

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		I(79)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Daniela Valentina Durán Pedroza		
FACULTAD	Facultad de Educación, Artes y Humanidades		
PLAN DE ESTUDIOS	Comunicación Social		
DIRECTOR	Cristian Andrés Santiago Durán		
TÍTULO DE LA TESIS	Elaboración del manual de identidad corporativa de la empresa EMCAR A.P.C. de Río de Oro, Cesar		
TITULO EN INGLES	Elaboration of the corporate identity manual of the company EMCAR A.P.C. from Río de Oro, Cesar		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>Este proyecto de grado se realiza con el objetivo de elaborar el manual de identidad corporativa de la empresa EMCAR A.P.C con el fin de facilitar el aspecto visual frente a la necesidad que debe tener esta empresa en cuanto al reconocimiento y recordación en el público. En el proceso para lograr sustentar la propuesta también se diseñará la fachada de la empresa con el nuevo logo, sus colores y tipografía. Con el Manual de Identidad Corporativa de la empresa se establecerán los parámetros de diseño para el correcto manejo de la marca gráfica y posicionarse con unos diseños específicos en todos sus ámbitos, tanto en documentos y a través de redes sociales, para que de esta forma se logre mayor impacto y reconocimiento.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>This degree project is carried out with the objective of preparing the corporate identity manual of the company EMCAR A.P.C in order to facilitate the visual aspect of the need that this company must have in terms of recognition and remembrance in the public. In the process to sustain the proposal, the façade of the company will also be designed with the new logo, its colors and typography. With the Corporate Identity Manual of the company, the design parameters for the correct management of the graphic brand will be established and to position itself with specific designs in all its areas, both in documents and through social networks, so that in this way it is achieved greater impact and recognition.</p>			
PALABRAS CLAVES	Identidad corporativa, logotipo, planeación estratégica, parámetros conceptuales.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Corporate identity, logo, strategic planning, conceptual parameters.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 125	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 30	CD-ROM: 1



ELABORACIÓN DEL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA EMPRESA
EMCAR A.P.C. DE RÍO DE ORO, CESAR

AUTOR:
DANIELA VALENTINA DURÁN PEDROZA

Trabajo de Grado en Modalidad de Pasantía para Optar el Título de Comunicadora Social

Director:
CRISTIAN ANDRES SANTIAGO DURAN
Comunicador Social y Especialista

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

agosto de 2021

Agradecimientos

Gracias a la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña y al Plan de Estudios de Comunicación Social, por brindarme los conocimientos necesarios y haberme permitido formarme como profesional.

Gracias a mi madre por haberme proporcionado la mejor educación y lecciones de vida, por enseñarme que con esfuerzo y constancia todo se consigue.

Gracias a mis compañeros de clase, profesores, amigos y familiares, por su apoyo.

A ustedes muchas gracias.

Dedicatoria

Especialmente a mi madre Yodima Pedroza Manosalva por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, pues si ella no lo hubiese podido lograr, por ser mi guía y respaldo en cada cosa que he realizado.

A mi abuela Dalia Rosa Manosalva y mi tío Bolívar Pedroza porque siempre me apoyaron en el proceso.

Y a mi padre Luis Alfredo Durán Uribe que aunque ya no este conmigo, sé que desde el cielo está muy orgulloso de lo que hoy he logrado.

Índice

Capítulo 1. Elaboración del Manual de Identidad Corporativa de la Empresa EMCAR

A.P.C. De Río de Oro, Cesar 1

1.1 Descripción breve de la empresa..... 1

1.1.1 Misión..... 1

1.1.2 Visión..... 1

1.1.3 Objetivos de la empresa..... 2

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional..... 2

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado..... 4

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada..... 5

1.2.1 Planteamiento del problema..... 9

1.3 Objetivos de la pasantía..... 10

1.3.1 General..... 10

1.3.2 Específicos..... 10

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma 11

1.5 Cronograma de actividades 12

Capítulo 2. Enfoques referenciales 14

2.1 Enfoque conceptual 14

2.2 Enfoque legal..... 18

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo	21
3.1 Presentación de resultados.	21
3.1.1 Objetivo Especifico 1	21
3.2.1 Objetivo Especifico 2:	30
3.3.1 Objetivo Especifico 3:	36
Capítulo 4. Diagnóstico final.....	48
Capítulo 5. Conclusiones.	49
Capítulo 6. Recomendaciones.	51
Referencias.....	52
Apéndices	54

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama de la Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro.....	3
Figura 2. Encuesta y respectivas preguntas.	22
Figura 3. Recolección de Información en Facebook.	23
Figura 4. Gráfico 1.....	25
Figura 5. Gráfico 2.....	25
Figura 6. Gráfico 3.....	26
Figura 7. Gráfico 4.....	26
Figura 8. Gráfico 5.....	26
Figura 9. Gráfico 6.....	27
Figura 10. Gráfico 7.....	27
Figura 11. Logo actual de la empresa EMCAR.....	28
Figura 12. Mapa Conceptual de los Objetivos la empresa EMCAR A.P.C.....	31
Figura 13. Cuadro sinóptico de la misión y visión de la empresa EMCAR A.P.C.	32
Figura 14. Proceso gráfico de los principios de la empresa EMCAR A.P.C.....	34
Figura 15. Nuevo logo de la empresa EMCAR A.P.C.	37
Figura 16. Zona de Seguridad del nuevo logo.	38
Figura 17. Blanco y negro e invertido del logo.	39
Figura 18. Fondos de Color Corporativo	39
Figura 19.Fondos de Color No Corporativo del logo.	40
Figura 20. Escala de Grises.....	40
Figura 21. Colores corporativos del logo.....	41
Figura 22. Usos correctos del logo.	41

Figura 23. Usos no correctos del logo	42
Figura 24. Plan de merchandising de la empresa.....	43
Figura 25. Papelería de la empresa.	44
Figura 26. Plantillas e íconos para redes sociales.	44
Figura 27. Presentaciones para Microsoft Office PowerPoint.....	45
Figura 28. Ventana gerencial y puerta principal.	46
Figura 29. Puerta que dirige hacia las oficinas y ventanilla de pago.....	46
Figura 30. Carteles principales en la sede administrativa y operativa.....	47

Lista de tablas

Tabla 1. Diario de Campo.....	6
Tabla 2. Matriz DOFA cruzada de la dependencia asignada.....	7
Tabla 3. Descripción de las actividades a desarrollar.....	11
Tabla 4. Cronograma de actividades del plan de trabajo.....	12
Tabla 5. Cuadro de Mando Integral de la Planeación Estratégica	35

Lista de apéndices

Apéndices A. Actualización en la plataforma de facebook con su nueva imagen.	55
Apéndices B. Actualización en la plataforma de instagram con su nueva imagen.....	56
Apéndices C. Actualización de la pagina web con su nueva imagen.	57
Apéndices D. Certificado de realización de la fachada.	58
Apéndices E. Infografías para las redes sociales	59
Apéndices F. Actividades complementarias para redes sociales	62
Apéndices G. Manual de identidad corporativa de la empresa EMCAR.	65

Resumen

Este proyecto de grado se realiza con el objetivo de elaborar el manual de identidad corporativa de la empresa EMCAR A.P.C con el fin de facilitar el aspecto visual frente a la necesidad que debe tener esta empresa en cuanto al reconocimiento y recordación en el público.

En el proceso para lograr sustentar la propuesta también se diseñara la fachada de la empresa con el nuevo logo, sus colores y tipografía, tanto en su sede administrativa como en la sede operativa, y se requiere de un ajuste en el diseño que permita ser parte de la solución a los problemas identificados y paralelamente facilite la adquisición de identidad visual corporativa, que comunique lo que la empresa desea transmitir y sea reconocido por su público.

Con el Manual de Identidad Corporativa de la empresa se establecerán los parámetros de diseño para el correcto manejo de la marca gráfica y posicionarse con unos diseños específicos en todos sus ámbitos, tanto en documentos y a través de redes sociales, para que de esta forma se logre mayor impacto y reconocimiento.

Introducción

Este documento describe el trabajo realizado en el informe de la carrera de comunicación social. Consiste en la elaboración del manual de identidad corporativa de la empresa Comunitaria de Acueducto EMCAR A.P.C. De Río de Oro Cesar.

Esta elaboración del Manual de Identidad Corporativa en la empresa ayudaría de manera positiva, puesto que mejorara su comunicación a nivel gráfico, además se renovará su imagen y será un punto a favor para el reconocimiento de la empresa, siendo esta una mejor fachada en cada una de las sedes para generar un atractivo entre los trabajadores, usuarios y público en general.

Existen varios factores por los que se decide diseñar la marca de una empresa, en el caso de EMCAR, el motivo es una decaída y olvidada imagen corporativa del sitio, con ello se renovara por completo la imagen de este lugar y así recuperar una trayectoria de buena imagen corporativa para la misma. Además con la realización una planeación estratégica se podrá identificar que tiene y necesita la empresa.

Otro factor primordial en este plan de trabajo es brindar con un estilo y diseño único la información completa y organizada a través de las plataformas Facebook, Instagram y la página web todas las actividades y los servicios de los que se dispone, las cuales son acueducto, alcantarillado y aseo para informar de manera inmediata y mantenerlas activas semana tras semana para alcanzar un buen resultado.

Capítulo 1. Elaboración del Manual de Identidad Corporativa de la Empresa EMCAR A.P.C. De Río de Oro, Cesar

1.1 Descripción breve de la empresa.

Somos una Empresa descentralizada de la Alcaldía Municipal de Río de Oro-Cesar formada mediante acta de asamblea general de constitución N° 001 del 25 de Octubre del 2004, creando a la Administración Pública Cooperada Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro “EMCAR” A.P.C , Entidad prestadora de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo, su sede administrativa está ubicada en la Calle Chagres, Carrera 3 # 2-17 y su sede operativa en el Barrio Jerusalén vía vereda el Gitano (EMCAR A.P.C., 2020)

1.1.1 Misión.

Mejoraremos la calidad de vida de nuestros usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico, con conciencia ambiental, generando desarrollo para el municipio y valor para nuestros socios, soportados en la efectividad y el bienestar de nuestra gente. (EMCAR A.P.C., 2020).

1.1.2 Visión.

Consolidarnos como una empresa comunitaria modelo y líder en la prestación de servicio integral de acueducto y saneamiento básico en el municipio y la provincia, con inspiración para el desarrollo de nuevos negocios complementarios para el 2023 ser una empresa de ejemplo y altamente sostenible. (EMCAR A.P.C., 2020).

1.1.3 Objetivos de la empresa.

Los objetivos de la empresa EMCAR A.P.C están dirigidos a mejorar la calidad de vida de nuestros usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico.

- Asegurar la eficiencia en la prestación de los servicios públicos operados por la Empresa teniendo en cuenta la sostenibilidad ambiental.
- Desarrollar y mantener un equipo humano comprometido y competente.
- Ser reconocidos como una empresa amable y justa, generadora de calidad de vida.

(EMCAR A.P.C., 2021).

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.

La Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro Cesar, a través de este esquema se representa la estructura interna de la empresa, las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos y líneas de autoridad. Principalmente este organigrama por su naturaleza es micro administrativo ya que corresponde a una sola organización, su finalidad es informativo puesto que es accesible a personas no especializadas, por su ámbito es específico porque muestran en forma particular la estructura de un área de la organización, en cuanto a su contenido es integral, representa gráficas de todas las unidades administrativas de la organización, sus relaciones de jerarquía, además su disposición gráfica es vertical en vista de que presenta las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular, en la parte superior, y desagregan los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada.

Por otro lado el mayor nivel de ésta estructura es la asamblea general teniendo una relación de coordinación con el revisor fiscal, el siguiente al mando es el consejo de administración y después con el gerente, quien tiene una colaboración con el contador y el SUI (Sistema único de información), además comunicación con la ingeniera ambiental, luego se desprenden dos áreas, una es la área administrativa donde se encuentran el auxiliar contable que tiene una relación con el contador, un auxiliar administrativo y el auxiliar comercial, finalmente la segunda es el área operativa que se divide en tres partes, uno es el acueducto, que se distribuye en tres operadores de planta, un turnador y un fontanero de acueducto, el otro es el alcantarillado, allí se encuentra un fontanero de acueducto y el ultimo es el de aseo donde está un conductor y seis aseadores.

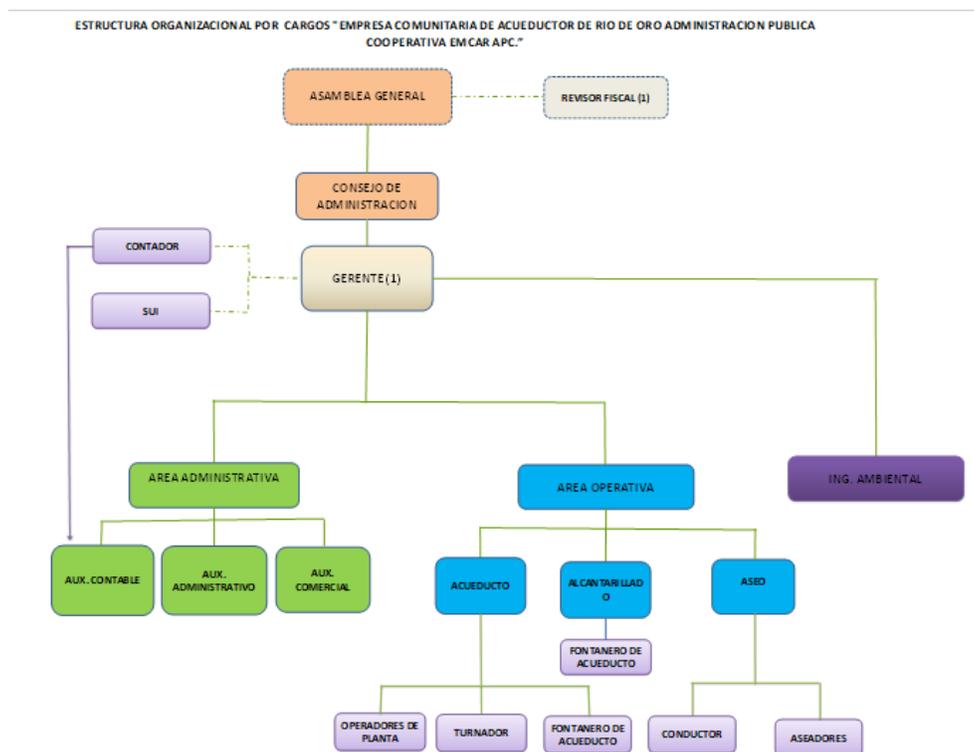


Figura 1. Organigrama de la Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro

Fuente: <https://www.emcar.com.co/estructura-organizacional/>

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

El área o dependencia en el cual realizare las pasantías es en la administrativa, debido a que en la empresa EMCAR no cuenta con el área de comunicaciones, las condiciones laborales físicas de la misma en este momento aumentan de manera positiva en la producción laboral, ya que las que incluye son, una buena ubicación; pues es central, muy buena iluminación, calefacción y la distribución de los espacios en los puestos de trabajo son adecuados, seguros y cómodos.

Por otro lado un factor realmente importante es el clima organizacional que se maneja, puesto que hay trabajo en equipo, mayor control de inventario, optimizan, aumentan el conocimiento sobre la rentabilidad real de la empresa, estabilidad laboral, crecimiento, seguridad, respeto y dignidad.

En cuanto al personal de la dependencia administrativa se encuentran el auxiliar contable, la contadora, la jurídico, el auxiliar comercial y de facturación, auxiliar de recaude PQR y la auxiliar administrativo.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Con motivo de realizar un análisis que permitiese conocer detalles una mejor identidad corporativa en la empresa EMCARA.P.C. Se utilizó la técnica de investigación conocida como observación de campo. Según Arribas (s.f.), “la observación de campo es el recurso principal de la observación descriptiva. Se realiza en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados.”

En este caso, se utilizó el diario de campo como instrumento de observación; Galán (2017), lo define como un escrito en el cual pueden registrarse todos los eventos o actividades que ocurren en un determinado lugar. Para ello, deben anotarse diariamente las evidencias más importantes que posteriormente servirán como referentes para el investigador.

La realización mediante un DIARIO DE CAMPO, que permitió conocer a través de la investigación y observación todos los procesos de la Empresa Comunitaria de acueducto de Río de Oro EMCAR A.P.C., esto se logró con ayuda de la Madriz DOFA y las estrategias FO, DO, FA, DA, en las cuales se estableció que la empresa no cuenta con un Manual de identidad corporativa que describa o dé a conocer todos sus signos gráficos y transmitir su imagen a toda la comunidad.

A continuación el diario de campo.

Tabla 1. *Diario de Campo.*

DIARIO DE CAMPO		
Actividad	Diario de campo de recolección de información de la Empresa EMCAR A.P.C.	Fecha martes 9 de Marzo de 2021
Investigador/Observador	Daniela Valentina Duran Pedroza	
Objetivo/pregunta	Análisis de situación actual de imagen corporativa dentro de la Empresa EMCAR A.P.C.	
Situación	Falta del Manual de identidad corporativa	
Lugar-espacio	Empresa comunitaria de acueducto de Rio de Oro EMCAR A.P.C.	
Técnica aplicada	Diario de campo	
Personajes que intervienen	Parte interna y externa de la empresa EMCAR A.P.C.	
	Descripción de actividades, relaciones y situaciones sociales cotidianas	Consideraciones interpretativas/Analíticas con respecto al objetivo o pregunta de investigación
	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con un manual de identidad corporativa. • No cuenta con un isotipo adecuado. • Los colores del logotipo actual no definan la empresa. • No tiene un mensaje claro en su logotipo. • Los usuarios no reconocen el isotipo. • El logo actual no llama la atención. • Carece de un diseño en la fachada de la sede administrativa y sede operativa. • Sus redes sociales no tienen un diseño diferenciador. • Mal uso del logo actual en algunos documentos. • No cuentan con un diseño diferenciador en sus documentos. 	<p>La elaboración del Manual de identidad corporativa para mejorar los signos gráficos de la misma.</p> <p>Con un color y tipografía en el nuevo logo que identifique a la empresa será mucho más fácil para que los usuarios la reconozcan.</p> <p>Con el diseño del nuevo logotipo la empresa tendrá un mejor impacto.</p> <p>Con el nuevo diseño en la fachada la empresa mejorara visualmente tanto para trabajadores como usuarios. Lo ideal en la empresa es tener una estructura en cada documento y redes sociales.</p>
Observaciones	Se considera primordial y de manera inmediata la elaboración del Manual de Identidad Corporativa, puesto que cuenta con muchas falencias, esto podría causar una decaída y olvidada imagen corporativa en la empresa.	

Fuente: Autor de pasantía.

Tabla 2. *Matriz DOFA cruzada de la dependencia asignada.*

		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ DOFA CRUZADA		1. Cuenta con buen reconocimiento del nombre.	1. Ausencia de identidad corporativa.
		2. Información concisa en las publicaciones de las actividades realizadas por la empresa.	2. No existe un mensaje unificado.
		3. Manejo continuo de las plataformas Facebook, Instagram y pagina web.	3. Pocos usuarios identifican el isotipo del logo.
			4. No tiene diseño en la fachada de la empresa.
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	FO	DO
	1. Reconocimiento en el municipio.	1. Mantener el uso continuo de las redes sociales y página web con contenido de interés, logrando informar de la mejor manera, clara y concisa, con ello superar el grado de reconocimiento en la comunidad	1. Elaborar un diseño atractivo en su identidad corporativa, con ello potencializar y posicionar tanto la empresa como sus redes sociales con un mensaje claro en toda su fachada y piezas gráficas.

riodorence.

AMENAZAS	FA	DA
1. Falta de la identidad corporativa tanto en la sede principal como en la operativa.	1. El cambio de imagen de identidad corporativa y el logotipo mejorara la visión de los usuarios, llamando su atención, y con recordación, con las redes sociales produciendo contenido de interés, esto generara impacto e informara de la mejor manera y aumentara su reconocimiento de marca aún más.	1. Con la creación de contenidos frecuentes y el uso de la nueva identidad corporativa en la fachada de la empresa, Facebook, Instagram y la página web se producirá un gran impacto tanto en la parte interna como externa mostrando a los usuarios un mensaje claro.
2. El logotipo no refleja ni identifica los servicios de la empresa.		

Fuente: Autor de pasantía.

Nota: La tabla muestra el diagnóstico inicial de la dependencia asignada, haciendo uso de la herramienta denominada Matriz DOFA.

1.2.1 Planteamiento del problema.

La empresa EMCAR A.P.C es una Administración Pública Cooperada llamada Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro, Entidad prestadora de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo, se tiene como necesidad primordial la elaboración del manual de identidad corporativa, tomando este plan de trabajo como punto de partida en el camino a darle un cambio a la sede administrativa y operativa, y así obtener satisfactoriamente una marca con la que se reconozca y establezca su identidad.

En primer lugar esta propuesta de comunicación que se llevará a cabo en un lapso de cuatro meses, el cual se tomó en cuenta y como base para desarrollar la Elaboración del Manual de Imagen Corporativa de la empresa EMCAR A.P.C. del municipio de Río de Oro, esto como modalidad pasantía, ya que la elaboración de identidad visual para la empresa es un elemento primordial pues con esto se potencializara la relación directa con los usuarios que adquieren los servicios que presta la empresa.

A pesar de que la empresa lleva varios años funcionando de forma aceptable, carece de una identidad corporativa que defina a la empresa y su actividad, este plan de trabajo es una solución a una problemática de identidad visual corporativa del acueducto, además se desarrollara teniendo en cuenta la recolección de información de un diario de campo el cual es una herramienta que permite sistematizar las experiencias para luego analizar los resultados, donde continuamente utilizare un método cualitativo de un sondeo general de su actual identidad, para así poder elaborar el nuevo manual de identidad corporativa que la empresa tendrá, con esto definir una imagen atractiva y adecuada para el sector en el que se desempeña la empresa.

El cambio del logo será un factor primordial para la misma, puesto que brindara a la comunidad una mejor visualización, y caracterización tanto en la parte interna y externa de la empresa como también con el contenido en de sus publicaciones, las cuales sus plataformas son Facebook, Instagram y la página web.

Por otra parte el diseño del manual de identidad tendrá un mensaje claro en toda la empresa, sus documentos, su contenido en las plataformas, además con la nueva fachada de la empresa hará que todos los usuarios la visiten y vean con otros ojos, y no tenga alguna duda de qué y quién es la empresa

1.3 Objetivos de la pasantía.

1.3.1 General

Elaborar el Manual de Identidad Corporativa de la empresa EMCAR A.P.C. de Río de Oro, Cesar

1.3.2 Específicos

- Realizar un diagnóstico general sobre la identidad corporativa actual de la empresa EMCAR A.P.C.

- Analizar la planeación estratégica de la empresa EMCAR para la elaboración del Manual de Identidad Corporativa.

- Identificar los parámetros conceptuales de la empresa EMCAR para el desarrollo del Manual de Identidad Corporativa.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 3. Descripción de las actividades a desarrollar.

Objetivo General	Objetivos específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Objetivos Específicos
Elaborar el Manual de Identidad Corporativa de la empresa EMCAR A.P.C. de Río de Oro, Cesar	Realizar un diagnóstico general sobre la identidad corporativa actual de la empresa EMCAR A.P.C.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un sondeo con un método cualitativo para tener más información sobre la opinión de administrativos y usuario. • Tabulación de la encuesta. • Análisis de la encuesta con la información obtenida.
	Analizar la planeación estratégica de la empresa EMCAR para la elaboración del Manual de Identidad Corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar la finalidad de los objetivos de la empresa • Analizar el propósito de la misión y visión de la empresa • Conocer los principios de la empresa • Realizar un cuadro de Mando Integral con toda la planeación estratégica de la empresa
	Identificar los parámetros conceptuales de la empresa EMCAR para el desarrollo del Manual de Identidad Corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar el logotipo, definir los colores y tipografía de la empresa. • Establecer la filosofía y marca del manual de identidad corporativa. • Diseñar la construcción, aplicación, variantes, otros usos y usos correctos e incorrectos del imagotipo. • Describir los servicios de la empresa y plan de merchandising, • Realizar la papelería, flyers, fachada y terminología.

Fuente: Autor de pasantía.

Conocer los principios de la empresa.

Realizar un cuadro de Mando Integral con toda la planeación estratégica de la empresa.

Identificar los parámetros conceptuales de la empresa EMCAR para el desarrollo del Manual de Identidad Corporativa.

v
ffi

Establecer la filosofía y marca del manual de identidad corporativa.

Diseñar la construcción, aplicación, variantes, otros usos y usos correctos e incorrectos del imago tipo.

Describir los servicios de la empresa y plan de merchandising,

Realizar la papelería, flyers, fachada y terminología.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque conceptual

Manual de Identidad Corporativa: El manual pretende por lo tanto, normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos que deben emplearse de forma correcta y facilitar el desarrollo de la expresión gráfica de la marca “Es una herramienta que tienen las empresas en la que reflejan todos los recursos gráficos de la marca, los colores elegidos de los elementos visuales, tamaños, tipografías, medidas, cómo aplicarlos, usos y restricciones. De esa forma disponen de un documento accesible y con posibilidad de realizar modificaciones en cualquier momento. Es muy útil ya que todos los trabajadores tienen la información a mano cuando quieran utilizar el logo, o cualquier elemento visual de la empresa y las indicaciones para hacerlo de manera correcta.” (Peiró, Economipedia, 2018)

Identidad corporativa: Es la imagen que tiene toda la comunidad de la empresa, es prácticamente la idea global que tienen sobre sus servicios y su conducta. “Es el conjunto de valores que conforman la visión de mundo de una empresa. Sus principios, sus acciones de endomarketing, la postura que adopta en diferentes situaciones y la imagen que la empresa quiere cultivar de sí misma. La identidad corporativa de una empresa va más allá de la apariencia del negocio y está relacionada con asuntos culturales y organizacionales importantes de la compañía. Siendo conocida también como identidad empresarial, o corporate identity, es un aspecto fundamental para empresas de todos los tamaños y segmentos, pues es relevante en la relación con colaboradores y cliente.” (Gabriel, 2019)

Imagen corporativa: Es realmente importante para la empresa pues ofrece grandes beneficios como aumentar el reconocimiento para así genera mayor confianza a los administrativos y usuarios, además “La imagen corporativa de una empresa es la imagen que el

público tiene de esa entidad. Por un lado, son las ideas, sensaciones y prejuicios que tenemos antes de conocer los servicios o productos de una marca. Por otro: las experiencias y juicios que adquirimos después de conocerlos.” (Pozo, 2017)

Logotipo: Uno de los factores de posicionamiento mas importantes que la empresa debe tener, ya que el diseño del nombre de la marca en sí, “El logotipo es un símbolo que se utiliza para representar a una institución, marca, persona o sociedad. Se caracteriza por estar compuesto de imágenes, símbolos y/o letras.” (Peiró, Economipedia, 2017)

Imagotipo: Es prácticamente donde el texto y isotipo se encuentran totalmente diferenciados y también pueden funcionar por separados, como lo expresa (Quiroa, 2020) “El imagotipo es la forma de representar de forma gráfica un producto, empresa o marca utilizando una o varias palabras con una imagen icónica.”

Isotipo: Es un elemento que se utiliza para identificar la marca de una empresa o entidad, este no lleva ningún tipo de texto, “El isotipo es un símbolo muy utilizado entre las marcas. Son representaciones con carácter gráfico y que permiten a los usuarios asociar ese símbolo a la marca. No incluyen frases, sino que se trata de una imagen. Nike, Apple, y muchísimas más marcas lo utilizan en sus productos, y la gente los asocia a ellas. Cualquier persona que vea el isotipo sin necesidad de leer la marca que es, ya sabe de cual se trata. Los isotipos son reconocibles sin necesidad de incluir el texto.” (Peiró, Economipedia, 2020)

Identidad: La identidad constituye un sistema de mensajes complejos que puede manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución o empresa puesto que es de vital importancia para la visualización de esta. Es por ello que “El término identidad proviene

del vocablo latín *identitas*, que refiere al grupo de rasgos y características que diferencia a un individuo, o grupo de individuos, del resto. Es a partir de esta que las **personas** logran distinguirse del resto y esto depende siempre de la **COSMOVISIÓN** e historia propia y del contexto en el que se vive.” (Raffino, Concepto.de, 2020)

Creatividad: Esta es uno de los factores más importantes de una empresa ya que debe innovar cada día tanto su parte interna como externa y lograr atraer a los usuarios de la mejor manera, “La creatividad es la capacidad o **habilidad** del ser humano para inventar o crear **cosas**, que pueden ser objetos físicos, ideas, representaciones o simplemente fantasías. Se trata de la posibilidad de generar lo nuevo: nuevos conceptos, nuevas ideas o nuevas asociaciones entre ellos, lo cual conduce habitualmente a nuevas soluciones a los **problemas**.” (Raffino, Concepto.de, 2020)

Color: Un punto que define lo que la empresa representa y la posiciona, ya que a través de este se llama la atención de los usuarios. “El término color hace referencia a una experiencia visual, una impresión sensorial que recibimos a través de los ojos, independiente de la materia colorante de la misma. El mundo que nos rodea nos muestra la tonalidad. Las cosas que vemos no sólo se diferencian entre sí por su forma, y tamaño, sino también por su colorido. Cada vez que observamos la naturaleza o un paisaje urbano podemos apreciar la cantidad de colores que están a nuestro alrededor gracias a la luz que incide sobre los objetos.” (Perez, 2021)

Planeación estratégica: La planeación estratégica permite a la empresa formular los objetivos que desea alcanzar y además establecer las acciones necesarias para alcanzar todos sus objetivos, “La Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el

quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización. Así, la Planeación Estratégica es un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a alcanzar estos objetivos.” (Castillo, 2018)

Parámetros Conceptuales: A través de estos se podrá evidenciar de manera clara que elementos llevara el Manual de Identidad Corporativa de la empresa, “Casi cualquier marca cuenta con un manual de identidad corporativa donde se establecen ciertos parámetros que ayudan a una correcta aplicación de la identidad visual en diferentes medios. Los hay desde los más sencillos donde únicamente se especifican colores, tamaños y tipografías, hasta manuales de más de 1,000 páginas donde se aborda a detalle cada elemento y caso de aplicación.” (Design, 2016)

Cuadro de Mando Integral: Con este cuadro, se maneja un resumen de la empresa, para tratar dichos temas, “Es una metodología de gestión estratégica utilizada para definir y hacer seguimiento a la estrategia de una organización. Esta metodología, creada por Robert Kaplan y David Norton, permite estructurar los objetivos estratégicos de forma dinámica e integral para ponerlos a prueba según una serie de indicadores que evalúan el desempeño de todas las iniciativas y los proyectos necesarios para lograr su cumplimiento satisfactorio.” (Roncancio, 2018)

2.2 Enfoque legal.

. La marca permite que los consumidores identifiquen el producto o servicio y lo recuerden, de forma que puedan diferenciarlo de uno igual o semejante ofrecido por otro empresario. Los consumidores son más propensos a adquirir un producto del cual recuerdan la marca que de aquellos que no logran identificar.

Así mismo, la marca representa en la mente del consumidor una determinada calidad del producto o servicio, así como reporta alguna emoción en el consumidor. Por lo tanto, es el medio perfecto para proyectar la imagen del empresario, su reputación y hasta su estrategia comercial.

En concreto, una marca:

- Permite a la empresa diferenciar su producto o servicio.
- Ayuda a garantizar la calidad a los consumidores. Por tanto construye confianza.
- Puede ser objeto de licencias y por tanto, fuente generadora de ingresos.
- Puede llegar a ser más valiosa que los activos tangibles.
- Siendo entonces tan importante, al ser registrada la marca le genera a la empresa el derecho exclusivo a impedir a terceros que comercialicen productos y ofrezcan servicios idénticos o similares con marcas idénticas o similares, con el fin de que los consumidores

registrarse como marcas cualquier signo susceptible de representación gráfica.

(Superintendencia, GOV.CO, 2021)

La Superindustria facilita procedimiento de Registro de Marcas

La Superintendencia de Industria y Comercio pone a disposición de los usuarios de Propiedad Industrial que solicitan registros de marcas, una manera práctica y sencilla para describir los productos y/o servicios en sus solicitudes. Es así como a través de la Resolución N° 2671 de enero de 2014, mediante la cual se modifica la Circular Única y se adoptan tres alternativas por las que puede optar el solicitante para describirlos y cumplir con el requisito de especificidad:

- Indicar con libertad el nombre del producto y/o servicio, no siendo aceptable como tal el que aparece en el título de la clase de la Clasificación Internacional de Niza, salvo que tal indicación también corresponda con el nombre del producto y/o servicio.
- Utilizar los mismos términos y expresiones empleados en la lista alfabética de la Clasificación Internacional de productos y servicios para el registro de marcas del Arreglo de Niza, que aparece en la página web de la Superintendencia de Industria y comercio en el título "Normativa", "Normas Supranacionales", la cual podrá ser actualizada.
- Utilizar los mismos términos y expresiones de productos y servicios incluidos en el Gestor de Productos & Servicios de Madrid (MGS), disponible en la sección se Propiedad Industrial "Consultas Avanzadas" de la página web de la SIC y en la página web de la OMPI.

Cualquiera que sea la elección del usuario para la descripción de productos y servicios, siempre y cuando se acoja a lo arriba mencionado, se considerará que la solicitud fue presentada en debida forma en lo correspondiente a la clasificación.

La Superintendencia de Industria y Comercio busca que con estas alternativas, se proporcione al usuario mecanismos amigables para hacer una adecuada presentación de solicitud de registro de marca. (Superintendencia, GOV.CO, 2021)

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados.

3.1.1 Objetivo Especifico 1

Realizar un diagnóstico general sobre la identidad corporativa actual de la empresa EMCAR A.P.C.

Actividad 1: En la actividad del primer objetivo específico se decidió realizar un sondeo con el fin de conocer un diagnóstico general de los usuarios y administrativos de la empresa acerca de la identidad corporativa actual, si ésta es adecuada y que opinan sobre cambiar tal logo.

En esta ocasión el sondeo se elaboró con preguntas cerradas y de elección múltiple para establecer estadísticas y así conocer que piensa cada uno de los usuarios sobre la actual identidad corporativa de la empresa EMCAR A.P.C del municipio de Río de Oro.

A continuación el diseño de la encuesta y las respectivas preguntas realizadas

Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro

Este sondeo se realizará con el propósito de dar a conocer un diagnóstico general sobre la identidad corporativa actual de la empresa EMCAR A.P.C. de Río de Oro, Cesar

***Obligatorio**

Logo Actual de la empresa EMCAR A.P.C.

¿Conoce usted el logo actual de la empresa EMCAR? *

Si

No

¿Sabe usted cual es el nombre completo de la empresa EMCAR? *

Si

No

Más o menos

¿Bajo su concepto el actual isotipo identifica a la empresa EMCAR? *

Si

No

¿El color utilizado dentro del logo identifica realmente la identidad de la empresa EMCAR? *

Si

No

¿Bajo su perspectiva la tipografía del nombre y el slogan son adecuados para este tipo de empresa? *

Si

No

¿Cree usted que es conveniente cambiar el logo de la empresa? *

Si

No

Si tu respuesta anterior fue si ¿Qué colores utilizarían para el nuevo logo de la empresa?

Naranja y azul

Azul y verde

Verde y amarillo

Sigue Nuestras Plataformas
 Facebook: EMCAR APC
 Instagram: apcemcar
 Página Web: <http://www.emcar.com.co/>

Enviar

Figura 2. Encuesta y respectivas preguntas.

Fuente: Autor de pasantía.

Actividad 2: la tabulación de la encuesta se aplicó especialmente a las personas que utilizan los servicios de la empresa, con un rango de edad de 18 a 65 años, además, para recolectar los 360 encuestas se utilizó la página de Facebook ya que es la plataforma donde hay más interacción.



Figura 3. *Recolección de Información en Facebook.*

Fuente: Autor de pasantía.

Para elegir el tamaño de muestra de la población a la cual se le iba a hacer la encuesta, se decidió dividir los tres servicios de la empresa, por el momento hay 1.611 usuarios que cuentan con el servicio de acueducto, 2.087 usuarios que cuentan con servicio de alcantarillado, 2.104 usuarios con servicio de aseo y 24 administrativos de la empresa, dando así una suma de 5.796.

$$n = \frac{N(p * q)(Z)^2}{(N - 1)E^2 + [(Z)^2 * p * q]}$$

$$n = \frac{5.796(0,5 * 0,5)(1,96)^2}{(5.796 - 1)0,05^2 + [(1,96)^2 * 0,5 * 0,5]}$$

$$n = \frac{5.796(0,25)(3,8416)}{(5.795)0,0025 + [(3,8416) * 0,25]}$$

$$n = \frac{55,664,784}{144,875 + 9,604}$$

$$n = \frac{55,664,784}{154,479}$$

$$n = 360$$

Al calcular esta cifra con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5% el tamaño de la muestra dio como resultado 360 encuestas realizadas a usuarios y administrativos de la empresa EMCAR A.P.C. del municipio de Río de Oro.

A continuación doy a conocer algunos de los gráficos de la encuesta realizada.

¿Conoce usted el logo actual de la empresa EMCAR?

360 respuestas

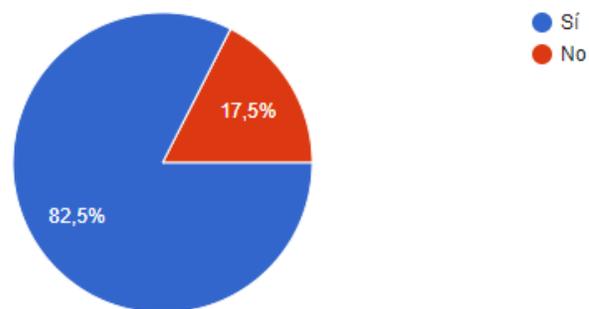


Figura 4. *Gráfico 1.*

Fuente: Autor de pasantía.

¿Sabe usted cual es el nombre completo de la empresa EMCAR?

360 respuestas

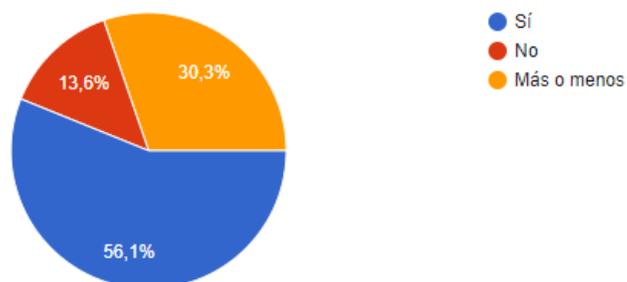


Figura 5. *Gráfico 2.*

Fuente: Autor de pasantía.

¿Bajo su concepto el actual isotipo identifica a la empresa EMCAR?

360 respuestas

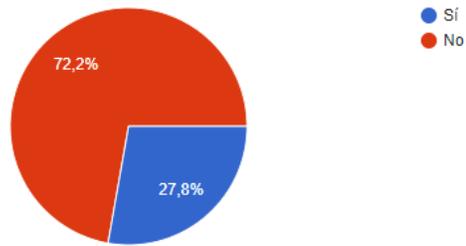


Figura 6. *Gráfico 3.*

Fuente: Autor de pasantía.

¿El color utilizado dentro del logo identifica realmente la identidad de la empresa EMCAR?

360 respuestas

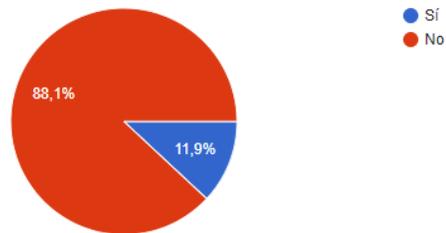


Figura 7. *Gráfico 4.*

Fuente: Autor de pasantía.

¿Bajo su perspectiva la tipografía del nombre y el slogan son adecuados para este tipo de empresa?

360 respuestas

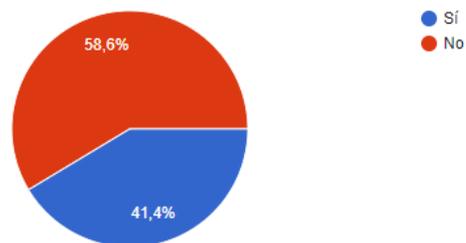


Figura 8. *Gráfico 5.*

Fuente: Autor de pasantía.

Si tu respuesta anterior fue sí ¿Qué colores utilizarían para el nuevo logo de la empresa?

307 respuestas

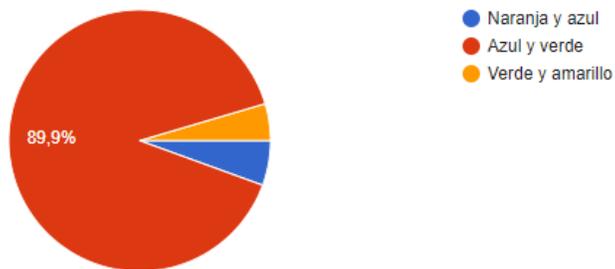


Figura 9. Gráfico 6.

Fuente: Autor de pasantía.

¿Cree usted que es conveniente cambiar el logo de la empresa?

360 respuestas

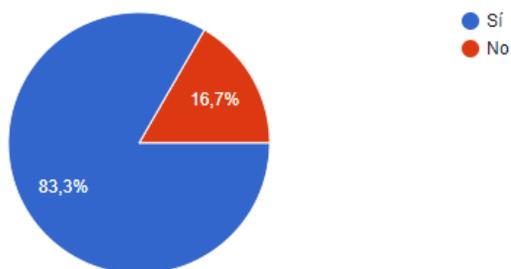


Figura 10. Gráfico 7.

Fuente: Autor de pasantía.

Actividad 3: El análisis de los resultados del sondeo dio a conocer que el 82,5% quiere decir 297 de los usuarios y administrativos de la empresa conocen el logo actual y el otro 17,5% las cuales son 63 personas no lo conocen, siendo esto un nivel de posicionamiento de marca en el municipio de Río de Oro realmente importante para la empresa, además que las siglas del nombre y el slogan son sencillos y llamativos, esto aporta para que se consolide mucho más fácil en la mente de los usuarios.

A continuación el logo actual de la empresa EMCAR



Figura 11. *Logo actual de la empresa EMCAR.*

Fuente: <http://www.emcar.com.co/>

Ya relacionado con el nombre completo de la empresa, el 56,1% de los usuarios teniendo en cuenta que son 202 manifestaron que realmente lo conocen, por otro lado el 30,3% que son 109 usuarios más o menos tienen idea y el otro 13,6% que son 49 personas no, con esto podemos observar que un poco más de la mitad de la comunidad del municipio de Río de Oro conoce el nombre, con ello, podemos ver que solamente se utilizan las siglas de dicha empresa, algo realmente bueno ya que hay un reconocimiento por esa parte, pero también sería conveniente que se utilizara el nombre de la empresa que es Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro, aunque son pocas personas las que no lo conocen, esto gracias al buen trabajo de identidad que se ha trabajado en los últimos meses.

Entrando en otro factor realmente importante para la identidad visual, fue si el actual isotipo identifica a la empresa, donde con un porcentaje de 72,2% es decir 260 personas, respondieron que no, y el otro 27,8% siendo 100 usuarios dijeron que sí, con esto llegar a la conclusión de que a pesar que la empresa tiene un buen posicionamiento de marca, también sería adecuado un tener un buen isotipo y se lo considere como el elemento identificador

principal, por lo que es, una empresa de acueducto, alcantarillado y aseo, se entienda por encima del logotipo.

Por otra parte, se consultó que si el color utilizado dentro del logo actual identifica realmente la identidad de la empresa, donde los usuarios con un porcentaje de 88,1% es decir 317 usuarios contestaron que no, y con un 11,9% es decir 43 usuarios contestaron que sí, como sabemos el color juega un papel de vital importancia en cada compañía, pues el color comunica todo lo que es la empresa, a tal modo que el color fucsia en este logo junto con muchos colores dentro del colibrí hacen referencia a otro tipo de empresa y no identifican la razón de ser de EMCAR.

Asimismo, se interrogó a los usuarios sobre si son adecuados las tipografía del nombre y el slogan para este tipo de empresa, donde con un porcentaje 58,6% es decir 211 usuarios dijeron que no y con 41,4% es decir 149 usuarios respondieron que sí, de forma tal que la actual letra a pesar de ser clara y legible, no es adecuada para la empresa EMCAR, las fuentes corporativas son caracteres personalizados que encajan con las necesidades y los servicios que se ofrecen, pues una buena fuente ayuda a establecer un diseño de marca corporativa, clave para conseguir un proceso de comunicación, es necesario contar con caracteres tipográficos de gran calidad, legibles y serios.

Además un punto fundamental en la identidad visual de la empresa era indagar sobre si era conveniente cambiar el logo de la empresa, a lo que la mayoría de los usuarios contestaron que sí, con un porcentaje de 83,3%, esto dado por 300 personas, y un no con un porcentaje de 16,7% por 60 personas, indicando que esta representación gráfica no da a conocer o identificar a la empresa, por tal motivo, se necesitaría un cambio de identidad visual para que resulte

congruente, haya un mejor posicionamiento del que ya hay, y sea exitoso ante toda la comunidad del municipio de Rio de Oro.

Relacionado con la pregunta anterior, los usuarios que decidieron que sería conveniente cambiar el logo, se les pregunto qué colores que predominarían para ese cambio, los cuales el puntaje más alto fue para el azul y el verde con un 89,9% que serían 279 usuarios, puesto que el color azul transmiten seguridad, confianza, conocimiento, firmeza y el verde refleja naturalidad, ética, crecimiento y frescura llevando consigo una identidad visual atractiva, en cuanto a los colores azul y naranja obtuvieron un 5,5% por 17 usuarios, el verde y amarillo con un 4,6% por 14 usuarios.

En conclusión, de acuerdo a los datos consolidados acerca de la identidad corporativa actual, se acordó que está muy bien posicionada en cuanto logo y nombre, pero el isotipo del logo no identifica ni comunica en absoluto los servicios de la empresa, así como los colores, y tipografía, pues se quiere algo más elegante, gracias a los diferentes elementos y cualidades que la marca desea expresar, se pudo tomar la decisión apropiada para la creación del nuevo logo, colores y tipografía, gracias a la opinión del público objetivo.

3.2.1 Objetivo Especifico 2:

Analizar la planeación estratégica de la empresa EMCAR para la elaboración del Manual de Identidad Corporativa.

Actividad 1: Para la identificar la finalidad de los tres objetivos de la empresa, se realizó un mapa conceptual donde el análisis dio a conocer que la empresa EMCAR A.P.C sabe hacia dónde quiere ir ya que cada día se cumplen dichos objetivos, esto permite saber exactamente cómo alcanzar esas metas descritas tanto para los usuarios como con los administrativos.

A continuación el mapa conceptual.

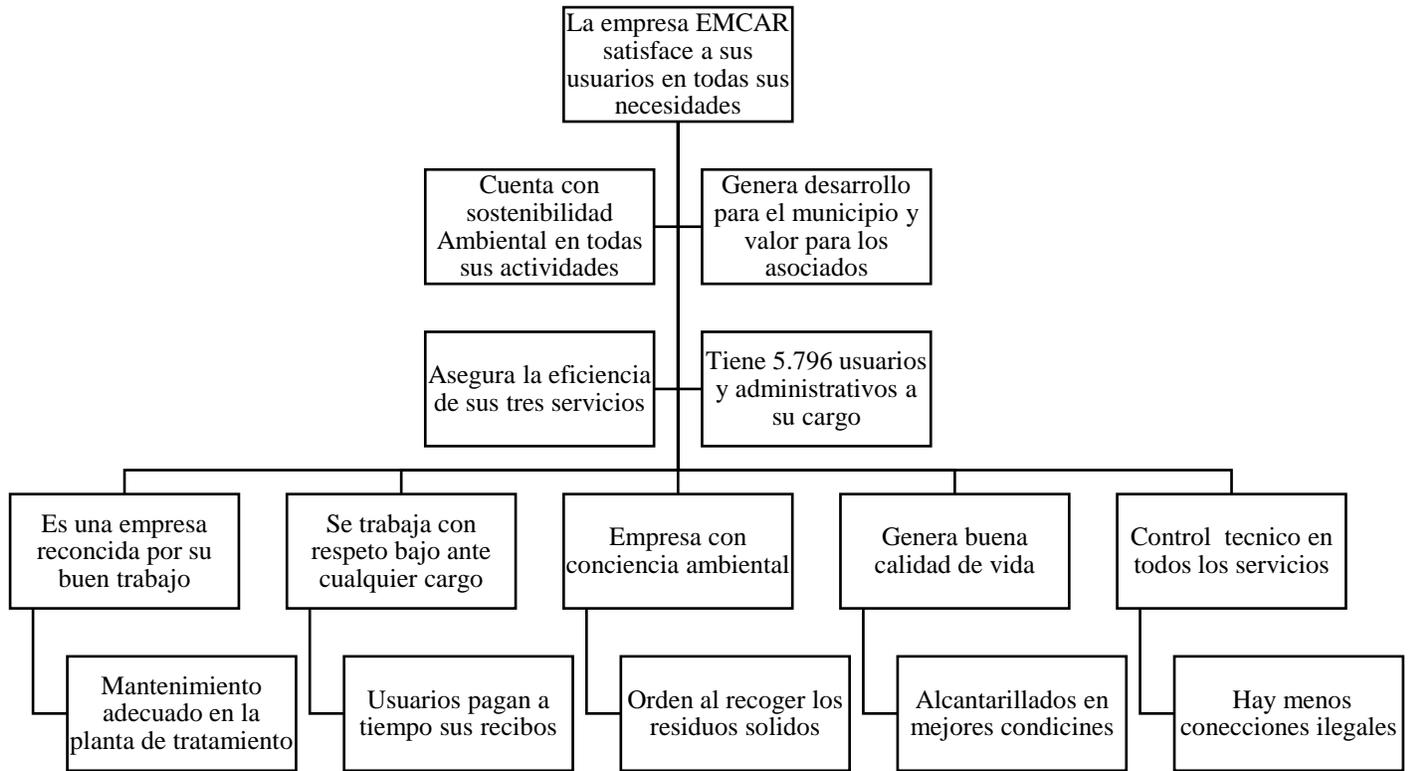


Figura 12. Mapa Conceptual de los Objetivos la empresa EMCAR A.P.C.

Fuente: Autor de pasantía.

A partir del análisis del mapa conceptual anterior, se pudo evidenciar que los objetivos están siendo cumplidos satisfactoriamente, puesto que esto es un factor fundamental dentro de la empresa, aun así, el lado de la imagen corporativa no está focalizada en dichos objetivos, este es un punto de vital importancia para la empresa, especialmente para que sea reconocida y posicionada, además, tener una imagen visual atractiva y llamativa por toda la comunidad riodorense.

Actividad 2: En esta segunda actividad se ejecutó un cuadro sinóptico donde se analizaron las estrategias para organizar el contenido de la misión y visión de manera sencilla y condensada, fundamental para la planeación estratégica de la empresa, ya que la misión es la razón de ser de la empresa y se enfoca en los objetivos a cumplir en el presente y la visión es una expectativa ideal sobre lo que se espera que la organización sea o alcance en un futuro.

A continuación el cuadro sinóptico de la misión y visión.

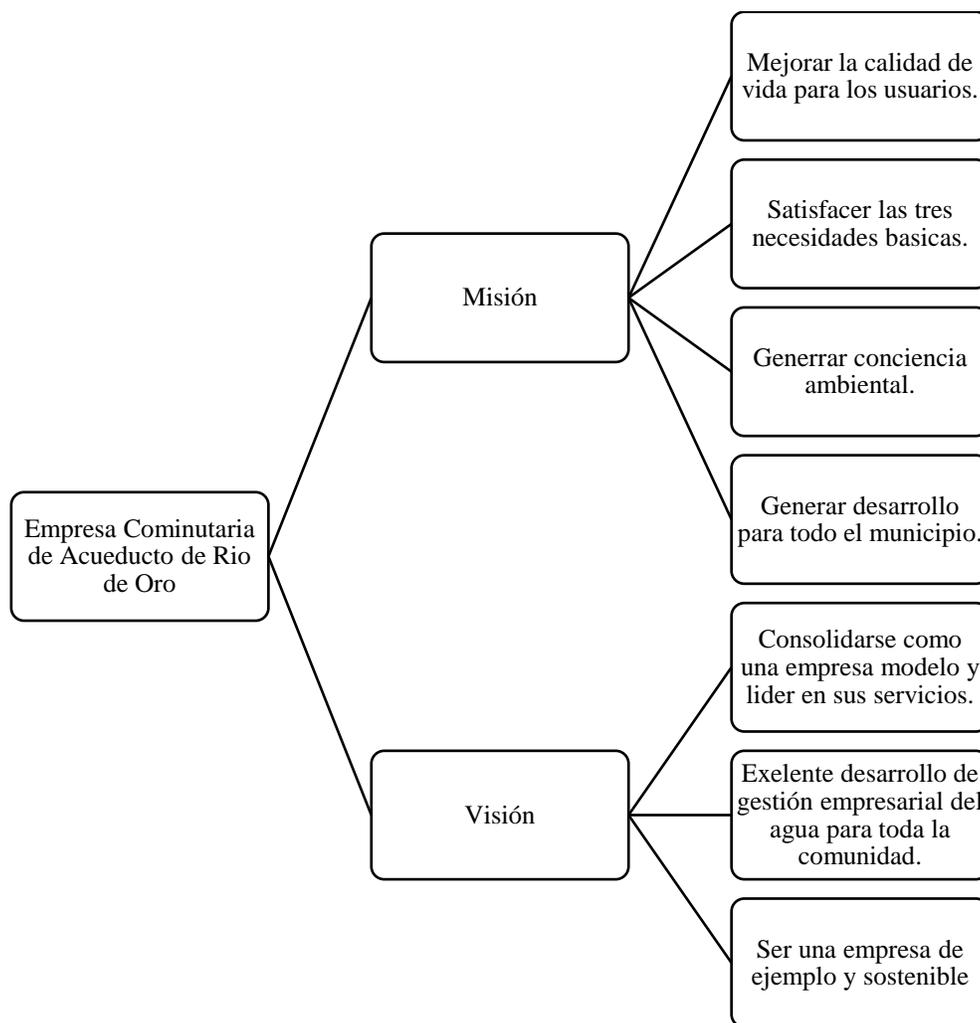


Figura 13. Cuadro sinóptico de la misión y visión de la empresa EMCAR A.P.C.

Fuente: Autor de pasantía.

Teniendo en cuenta los datos anteriores se pudo determinar que la misión y la visión de la empresa hasta el momento se están llevando a cabo, la misión está satisfaciendo y mejorando las necesidades de los usuarios para que poco a poco se genere un desarrollo en todos los aspectos y la visión se está dando debido a pequeñas acciones, como por ejemplo mejorar la imagen corporativa en la fachada de la empresa para así ser una empresa modelo tanto en el lado interno como en el lado externo, así posicionarse, generar ejemplo y desarrollo para todos los riadorenses, además lograr ser una empresa sostenible en toda su gestión empresarial.

Actividad 3: Para conocer y analizar los principios de la empresa se realizó un proceso gráfico en el cual la empresa EMCAR trabaja y aplica cada día con estas cuatro acciones, iniciando desde el respeto que es realmente importante para generar mejor un mejor ambiente, la confianza para poder trabajar con tranquilidad en cualquier cargo, compromiso para poder cumplir con cada actividad y por último el trabajo en equipo que es realmente importante ya que ayuda a generar los logros deseados, con esto mejorar el lado interno y externo de la empresa.

Asimismo, utilizar estos principios para mejorarla la imagen ante la comunidad con el propósito de construir y mantener su identidad como acueducto, puesto que es fundamental para que sea reconocida y posicionada.

A continuación el proceso gráfico de los principios.

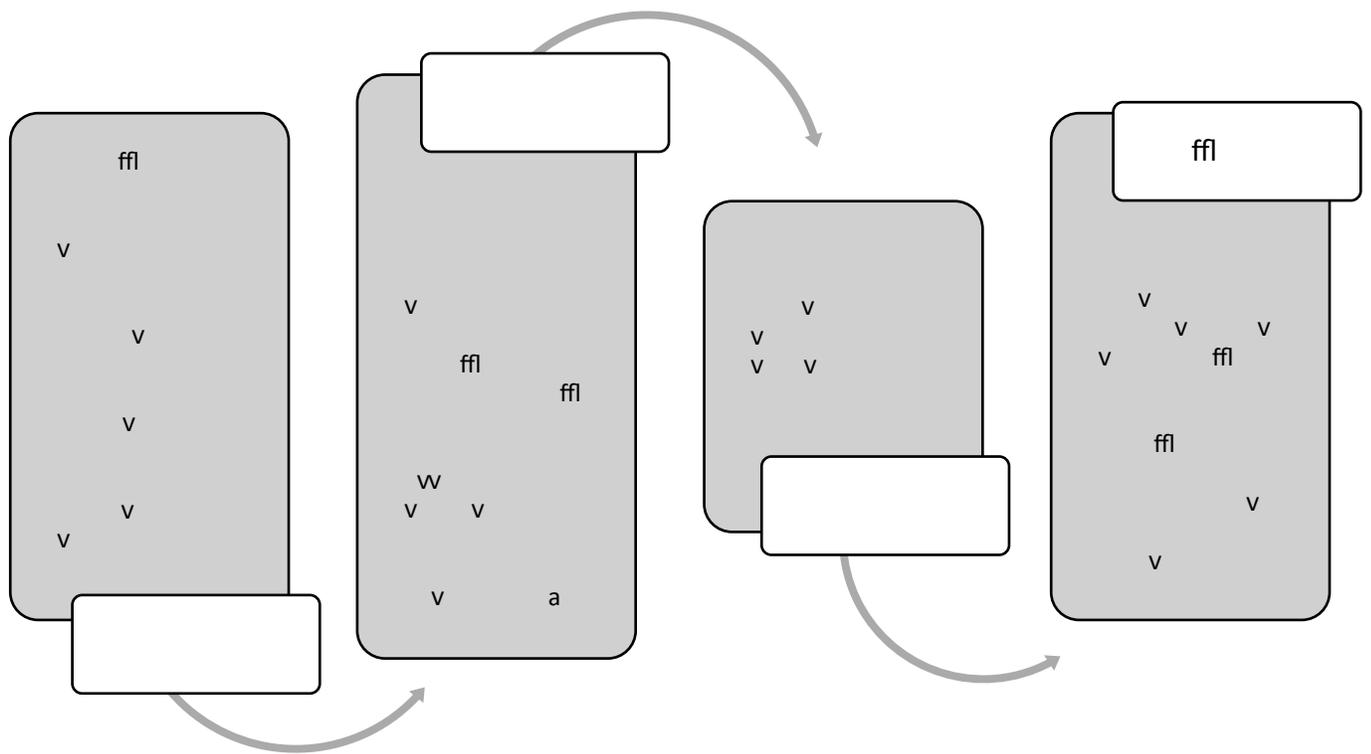


Figura 14. *Proceso gráfico de los principios de la empresa EMCAR A.P.C.*

Fuente: Autor de pasantía.

Actividad 4: Para el análisis completo de la planeación estratégica de la empresa se ejecutó un cuadro de mando integral con el propósito de dar a conocer, desarrollar e implementar los planes para alcanzar los propósitos u objetivos de la empresa.

A continuación el cuadro de mando integral.

Tabla 5. Cuadro de Mando Integral de la Planeación Estratégica

Cuadro de Mando Integral de la Planeación Estratégica de la empresa EMCAR A.P.C.			
Finanzas	Se han aumentado las fuentes de ingresos, debido a pagos de facturas	Se han proporcionado a los usuarios un mejor servicio.	Se han generado ahorros en cada uno de las actividades.
Clientes	Satisfacción de los usuarios por buen desempeño de la empresa con los servicios	Buen reconocimiento de la empresa en el municipio	Se genera conciencia ambiental y se realizan actividades que involucren a la comunidad riodorense
Procesos Internos	Mejoras en procesos administrativos de la planta de tratamiento.	Mantener y generar desarrollo para el municipio.	Optima innovación en la fachada de la empresa, tanto en la sede principal como en la operativa.
Formación y Crecimiento	Aumentar las habilidades y conocimiento para tener efectividad en los objetivos de la empresa.	Mejorar los recursos que la empresa para llevar a cabo sus actividades de manera más efectiva.	Continuar con el buen trato a los trabajadores de la empresa para que desempeñen sus labores, si se sienten involucrados y con voz dentro de la compañía para así tener desempeño y la productividad de los trabajadores.

Fuente: Autor de pasantía.

Con el cuadro de mando integral anterior se pudo llegar a la conclusión de que, la empresa se encuentra en un nivel de productividad muy amplio desde el lado interno, como lo externo, puesto que los objetivos están siendo logrados, esta herramienta ayudo a medir las actividades de la empresa de acuerdo a su visión y estrategia. Además, dentro de la conclusión a las que se llegó hay un cambio cultural que coloca al centro la estrategia y que busca mejorar su proceso de ejecución, para que cada día vaya creciendo y mejorado como empresa, con esto satisfacer a la comunidad riodorense en cada uno de los objetivos planteados, principios, misión y visión, donde en un futuro ser una empresa modelo, líder y sostenible para todos.

3.3.1 Objetivo Especifico 3:

Identificar los parámetros conceptuales de la empresa EMCAR para el desarrollo del Manual de Identidad Corporativa.

Actividad 1: Para el diseño del imagotipo de EMCAR se decidió que transmita nuestra visión y personalidad, esta imagen de marca surge del concepto de icono de gota de agua con ecología verde, ya que como empresa de acueducto satisfacemos las necesidades básicas allí presentadas.

Los colores utilizados son azul oscuro pues transmite seguridad, confianza, conocimiento, firmeza, solidez, templanza; también está el azul que trasmite profesionalidad, integridad, sinceridad y calma; azul celeste puesto que refleja calma, sabiduría, amplitud, suavidad y tranquilidad; verde que refleja naturalidad, ética, crecimiento, frescura, serenidad y aspectos orgánicos; verde lima que está asociado con la naturaleza, la confianza y la alta energía, promueve sentimientos de vivacidad, frescura y creatividad, por ultimo morado trasmite profesionalidad, seriedad, integridad, sinceridad, calma e infinidad.

La tipografía utilizada permite darle al imagotipo una seriedad, responsabilidad y compromiso, además, los seis colores asignados reflejan variedad, vitalidad, representando la efectividad y trabajo en equipo, la tipografía corporativa es Boheld Free DEMO en el nombre, Locanita en el slogan y finalmente Microsoft JhengHei Light en la complementaria del Manual de Identidad Corporativa. Se escogió esta tipografía por su legibilidad, claridad y por la frescura que representa.

A continuación el nuevo logo de la empresa EMCAR A.P.C.



Figura 15. *Nuevo logo de la empresa EMCAR A.P.C.*

Fuente: Autor de pasantía.

Actividad 2: Para establecer la filosofía del manual de identidad corporativa, se necesitó recopilar la información básica de la empresa como lo es la reseña histórica, como fue creada y con qué fin, los objetivos están dirigidos a mejorar la calidad de vida de nuestros usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico, también, el quiénes somos, misión, visión, principios y organigrama de la empresa puesto que son de vital importancia para la construcción del manual, con esto ayudar a contextualizar a los usuarios del que tenemos y que queremos lograr.

Por otro lado llamar la atención con la marca, ya que esta es la que nos permite identificarnos con nuestro público, que refleja cambio y lo positivo de este, tiene que ser dinámico y cotidiano, por supuesto dar un mejor servicio a los 5.796 usuarios y administrativos.

Actividad 3: Para la construcción fue necesario escoger la zona de seguridad del espacio que debe existir alrededor del Imagotipo o marca, además para la aplicación variantes y otros usos se mostró el logo en blanco y negro e invertido, por supuesto aplicar de manera correcta la marca sobre fondos de color corporativo y colores no corporativos, por supuesto no podían faltar fondos de escala de grises.



Figura 16. Zona de Seguridad del nuevo logo.

Fuente: Autor de pasantía.



Figura 17. *Blanco y negro e invertido del logo.*

Fuente: Autor de pasantía.



Figura 18. *Fondos de Color Corporativo*

Fuente: Autor de pasantía.

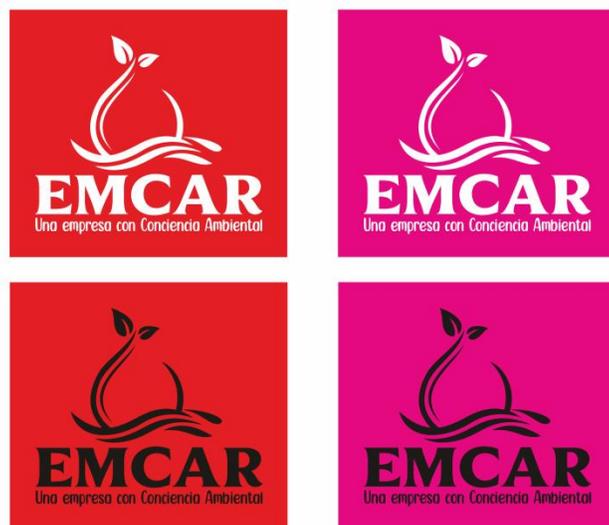


Figura 19. Fondos de Color No Corporativo del logo.

Fuente: Autor de pasantía.



Figura 20. Escala de Grises

Fuente: Autor de pasantía.

Los colores que se eligieron para el diseño del logo y que estuvieran acorde con la empresa fueron seis, donde se representa elegancia, responsabilidad y frescura.

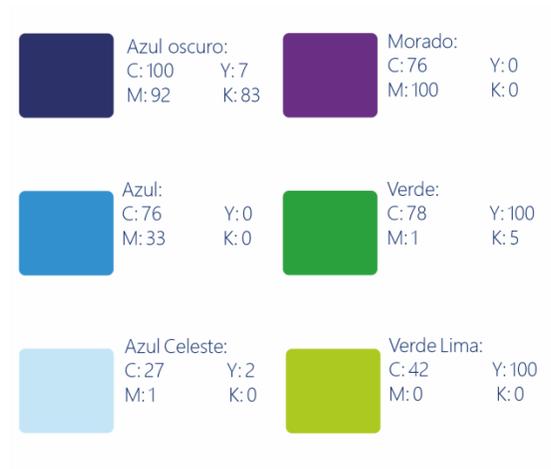


Figura 21. *Colores corporativos del logo.*

Fuente: Autor de pasantía.

Por otro lado se escogieron cuatro usos correctos del logo y los usos no correctos como lo son cambiar el color en el nombre o logo, distorsionarlo, cambios en la tipografía etc.



Figura 22. *Usos correctos del logo.*

Fuente: Autor de pasantía.



Figura 23. *Usos no correctos del logo*

Fuente: Autor de pasantía.

Actividad 4: Los servicios de la empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro, son el acueducto pues distribuye agua al municipio apta para el consumo humano, incluida su conexión y medición, el alcantarillado realiza recolección de residuos, principalmente líquidos por medio de tuberías y conductos, por último el de aseo, donde principalmente se realiza la recolección de residuos sólidos, el cual incluye las actividades complementarias de transporte, tratamiento, además, tiene un buen sistema de abastecimiento y sistema de conducción y distribución.

El plan de merchandising de la empresa está de la siguiente manera, pantalones, buzos y cachuchas, simple y adecuado.



Figura 24. *Plan de merchandising de la empresa*

Fuente: Autor de pasantía.

Actividad 5: Para la Realización la papelería se utilizó un diseño en hoja tamaño carta y oficio, se añadieron también plantillas e íconos para redes sociales, y consigo presentaciones para Microsoft Office PowerPoint, todo esto de acuerdo al nuevo diseño de la empresa.



Figura 25. Papelería de la empresa.

Fuente: Autor de pasantía.



Figura 26. Plantillas e íconos para redes sociales.

Fuente: Autor de pasantía.



Figura 27. Presentaciones para Microsoft Office PowerPoint.

Fuente: Autor de pasantía.

En la fachada de la empresa se realizó un diseño en la sede administrativa con el logo e información en el cartel principal, diseño en la puerta principal, ventanilla de pago, un diseño de paisaje en la puerta que dirige hacia las oficinas, y la ventana gerencial, en la sede operativa se ejecutó un cartel principal con el logo, y por último en el carro recolector de basura.

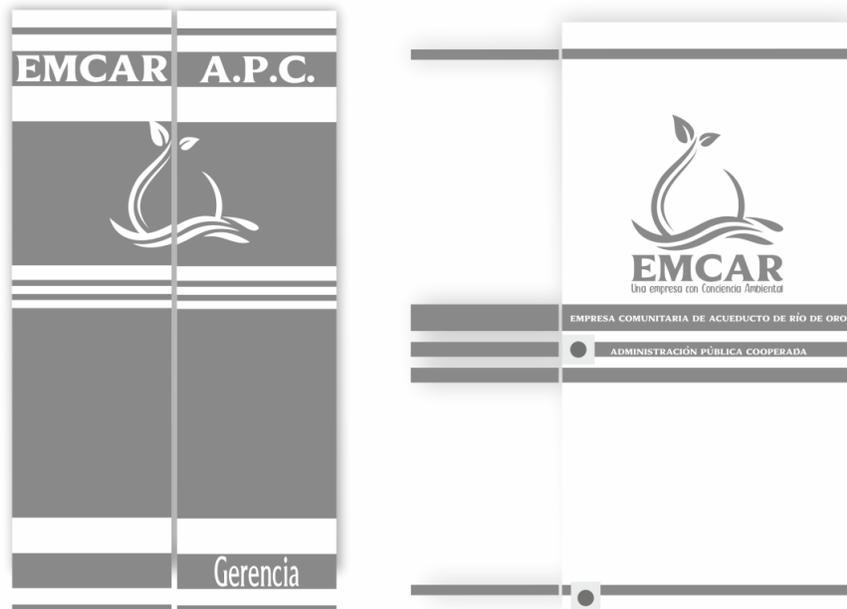


Figura 28. Ventana gerencial y puerta principal.

Fuente: Autor de pasantía.



Figura 29. Puerta que dirige hacia las oficinas y ventanilla de pago.

Fuente: Autor de pasantía.



Figura 30. Carteles principales en la sede administrativa y operativa

Fuente: Autor de pasantía.

En cuanto a la terminología se decidió escoger los siguientes términos: manual de identidad corporativa, imagen corporativa, logotipo, imagotipo, identidad, planeación estratégica.

Capítulo 4. Diagnóstico final

En cuanto a los cambios presentados como pasante de la empresa EMCAR A.P.C. Se pasó de tener un logo que no representaba de ninguna forma a la empresa, con un estilo plano y sin vida, a una identidad llena de color y adecuada a los servicios que la empresa brinda, pues con su Manual de Identidad Corporativa se describió de manera clara, unívoca y de manera sencilla cómo se debe desarrollar esa identidad en las diferentes aplicaciones comunicativas necesarias para la empresa de una excelente visualización a toda la comunidad riodoreense.

Respecto a los aportes brindados, se alcanzaron todos los factores que en el diagnóstico inicial se tenían en mente, como haber realizar un sondeo con el fin de conocer un diagnostico general de los usuarios y administrativos de la empresa acerca de la identidad corporativa actual y poder hacer un cambio en un nuevo logo, además analizar toda la planeación estratégica de la empresa para la elaboración del Manual de Identidad Corporativa y por último revisaron los parámetros conceptuales que llevaría el manual para así mantener un estilo propio en todo, sus documentos, fachada y plataformas, con ello conservar un posicionamiento en el municipio.

Capítulo 5. Conclusiones.

El manejo de una imagen e Identidad Corporativa es de gran interés para una empresa, pues no solo la posiciona en el mercado sino también la eleva en su valor monetario, le crea un estilo propio con el cual será conocida y recordada por mucho tiempo, es un valor intangible que nadie le puede quitar.

El manual de Identidad Corporativa es una herramienta fundamental para la empresa, con el desarrollo de este se logró dar un direccionamiento estratégico para EMCAR y acorde con los objetivos, misión, visión y principios. Cabe resaltar que gracias a la elaboración del manual se fortaleció el sentido de pertenencia tanto a nivel interno como externo, lo cual todavía sigue en proceso, pero que se desarrolló satisfactoriamente.

Se identificó cuáles eran las debilidades y fortalezas de la empresa en cuanto a comunicación interna y externa, una vez obtenido esto, se inició haciendo un sondeo con el fin de evaluar la identidad corporativa actual, analizarlo y establecer los nuevos factores para lo que sería el nuevo logo, escoger sus colores y tipografía.

Por otro lado, se analizó toda la planeación estratégica como lo son los objetivos, misión, visión, y principios, así comprender con qué fin se iba a realizar este documento, el cual se ejecutó un estilo propio, donde se logró dar una uniformidad en cuanto a marca, direccionamiento y planeación estratégica de todos los documentos de EMCAR.

Además, por medio de la creación del Manual de Imagen e Identidad Corporativa de la empresa, logró establecer nuevas aplicaciones de la marca que antes no se tenían y que son importantes para sí mismo, ya que esto le ayudara a ser reconocido y a posicionarse más en la comunidad riadoreense.

Finalmente puedo afirmar que este avance dejo un gran aprendizaje tanto profesional por la información que se suministró, como personal por el conocimiento que esto trajo, ya que permitió alcanzar un mejor desempeño a la empresa.

Capítulo 6. Recomendaciones.

En primera instancia se debe hacer uso de los servicios de un comunicador social con énfasis en comunicación organizacional, para que maneje la comunicación interna y externa, ya que es importante contar con un profesional en esta área que esté pendiente de los procesos comunicativos de la empresa y de su Imagen Visual con el uso correcto del logo en diferentes situaciones comunicacionales, así evitar cometer los mismos errores ya están solucionados y no se puede volver a caer en el mismo error.

Es necesario fortalecer el clima laboral, además de hacer sentir a los trabajadores como parte importante de la empresa y no como un factor de productividad, por lo cual es necesario tener en cuenta fechas y celebraciones especiales las cuales anteriormente no se celebraban.

Se debe dar a conocer más la empresa, su direccionamiento, objetivos, misión, visión y principios, ya que los colaboradores de la empresa no están muy conscientes y desconocen los requerimientos de la empresa por falta de comunicación.

Referencias

Castillo, L. E. (5 de Diciembre de 2018). *Pensemos*. Obtenido de Pensemos:

<https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>

Design, G.-T. (19 de Octubre de 2016). *G-Tech Design*. Obtenido de G-Tech Design:

<https://gtechdesign.net/es/blog/que-es-manual-de-identidad-corporativa-o-marca>

EMCAR A.P.C. (25 de Septiembre de 2020). *EMCAR*. Obtenido de EMCAR:

<https://www.emcar.com.co/>

EMCAR A.P.C. (2020). <https://www.emcar.com.co/>.

EMCAR A.P.C. (2021). <http://www.emcar.com.co/>.

Gabriel, L. (3 de Julio de 2019). *RockContent*. Obtenido de RockContent:

<https://rockcontent.com/es/blog/identidad-corporativa/>

Peiró, R. (17 de junio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/logotipo.html>

Peiró, R. (11 de Mayo de 2018). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/manual-de-identidad-corporativa.html#referencia>

Peiró, R. (16 de Diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/isotipo.html>

Perez, M. (23 de Junio de 2021). *ConceptoDefinicion*. Obtenido de ConceptoDefinicion:

<https://conceptodefinicion.de/color/>

Pozo, J. C. (27 de Marzo de 2017). *Waka*. Obtenido de Waka:

<https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen-corporativa/>

Quiroa, M. (8 de Diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/imagotipo.html>

Raffino, M. E. (26 de Mayo de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:

<https://concepto.de/identidad/>

Raffino, M. E. (22 de Junio de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:

<https://concepto.de/creatividad-2/>

Roncancio, G. (20 de Noviembre de 2018). *Pensemos*. Obtenido de Pensemos:

[https://gestion.pensemos.com/que-es-el-balanced-scorecard-o-cuadro-de-mando-integral-un-](https://gestion.pensemos.com/que-es-el-balanced-scorecard-o-cuadro-de-mando-integral-un-resumen#:~:text=El%20Balanced%20Scorecard%20o%20Cuadro%20de%20Mando%20Integral%2C%20es%20una,la%20estrategia%20de%20una%20organizaci%C3%B3n.)

[un-](https://gestion.pensemos.com/que-es-el-balanced-scorecard-o-cuadro-de-mando-integral-un-resumen#:~:text=El%20Balanced%20Scorecard%20o%20Cuadro%20de%20Mando%20Integral%2C%20es%20una,la%20estrategia%20de%20una%20organizaci%C3%B3n.)

[resumen#:~:text=El%20Balanced%20Scorecard%20o%20Cuadro%20de%20Mando%20](https://gestion.pensemos.com/que-es-el-balanced-scorecard-o-cuadro-de-mando-integral-un-resumen#:~:text=El%20Balanced%20Scorecard%20o%20Cuadro%20de%20Mando%20Integral%2C%20es%20una,la%20estrategia%20de%20una%20organizaci%C3%B3n.)

[Integral%2C%20es%20una,la%20estrategia%20de%20una%20organizaci%C3%B3n.](https://gestion.pensemos.com/que-es-el-balanced-scorecard-o-cuadro-de-mando-integral-un-resumen#:~:text=El%20Balanced%20Scorecard%20o%20Cuadro%20de%20Mando%20Integral%2C%20es%20una,la%20estrategia%20de%20una%20organizaci%C3%B3n.)

Superintendencia. (2021). *GOV.CO*. Obtenido de GOV.CO: <https://www.sic.gov.co/node/77>

Superintendencia. (2021). *GOV.CO*. Obtenido de GOV.CO: <https://www.sic.gov.co/creditos>

Apéndices

Apéndices A. Actualización en la plataforma de facebook con su nueva imagen.



Fuente: <https://www.facebook.com/EMCAR-APC-107204887485678>

Apéndices B. Actualización en la plataforma de instagram con su nueva imagen.



Fuente: <https://www.instagram.com/apcemcar/?hl=es>

Apéndices C. Actualización de la página web con su nueva imagen.

The screenshot displays the website for EMCAR, a community water utility. The header features a blue banner with a mural of a colorful owl on a water tank. The text on the banner reads: "EMCAR Una empresa con conciencia ambiental Empresa comunitaria de acueducto de Río de Oro". Below the banner is a navigation menu with items: "Última entrada", "Estructura Organizacional", "Misión y Visión", "Reseña Histórica", "SERVICIOS", and "QUIENES SOMOS?". The main content area shows a photo of a worker in a blue cap and white shirt performing maintenance on a trench. The photo is labeled "ALCANTATILLADO" and includes a camera icon, a date "SEP 25, 2020", and the user "ADMEMCAROOT". To the right of the photo is a sidebar menu with categories: "Últimas", "Populares", "Tendencias", "ESTRUCTURA", "Objetivos", "ESTRUCTURA", "Limpieza y Mantenimiento", "ACTIVIDADES", "EQUIPO", and "TRANSPARENCIAS", "10.11. Informe de peticiones, quejas, reclamos y denuncias".

Una empresa con conciencia ambiental

Fuente: <http://www.emcar.com.co/>

Apéndices D. *Certificado de realización de la fachada.*



EL SUSCRITO GERENTE DE LA EMPRESA COMUNITARIA DE ACUEDUCTO DE RIO DE ORO "EMAR APC"

CERTIFICA QUE:

La Srta. **Daniela Valentina Duran Pedroza** con cedula 1.064.842.898 y código estudiantil 311190 realizo su trabajo de grado modalidad pasantías titulado "**Elaboración del manual de identidad corporativa de la empresa EMCAR APC de Río de Oro**" en el primer semestre de 2021 el cual fue aprobado por la junta de socios mediante asamblea general.

Debido a demoras presentadas por la empresa de publicidad encargada de la impresión del trabajo no se ha podido instalar en la empresa las imágenes, y conociendo que hasta el día lunes 2 de agosto de 2021 vence el plazo para presentar el trabajo certifico que todo fue entregado a tiempo por la estudiante.

Cordialmente,



ADOLFO RIZO CONTRERAS
Gerente
EMCAR APC
Rio de Oro, Cesar.

DÍA MUNDIAL DEL AGUA 22 de marzo

Recolección de Residuos Sólidos
"RIVERA del RÍO"

PUNTO DE ENCUENTRO: Hospital local

ESTE PRÓXIMO LUNES 22
A LAS 6:00 A.M.

!POR UN MUNDO EN EQUILIBRIO,
AMO, CONSERVO Y RECICLO!

INVITAN:

OPORTUNIDADES
PARA TODOS

ACOSERVI

EMCAR

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

22 de marzo

El 25 % del agua del planeta es dulce.

El 90 % de los recursos hídricos del planeta están en la Antártida.

Durante una ducha de 5 minutos se gastan entre 95 y 190 litros de agua.

Gran parte de la contaminación del agua de la Tierra se ha producido desde el final de Segunda Guerra Mundial y la actualidad.

EMCAR

Día Mundial del Agua

22 DE MARZO

EMCAR

22 de Abril

Día Mundial de la Tierra

Cuidar, proteger y defender la casa de todos.

La madre tierra y sus ecosistemas nos dan vida y sustento.

¡Hay que conservarla!

EMCAR

Día del Árbol

29 de abril *Un árbol es vida y salud*



EMCAR

5 de junio | DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

Ayudemos a Reducir, Reciclar y Reutilizar.

Enseñar a cuidar el medio ambiente, es enseñar a valorar la vida.

¡Cuidemos nuestro planeta!



EMCAR
UNA EMPRESA CON CONCIENCIA AMBIENTAL

Día internacional de los Manglares

26 de julio

Los manglares son ecosistemas que garantizan la protección de los litorales y ayudan a mitigar los efectos del cambio climático.

¡Proteger, conservar y restaurar los ecosistemas es tarea de todos!



EMCAR

Día Nacional de la Vida Silvestre

30 de julio

La existencia continua de vida silvestre es importante para la calidad de vida de los humanos.



EMCAR

Junto a cada uno de
 nuestros
 colaboradores,
 extendemos un
 saludo y
 reconocimiento a
 cada mujer, esposa,
 madre y trabajadora
 por su entrega y
 esfuerzo, cumpliendo
 distintos roles
 importantes en
 nuestra vida y
 sociedad.

¡Feliz día de las madres!



EMCAR
Una empresa con conciencia ambiental

Feliz día de la mujer
8 de marzo

Más que flores y regalos mereces admiración y respeto por cada lucha interna y externa que libras a diario, manteniendo siempre la determinación y firmeza que te caracteriza.

*Les desea
 Adolfo Rizo Contreras
 Gerente*



EMCAR

Feliz día Internacional del Trabajador

En este día, reconozcamos y celebremos su éxito, fruto, esfuerzo y constancia de su arduo trabajo.



EMCAR



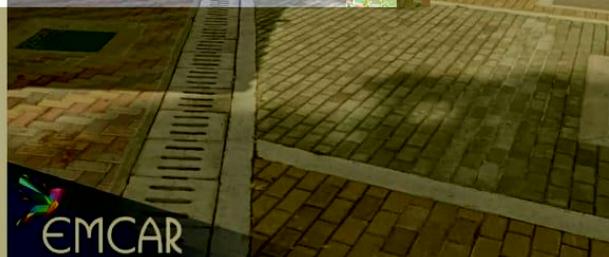
1 de Mayo

EMCAR

Comunicado

La empresa **EMCAR A.P.C.** informa a la comunidad Riodorense que el horario de atención a usuarios es de lunes a viernes en las horas de 7:30 a.m a 12:30 p.m. y de 2:00 p.m a 5:00 p.m, así brindamos una mejor atención.

Apéndices F. *Actividades complementarias para redes sociales*





EMCAR



EMCAR

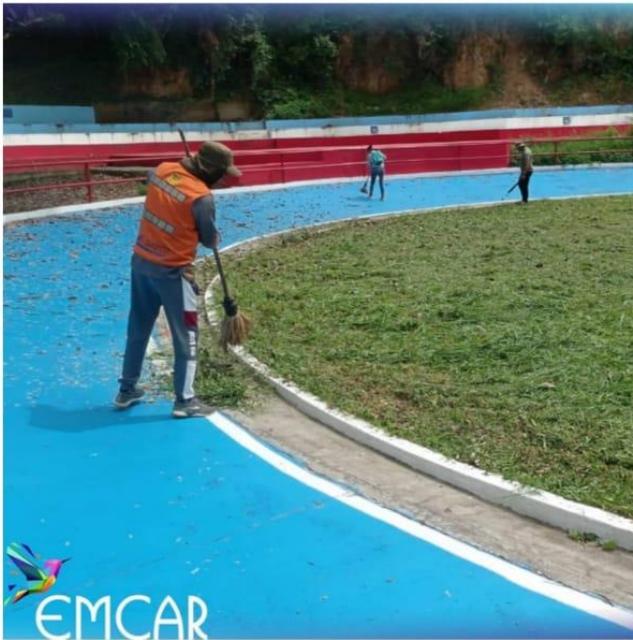


EMCAR



EMCAR





Apéndices G. *Manual de identidad corporativa de la empresa EMCAR.*



Manual de Identidad Corporativa

Portafolio de Servicios



Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro

Administración Pública Cooperada



EMCAR

Una empresa con Conciencia Ambiental

Índice

1. Introducción.....	3
2. Filosofía.....	5
2.1. Reseña Histórica.....	6
2.2. Objetivos.....	6
2.3. Quienes Somos.....	7
2.4. Misión.....	8
2.5. Visión.....	8
2.6. Principios.....	9
2.7. Organigrama.....	10
3. Marca.....	11
4. Construcción, aplicación, variantes y otros usos.....	13
5. Colores.....	21
6. Tipografía.....	23
7. Usos correctos y no correctos del imagotipo.....	25
8. Servicios de la empresa y Plan de Merchandising.....	29
9. Papelería, plantillas y fachada.....	33
10. Terminología	43

1. Introducción

- El siguiente manual busca unificar criterios de identidad corporativa, definiendo las pautas para la usabilidad de la marca gráfica y es la guía para asegurar su correcta aplicación.

Aquí se explica de manera detallada conceptos y aspectos importantes de la imagen e identidad visual corporativa, bases de diseño y definición, diferentes aplicaciones y limitaciones de la misma. En general el uso adecuado en lo que a comunicación visual se refiere.

El diseño, los colores, tipografía y la ubicación presente en este manual contribuyen a crear un estilo visual corporativo y generar una comunicación directa con nuestros públicos objetivos.

Para cualquier reproducción de la marca gráfica solo serán válidos los archivos digitales expresamente normalizados para esa función en sus diferentes formatos de aplicación. Lo que no esté contemplado en este manual, se considera que es de uso indebido.

2. Filosofía

2.1. Reseña Histórica

- Es una empresa descentralizada de la Alcaldía Municipal de Río de Oro-Cesar formada mediante acta de asamblea general de constitución N° 001 del 25 de Octubre del 2004.

Con esto creando a la Administración Pública Cooperada, Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro “EMCAR A.P.C” , Entidad prestadora de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo.

2.2. Objetivos

Los objetivos de la empresa EMCAR A.P.C están dirigidos a mejorar la calidad de vida de nuestros usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico,

- Asegurar la eficiencia en la prestación de los servicios públicos operados por la Empresa teniendo en cuenta la sostenibilidad ambiental.
- Desarrollar y mantener un equipo humano comprometido y competente.
- Ser reconocidos como una empresa amable y justa, generadora de calidad de vida.

2.3. Quienes Somos



- Somos una Empresa descentralizada de la Alcaldía Municipal de Río de Oro-Cesar formada mediante acta de asamblea general de constitución N° 001 del 25 de Octubre del 2004, creando a la Administración Pública Cooperada Empresa Comunitaria de Acueducto de Río de Oro "EMCAR A.P.C", entidad prestadora de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo.

Trabajamos con ética, respeto y compromiso y gran sensibilidad social para mejorar la calidad de vida de nuestros usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico, con conciencia ambiental, generando desarrollo para el municipio y valor para nuestros asociados, soportados en la efectividad del servicio y el bienestar de nuestra gente.

2.4. Misión

- Mejoraremos la calidad de vida de nuestros usuarios, satisfaciendo sus necesidades de agua potable y saneamiento básico, con conciencia ambiental, generando desarrollo para el municipio y valor para nuestros socios, soportados en la efectividad y el bienestar de nuestra gente.

2.5. Visión

- Consolidarnos como una empresa comunitaria modelo y líder en la prestación de servicio integral de acueducto y saneamiento básico en el municipio y la provincia, con inspiración para el desarrollo de nuevos negocios complementarios para el 2023 ser una empresa de ejemplo y altamente sostenible.

2.6. Principios



- Respeto

Trabajar en un ambiente que valore, comprenda e integre la diversidad generacional y demás, garantiza una buena productividad y una fuente variada de ideas potencialmente claves para la empresa.

- Confianza

Generar un ambiente de confianza mutua entre los trabajadores, usuarios y el jefe mantiene la fe, tener libertad de acción para conducirse genera el sentido de responsabilidad necesario el éxito de la empresa.

- Compromiso

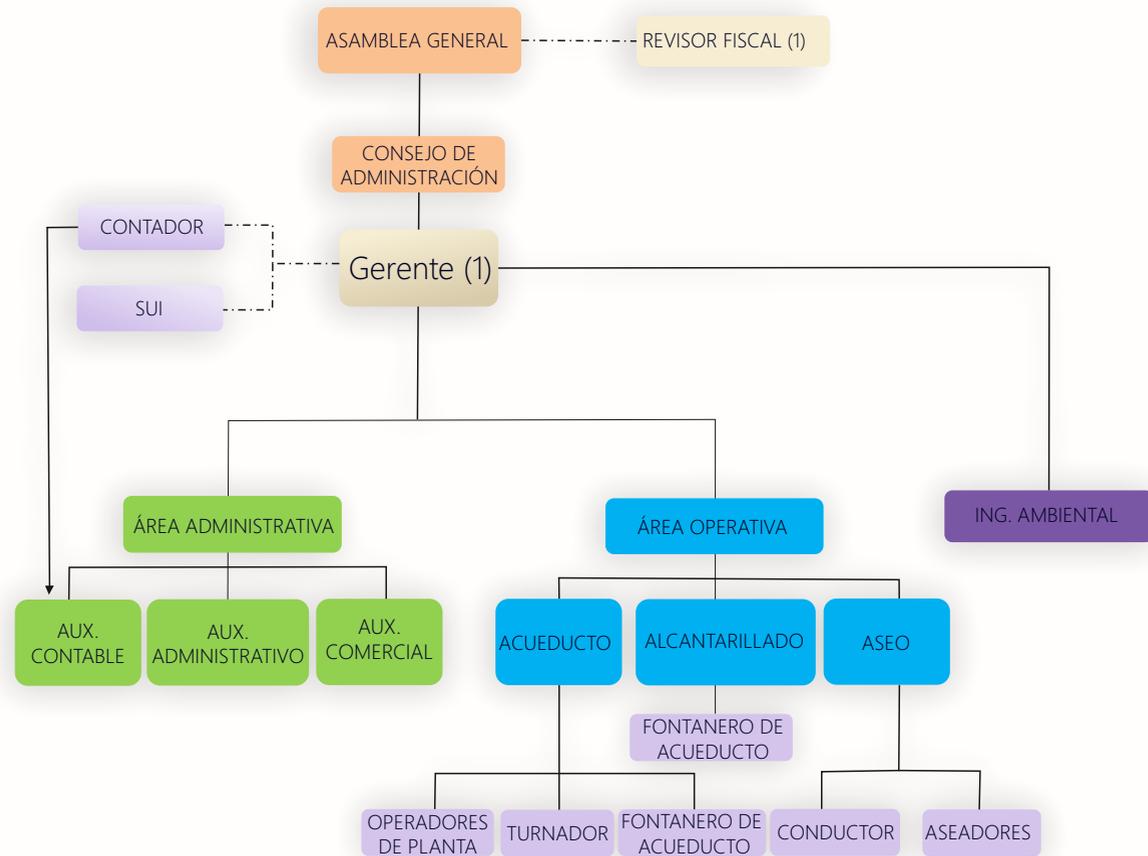
Resaltar el nivel de nuestros servicios para comprometernos con cada uno de nuestros usuarios.

- Trabajo en Equipo

Lograr tener una adecuada integración con cada trabajador, y mantener las habilidades de trabajar unidos para lograr el proposito de cada uno de nuestros servicios.

2.7. Organigrama

Estructura organizacional por cargos “Empresa comunitaria de acueducto de Río de oro, administración pública cooperativa EMCAR A.P.C.



3. Marca

- La empresa comunitaria de acueducto de Río de Oro, EMCAR A.P.C. una marca que permite identificarnos con nuestro público, que refleja cambio y lo positivo de este, es dinámico y cotidiano.

Con 17 años de trayectoria la Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de Río de Oro se reinventa para prestar un mejor servicio a sus 1.597 usuario en el servicio de acueducto, 2.074 usuarios en el servicio de alcantarillado y 2.101 Usuario en el servicio de aseo, y consolidarse como la mejor empresa de acueducto privada de Río de Oro, esto se proyecta y afianza en la nueva marca gráfica que representa a la empresa EMCAR.

4. Construcción, Aplicación, variantes y otros usos.



- La empresa comunitaria de acueducto de Río de Oro, EMCAR A.P.C nace mediante acta de asamblea general de constitución N° 001 del 25 de Octubre del 2004, es una entidad prestadora de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo, que satisface las necesidades de nuestros usuarios agua potable y saneamiento básico, generando desarrollo para el municipio.

La tipografía utilizada permite darle al Imagotipo una seriedad , responsabilidad y compromiso, además, los seis colores asignados reflejan variedad, vitalidad, representando la efectividad y trabajo en equipo.

El Imagotipo de EMCAR transmite nuestra visión y personalidad, esta imagen de marca surge del concepto de icono de gota de agua con ecología verde, ya que como empresa de acueducto satisfacemos las necesidades básicas allí presentadas; y finalmente contiene el slogan "Una empresa con conciencia ambiental" .



Zona de seguridad



- Se entiende como zona de seguridad el espacio que debe existir alrededor del Imagotipo o marca.



Aplicación, variantes y otros usos

- Imagotipo blanco y negro: Aplicación de la marca en blanco y negro en su versión en positivo.



Aplicación, variantes y otros usos



- Imagotipo invertido: en esta versión en negativo, se han dejado la parte externa de la gota de agua, hojas y ondas en blanco para resaltar la idea de naturalidad que la empresa maneja.



Aplicación, variantes y otros usos

- Aplicación de marca sobre fondos de color corporativo:



Aplicación, variantes y otros usos



- Aplicación de marca sobre fondos de color no corporativo:



Aplicación, variantes y otros usos

- Aplicación de marca sobre fondos de escala de grises:



5. Colores



Azul oscuro:
Transmite seguridad, confianza, conocimiento, firmeza, solidez, templanza.

C: 100 Y: 7
M: 92 K: 83



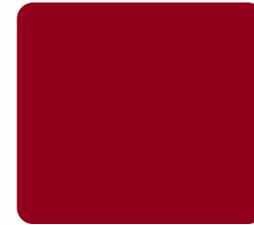
Morado:
Transmite profesionalidad, seriedad, integridad, sinceridad, calma e infinidad.

C: 76 Y: 0
M: 100 K: 0



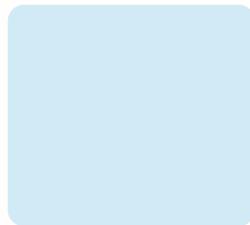
Azul:
Trasmite profesionalidad, integridad, sinceridad y calma.

C: 76 Y: 0
M: 33 K: 0



Verde:
Refleja naturalidad, ética, crecimiento, frescura, serenidad y aspectos orgánicos.

C: 78 Y: 100
M: 1 K: 5



Azul Celeste:
Refleja calma, sabiduría, amplitud, suavidad y tranquilidad.

C: 27 Y: 2
M: 1 K: 0



Verde Lima:
Asociado con la naturaleza, la confianza y la alta energía, promueve sentimientos de vivacidad, frescura y creatividad.

C: 42 Y: 100
M: 0 K: 0



6. Tipografía

Tipografía Corporativa y Uso General

- La tipografía corporativa de EMCAR es Boheld Free DEMO en el nombre, Locanita en el slogan y finalmente Microsoft JhengHei Light en la complementaria. Se escogió esta tipografía por su legibilidad, claridad y por la frescura que representa.

- Tipografía Principal

BOHELD FREE DEMO

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

Locanita

**ABCDEFGHIJKMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890**

- Tipografía Complementaria

Microsoft JhengHei Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

7. Usos correctos y no correctos del Imagotipo



Usos correctos del Logo



Usos No correctos del Logo





Usos no correctos del Logo

- Se recomienda evitar usos no correctos que afecten la imagen de la identidad corporativa.



- Cambios en la Tipografía



- Distorsión en su proporción vertical

8. Servicios de la empresa y Plan de Merchandising

Servicios

Sistema de Abastecimiento

El sistemas de abastecimiento de EMCAR está compuestos de sistemas de captación, como lo son las cuencas hidrográficas, ríos y quebradas, sistemas de distribución las cuales son las tuberías, y sistemas de almacenamiento y producción que es la planta de tratamiento.

Sistema de Conducción y Distribución

La línea de conducción de la empresa es un tramo de tubería que transporta agua desde la captación hasta la planta potabilizadora, y en cuanto a la distribución es por gravedad ya que la fuente de suministro este situado en un punto elevado respecto al municipio, de esta manera puede mantenerse una presión suficiente en las tuberías principales.

Servicio de Acueducto

La empresa EMCAR cuenta con la distribución municipal de agua apta para el consumo humano, incluida su conexión y medición. Sus actividades complementarias son la captación de agua y su procesamiento, tratamiento, almacenamiento, conducción y transporte.

Servicio de Alcantarillado

La empresa EMCAR posee la red de alcantarillado del municipio de Río de Oro, este servicio es de recolección de residuos, principalmente líquidos por medio de tuberías y conductos, evacuando aguas residuales o de lluvia.

Servicio de Aseo

La empresa EMCAR cuenta con un servicio público de aseo primordial para el municipio, donde principalmente se realiza la recolección de residuos sólidos, el cual incluye las actividades complementarias de transporte, tratamiento, aprovechamiento, corte de céspedes y poda de árboles ubicados en las vías y áreas públicas de Río de Oro.

Plan de Merchandising



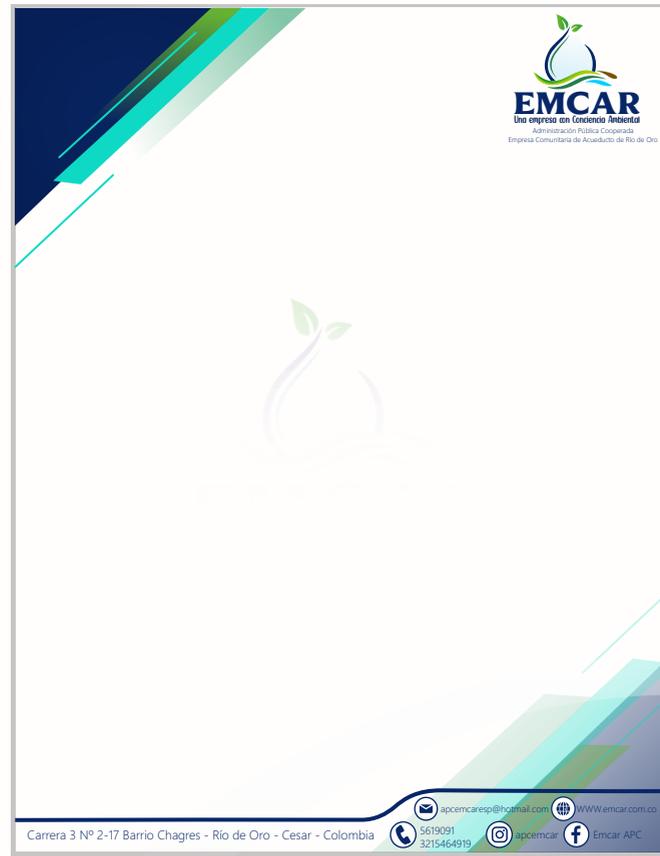
Plan de Merchandising



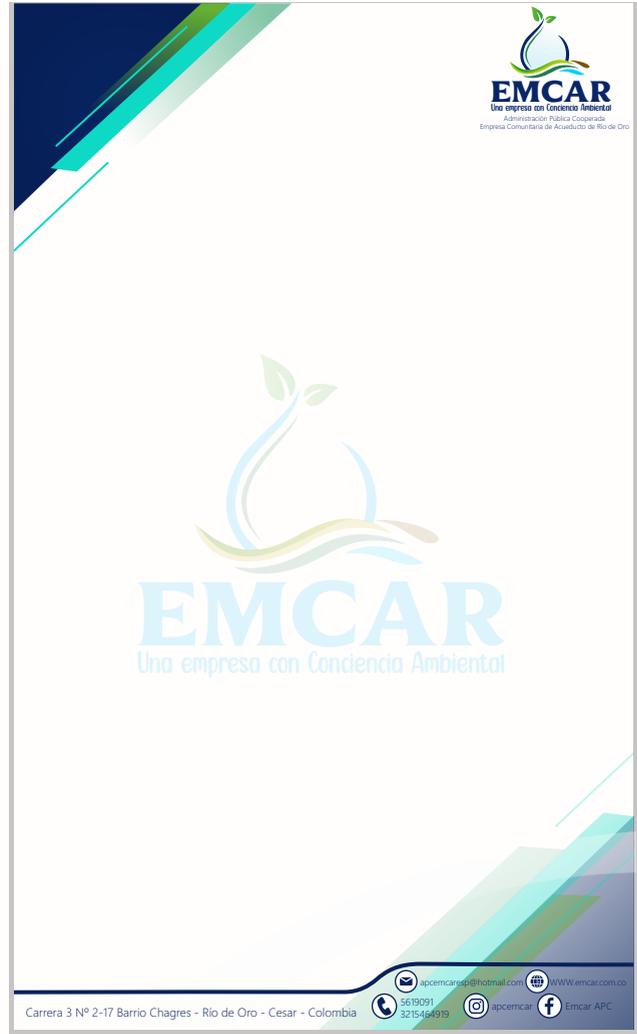
9. Papelería, Plantillas y Fachada

Membrete Tamaño Carta

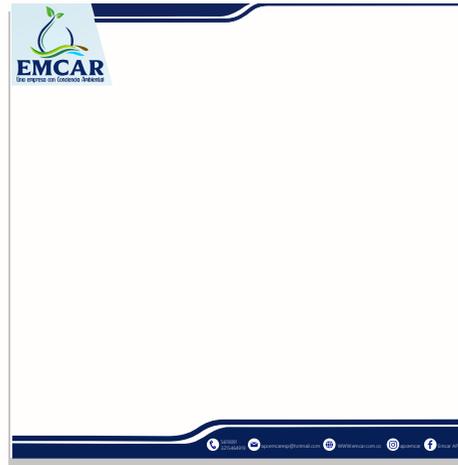
- La papelería es la manera en que nuestra empresa se presenta ante los usuarios.



Membrete Tamaño Oficio



Plantillas para Redes Sociales



Iconos en Redes Sociales



Presentación Microsoft PowerPoint (PPT)

Diapositiva Portada



Diapositiva Título de la Presentación



Diapositiva de Desarrollo



Fachada



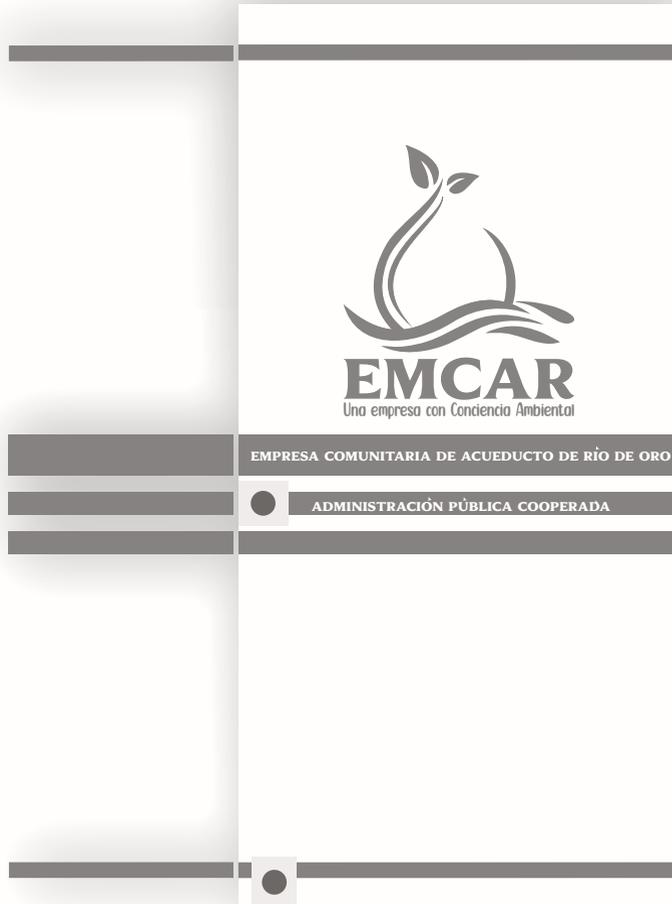
- Cartel Sede Administrativa



- Cartel Sede Operativa



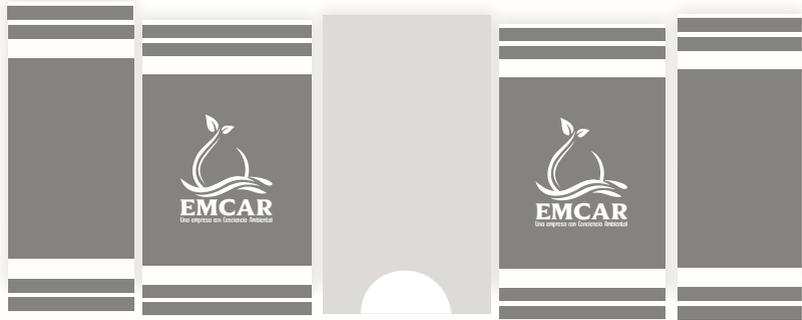
- Puerta Principal



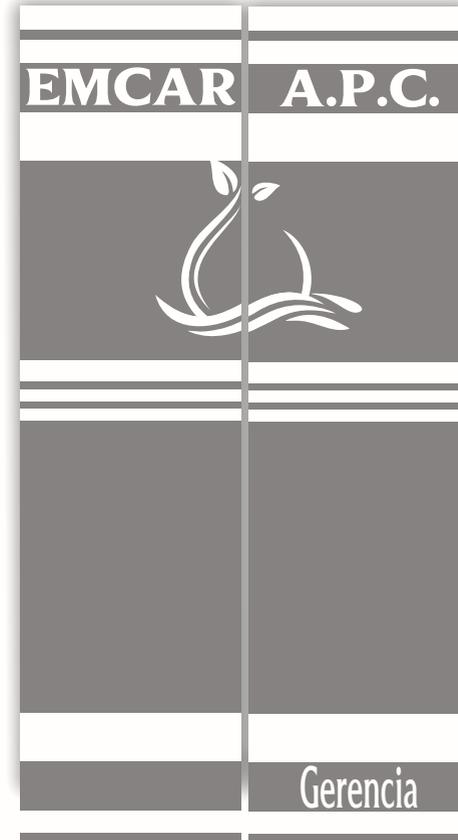
- Puerta de Oficinas



- Ventanillas de Pago



- Ventana Gerencial



Marcación de Vehículo



10. Terminología

Manual de Identidad Corporativa

Es una herramienta que tienen las empresas en la que reflejan todos los recursos gráficos de la marca, los colores elegidos de los elementos visuales, tamaños, tipografías, medidas, cómo aplicarlos, usos y restricciones.

Imagen Corporativa

Es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta.

Logotipo

También llamado simplemente logo, es el diseño del nombre de la marca en sí. El logotipo en este sentido, tiene dimensiones, colores, formas y disposiciones específicas y reguladas del nombre de una empresa o institución.

Identidad

La identidad del sujeto institucional o empresarial, constituye un sistema de mensajes complejo que puede manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución.

Planeación Estratégica

La planeación estratégica es un proceso que le permite a la empresa formular los objetivos que desea alcanzar a largo plazo y establecer las acciones que son necesarias para alcanzar dichos objetivos.

Identidad Corporativa

El conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de los demás entidades. El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa.



EMCAR

Una empresa con Conciencia Ambiental

Conoce Nuestras Redes



Sede Administrativa
Calle Chagres, Carrera 3 # 2-17

Sede Operativa
Barrio Jerusalén vía vereda el Gitano

Río de Oro, Cesar

Líneas de Atención al Usuario

