valores, por esta razón es importante promover los valores para que se identifiquen con el fin de que todos actúen de la mano con las metas de la organización.

Tabla 3. ¿Conoce usted la historia de la Escuela de Educación de Colombia Esesco?

<i>ITEM</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Si	9	56%
No	7	44%
Total	16	100%

Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

Gráfico 3. ¿Conoce usted la historia de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO?



Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

De acuerdo al gráfico, se puede observar que el 56% es decir 8 empleados afirman conocer la historia de la Escuela de Educación de Colombia Esesco, pero también podemos evidenciar que el 44% de los empleados expresa no conocer la historia de la organización, lo cual muestra la falta de estrategias comunicativas para difundir entre su núcleo de trabajadores y las demás personas que estén interesadas en la empresa, siendo esto importante puesto que lleva quince años de trayectoria en el mercado.

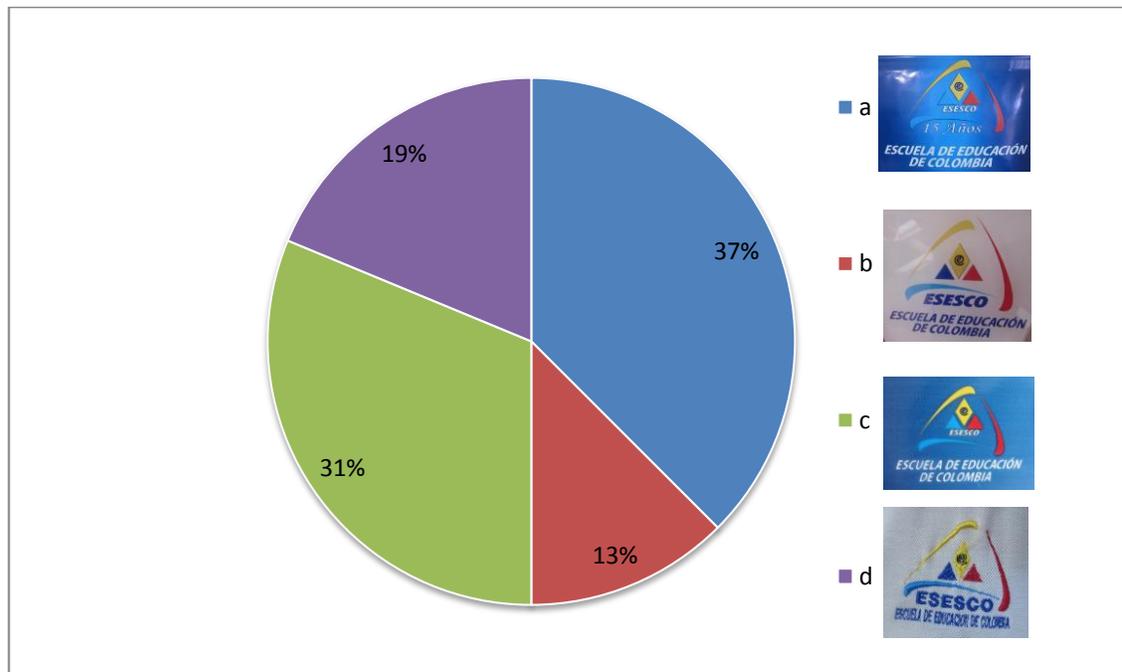
Tabla 4. ¿Cuál de los siguientes isologos pertenece a la Escuela de Educación de Colombia ESESCO?

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.	6	37%

b.	2	13%
c.	5	31%
d.	3	19%
Total	16	100%

Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

Gráfica 4. ¿Cuál de los siguientes isologos pertenece a la Escuela de Educación de Colombia ESESCO?



Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

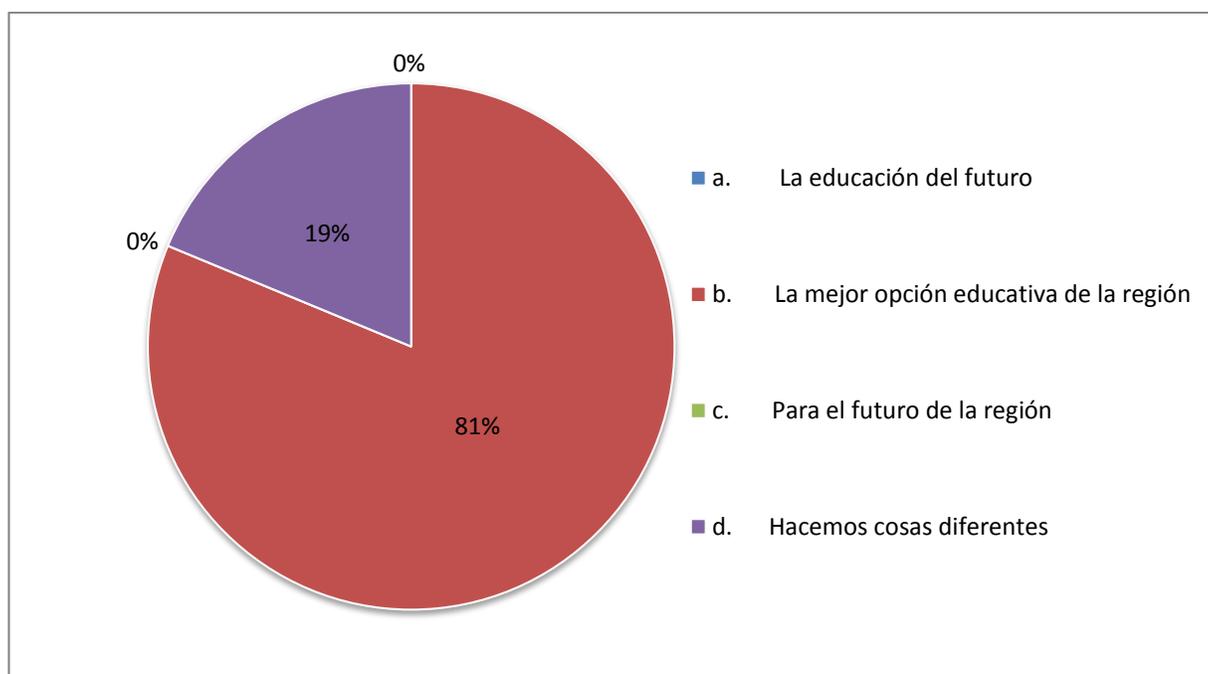
Respecto al presente gráfico, podemos notar que el mayor porcentaje obtenido es de 37% que afirman conocer el isologo establecido por la Escuela de Educación de Colombia Esesco, pero en realidad no es el correcto, lo cual se notó por medio de la observación que este isologo es usado en un pendón ubicado en una de las oficinas de la empresa, el cual se usa en algunas ocasiones informales de la institución; solo un 13% señala el isologo que realmente es el establecido por la empresa, mientras que el 31% señala otro isologo que no corresponde, porque está mal construido y un 19% establece otro que es muy parecido al verdadero pero que no corresponde, se pudo notar que este isologo es el utilizado en algunas prendas institucionales. No cabe duda que existe un gran desconcierto en el isologo establecido por la institución, esto se produce por la falta de identificación y reconocimiento, debido a que no se encuentra establecido los elementos visuales de la organización.

Tabla 5. ¿Cuál de las siguientes opciones es el Slogan de la Escuela de Educación de Colombia Esesco?

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. La educación del futuro	0	0%
b. La mejor opción educativa de la región	13	81%
c. Para el futuro de la región	0	0%
d. Hacemos cosas diferentes	3	19%
Total	16	100%

Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

Gráfica 5. ¿Cuál de las siguientes opciones es el Slogan de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO?



Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

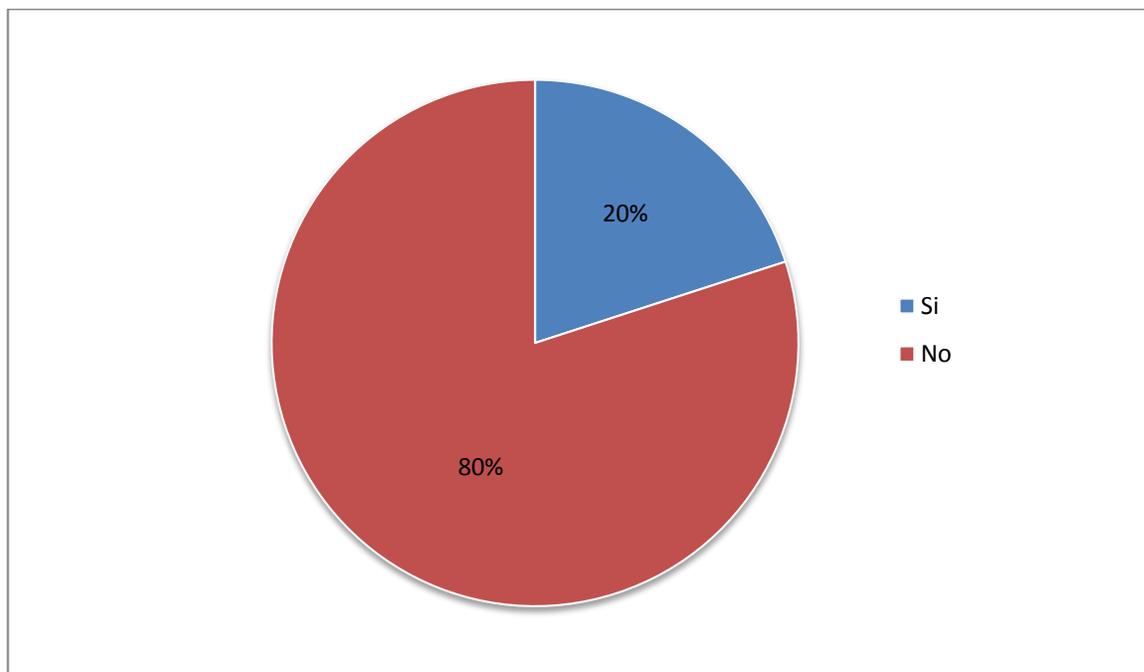
Esta gráfica indica, que un 81% es decir 13 empleados de la Escuela de Educación de Colombia Esesco conoce el slogan de la organización, en cambio un 19% indicaron un slogan diferente, el cual es el utilizado en la fundación de la empresa, se puede evidenciar que aún existe una confusión en el conocimiento de la frase que identifica a la organización de las demás empresas, es por esto que se debe trabajar en la recordación de esta frase para que la totalidad de los empleados se sientan identificados y conozcan su empresa.

Tabla 6. ¿Conoce si alguna vez la Escuela de Educación de Colombia ESESCO ha manejado o maneja un manual de imagen e identidad corporativa?

<i>ITEM</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Si	3	20%
No	13	80%
Total	16	100%

Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

Gráfica 6. ¿Conoce si alguna vez la Escuela de Educación de Colombia ESESCO ha manejado o maneja un manual de imagen e identidad corporativa?



Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

Se puede apreciar en el gráfico, que un 80% es decir 13 de los encuestados, aseveran que la Escuela de Educación de Colombia ESESCO no ha manejado un manual de imagen e identidad corporativa, en cambio 3 encuestados afirman que existe un manual ya establecido. Según la investigación realizada se pudo constatar que no existe un manual de imagen e identidad corporativa en la Escuela de Educación de Colombia ESESCO, por esto se evidencia la necesidad de crear dicho manual que contenga las normas del uso correcto de los elementos que componen la organización.

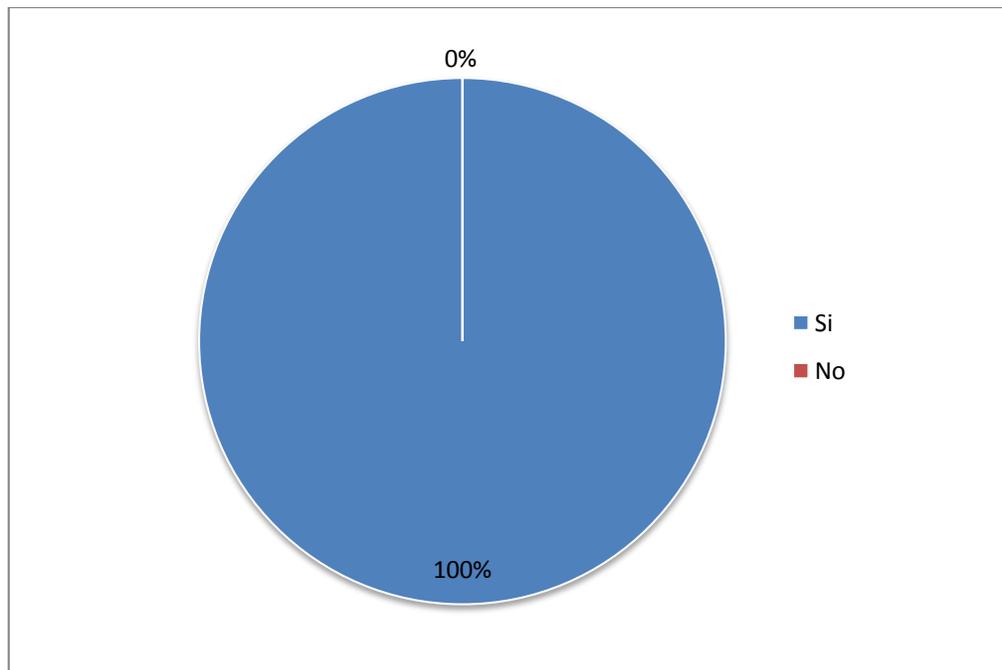
Tabla 7. Para usted es importante que la Escuela de educación de Colombia tenga un manual de imagen e identidad corporativa.

<i>ITEM</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Si	16	100%

No	0	0%
Total	16	100%

Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

Gráfica 7. Para usted es importante que la Escuela de educación de Colombia tenga un manual de imagen e identidad corporativa.



Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

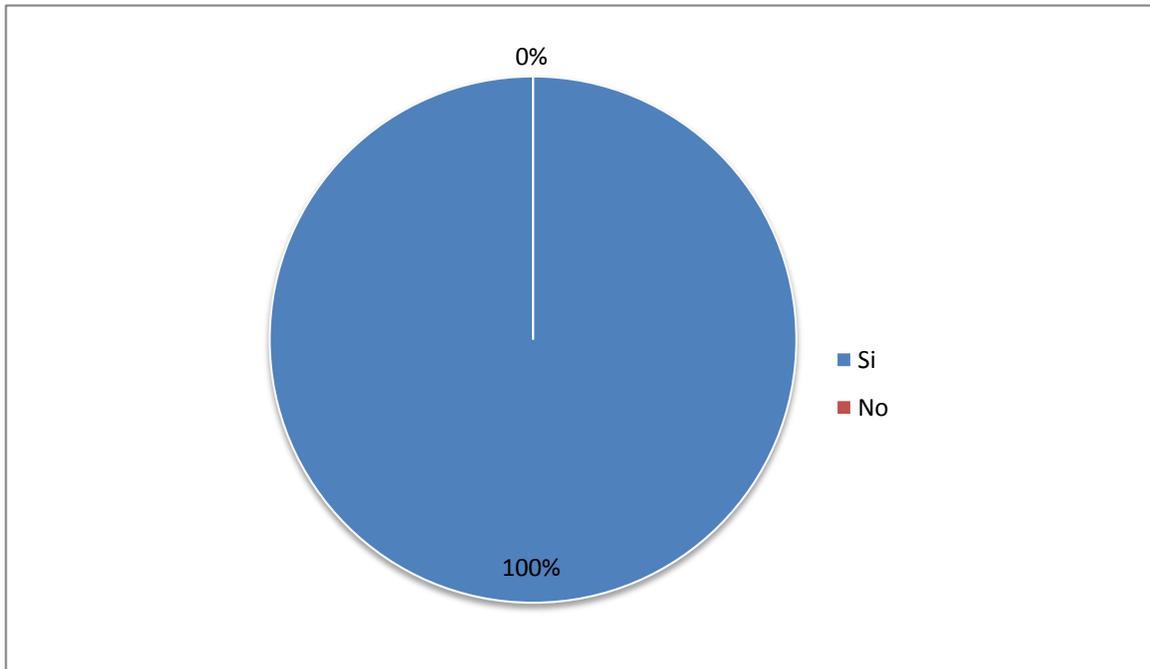
Podemos observar que el 100% de los encuestados, considera que es importante que la Escuela de Educación de Colombia Esesco tenga un manual de imagen e identidad corporativa, con el fin de estandarizar su identidad e imagen en todos los públicos tanto internos como externos, además de generar confianza e identidad entre su talento humano.

Tabla 8. De contar con un manual de imagen e identidad corporativa, ¿Usted lo implementaría en las funciones que involucre el uso de esta herramienta?

<i>ITEM</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%

Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

Gráfica 8. De contar con un manual de imagen e identidad corporativa, ¿Usted lo implementaría en las funciones que involucre el uso de esta herramienta?



Fuente: Talento Humano Escuela de Educación de Colombia ESESCO

Podemos evidenciar que la totalidad de los trabajadores con un 100% de los encuestados tiene la buena intención de implementar en sus funciones si lo requiere, el manual de imagen e identidad corporativa. Facilitando de esta manera la elaboración del mismo.

Conclusión de los resultados de la encuesta practicada. Después de realizar la aplicación y posteriormente análisis de los datos obtenidos por parte de los encuestados, podemos concluir que ayudo a identificar algunas falencias entorno a la identidad e imagen corporativa de la institución, evidenciando que algunos trabajadores todavía no conocen la misión y visión de la organización, además tienen una confusión en los elementos que componen el isologo de la institución lo cual muestra que no hay una identidad visual establecida entre el talento humano.

Evidencia fotográfica de la aplicación de la encuesta como método de recolectar información



Fuente: Camila Andrea Gámez Acosta, Pasante Comunicación social



Fuente: Camila Andrea Gámez Acosta, Pasante Comunicación social

Actividad 2. Realizar una entrevista al director general de la institución para conocer su intención de la creación de un manual de imagen e identidad corporativa y aclarar la imagen de la organización. Posteriormente analizar los resultados obtenidos.

Entrevista Rafael Segundo Villero Caballero Director general de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO

Breitner Reyes (entrevistador): ¿Que busca transmitir la escuela de educación de Colombia a través de su logotipo?

Rafael Villero: Con un fin muy pertinente que era vender una imagen, la primera impresión diera a entender que era una institución sólida, con un frente muy dinámico, podemos marcar la diferencia en cuanto a instituciones para la formación y el trabajo.

B.R: ¿Qué significa cada elemento que compone el isologo de la empresa?

R.V: Está constituido por tres colores, principalmente se ve una pirámide de escala también un diamante se forma dentro de la pirámide y en la parte interna del diamante, está

constituido por una arroba que significa tecnología; y los colores amarillo, azul y rojo que son los colores de Colombia.

B.R: ¿La empresa maneja alguna tipografía específica? ¿Cuál?

R.V: A lo largo de estos quince años, hemos tenido muchos cambios de manera muy informal y eso nos ha degenerado cierta información con las instituciones de las cuales tenemos convenio, en principio fue la Arial con sostenida en mayúscula.

B.R: Por medio de la observación, se identificaron isologos diferentes de la Escuela de Educación de Colombia, se recopilaron algunos de ellos con el fin de definir el logotipo real de la institución; a continuación se mostraran y usted escogerá el que verdaderamente es.



R.V: Estamos hablando de una escala de la “a” hasta la “f”, el isologo es el “c” el cual ha estado siempre en los uniformes en cuanto a la publicidad y la demarcación interna.

B.R: ¿Es importante la elaboración de un manual de imagen e identidad corporativa para la empresa?; ¿Por qué?

R.V: Toda institución debe tener una identidad, una personalidad, la cual es el manual de imagen e identidad corporativa, que es el que nos vende la personalidad de la institución, y por eso yo considero que públicamente la gente tiene que identificarnos por nuestro tipo de letra, colores, imagen corporativa y el mismo objeto de la institución, si hablamos un poco de nuestra misión y visión, es importante porque estamos creciendo, acreditados en alta calidad y que manejemos la misma imagen interna y externa que nos dé una identidad.

B.R: Según su criterio, ¿Cuáles son los elementos que debería contener el manual de imagen e identidad corporativa?

R.V: Yo soy muy claro y me someto a las políticas, estándar, dentro de mis recomendaciones está la transparencia, la claridad, que genera un logotipo, que muestre de manera cómo lo vamos a utilizar en los medios virtuales, en publicidad, se maneje unos colores y un tipo de letra que sea muy coherente al producto que vayamos a vender en el momento.

B.R: Cuáles son las características que una empresa debería dar a conocer a sus clientes a través de su imagen e identidad corporativa.

R.V: Somos una institución educativa, es tratar de tomar un poco como partida nuestra misión, partiendo del que logotipo, vaya enmarcado sobre las mismas condiciones, siempre nuestra marca vaya ceñida a esos valores, que le permita a la gente identificar ese es ESESCO.

B.R: Implementaría el uso del manual de imagen e identidad corporativa en la empresa y sus proveedores; ¿Por qué?

R.V: Claro, nos va a dar más seriedad, identidad, reconocimiento en el mercado, nos permite una marca clara y precisa, además una organización con las demás sedes, que irán a trabajar con las mismas normas e imagen.

Análisis general de la entrevista. Gracias a esta herramienta se pudo aclarar muchas dudas al respecto de la construcción del manual e imagen corporativa de la institución, todo esto fue aclarado por el director general de la organización; haciendo un análisis general de lo encontrado se puede ver las buenas intenciones de tener este documento para implementar tanto en su sede principal como en las otras existentes, además se aclaró los colores corporativos y el verdadero logotipo que se implementara en el manual de identidad e imagen corporativa; también se llegó a la conclusión de la utilización de la tipografía, pero se pudo notar que no tienen conocimiento de la cual es la que maneja solo existen especulaciones, pero el investigador pudo notar la tipografía que se utiliza en el logotipo; seguidamente se pudo establecer la significación de los elementos que componen el logotipo de la institución y su significado de cada uno de los mismos.

Evidencia fotográfica de la realización de la actividad que corresponde a la entrevista al director general de la empresa.



Fuente: Camila Andrea Gámez Acosta, Pasante Comunicación social

Actividad 3. Por medio de la técnica de revisión documental y la observación, se pretende evaluar la existencia de los elementos que conforman la identidad e imagen de la institución.

Después de realizar las dos anteriores actividades y aclarar las dudas que se venían presentando y analizar los resultados, es necesario emprender la técnica de revisión documental, para lograr valorar la existencia de los elementos que conforman la identidad e imagen de la empresa; para ello se revisó documentos existentes y se encontró lo siguiente:

- Misión
- Quienes somos
- Visión
- Reseña histórica
- Principios y valores
- Objetivos
- Políticas
- Logotipo
- Colores corporativos
- Camisas corporativas
- Uniformes institucionales
- Uniformes administrativos
- Avisos internos

Estos fueron los elementos que se encontraron después de realizar la revisión, los cuales serán incluidos en el manual de imagen e identidad corporativa además de otras piezas que hacen parte del manual que no fueron encontradas en la empresa y son de importancia en el buen desempeño del manual para la organización.

Actividad 4. Detallar la información recolectada en el anterior objetivos específico y reunirlos en un solo documento de manera ilustrativa, que contenga las normas graficas de la institución.

Recolectado y analizado la información encontrada se pretende detallar toda la averiguación, con el fin de aclarar lo que llevara el manual de identidad e imagen corporativa; a continuación se detallara dicha información:

- ✓ Filosofa corporativa
 - Quienes somos
 - Misión
 - Visión
 - Valores
 - Principios
- ✓ Logo símbolo
 - Uso institucional
 - Uso alternativo
 - Zona de seguridad
 - Uso mínimo
 - Tipografía
 - Paleta cromática
 - Aplicaciones cromáticas
 - Usos no permitidos
- ✓ Aplicación en piezas
 - Papelería
 - Tarjeta comercial
 - Carta membretada
 - Publicación electrónica (Plantilla de power point)
 - Visualización de la marca
 - Uniforme institucional
 - Uniforme administrativo
 - Aviso interno

Esta información ya aclarada es la que se incluirá en el manual de identidad e imagen corporativa de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO, con el fin de mantener y respetar todos sus elementos gráficos y la identidad de la institución.

Objetivo. Diseñar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia (ESESCO)

Actividad 5. Diseño del manual de imagen e identidad, por medio de los software Adobe como Indesign, Illustrator, Photoshop y corel draw.

A continuación se puede evidenciar el diseño del manual de identidad e imagen corporativa de la Escuela de Educación de Colombia ESESCO.

Manual de Identidad e Imagen Corporativa



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

QUIENES SOMOS

ESESCO domiciliada en la ciudad de Valledupar - Cesar - Colombia, es un centro de educación para el trabajo y el desarrollo humano, de naturaleza privada, con sentido social y de utilidad común, cuyo objeto es la formación técnica laboral, estructurada académica y administrativamente en consonancia con la Constitución Política Colombiana de 1991, la Ley 115 de 1994, la Ley 1064 de 2006, Decreto 114 de 1996, decreto 3616 de 10 de Octubre de 2005 y el Decreto 190 de 1996, Decreto 4904 del 2009.

En cumplimiento de las normas legales y del ejercicio de su responsabilidad social, proyecta su razón de ser en la formación de recurso humano para beneficio del proceso de desarrollo sociocultural de la ciudad de Valledupar y sus Municipios aledaños.

Persigue la formación integral del hombre en los diversos campos del conocimiento tanto en la educación para el trabajo y el desarrollo humano como informal. Actualmente se proyecta en un amplio campo de la formación en convenios con instituciones universitarias, con programas fundamentados en principios, normas y valores éticos, intelectuales y sociales, que identifiquen al discente como una persona integral dotada de conocimientos y con un alto sentido humano.

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

MISIÓN

La Escuela de Educación de Colombia, es una institución de educación para el trabajo y desarrollo humano, que brinda servicios educativos por competencias laborales, preparando a jóvenes y adultos en diferentes áreas del saber; garantizándoles programas actualizados y legalmente aprobados, costos asequibles, facilidades de pago, amabilidad y oportunidad en el servicio y escenarios de prácticas formativas adecuados, a través de metodologías innovadoras y participativas.

VISIÓN

ESESCO será reconocida en el 2019, como la mejor institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano, a nivel local, regional y nacional, por la calidad en la prestación de servicios educativos y en la formación de talento humano calificado en las diferentes áreas del sector productivo de la economía Colombiana.

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

VALORES

COMPROMISO: Responder por el cumplimiento de los objetivos y metas institucionales determinadas en un periodo dado, por parte de todos y cada uno de los estamentos de la institución.

HUMANISMO: Respeto por la dignidad del ser humano y creencias en todas sus competencias y potencialidades.

SOLIDARIDAD: Búsqueda del bien común para la sociedad en que vivimos.

PARTICIPACIÓN: Derecho a intervenir en todos aquellos procesos de calidad de educación en nuestro país.

ÉTICA: Es importante la forma como se logran los resultados, caracterizados por una conducta honesta, transparente y consecuente con todas y cada una de las actuaciones de la institución.

PRINCIPIOS

EFICIENCIA: La aplicación de los recursos financieros, técnicos y de talento humano son aplicados con el rigor técnicos en el aprovechamiento de mismos a fin de satisfacer los objetivos organizacionales trazados.

INNOVACIÓN: Propender por valor agregado de manera permanente en la dinámica de la misión institucional.

INTEGRACIÓN: Coordinación de los recursos financieros, tecnológicos y de talento humano con las exigencias del mundo moderno, para lograr el sostenimiento a largo plazo.

TRABAJO EN EQUIPO: El esfuerzo aunado de todos y cada uno de los estamentos de la institución para aportar iniciativas que apunten a la proyección de la misma.

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social



La Escuela de Educación de Colombia ESESCO, posee un logotipo que la identifican en el mundo de la educación técnica, el cual refleja por medio de sus elementos, calidad en su servicio, la vanguardia tecnológica y su territorio colombiano.

El Logotipo está compuesto por unos elementos gráficos (Isotipo) que configuran una pirámide a escala, dentro de la cual va inmerso un diamante que refleja calidad, pureza; además, dentro de esta figura tiene una letra 'e' en forma de arroba, reflejando la tecnología en la institución. El logotipo está compuesto por el elemento tipográfico, en este caso constituye el nombre corporativo y su sigla ESESCO.

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

LOGOSÍMBOLO

5

USO ALTERNATIVO

Para el uso alternativo del logotipo de la empresa, se configura de la siguiente manera, el elemento gráfico a la izquierda con su sigla y el nombre corporativo a la derecha como se muestra en la siguiente ilustración; esta opción se puede usar de manera paulatina en documentos y otros usos institucionales.



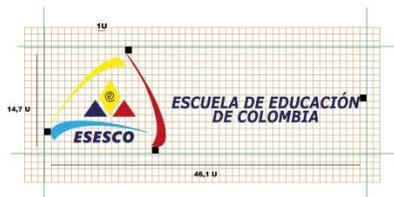
Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

ZONA DE SEGURIDAD



Para mantener una buena visualización y legibilidad del logotipo de la institución como elemento identitario de la empresa, se debe mantener y respetar los espacios de manera como se expone en la figura.

Cabe resaltar que, en medio de la zona de seguridad no debe interferir ningún elemento que pueda afectar su legibilidad.



ZONA DE SEGURIDAD LOGOSÍMBOLO ALTERNATIVO

De igual manera el logotipo alternativo debe ser respetado, los espacios como se exponen en la ilustración, con el fin de mantener su legibilidad y que ningún otro tipo de elemento interfiera dentro de lo demarcado.

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

REDUCCIÓN MÍNIMA

Para la distribución del logo símbolo en cualquier soporte gráfico, se establece una reducción mínima, con el fin de lograr una lectura óptima; a continuación se establecen las medidas para cada uno de los logo símbolos de la Escuela de Educación de Colombia Esesco.

USO INSTITUCIONAL



USO ALTERNATIVO

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

Para la Escuela de Educación de Colombia Esesco, en su logotipo se utilizan dos tipografías corporativas específicas; a continuación se mostrará cada una de ellas.

ESCUELA DE EDUCACIÓN DE COLOMBIA

Para el nombre de la institución "ESCUELA DE EDUCACIÓN DE COLOMBIA" se utiliza la tipografía **Verdana Bold Italic**

Verdana

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.:;"'(!?)+-*/=

Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.:;"'(!?)+-*/=*

Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.:;"'(!?)+-*/=**

Bold italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.:;"'(!?)+-*/=***

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

ESESCO Para su abreviación "ESESCO" la empresa utiliza la tipografía **Segoe UI Black italic**.

SEGOE UI

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;!?"()+-*/=

Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;!?"()+-*/=

Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;!?"()+-*/=

Bold italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;!?"()+-*/=

Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;!?"()+-*/=

Black italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;!?"()+-*/=

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

COLORES CORPORATIVOS

10

Para el caso específico de la Escuela de Educación de Colombia Esesco, se definen como colores corporativos los cuales serán utilizados para presentar la identidad corporativa de la empresa; a continuación se mostrarán los colores en CMYK, RGB y los pantones correspondientes.

Cuatricromía	Cuatricromía	Cuatricromía	Cuatricromía
 C M Y K 15 100 90 10	 C M Y K 0 0 100 0	 C M Y K 100 100 31 23	 C M Y K 70 15 0 0
RGB	RGB	RGB	RGB
 R G B 190 22 34	 R G B 255 237 0	 R G B 42 36 89	 R G B 54 169 255
Pantone	Pantone	Pantone	Pantone
 Pantone 7621 C	 Pantone 803 C	 Pantone 533 C	 Pantone 298 C

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

Uso institucional

Logosímbolo original / fondo blanco



Logosímbolo Blanco / fondo Negro



Logosímbolo original / fondo Claro
Pantone del fondo : P 115-4C



Logosímbolo Negro / fondo blanco



Logosímbolo Gris / fondo blanco



Logosímbolo Original / fondo Gris



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

Logosímbolo Azul / fondo blanco
Pantone 533 C



Logosímbolo Azul claro / fondo blanco
Pantone 298 C



Logosímbolo Dorado / fondo blanco
/ para ocasiones especiales
Pantone 107 C

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

USOS NO PERMITIDOS

13

Desproporción vertical



Desproporción horizontal



Cambio en la distribución de los elementos



Cambio de la tipografía



Eliminación de elementos



Uso de sombras



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

Cambio de los colores corporativos



Utilización de fondos iguales a los colores corporativos



utilización de imágenes de fondo



utilización logotipo en rojo



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

PAPERERÍA

Tarjeta comercial

*Medidas: 9,5 cm
de ancho y 5 cm
de alto*



Nombres y Apellidos

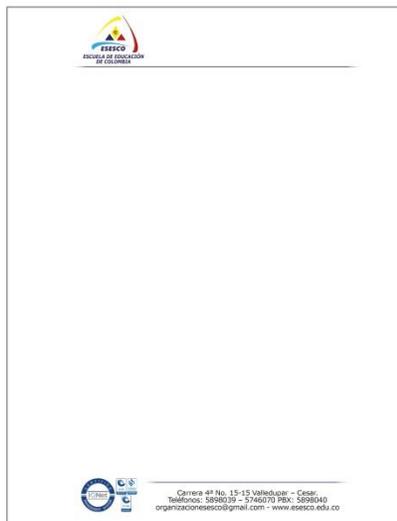
Cargo

Celular:
Email:
Valledupar - Cesar

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

Hoja Membretada

Para la hoja membrete de la institución se trabajará con la tipografía corporativa establecida "Verdana", con el fin de darle identidad a la empresa.



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

Plantilla power point



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

Uniformes

A continuación se visualizará los uniformes de las diferentes áreas del conocimiento y el talento humano de la empresa.



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social



Área de la salud.
Programa técnico:

- Aux. de enfermería
- Servicios farmacéuticos
- Curso de pre-médico

**Área de la salud
prácticas**

Programa técnico:

- Aux. de enfermería
- Prácticas clínicas



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social



Área de desarrollo humano

Programa técnico:

- Operación de equipos pesado en minería
- Plantaciones de palma de aceite
 - Topografía
- Operaciones mineras
- Seguridad ocupacional y riesgos profesionales

Área administrativa y contable

Programa técnico:

- Operación de cajas y serv. en almacenes de cadena
- Planificación para la creación de empresa
 - Gestión contable y financiera
 - Secretariado ejecutivo
 - Mercadeo y ventas



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social



Los avisos internos de la empresa, deben llevar el logotipo original en un fondo blanco, una tipografía **Verdana Bold** sin contorno, además tiene un fondo claro en azul; como se muestra en la figura

Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social



Fuente: REYES BECERRA, Breitner Jozsef. Estudiante de comunicación social

Actividad 6. Presentar el diseño del manual al director de la escuela, para su aprobación o modificación.

Una vez diseñado, se le presento al director general el cual asigno una persona para la revisión del diseño del manual, quién aprobó y quedo satisfecho por la realización de la pieza comunicativa de la organización.

Evidencia fotográfica de la realización de la actividad que corresponde a la entrevista al director general de la empresa.



Fuente: Camila Andrea Gámez Acosta, Pasante Comunicación social

Objetivo. Socializar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de educación de Colombia (Esesco) con el personal de la institución.

Actividad 7. Reunión con el talento humano de la Escuela de Educación de Colombia Esesco, con el fin de presentar el manual de imagen e identidad corporativa.

El día 2 de diciembre de 2015, se logró reunir a la mayoría del personal administrativo de la institución y socializar el trabajo realizado en el proceso de pasantías, el cual se explicó toda la parte teórica y se mostró el producto final, así mismo se les explico el manual de identidad e imagen corporativa y como se debe aplicar en las funciones que requiera el uso de esta herramienta.

Evidencia fotográfica de la realización de la actividad que corresponde a la entrevista al director general de la empresa.



Fuente: Camila Andrea Gámez Acosta, Pasante Comunicación social



Fuente: Camila Andrea Gámez Acosta, Pasante Comunicación social

4. DIAGNOSTICO FINAL

Tras el paso por la Escuela de Educación de Colombia ESESCO, se realizó un manual de imagen e identidad corporativa que le permite implementar estrategias en beneficio de la organización.

Con esta herramienta se busca contribuir de manera positiva en establecer una guía o norma para el uso óptimo de sus elementos visuales y conceptuales de la institución, lo cual permitirá una armonía entre los públicos internos y externos con los que interactúe y así crear una recordación de su sello o marca, además se logró fortalecer su imagen e identidad corporativa con los miembros de la institución, también se busca con este instrumento crear un criterio a la hora de usar todos sus componentes gráficos y una ruta de navegación para llevar a cabo todo a cabalidad. Actualmente la empresa cuenta con este mecanismo implementado en sus procesos comunicativos que lo requieren, luego de entender entre sus miembros lo importante de usar el manual de imagen e identidad corporativa en las labores donde lo demanda, dándole identidad a la institución.

5. CONCLUSIONES

Con el presente trabajo en modalidad de pasantías, se alcanzaron los objetivos trazados, lo que permitió la construcción de un manual de imagen e identidad corporativa para la Escuela de Educación de Colombia Esesco.

Para determinar la necesidad del diseño de un manual de imagen e identidad corporativa para la Escuela de Educación de Colombia Esesco, se precisó la utilización de algunos instrumentos para la recolección de información como principal la encuesta y entrevista, seguida de la observación, todo esto se trabajó dentro de la organización.

A través de los resultados obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos, se logró llegar a la conclusión; la ausencia de un manual de imagen e identidad corporativa como una herramienta y guía en el campo comunicacional, lo que puede llegar afectar su eficiencia en donde se requiera el uso de esta herramienta.

También se pudo evidenciar que por parte del talento humano de la institución, existe un desconocimiento sobre el uso de un manual de imagen e identidad corporativa, por lo cual fue necesario asesorar y explicar el uso de este instrumento.

Cabe resaltar, que por parte de los trabajadores están interesados en poner en práctica el uso del manual cuando se requiera; de igual forma el director general de la institución fue muy positivo y optimista para hacer realidad el objetivo general que se propuso, con el fin de fortalecer su imagen e identidad corporativa de manera interna y externa.

Finalmente por medio de este trabajo, se espera mejorar a nivel interno y externo, el fortalecimiento y posicionamiento de su marca a través de su imagen e identidad real que posee la Escuela de Educación de Colombia ESESCO.

6. 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 de la Escuela de Educación de Colombia Esesco.

Mantener una supervisión regular sobre el cumplimiento de las normas establecidas en el manual de imagen e identidad corporativa, para tomar correcciones oportunas si es necesario.

Suministrar el manual de imagen e identidad corporativa de la Escuela de Educación de Colombia Esesco, a los proveedores que manejen su imagen e identidad corporativa.

Fomentar dentro de la organización 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 empresa.

BIBLIOGRAFÍA

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

Van Riel, C (2000). Comunicación corporativa. Madrid. Prentice Hall, p.77

COSTA, Joan. Diseñar para los Ojos. 2 ed. Costa Punto Com Editor, Barcelona, p. 85. ISBN: 978-84-611-8137-7.

CAPRIOTTI PERI, Paul. BRANDING CORPORATIVO Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Santiago, Chile, 2009, p. 19, p.21. ISBN: 978-956-7459-32-2

DAVIS, Scott M. La Marca: máximo valor de su empresa, PEARSON EDUCACIÓN. México, 2002, p. 3. ISBN: 970-26-0166-5

VARONA MADRID, Federico. LAS AUDITORIAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DESDE UNA PERSPECTIVA ACADEMICA ESTADOUNIDENSE, Ponencia presentada en el I SEMINARIO-TALLER LATINOAMERICANO SOBRE FORMACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. Santa Fe de Bogotá, 8 al 13 de Noviembre de 1993. P.3

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

Disponible en:

Reseña histórica en línea < <http://www.esesco.edu.co/index.php/es/institucional/resena-historica> > [Consulta Agosto del 2015]

Disponible en:

VALLS, Miquel. [En línea]: Que es un manual de identidad visual [fecha de consulta: Agosto del 2015]. Disponible en: < <http://diseny.ivace.es/es/comunicacion-e-imagen/la-marca/que-es-un-manual-de-identidad-visual.html> >

Disponible en:

D. Mayol Marcó, Diógenes. Identidad e imagen en Justo Villafañe. [En línea] <<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/2540/1809>> [Consulta: Septiembre de 2015]

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta al talento humano de la Escuela de Educación de Colombia Esesco

OBJETIVO: Recolectar información entre la población que hace parte del talento humano de la institución; para la elaboración de un manual de imagen e identidad corporativa para la Escuela de Educación de Colombia.

Tenga en cuenta que para la Escuela de Educación de Colombia Esesco, es de vital importancia lo que su equipo de trabajo piensa y opina.

Marque con una “X” la opción que considere la correcta.

1. ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la misión y visión de la Escuela de Educación de Colombia (Esesco)?

- a.** La Escuela de Educación de Colombia, no es una institución de educación para el trabajo y desarrollo humano, que brinda servicios educativos por competencias laborales, preparando a jóvenes y adultos en diferentes áreas del saber; garantizándoles programas actualizados y legalmente aprobados, costos accesibles, facilidades de pago, etc. (Misión).

ESESCO será reconocida en el 2021, como la mejor institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano, a nivel local, regional, por la calidad en la prestación de servicios educativos y en la formación de talento humano calificado en las diferentes áreas del sector productivo de la economía Colombiana. (Visión)

- b.** La Escuela de Educación de Colombia es para el trabajo y desarrollo humano, una institución que brinda servicios educativos, preparando a jóvenes y adultos en diferentes áreas de la educación; garantizando programas actualizados aprobados, con facilidades de pago. (Misión).

ESESCO será reconocida en el 2016, como una de las mejores instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano, por la calidad en la prestación de servicios educativos y en la formación de talento humano calificado en las diferentes áreas del sector productivo de la economía Colombiana. (Visión)

- c.** La Escuela de Educación de Colombia, es una institución de educación para el trabajo y desarrollo humano, que brinda servicios educativos por competencias laborales, preparando a jóvenes y adultos en diferentes áreas del saber;

garantizándoles programas actualizados y legalmente aprobados, costos asequibles, facilidades de pago, amabilidad y oportunidad en el servicio y escenarios de prácticas formativas adecuados, a través de metodologías innovadoras y participativas. (Misión)

ESESCO será reconocida en el 2019, como la mejor institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano, a nivel local, regional y nacional, por la calidad en la prestación de servicios educativos y en la formación de talento humano calificado en las diferentes áreas del sector productivo de la economía Colombiana. (Visión)

- d. La Escuela de Educación de Colombia, es una institución de educación para el trabajo y desarrollo humano, que brinda servicios educativos por competencias laborales, preparando a jóvenes y adultos en diferentes áreas del saber. (Misión)

ESESCO será reconocida , como una de las mejores instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano, por la calidad en la prestación de servicios educativos y en la formación de talento humano calificado en las diferentes áreas del sector productivo de la economía Colombiana. (Visión)

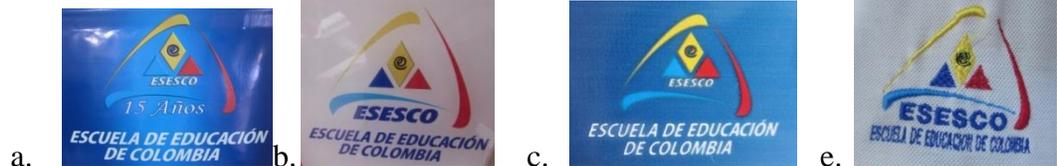
2. **¿Se identifica usted con los valores que tiene la Escuela de Educación de Colombia Esesco?**

Si ___ No ___

3. **¿Conoce usted la historia de la Escuela de Educación de Colombia Esesco?**

Si ___ No ___

4. **¿Cuál de los siguientes logos pertenece a la Escuela de Educación Esesco?**



5. **¿Cuál de las siguientes opciones es el slogan de la Escuela de Educación Esesco?**

- a. La educación del futuro
- b. La mejor opción educativa de la región
- c. Para el futuro de la región
- d. Hacemos cosas diferentes

6. ¿Conoce si alguna vez la Escuela de Educación Esesco ha manejado o maneja un manual de imagen e identidad corporativa?

Si ___ No ___

7. Para usted es importante que la Escuela de Educación Esesco tengan un manual de imagen e identidad corporativa

Si ___ No ___

8. De contar con un manual de imagen e identidad corporativa, ¿usted lo implementaría en las funciones que involucre el uso de esta herramienta?

Si ___ No ___

Anexo 2. Entrevista al director general de la Escuela de Educación de Colombia Esesco

¿Que busca transmitir la escuela de educación de Colombia a través de su logotipo?

Con un fin muy pertinente que era vender una imagen, la primera impresión diera a entender que era una institución sólida, con un frente muy dinámico, podemos marcar la diferencia en cuanto a instituciones para la formación y el trabajo.

¿Qué significa cada elemento que compone el isologo de la empresa?

Está constituido por tres colores, principalmente se ve una pirámide de escala también un diamante se forma dentro de la pirámide y en la parte interna del diamante, está constituido por una arroba que significa tecnología; y los colores amarillo, azul y rojo que son los colores de Colombia.

¿La empresa maneja alguna tipografía específica? ¿Cuál?

A lo largo de estos quince años, hemos tenido muchos cambios de manera muy informal y eso nos ha degenerado cierta información con las instituciones de las cuales tenemos convenio, en principio fue la Arial con sostenida en mayúscula.

Por medio de la observación, se identificaron isologos diferentes de la Escuela de Educación de Colombia, se recopilaron algunos de ellos con el fin de definir el logotipo real de la institución; a continuación se mostraran y usted escogerá el que verdaderamente es.



Estamos hablando de una escala de la “a” hasta la “f”, el isologo es el “c” el cual ha estado siempre en los uniformes en cuanto a la publicidad y la demarcación interna.

¿Es importante la elaboración de un manual de imagen e identidad corporativa para la empresa?; ¿Por qué?

Toda institución debe tener una identidad, una personalidad, la cual es el manual de imagen e identidad corporativa, que es el que nos vende la personalidad de la institución, y por eso yo considero que públicamente la gente tiene que identificarnos por nuestro tipo de letra, colores, imagen corporativa y el mismo objeto de la institución, si hablamos un poco de nuestra misión y visión, es importante porque estamos creciendo, acreditados en alta calidad y que manejemos la misma imagen interna y externa que nos dé una identidad.

Según su criterio, ¿Cuáles son los elementos que debería contener el manual de imagen e identidad corporativa?

Yo soy muy claro y me someto a las políticas, estándar, dentro de mis recomendaciones está la transparencia, la claridad, que genera un logotipo, que muestre de manera cómo lo vamos a utilizar en los medios virtuales, en publicidad, se maneje unos colores y un tipo de letra que sea muy coherente al producto que vayamos a vender en el momento.

Cuáles son las características que una empresa debería dar a conocer a sus clientes a través de su imagen e identidad corporativa.

Somos una institución educativa, es tratar de tomar un poco como partida nuestra misión, partiendo del que logotipo, vaya enmarcado sobre las mismas condiciones, siempre nuestra marca vaya ceñida a esos valores, que le permita a la gente identificar ese es ESESCO.

Implementaría el uso del manual de imagen e identidad corporativa en la empresa y sus proveedores; ¿Por qué?

Claro, nos va a dar más seriedad, identidad, reconocimiento en el mercado, nos permite una marca clara y precisa, además una organización con las demás sedes, que irán a trabajar con las mismas normas e imagen.

Anexo 3. Población de investigación de la Escuela de Educación de Colombia Esesco

Cuadro 4. Población de investigación Escuela de Educación de Colombia Esesco

NOMBRE	CARGO
DR. RAFAEL VILLERO	DIRECTOR GENERAL
DRA. ROSA RODRIGUEZ	DIRECTORA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA
ALFREDO ARIAS PEÑA	COORDINADOR ACADEMICO
MIGUEL ANGEL TESILLO	COORDINADOR CONVENIO SENA
ALCENI MARIA MAESTRE FERREIRA	ASISTENTE ADMINISTRATIVA
LUIS ALFONSO FADUL DIAZ	COORDINADOR ADMINISTRATIVO
EXMIN JAVIER AVILA SILVERA	ASISTENTE PAGADURIA
SANDRA SEDAN	ASISTENTE PAGADURIA
MOISES ALBERTO ZABALETA LOPEZ	ASISTENTE ADMINISTRATIVO
DANELYS DIAZ	COORDINADORA CALIDA
WENDY ARIZA	ASISTENTE ADMINISTRATIVA
ALEX CAICEDO	ASISTENTE ADMINISTRATIVO
DIANA JIMENEZ	COORD. SALUD
JOROL CUELLAR	ASISTENTE SISTEMA
JOSE ANGEL CORRALES JANER	AUXILIAR LOGISTICO
MARIETNI GONZALES	SERVICIOS GENERALES
TOTAL	16 EMPLEADOS

Fuente: Luis Fadul, Coordinador administrativo de la Escuela de Educación de Colombia Esesco (2015)