

Identidad Visual  
Medio de Reconocimiento Organizacional

Yury A. Pachón Muñoz  
Ingrid J. Ramírez Barrantes

UNIMINUTO

Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Sede Regional Soacha  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Tecnología en Comunicación Gráfica

Colombia

2015

Identidad Visual  
Medio de Reconocimiento Organizacional

Yury A. Pachón Muñoz  
Ingrid J. Ramírez Barrantes

Director de Grado: Ana María Bohórquez

Trabajo de grado para optar al título de  
Tecnólogo en Comunicación Gráfica

UNIMINUTO  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Sede Regional Soacha  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Tecnología en Comunicación Gráfica

Colombia

2015

## Contenido:

### Resumen y Abstract

1. Introducción.....	5
2. Pregunta Problema.....	6
2.1. Problemática.....	6
3. Interface de Investigación.....	8
4. Justificación.....	9
5. Referentes Conceptuales.....	10
5.1. Población.....	10
5.1.1. Sibateño(a).....	10
5.1.2. Discapacidad.....	11
5.2. Comunicación.....	16
5.2.1. Comunicación.....	17
5.2.1.1.1. Tipos de Comunicación.....	20
5.2.2. Comunicación Gráfica.....	21
5.2.2.1. Comunicación Organizacional.....	22
5.3. Diseño.....	28
5.3.1. Diseño.....	28
6. Referentes Teóricos.....	33
6.1. Teoría de la Organización.....	34
6.2. Teoría de la Comunicación Visual.....	35
6.3. Teoría de la Gestalt.....	36
6.4. Teoría del Color.....	41
7. Estado del arte.....	44
8. Objetivo General.....	47
9. Objetivos Específicos.....	47
10. Límites y Alcances.....	48
11. Metodología de la Investigación.....	48
11.1. Enfoque Metodológico.....	48
11.2. Técnicas e instrumentos de Recolección de Información.....	49
11.2.1. Técnicas de Investigación.....	53
12. Cronograma.....	56
13. Piezas Gráficas.....	58
13.1. Isotipo.....	58
13.2. Manual de Identidad.....	60
13.3. Sitio Web.....	62
14. Procesos de Fabricación.....	67
Conclusiones.....	69
Bibliografía.....	70

<b>Anexos.....</b>	<b>74</b>
--------------------	-----------

## **Resumen y Abstract:**

### **Resumen:**

En la presente Investigación se estudia la Cultura Organizacional del “Programa para Personas con Discapacidad” del Municipio de Sibaté, con el objetivo de corregir los déficits presentes en dicha organización; los cuales fueron determinados en primera instancia a través de 50 encuestas a la Población Sibateña.

Así, se verifica de forma cuantitativa que las nociones hechas con anterioridad a dichas herramientas, muestran la presencia de una Problemática Social al No existir un Reconocimiento Total por parte de la Población hacia dicha identidad.

Por ello, a través de herramientas evaluativas se determina la ausencia de estrategias en factores conformados por la Cultura Organizacional, como lo es la Identidad Visual y la imagen; la primera permite de una forma persuasiva la identificación o reconocimiento de una Organización dentro del medio público y comercial y el segundo, evalúa la Organización a través de la Percepción final del Público Interno y Externo.

Llegado a este punto, se analiza y muestra la Identidad Visual Corporativa como un medio gráfico que solventan los déficits presentados; tomando como elementos esenciales para la identificación y la Información el Isotipo y la Página Web.

**PALABRAS CLAVES:** Comunicación Gráfica, Cultura Organizacional, Identidad Visual Corporativa, Identidad Visual y Discapacidad.

### **Abstract:**

In this present research we study the organizational culture of the "Program for Persons with Disability" of Sibaté municipality, with the aim of correcting the deficiencies present in the organization; which they were determined in the first instance through the 50 surveys to the Sibateña Population .

So, it is verified of form quantitatively the notions made with anteriority to this tools, show the presence of a social problem the not exist a full recognition by the population to that identity.

Thus, through of evaluative tools it determined the absence of strategies in factors organizational culture, as is the visual identity and image; the first allows of a persuasive way the identification or recognition of an organization in the public and commercial medium and the second evaluates the Organization through the final perception internal and external audiences.

at this point, it analyzes and displays the Corporate Visual Identity as a graphic medium that solves the presented deficits; taking as essential elements for identifying and the Information the Isotype and website.

**KEYWORDS:** Graphic Communication, Organizational Culture, Corporate Visual Identity, Identity and Visual Impairment.

## **1. Introducción:**

En la actualidad el poco reconocimiento o la falta de información sobre temas importantes para la comunidad a nivel social o personal, evita el surgimiento de proyecciones de la misma; ya que esta misma problemática hace surgir una serie de hipótesis erróneas que al no ser corregidas evitan el cumplimiento de las metas o objetivos propuestos por los elementos que necesitan ofrecer la información correcta y completa para el cumplimiento de su fin.

Por esto, mediante los conocimientos de la comunicación Gráfica y sus funciones dentro de la sociedad, se aborda el proyecto “Identidad Visual Medio de Reconocimiento Organizacional” la cual contempla la importancia que los entes o actores primarios como los secundarios manifestaron mediante la investigación preliminar hecha por el Grupo Investigador.

El cual, además de buscar una solución a la problemática que posee el Programa para Personas con Discapacidad del Municipio de Sibaté a causa de la falta de información; pretende ir eliminando otra hipótesis causadas por el mismo fenómeno, donde se contempla por algunos seres humanos el diseño como medio de persuasión de un ser sobre un producto; sin embargo, no es así, puesto que dentro de esta área el factor de comunicación vincula a la misma al servicio que se necesite dentro de una sociedad, servicio que no solo se vincula a la parte comercial si no a la ayuda de la convivencia, comunicación y relación de todos los sujetos dentro de un mismo entorno.

“Las ideas nuevas le competen a quien este mundo quiere, sin importar el quien, el donde, siempre se debe conseguir lo que se propone”.

## **2. Pregunta Problema: problemática**

¿Cómo dar a conocer el “Programa para Personas con Discapacidad” a la población del Municipio de Sibaté y con ello poder acceder a los servicios del mismo?

### **2.1. Problemática:**

La percepción obtenida sobre un ente, es un factor fundamental para el auge del mismo, haciendo que este llegue a cumplir sus objetivos a corto y largo plazo. Este proceso es fundamentado mediante los sentidos que el hombre posee: La vista, el oído, el olfato, el tacto y el gusto; de los cuales dos son primordiales para el avance de la creación de organizaciones.

Dichos sentidos son la vista y el oído, sentidos que permiten tener una percepción, la cual está sujeta a la creación de paradigmas que originen conceptos sobre dichas organizaciones; Por esto, la Comunicación Organizacional hace parte de las organizaciones para la Percepción de la misma hacia el público, tanto interior como exterior.

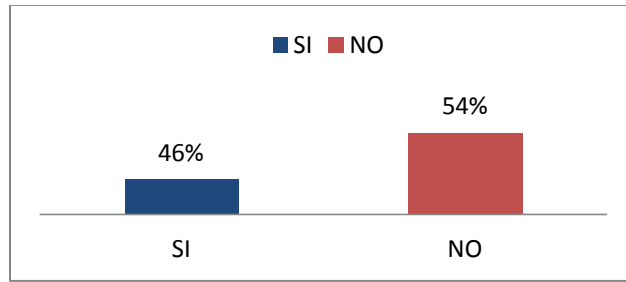
Es decir, es de vital importancia atender como organización las estrategias que hagan eficaces los objetivos trazados; ya que de no ser así, se podría cuestionar: ¿Cómo o de qué manera dicha Organización continua laborando o sirviendo a una sociedad, con una meta trazada pero sin un camino a recorrer? o ¿Cómo una Organización puede medir sus alcances sin medir a ciencia cierta el cumplimiento de sus objetivos?

Así, se establece la siguiente problemática donde: siendo el “Programa para Personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté un programa desarrollado a través de la Alcaldía y llevando siete años al servicio, no es reconocido por la totalidad de su comunidad; dicha hipótesis, se plantea a través de la percepción obtenida al preguntar a la comunidad por el programa.

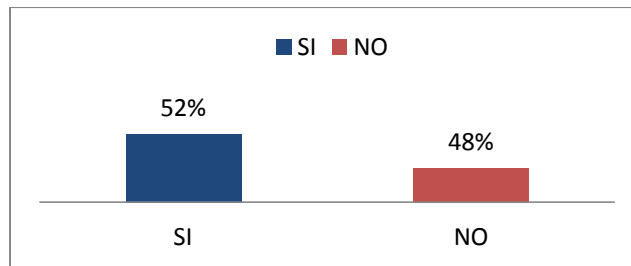
Por ello, como medio de verificación de la hipótesis, se realizan unas encuestas de “Diagnostico de la Problemática” a 50 personas habitantes del Municipio, con el objetivo de afirmar o negar el resultado obtenido a través de la percepción; a lo cual, los resultados afirman la hipótesis y arrojan los siguientes datos:



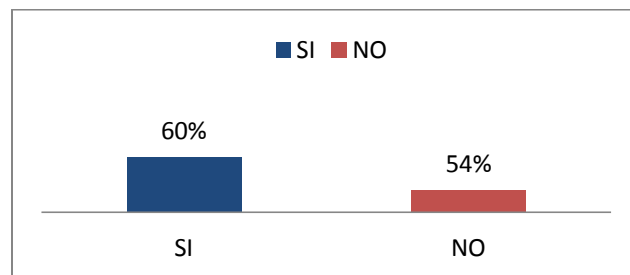
*¿Conoce el Programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?*



*¿Conoce usted la Ubicación del Programa de Discapacidad?*



*¿Conoce los Subprogramas otorgados por el Programa de Discapacidad?*



Es decir, que con respecto a las anteriores estadísticas, se realiza un análisis de resultados, donde se puede afirmar a partir de lo dicho que: “De las 50 personas encuestadas habitantes del Municipio de Sibaté, no todas tienen la información exacta; pues, las gráficas no encuentran una concordancia con respecto al conocimiento de la existencia del programa e información del mismo, como la ubicación y sus subprogramas. A lo cual, se deduce que la información no está totalmente clara y es de importancia tanto para la Organización como para la Comunidad dar solución a esta problemática, que puede crear desinformación que afecta a las dos partes”

Ahora, teniendo en cuenta la problemática hallada se suma a las cuestiones ¿Cuál es la causa de dicha Problemática?; pues bien, partiendo de los conceptos que se aluden al termino “Organización”, se encuentra el término “Cultura Organizacional”, el cual amplía un poco más el termino organización abordando en este los factores que intervienen ya para el progreso de las misma.

Por ende al no hacer una referencia o al no establecer un manejo adecuado de dichos factores, se puede crear diferentes déficits que afecta el objetivo de una organización, el cual dicho anteriormente evita en si el funcionamiento o la razón de la creación del mismo. Así, la consecuencia de la problemática radica en la falta de Identidad visual; la cual permite a la Organización ser identificada a nivel interno y externo, permitiendo a la misma un mejor posicionamiento a nivel empresarial y social en este caso, mejorando además otro factor complementario que es la Imagen.

Entonces, teniendo en cuenta que “La Comunicación Organizacional” es un área en la cual se realizan un análisis completo de una organización a nivel interno y externo, generando las estrategias pertinentes que ayuden a que la misma tenga dentro de un público una aceptación o en este caso un reconocimiento existencial, se aborda la misma como área de solución.

Teniendo en cuenta también, que la misma permitirá una búsqueda de solución a través de la diversidad de herramientas que se trabajan allí, a nivel gráfico; lo cual permite en el ser humano una mayor aceptación y percepción.

### **3. Interface de Investigación:**

La investigación desarrollada en el presente documento se rige bajo una de las interfaces de investigación ofrecidas por la Corporación Minuto de Dios, donde la misma permite al Grupo Investigador, abordar o descubrir su posición con respecto al vínculo entre el mundo educativo y el mundo laboral; el cual se encuentra a un paso del proceso actual, es así que dicha interfaz es:

**- Competitividad y Desarrollo Económico:** *En esta interface la actual investigación ayuda a aumentar la competitividad laboral del grupo investigador dentro del sector de la competitividad, abordando lo conocimientos obtenido por estos en un ámbito laboral al servicio industrial.*

#### **4. Justificación:**

Teniendo en cuenta que el “Programa para Personas con Discapacidad” del Municipio de Sibaté es una organización creada a través de un proyecto social, es decir que brinda el servicio a una comunidad, en este caso específica (Personas en Condición de Discapacidad).

Debe proporcionar un funcionamiento diario o de continuidad; ya que de no ser así, podría afectar el público externo, por la falta de servicio y su público interno por la inactividad Laboral; esto como posible consecuencia de la problemática donde se evidencia que la comunidad Sibateña desconoce de dicho programa.

Por esto, el grupo investigador en busca de un espacio que le permita identificar su participación en el ámbito laboral y por el sentido de pertenencia hacia su comunidad, siendo habitantes del Municipio de Sibaté; deciden acoger esta problemática, ya que se consideran parte de aquellos habitantes que desconocen de esta Organización que socialmente contribuye al progreso.

Dicha problemática, puede ser resuelta a través de la comunicación Gráfica, donde esta hace parte de los estudios profesionales del Grupo Investigador y la cual actualmente ha beneficiado a soluciones de problemas de la misma índole.

Ejemplo de ello, es la Investigación *“Estrategias de Comunicación Organizacional basadas en los actos lingüísticos sobre el proceso de evaluación de desempeño en el caso de Angelcom S.A.”* realizada por Melisa Cardona García de la Pontificia Universidad Javeriana en el año 2009; donde se analiza y evalúa la Cultura Organizacional de dicha organización, evaluando internamente la empresa para proporcionar estrategias que contribuyan al crecimiento y escalonamiento de la misma.

Esto, considerando que lo visual, llega a ser en la actualidad un factor importante; ya que a través de esta, se puede llegar a percepciones, aceptaciones, y cambios, por ser un área artística que atrae el público de una forma más factible; ya se ha por su armonía, actualidad o auge.

Así, tomando como solución conocimientos de esta área disciplinar como la comunicación organizacional; se puede reducir o eliminar la problemática del “Programa para Personas en Condición de Discapacidad” al ser desconocido por su propio público objetivo y área de contexto.

De ser efectiva la solución, se brindaría un sentido de pertenencia, posicionamiento y conocimiento tanto para el “Programa para Personas en Condición de Discapacidad” como para los Comunicadores Gráficos.

## 5. Referentes Conceptuales:

Los referentes contemplados para la investigación realizada permiten abordar conceptos sustentados mediante teorías, los cuales avalan el tema central de la investigación a partir del estudio general realizado; es decir, dentro de los conceptos y teorías a contemplar se mantiene un orden de proceso, el cual es el medio o la metodología tenida en cuenta para el desarrollo del estudio actual; dicho proceso se encuentra dividido en Población, Comunicación y Diseño.

### 5.1. Población:

En la parte del proceso de Población se muestran los conceptos que permiten al Grupo Investigador abordar a la población objeto de estudio, la cual se encuentra ubicada en el Departamento de Cundinamarca del Municipio de Sibaté y la cual está clasificada en aquellos que de una forma profesional, de acompañamiento o de forma directa componen dicha población; así se puede describir y señalar que:

**5.1.1. Sibateño(a):** Es el gentilicio que se le otorga a la gente habitante o naciente del Municipio de Sibaté que se encuentra ubicado en el Departamento de Cundinamarca de la Provincia de Soacha y el cual es usado dentro de la investigación como referencia de la población objeto de estudio de acuerdo a la ubicación de la Organización con la cual se está trabajando (Programa para Personas en Condición de Discapacidad), (Wikipedia).



Tomada de Google Maps

**5.1.2. Discapacidad:** Es la condición a la cual se ven sujetas algunas personas por existir una ausencia o exceso de habilidades físicas, psicológicas, sensoriales o de otro tipo que no permiten al sujeto poder realizar actividades contempladas en un ambiente normal; las cuales pueden encontrarse de forma momentánea o fija de acuerdo al tipo de discapacidad o también por causa de origen (OMS, Ginebra, 2001).

Los tipos de Discapacidad según la OMS (Organización Mundial de la Salud) son:

*“Discapacidad física: esta es la clasificación que cuenta con las alteraciones más frecuentes, las cuales son secuelas de poliomielitis, lesión medular (parapléjico o cuadripléjico) y amputaciones.*

*Discapacidad sensorial: comprende a las personas con deficiencias visuales, a las personas sordas y a quienes presentan problemas en la comunicación y el lenguaje*

*Discapacidad intelectual: se caracteriza por una disminución de las funciones mentales superiores (inteligencia, lenguaje, aprendizaje, entre otros), así como de las funciones motoras. Esta discapacidad abarca toda una serie de enfermedades y trastornos, dentro de los cuales se encuentra el retraso mental, el síndrome Down y la parálisis cerebral.*

*Discapacidad psíquica: las personas sufren alteraciones neurológicas y trastornos cerebrales”* (OMS, Ginebra, 2001).

Ahora bien, es importante mencionar que este concepto es pertinente para el manejo de la población objeto de estudio de esta investigación (por lo cual se presenta en la parte “población”); ya que el tipo de público al cual se le presta el servicio es a Personas en Condición de Discapacidad y por ello el conocimiento de los mismos permiten una intervención dentro de dicho grupo de una forma pertinente, donde no se vean vulnerados o señalados.

Por consiguiente, la organización “Programa para Personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté, maneja tres tipos de sujetos dentro de los procesos de Servicio; Persona(s) Diversamente Hábil(es), Cuidador(es) y asistentes donde se manifiesta que:

- **Persona(s) Diversamente Hábil(es):** Son las Personas que se encuentra en Condición de Discapacidad y a la cual se le brinda directamente el Servicio solicitado y prestado por el “Programa para Personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté.

Dicho apelativo es manejado desde la inclusión del mismo en el II Congreso Internacional de Discapacidad Rompiendo Límites realizado por FUMDIR la cual es una entidad sin ánimo de lucro ubicada en la ciudad de Bogotá – Colombia (Suba) y el cual puede ser estipulado en las “Políticas Públicas de Discapacidad” resueltas por el Ministerio de Salud de Colombia. (La Discapacidad Mental en

Colombia: Aproximaciones Socio-Jurídicas para su Compresión) ([www.Fundir.org](http://www.Fundir.org)).

Allí (II Congreso Internacional de Discapacidad Rompiendo Límites), se determina que este apelativo permite un mejor manejo en nombramiento para las personas con condición de discapacidad, ya que con este se puede decir que aunque un sujeto no tenga una habilidad, no es impedimento y no se le puede aludir que el mismo no posea otras habilidades.

- **Cuidador(es):** Se le llaman cuidadores a los familiares, acompañantes o acudientes de las Personas diversamente hábiles que asisten al “Programa para personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté; a estos se le atribuye dicho apelativo, ya que los mismos deben representar, acompañar y brindar de forma completa el bienestar requerido por el sujeto llamado Persona Diversamente Hábil.

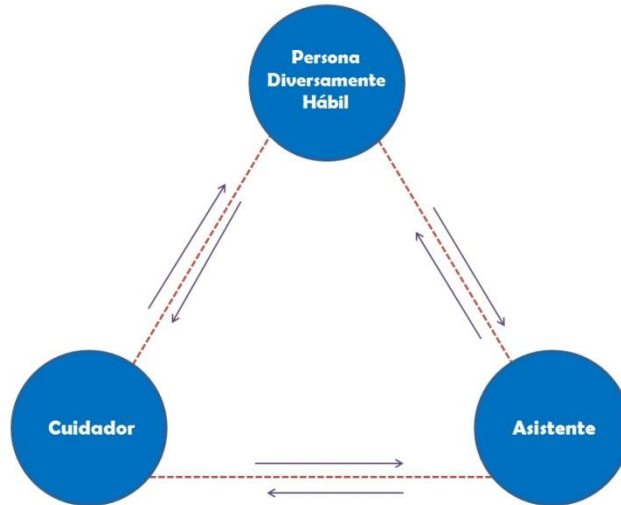
Este significado es apoyado a partir del manejo dado del mismo por Forero Aguirre Andrea y Romero Vannesa (2009) en el artículo “Piden reconocer a cuidadores” en el diario “El Espectador” donde manifiestan que los cuidadores son: *“aquellas personas que asumen las actividades que una persona limitada o discapacitada no puede hacer por sí misma...”*

Por ello, este término está sujeto a la política de la Organización la cual mediante las mismas establece la importancia de los tres entes de proceso y alude apelativos que le permitan mostrar de forma descriptiva un nombre donde se muestre la relación con la acción del sujeto y su descripción.

- **Asistentes:** Los asistentes son las personas que hacen parte del personal de trabajo del “Programa para personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté; los cuales se encuentran a cargo de los subprogramas que el mismo posee y quiénes son los encargados de brindar el servicio de acuerdo al subprograma.

Este término es acogido por la Organización teniendo en cuenta que el termino asistente en el Diccionario RAE (Real Academia Española) menciona que un asistente es: *“asistente social “Persona titulada, cuya profesión es allanar o prevenir dificultades de orden social o personal en casos particulares o a grupos de individuos, por medio de consejo, gestiones, informes, ayuda financiera, sanitaria, moral, etc.””*

Algunos de estos personajes poseen un título educativo y otros hacen parte de la Comunidad en Condición de Discapacidad, los cuales realizan labores de trabajo para la rehabilitación de personas que se encuentren en su misma condición en espacios de otras organizaciones e instituciones educativas.



Así, los anteriores apelativos se deben tener en cuenta para la realización de actividades por parte del Grupo Investigador, ya que como se mencionaba anteriormente facilita la comunicación entre el grupo, la población y la organización; además porque lo mismo contribuye al seguimiento de un proceso de inclusión en el cual se observa que la parte a incluir es la Población Sibateña hacia la Organización (Programa para personas en Condición de Discapacidad).

Además de esto, es de importancia para el grupo manejar los siguientes términos estipulados en los nombres de los subprogramas que ofrecen su servicio a la Comunidad Discapacitada o mejor llamada Personas Diversamente Hábiles, para así identificar otros elementos que hacen parte de este sistema u organización:

- **Terapia Física:** La Terapia Física es también conocida como Fisioterapia y hace parte de las ciencias de salud que ayudan a la rehabilitación corporal; así como lo describe la OMS (1958) al afirmar que:

*“La ciencia del tratamiento a través de: medios físicos, ejercicio terapéutico, masoterapia y electroterapia. Además, la Fisioterapia incluye la ejecución de pruebas eléctricas y manuales para determinar el valor de la afectación y fuerza muscular, pruebas para determinar las capacidades funcionales, la amplitud del movimiento articular y medidas de la capacidad vital, así como ayudas diagnósticas para el control de la evolución”.*

- **Terapia Ocupacional:** La Terapia Ocupacional es parte de las ciencias de la salud que trabaja las dificultades de las personas a través de actividades que como se mencionan en el nombre le brinden alguna ocupación al sujeto con la opción de rehabilitar sus dificultades.

Por otro lado, la OMS la define como:

*“el conjunto de técnicas, métodos y actuaciones que, a través de actividades aplicadas con fines terapéuticos, previene y mantiene la salud, favorece la restauración de la función, suple los déficits invalidantes y valora los supuestos comportamentales y su significación profunda para conseguir la mayor independencia y reinserción posible del individuo en todos sus aspectos: laboral, mental, físico y social”.*

- **Fonoaudiología:** La Fonoaudiología es denominada según Cifuentes, I., Iasso, C, & López, J. (2012) como: *“Terapia del Habla y del Lenguaje”*; es decir es aquella ciencia incorporada a la salud y a la educación que trabaja los problemas presentados al momento de hablar y leer, ya sea por un déficit de aprendizaje o dificultad del sistema fonoaudiológico (Físico). Dicha ciencia nació a partir de la ASHA (Asociación Americana de Habla – Lenguaje y Audición) en el año 1925 (Cifuentes, I., Iasso, C, & López, J, 2012).

Por esto, las actividades dentro de esta ciencia se manejan a través del aprendizaje o medio de repetición continua de palabras que permitan el manejo de los sentidos del habla y el oído; esto debido a que los dos complementan un proceso lingüístico para que el sujeto pueda hablar, escribir e identificar correctamente palabras u gráficos que permitan la comprensión de los elementos según el entorno.

- **Trabajo Social:** El trabajo social es una área que se fundamenta en la ayuda del ser humano en espacios de trabajo, educación y otros entornos donde el fin es brindar bienestar; así como lo menciona la Organización de las Naciones Unidas y la Asociación Internacional de Escuelas de Trabajo Social al determinar que es una profesión:

*"que promueve el cambio social, la resolución de problemas en las relaciones humanas y el fortalecimiento y la autonomía del pueblo, para incrementar el bienestar. Mediante la utilización de teorías sobre comportamiento humano y los sistemas sociales, el trabajo social interviene en los puntos en los que las personas interactúan con su entorno. Los principios de los Derechos Humanos y la Justicia Social son fundamentales para el Trabajo Social" (Organización de las Naciones Unidas y la Asociación Internacional de Escuelas de Trabajo Social)*

- **Ayudas Técnicas:** Las ayudas Técnicas son los elementos terapéuticos que ayudan al ser humano a solventar algunas acciones que el mismo no puede realizar o son también aquellos que corrigen algún problema presente a nivel corporal, los mismos eran llamados anteriormente Producto de apoyo, pero este término fue modificado al actual (ayudas técnicas) a través de la norma ISO 9999:2007, ya que su significado variaba del manejo que se le quería otorgar (Wikipedia).

Dicha ayuda está contemplada dentro de la organización (Programa para personas en Condición de Discapacidad) como función del Trabajo Social, ya que el mismo verifica y radica las necesidades de las Personas Diversamente Hábiles que asisten a



la misma y prioriza algunos casos de acuerdo a la cantidad de elementos que puedan ser entregados.

- **Centro Sensorial:** El Centro sensorial es un subprograma del “Programa para personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté, que brinda una rehabilitación o aprendizaje a una población en etapa de la niñez, donde se trabajan a partir de algunas herramientas la estimulación de las acciones determinadas para los sentidos y el cuerpo; así como se define en la Meddiclopedia; *“Centro sensorial: todo centro que recibe un impulso sensorial”*.

El Centro cuenta con el apoyo y servicio de una fonoaudióloga y una fisioterapeuta; en el cual se trabajan en su mayoría casos de Síndrome de Down esto teniendo en cuenta que los mismos presentan deficiencias motrices y de aprendizaje como lo menciona KidsHealth.org (2012): *“Lo niños pueden presentar retrasos en la adquisición del habla y de las habilidades básicas para cuidar de sí mismos, como comer, vestirse y aprender a usar el baño”*.

- **Arte Diversa:** Arte Diversa es un subprograma en el cual se trabaja distintas técnicas de Arte Visual con dos grupos específicamente, aquellos que presentan deficiencias cognitivas y personas invidentes; dentro de este subprograma se pueden observar técnicas de ilustración, artesanía, ebanistería y pintura (Wikipedia).

Por eso, el mismo se basa en el Arte Terapia la cual según la Asociación Colombiana de Arte Terapia:

*“es una profesión del área de la salud mental que utiliza el proceso creativo como puente de comunicación entre lo universal y lo particular, lo interno y lo externo, lo visible y lo invisible. En un espacio libre de juicios estéticos la persona participa activamente manipulando y transformando materiales artísticos, expresándose a través de ellos. Así, el Arte Terapia facilita la integración de los sentidos, lo verbal y lo no verbal (ar.te, 2010).*

- **R.B.C.:** Es una estrategia creada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) la cual afirma que:

*“La RBC es una estrategia de desarrollo comunitario para la rehabilitación, la igualdad de oportunidades y la integración social de todas las personas con discapacidad”* y la cual: *“se aplica gracias al esfuerzo conjunto de las propias personas con discapacidad, de sus familias, organizaciones y comunidades, y de los pertinentes servicios gubernamentales y no gubernamentales en salud, educación, trabajo, social, y otros”* (Documento de posición conjunta, 2004).

Tal es el caso del subprograma de R.B.C del “Programa para personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté; el cual se encuentra orientado por una persona en condición de discapacidad, donde la misma se presenta por la falta de vista y donde el mismo sirve como fuente de inclusión

en organizaciones e instituciones educativas ubicadas en la región del Municipio.

Además de estos términos es pertinente también, estipular otros términos integrados al concepto de discapacidad y salud: Rehabilitación e Inclusión; donde los mismos hacen parte de las filosofías manejadas para proyectos de Discapacidad y Salud:

- **Rehabilitación:** La rehabilitación es un término usado dentro del área de la Discapacidad como el proceso donde se pueden usar las diferentes ciencias de la salud y la integridad social para la búsqueda de la solución o superación de las dificultades presentadas en una persona (Dra. Hernández Tápanes, Solangel, InfoMED ESPECIALIDADES, conceptos básicos en rehabilitación, 2015).

Afirmación que se encuentra sustentada a través de la OMS mediante el Segundo Informe de su Comité Experto en Rehabilitación Médica (1968), donde define: *“la aplicación combinada de medidas médicas, sociales, educativas y profesionales para preparar o readaptar al individuo con objeto de que alcance la mayor proporción posible de capacidad funcional.”*

- **Inclusión:** Inclusión es un término usado actualmente como la acción donde se evita las desigualdades entre personas, grupos u elementos con el fin de garantizar el bienestar de un individuo.

Por esto, el mismo es muy recurrente en temas de discapacidad donde es tomado como inclusión social; lo cual la define como una manera de evitar desigualdades entre grupos sociales que no cuentan con las mismas condiciones, lo cual no avala el hecho de cohibir a alguien sobre alguna actividad, derecho o deber; así como se afirma en la ley estatutaria 1618 donde a través del artículo 2 del Título II Definiciones y Principios se define la Inclusión Social como:

*“Es un proceso que asegura que todas las personas tengan las mismas oportunidades, y la posibilidad real y efectiva de acceder, participar, relacionarse y disfrutar de un bien, servicio o ambiente, junto con los demás ciudadanos, sin ningún~ limitación o restricción por motivo de discapacidad, mediante acciones concretas que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad.”*

## **5.2. Comunicación:**

Dentro de este apartado de Comunicación se mostraran los términos manejados que permite estudiar a la Organización dentro de una Ciencia de la misma Comunicación, donde el “Programa para Personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté presenta déficits; los cuales fueron hallados a través de 50 encuestas de diagnóstico

problemático, donde se identifica como problema la Falta de reconocimiento a partir de la no existencia de una buena Comunicación entre la Organización y la población donde la misma presta sus servicios.

Por ello, se tiene en cuenta que para poder abordar y Conocer la Ciencia que permite la solución a la problemática presentada, es bueno mostrar como inicio el significado de un medio primario del ser humano para la obtención de beneficios sociales a nivel de relación de las mismas, como lo es la Comunicación y así poder derivar los demás conceptos que permitan abarcar el conocimiento de esta etapa:

**5.2.1. Comunicación:** La Comunicación es uno de los procesos primarios que el hombre como ser vivo desarrolla para poder interactuar con el ambiente y los elementos que hacen parte del mismo, así como también lo apoya la Lic. Águila Ribalta, Yaima en su Boletín electrónico AEG – Artículos de interés donde habla de la Comunicación en la vida cotidiana y cita a J. C Casales. (1989) quien describe: *“La comunicación es una condición necesaria para la existencia del hombre y uno de los factores más importantes de su desarrollo social”*.

Así mismo, se agrega en el mismo Artículo que: *“Al comunicarse con pensamientos y emociones las personas viven y se expresan, y cuando el objeto de comunicación son sus creaciones y experiencias, tanto los individuos o grupos progresan y se enriquecen culturalmente”* (Gómez Delgado, T.; 1998); es decir, si para el hombre este proceso apunta a un progreso a nivel individual el mismo también puede hacerlo a un nivel colectivo; esto teniendo en cuenta que dentro de la Comunicación debe existir el receptor y el emisor, los cuales no está solo señalados como una persona si no que también puede ser el conjunto de muchas.

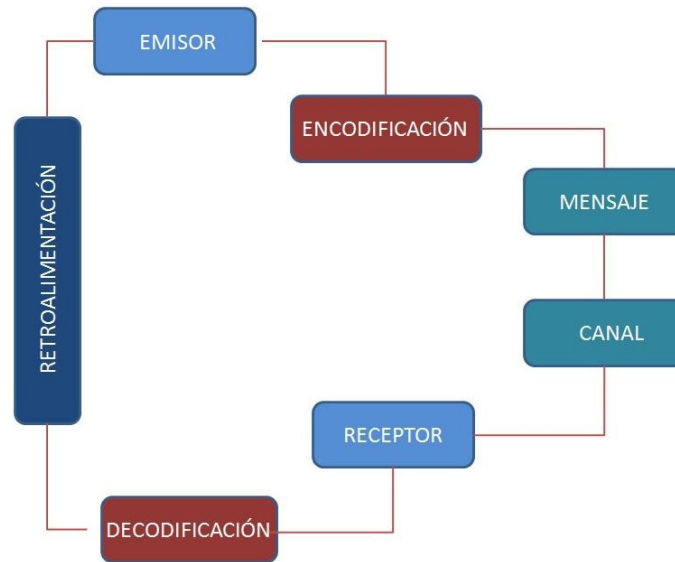
Por esto, se señala la existencia los elementos de la Comunicación; los cuales garantizan que exista un resultado óptimo a la proporción del envío y aceptación de un mensaje; como lo manifiesta Laswell (1948) *“Quien dice que, a quien, en que canal, y con qué efectos”*, estos elementos según Martínez de Velasco y Nosnik (1988) son:

- **Emisor:** Es la persona u objeto que envía el mensaje o información ya se ha en su inicio o en su retroalimentación; deduciendo así, que este es quien proporciona e inicia la comunicación por interés o manifestación propia para cumplir un fin.
- **Encodificación:** Es el proceso mediante el cual el emisor ratifica su idea de forma escrita, oral o de otra manifestación que permita mostrar de forma clara lo que quiere comunicar.

- **Mensaje:** El Mensaje es el resultado de la Encodificación y es el elemento verbal o no verbal que se transmite para que llegue al receptor.
- **Medio o Canal:** Son los elementos que intervienen en el envío que se hace del mensaje; es decir, son los elementos tangibles y no tangibles que hace que el mensaje le llegue al receptor, donde en este mismo concepto entran los medios o elementos que permiten al receptor recibir y percibir el mensaje que se le envía.

Podemos deducir entonces, que los elementos no tangibles son aquellos que se encuentran en el ambiente como el aire, la luz, etc.; como elementos tangibles son aquellos medios técnicos que se pueden palpar o tocar como los equipos de computo, televisión, radio, medios escritos (carta, periódicos, etc.), entre otros y los de percepción son aquellos que hacen parte del sistema sensorial como los sentidos y el Cerebro.

- **Receptor:** Es la persona u objeto al cual se le envía el mensaje con el objetivo de informarlo de acuerdo a lo enviado por el emisor y así cumplir un punto intermedio de la comunicación.
- **Decodificación:** Es un proceso donde actúa el receptor quien después de recibir el mensaje debe realizar una interpretación de lo que le llega, con lo cual se hace una idea que puede ser correcta o errónea y de la misma depende la calificación de la comunicación.
- **Retroalimentación:** En la retroalimentación es donde se evalúa la comunicación enviada del receptor al emisor, donde el mismo puede empezar nuevamente un ciclo del proceso de comunicación, donde deja de ser el receptor para ser el emisor.



**5.2.1.1 Tipos de Comunicación:** También, se puede aludir al concepto de la comunicación los tipos de Comunicación: Verbal, No verbal; los cuales se definen a partir de las formas y medios con los cuales se realizan sus procesos:

- **Comunicación Verbal:** La comunicación verbal es aquella contemplada en lo oral y en lo escrito; es decir en lo oral, es la manifestación entre un receptor y un emisor de enviar mensajes donde el habla es la principal herramienta.

En cambio, la forma Escrita es la empleada por los mismos a través de los gráficos representativos de letras, que conforman palabras, frases y textos que llevan consigo un tema; los mismos son plasmados en cosas o elementos que así lo permitan (hojas, aplicaciones, redes sociales, etc.) (<http://www.cca.org.mx>).

- **Comunicación No Verbal:** La Comunicación No Verbal es aquella que se efectúa en las actividades que realiza el ser vivo y que se puede percibir, ya que el mismo lo hace como respuesta a algo, donde un receptor puede interpretar el mensaje que de forma directa o indirecta el emisor o sujeto está enviando (<http://www.cca.org.mx>).

Por consiguiente, este término es necesario para la búsqueda de una solución a la problemática registrada dentro de la actual investigación por ser una acción faltante y determinante.

Además, de acuerdo a la información registrada y recolectada por medio del conocimiento de este término, el grupo verifica e identifica los elementos que hacen parte del concepto y

que se consideran que deben estar presentes en la organización; es decir mediante el concepto de comunicación se puede evaluar en primera instancia el nivel del problema.

**5.2.1. Comunicación Gráfica:** La Comunicación Gráfica es una rama de la comunicación derivada del tipo de comunicación verbal – escrita; la cual se define por utilizar la visión como una manera comunicativa, donde se necesita además de la trasmisión, la percepción como elemento para emitir y recibir los mensajes que se quieren entregar.

Esto, concluido a partir del aporte hecho por la Dra. Miquilena Verde, Elizabeth, quien a partir de un escrito en internet menciona: *“Por razón lógica se entiende que la comunicación gráfica es todo medio por el cual se trasmite un mensaje de manera visual, cualquier mensaje por a cualquier medio”*; donde la clave o la ciencia manejada a través de la Comunicación Gráfica es el manejo que se da al mensaje.

Donde este, puede llevar además de ilustraciones que permitan entender mejor el mensaje algún texto que complemente u oriente al receptor para que el mismo comprenda el mensaje; sin embargo si los gráficos usados garantizan que el mensaje se ha recibido de la forma en que se trasmite no hay necesidad de textos o en casos cuando la idea de la misma es crear diversidad de opinión.

Dicho de otra forma por el profesor Eduardo Gabriel Pepe, quien maneja los escritos del “Diseño y Comunicación Visual” de Bruno Murani: *“Supongamos que el mensaje visual está bien proyectado, de manera que no sea deformado durante la emisión: llegara al receptor, pero allí encontrara otros obstáculos”*.

Por otro lado, la comunicación Gráfica permite al profesional manejar diversas herramientas contempladas en áreas como: La comunicación, la ilustración, la fotografía, la publicidad y el Diseño; dentro de las cuales esta la que permite trabajar a un Comunicador Gráfico en una organización además del diseño, esta es la comunicación Organizacional.

**5.2.2.1 Comunicación Organizacional:** La Comunicación Organizacional o Cultura Organizacional, como lo dice su nombre comprende todas las formas en que se comunican o transmiten mensajes a nivel interno y externo en una organización; así mismo, lo define Collado Fernández, citado por Rodríguez Guerra, Ingrid dentro de “teorías de la comunicación organizacional” en gestiopolis al afirmar que la Comunicación Organizacional es: *“el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes*

*de una organización, y entre ésta y su medio*”; también se puede llamar a la Comunicación Organizacional “Cultura Organizacional”.

También es pertinente mencionar que esta área de la comunicación puede también presentarse en otros términos como Comunicación empresarial, institucional, organizativa, corporativa (Rodríguez Guerra, Ingrid, 2005, Febrero 17) esto dependiendo del lugar geográficamente donde se situó la misma o del organismo que trate el tema.

Dentro de esta área se manejan tres factores que determinan toda la Cultura Organizacional que ayuda o permite cumplir el objetivo de la empresa a nivel empresarial; estos factores son Identidad Corporativa, Identidad Visual e Imagen:

- **Identidad Corporativa:** La identidad Corporativa son los fundamentos con los cuales se constituye una Organización, los cuales le brinda estabilidad y rumbo a la misma (Reitter y Ramanantsoa, 1985); es decir, para formar una corporación o organización es de vital importancia trazar metas y pasos para el cumplimiento de los mismos.

Los cuales, son mencionados en la cultura Organizacional como: Misión, Visión, Valores, Organigrama y otros muchos fundamentos que la Organización considere necesarios para la constitución de la misma.

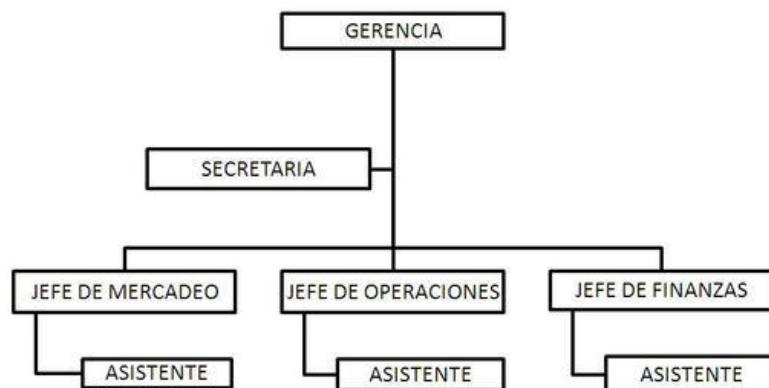
- **Misión:** La Misión es una estrategia que contempla el tiempo actual de la organización y es definida por O. C. Ferrel y Geoffrey Hirt como: el “*su propósito general*”; es decir, mostrar que es lo que hace la empresa o cual es su propósito por el cual se forma, esto puede ser respondido a través de la siguiente pregunta: “*¿qué se supone que hace la organización?*” (O. C. Ferrel y Geoffrey Hirt, Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante, 2004).
- **Visión:** La Visión es para Fleitman Jack (2000) “*el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad*”; Es decir, la visión es determinada por un tiempo futuro en el cual se tiene en cuenta lo que el momento es, el camino a recorrer y la meta a cumplir.
- **Valores Empresariales:** Los valores empresariales o Corporativos son los mismos que se conocen en la ética de un ser humano, como por ejemplo honestidad, transparencia, liderazgo, etc.; entonces, así como a nivel individual determina los comportamientos y la personalidad de un

sujeto, los valores dentro de una empresa manifiesta también comportamientos frente a las actividades realizadas desde lo interno a lo externo e inversamente.

Así como lo menciona Espinosa, Roberto en su Blog de Marketing y Ventas al definir los Valores Empresariales como: *“Los valores, son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento”*; es decir que con esto, se realiza con el modo de crear un ambiente laboral y exterior agradable para ambas partes, determinando el progreso individual y social.

- **Organigrama:** El Organigrama es una forma de mostrar las diferentes divisiones o departamentos que constituyen una organización, esto de acuerdo al servicio que cada uno preste o al tipo de profesión y su función que cada uno necesite; así como lo menciona ECURED (2012): *“Consiste en determinar la estructura interna del sistema, las relaciones funcionales y de subordinación del mismo, los flujos de comunicación e información entre sus subsistemas y asegurar la comunicación con el medio externo”*, donde también se puede añadir que para Mintzberg (1984) es una «red de comunicación»

Así pues, se considera que además de ser un medio para identificar departamentos dentro de una organización también sirve para el manejo de la comunicación y los pertinentes procedimientos que se necesiten realizar a nivel interno para garantizar el buen servicio.





Por esto, siendo la comunicación interna parte del organigrama se manifiesta la creación o manejo de dos tipos de comunicación a nivel organizacional (Esther, La Comunicación en la Empresa, 2009):

- **Formal:** La comunicación formal es la que se origina en una organización a través de medios pertinentes que informen internamente a los miembros de la empresa protocolos, actividades o situaciones de empleador a empleado, como de departamento a departamento; todo garantizando una buena comunicación dentro de la integridad de cada persona que haga parte de la empresa y con el conocimiento de las directivas administrativas de la empresa.
- **Informal:** La Comunicación Informal es toda aquella propiciada a través de las relaciones personales que se entablen dentro de una empresa, pero que no están estipuladas en medios sino que simplemente hacen parte de lo que se llama “de voz en voz”.

Así mismo, dentro del concepto de organigrama se puede manejar las direcciones de mensaje, que se encuentra estipulados entre vertical y Horizontal (Esther, La Comunicación en la Empresa, 2009):

- **Comunicación Vertical:** Como su nombre lo indica es aquella que se realiza verticalmente entre departamentos diferentes de forma escalonada, la misma puede ser ascendente (de arriba hacia abajo) o descendente (de abajo hacia arriba).
- **Comunicación Horizontal:** La horizontal es aquella que se realiza entre los miembros de un mismo departamento, cumpliendo así con los objetivos y actividades del mismo de forma grupal.

Sin embargo en las comunicaciones también puede existir la comunicación Diagonal la cual se define como:

- **Comunicación Diagonal:** Este tipo de comunicación no es representada linealmente en forma diagonal como lo estipula su nombre, pero permite identificar una comunicación donde un departamento necesita transmitir información a otro el cual no es de su jurisdicción o atribución; esto ayuda a que exista mejores relaciones laborales con distintos miembros de la organización (angeltoledano, 15 de junio, 2009).

Por otra parte de los Factores de la Cultura Organizacional mencionados con anterioridad se encuentra la Identidad Visual, el cual afecta no solo al público interno si no también al público externo:

- **Identidad Visual:** La identidad visual es uno de los factores de la cultura organizacional que abarca la comunicación interna y externa ya que permite identificar la organización ante la población visualmente, medio por el cual puede ser reconocido sin la necesidad de brindar mayor información.

Por esto, es un factor importante que permite a una organización salir al mundo comercial, donde necesita identificarse de una forma viable de allí la identidad visual es para algunos: *“es el medio primario por el que se manifiesta la personalidad de la empresa, su propia identidad”* (Costa, Joan, 2012).

De acuerdo a esto, para crear una identidad Visual en una organización se deben manejar algunos elementos los cuales según Eugenio Vega son:

- **Marca Corporativa:** La marca Corporativa es la forma visual de identificar a una organización, empresa o persona a través de Gráficos; por esto la misma maneja diferentes elementos de marca de acuerdo a sus componentes Gráficos:
  - ✓ **Isotipo:** Este muestra la parte icónica de una idea sin la necesidad de un elemento denominativo (texto) y es llamada Marca Gráfica.
  - ✓ **Logotipo:** En este se muestra elementos denominativos, es decir texto determinado por Tipografía o por diseño exclusivo.
  - ✓ **Imagotipo:** En este se muestra la Unión entre los elementos Denominativo y Gráfico; dicho en otras palabras Texto e Imagen los cuales se encuentran en la composición por separado.
  - ✓ **Isologo:** En este se muestra la Unión del Isotipo y Logotipo, al igual que el imagotipo; sin embargo a diferencia de este los dos están agrupados. (Wikipedia).



Tomada de noelgallardo.wordpress.com

- **Tipografía Corporativa:** La tipografía es definida por Pablo Cosgaya como: *“la materia en que se desarrollan los contenidos históricos, teóricos y prácticos referidos al elemento con que se representan visualmente las palabras y los textos”*; entonces, la Tipografía Corporativa es la fuente que escoge la Organización para la manipulación de la misma, en medios impresos o gráficos.
- **Colores Corporativos:** El Color según Isaac Newton es una sensación que se obtiene gracias a la luz percibida por el Órgano de la vista quien envía mensajes al cerebro y así define infinidad de cosas a través de dicha sensación.  
  
Por esto los colores Corporativos son aquellos que identifican a la Organización y los cuales son escogidos y manejados por los mismos para elementos gráficos que puedan representarlos y por los cuales muestran parte de ellos provocando sensaciones de aceptación y recordación a su público.
- **Papelería Corporativa:** La papelería es denominada como su nombre lo indica la presentación mediante elementos de papel que representan de forma visual una Organización u otro Organismo o como se menciona en “e02 diseño”, es: *“aplicaciones de la marca”*; algunos elementos que componen la papelería son: Tarjetas de Presentación, Hoja membretada, Sobres, Carpetas y Credenciales de Identificación; así también pueden

existir una infinidad dependiendo de la necesidad y gusto de la Corporación.



Tomada de [www.macrografic.ol](http://www.macrografic.ol)

- **Material POP:** El material POP es una categoría de Marketing que promueve y promociona un algo donde se estipula la identidad visual en un objeto tangible; esto teniendo en cuenta que la palabra POP significa Point of Purchase, es decir material de punto de venta. (Red Gráfica Latinoamericana, Material P.O.P y su utilidad).



Tomada de [studio10.comco](http://studio10.comco)

Como finalidad del proceso de la Cultura Organizacional esta el factor “Imagen”; el cual radica del manejo de los dos anteriores ante el público externo, así este es definido como:

- **La Imagen:** La imagen es el último factor de la cultura organizacional que brinda el resultado de los dos anteriores, el cual se origina a través del Público externo; sin embargo, el público interno también de cierto modo obtiene una participación, pero la misma es mínima ya que se reduce a su espacio de trabajo.

Así, el público externo a través de lo que percibe de un ente brinda expresiones sobre el mismo de acuerdo a su experiencia propia o ajena a la cual asedió de alguna forma; del mismo modo, Joan Costa (1999) expresa a través de su contexto de Imagen Mental que: *“La duración del proceso, que puede ser más o menos dilatada en el tiempo, en función de la frecuencia de los impactos recibidos y la intensidad psicológica con que la imagen concierne al receptor”*.

Con ello, se puede agregar o deducir que con lo dicho anteriormente, lo que un público externo exprese sobre una organización se manifiesta a nivel mental y afecta en la memoria, con esto puede hacer o recrear una imagen de lo que se es y se hace, sobre una organización.

### 5.3. **Diseño:**

En esta parte se trabaja el diseño como parte de la solución; por lo cual, dentro del mismo se abordara conceptos que parten desde la definición del diseño y elementos que ayudan al mismo, siendo respuestas o soluciones:

**5.3.1 Diseño:** El diseño es una herramienta manejada en muchas ciencias y procesos para el desarrollo de una solución, el cual maneja un proceso que lo conlleva a la creación de algo visual tangible o no tangible; así como lo menciona Frascara (2000):

*“El diseño es una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo visible en visible, en definitiva, comunicar. Incluye juicios de valor, aplicaciones de conocimientos, adquisición de nuevos conocimientos, uso de intuiciones educadas y toma de decisiones”*.

En otras palabras, es un proceso complejo que manifiesta resultados a través de investigaciones que lo conlleva a resolver y transmitir una idea con un objetivo específico; además, de esto se puede agregar que esta herramienta en la actualidad tiene un auge por su nivel de integración hacia otras áreas, así se podría tener en cuenta lo mencionado por

Frascara al decir: *“El diseño podría ser muy útil para responder a necesidades urgentes de la humanidad”*.

Por otra parte, se puede mencionar los distintos campos donde se hace uso del diseño, estos son: Publicidad, Gráfica, Arquitectura, Espacios, Industrial, Moda y Textil (Olaya, Julián, 2012)

Con respecto a lo mencionado dentro del término diseño, es concerniente exponer el significado de “Piezas Gráficas” ya que es un término utilizado en el medio de diseño y por consiguiente no puede ser relevante; ya que, quien desconozca del término puede sentirse apartado o alejado del mismo, por ello:

- **Piezas Gráficas:** El término “Piezas Gráficas” es otorgado a los elementos visuales resultado de un proceso de diseño; así como lo menciona López, Jair (2010) citando al Lic. Fernando Coto, quien manifiesta que:

*“Una **pieza gráfica** se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en su tipo de soporte y el formato en el que se coloca, generalmente es un término utilizado para referirse a un arte con una finalidad publicitaria, este puede ser para fines de impresión o para publicidad de tipo exterior vallas, mupis etc.”*

Sin embargo, aunque este término según el Lic. Fernando Coto es manejado *“...para fines de impresión o para publicidad...”* también es manejado en otros campos del diseño y no se designan únicamente para elementos impresos; puesto que, existen elementos gráficos no impresos como lo son los de multimedia, los cuales hacen o se integran al Diseño Gráfico o al Diseño Publicitario, de allí la expresión primaria de: *“...el cual puede variar en su tipo de soporte y el formato...”* (Lic. Coto, Fernando, López Jair, 2010).

Dentro de las Piezas Gráficas que se encuentra desarrolladas por el Grupo Investigador dentro de la presente Investigación se encuentran: Isotipo y Sitio Web; el primero permite

ofrecer una identidad gráfica a la organización y el segundo permite brindar un medio de acceso informativo sobre la organización para un Público.

Por esto, los conceptos de las mismas como otros que interfieren para el desarrollo y muestra, son abordados a continuación para el conocimiento y la justificación de las mismas como uso en la investigación:

- **Isotipo:** El Isotipo como se menciona anteriormente es un componente Gráfico de la Marca Corporativa y muestra un elemento icónico; donde su objetivo es brindar una identificación a través de la Identidad Visual de la Organización.

La cual debe ser clara y concisa, generando recordación; así como lo menciona Otto Neurath: *“La gran ventaja del isotipo es que es muy fácil de recordar”* y añade:

*“El isotipo debe transmitir un mensaje claro pero fuerte, un mensaje que no sea difuso porque como no consta de tipografía a la que el receptor pueda recurrir para aclarar lo que el dibujo quiere transmitir, está sólo el dibujo para lograr el efecto deseado: el reconocimiento de la compañía y de sus características esenciales”* (diloengrafico.wikispaces.com)

- **Logotipo:** El Logotipo es otro componente gráfico de la Marca, el cual no maneja iconos si no denominativos o texto basado en el nombre de la Organización; como lo menciona Stanton, Etzel y Walker al decir que es: *“... denotar el símbolo de marca o incluso el nombre de marca, en especial si éste se escribe de forma distintiva y estilizada”* (Morales Soto, Cristian, 2007), noción que también es apoyada por La American Marketing Association (AMA) donde se afirma que el Logotipo es:

*“un diseño gráfico que es utilizado como una continuación del símbolo por una compañía, organización o marca, y es a menudo, la forma de una adaptación del nombre de la compañía o de la marca, o es utilizado conjuntamente con el nombre”* (Morales Soto, Cristian, 2007).

A lo cual, se puede concluir que el Logotipo es una segunda fase de diseño de la identidad Visual de una Organización, donde la primera es el Isotipo y allí se realiza la parte icónica o de símbolo; luego de ello, se maneja el nombre de la Organización el cual está estipulado por una Tipografía o diseño estilizado.

- **Manual de Identidad:** El Manual de Identidad Gráfica es un documento que se realiza con el fin de mostrar los parámetros o reglas con los cuales se diseña y maneja la Identidad Visual de una Organización (Wikipedia).

Por esto mismo, en el se contempla todos los elementos utilizados por la empresa para el reconocimiento visual de la misma a nivel interno y externo, evitando así mal uso de los mismos y reconociendo su autenticidad bajo el dominio Corporativo del ente al cual pertenece.

Por ello, en los Manuales de Identidad o Manuales de marca según Uzkiaga se debe tener en cuenta los siguientes componentes a especificar: *“Significado de Logotipo, Composición de Logotipo, Colores Corporativos, Tipografías, Tamaños mínimos de Reproducción y especificaciones para Tamaños Especiales, Papelería Corporativa, Uso de la Imagen en diferentes Aplicaciones”*.

- **Sitio Web:** El Sitio Web es un espacio en la internet compuesto por Páginas Web, las cuales muestran información a través de documentos o elementos de multimedia (Fotografía – Videos – audios- etc.); el mismo debe incluir una página de inicio o Home page, nombre de dominio y dirección de internet (Milenium, Sitios Web).

La creación de estos espacios en el internet ayudan al contacto indirecto entre quien brinda la información y quien lo necesita, por ello es creado a nivel individual y corporativo; donde según sus fines son clasificados por la agencia de Diseño Web Milenium en: *“negocios, servicio, comercio electrónico en línea, imagen corporativa, entretenimiento y sitios informativos”*.

Para el diseño de un sitio web es necesario tener en cuenta:

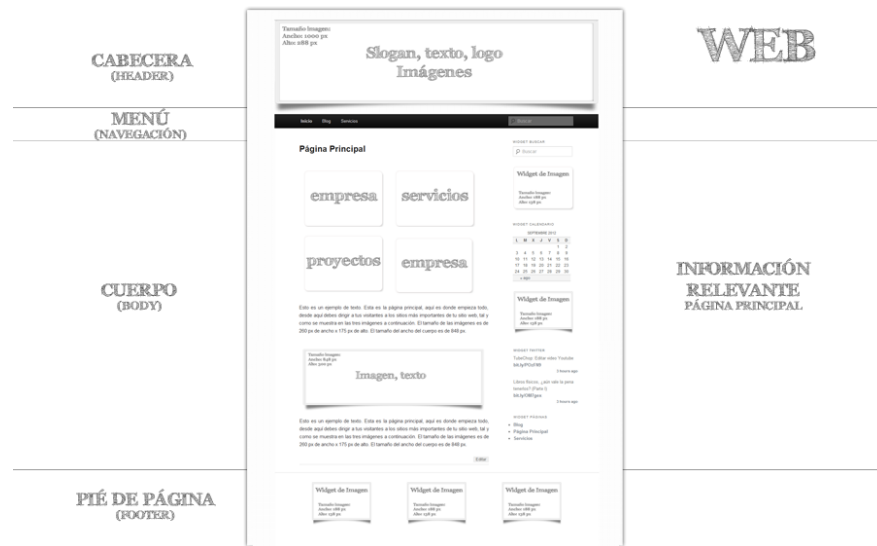
- ✓ **Objetivo del sitio:** Con qué fin se crea.
- ✓ **Audiencia o Público:** Quien puede acceder al Sitio.
- ✓ **Contenidos:** Que información va a tener.
- ✓ **Estructuras:** Como van organizados los contenidos.
- ✓ **Sistemas de Navegación:** Elementos que hacen presencia como: Menú General, Pie de Página, Ruta de acceso, Botón Home, Botón Contacto (como elementos necesarios),etc. ([www.guiaweb.gob.cl](http://www.guiaweb.gob.cl))



- **Página Web:** La Página Web es según Milenium (Agencia de Diseño) “*la unidad básica del World Wide Web, o simplemente Web, como se le llama comúnmente*”; Es decir, es una hoja que visualmente está compuesta por información, la cual esta almacenada en la intranet para la muestra de la misma, ya se ha por documentos, escritos, audios, imágenes, etc., de forma simultánea.

Aunque el contenido de las mismas puede variar en cuanto a diagramación y elementos visuales, se asume que una página web debe tener tres partes fundamentales: Cabecera o Header, Cuerpo o Body, Pie de Página o Footer:

- ✓ **Cabecera o Header:** Este segmento de la página se sitúa en la parte superior, otorgándole al usuario el nombre del sitio o organización el cual en muchos casos está acompañado por imagen y menú; si es una página web corporativa se puede observar logo, nombre de la sociedad, slogan y el menú de navegación.
- ✓ **Cuerpo o Body:** Este segmento se encuentra en la parte intermedia de la pagina y es el espacio o ubicación de documentos imágenes, videos, etc.
- ✓ **Pie de Página o Footer:** Este Segmento se encuentra en la parte inferior y contiene datos de contacto, enlaces, páginas importantes del sitio web y el copyright, el cual le otorga la legalidad y derecho de autor al poseedor de la página. (cursoweb20.net)



Tomada de cursoweb20.net

## 6. Referentes Teóricos:

Para el desarrollo de la presente investigación se tuvieron en cuenta cuatro teorías que ayudan a fundamentar la solución presentada para prescindir la problemática existente en la Organización Objeto de Estudio.

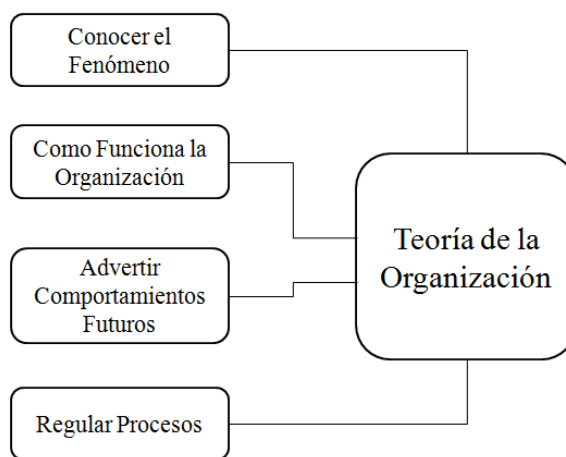
Estas teorías son: Teoría de la Organización, Teoría de la Comunicación Visual, Teoría de la Gestalt y Teoría del Color; las cuales según descritas en ese orden permiten abordar de forma Descendente un tipo de proceso que con lleva a la solución planteada.

La Teoría de la Organización y la Teoría de la Comunicación Visual se maneja para manifestar el porqué abordar dicho elemento (Organización) y Ciencia (Comunicación Visual) como tema de estudio mediante la Comunicación Gráfica; las otras dos teorías, Teoría de la Gestalt y Teoría del Color, se manifiestan para exponer el porqué de los elementos gráficos realizados y los aspectos específicos del mismo.

## 6.1. Teoría de la Organización:

La Teoría de la Organización es una forma de brindar principios, enfoques o teorías dentro de la misma que garanticen a una organización cierto manejo dependiendo el caso o fenómeno en el cual se encuentre (Lom, Arturo, Teoría de la Organización, [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)).

La misma también ayuda a entablar que procesos se pueden seguir de acuerdo del tipo de Organización y la situación en que se encuentre; aunque esta teoría no consta de pasos explícitos, busca el medio de revelar los posibles sucesos dentro de una Organización; teniendo en cuenta:



La Teoría de la Organización se puede realizar por medio de la experiencia o de la Investigación; es decir quien ya conoce de los procesos a través de la experiencia sabe cómo y de qué forma puede entablar mejoras o manejos en dicha organización; por el contrario si no conoce del tema o desconoce el problema o situación el proceso debe realizarse mediante una investigación respectiva.

En esta teoría de la Organización se manejan dos Enfoques el sistemático y el contingente, los cuales también han sido llamados teorías siendo así: Teoría de sistemas y Teoría de Contingencia.

La Teoría o Enfoque de Sistemas, trabaja el tipo de comunicación de la empresa siendo abierta o cerrada; la abierta es aquella donde la organización interactúa con su contorno, la cerrada en cambio, trabaja la comunicación solo a nivel interno.

Según E. Trist, Daniel Katz y Robert Kahn representantes de esta teoría (sistemas), la comunicación es el medio de progreso de una organización, donde la misma puede evolucionar teniendo una eficiencia en todo.

Por otra parte la teoría o enfoque de contingencia, es una forma de estrategias que se plantean de acuerdo a la administración que se tiene, pero en su mayor parte este se aplica para sistemas abiertos; según algunos representantes de este enfoque el fin de una empresa y su progreso depende de la forma como se adapte y actúe con su entorno. ([www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)).

## 6.2. Teoría de la Comunicación Visual:

La Comunicación Visual es hoy en día una manifestación por la cual los seres humanos pueden llegar a obtener mayor información, esto teniendo en cuenta que la visión es un sentido muy importante dentro de la humanidad (Aristóteles), por esto en compañía del proceso más importante de los seres vivos, como lo es la Comunicación, este medio ha ayudado a superar muchas problemáticas del ser humano.

Esto, se puede concluir al tener en cuenta la teoría de Joan Costa, sobre la Comunicación Visual, donde la cataloga como un nuevo paradigma y donde dice: *“El mundo humano es principal y esencialmente visual”* y donde agrega un apunte de Mario Bunge *“el mundo no existe porque lo observemos, sino que, al revés, podemos observarlo porque existe”*.

Por esto y de acuerdo al proceso evolutivo en la tecnología y en los comportamientos del ser humano la Comunicación visual ha sido una de las maneras de comunicación no verbal pero directa; donde se le puede atribuir que puede abordar diferentes temas sin importar que estos no competan con su ciencia.

Pues para esta rama de la comunicación y el diseño, no se le presentan muchos obstáculos ya que la misma cuenta cada vez más con herramientas que le ayudan a mejorar procesos actuales usados por el hombre o a crear aquellos que hacen falta; punto en el cual Joan Costa afirma que el Diseño Gráfico: *“es un sistema de lenguaje: sirve para “hablar de todo”, incluido el mismo”*.

El mismo, añade 12 principios de la Comunicación Visual; y define que entre el proceso de lo gráfico a lo visual es un: *“Paradigma”*; así, los principios son:

1. El Diseño se dirige a personas.
2. El Diseño es una actividad *Proyectual*.

3. Lo que define la idea de *proyecto*, con sus componentes creativas y técnicas, es su potencial de *Innovación*.
4. El Diseño gráfico, es específicamente, diseño de comunicación.
5. Condición Comunicativa.
6. Diseño Gráfico es Diseño de Comunicación.
7. El paso del Diseño Gráfico a la de Comunicación Visual es el salto directo con el que superamos nuestra tradicional introversión.
8. Nuevo paradigma tecnocientífico con sentido humanístico.
9. Comunicación como función esencial.
10. Diseño inmenso horizonte a la innovación.
11. Organización y planificación de ideas.
12. Los nuevos campos de la Comunicación visual sobrepasan los clásicos.

Así, concluyendo Joan Costa expresa que la Comunicación Visual es:

*“Diseño de Comunicación Visual es una disciplina transversal de información. El, aporta así mismo su lenguaje específico a las demás disciplinas de diseño. Su objeto es hacer el entorno más inteligible y mejor utilizable, contribuir a la calidad de vida de las personas y a la sociedad del conocimiento”*

### **6.3. Teoría de la Gestalt:**

La Teoría de la Gestalt es una teoría manejada bajo el concepto de percepción contemplado como una incógnita presente en la Neurociencia; sin embargo la misma es expuesta en esta teoría como la forma de llegar a un pensamiento o idea.

Así, la Gestalt surgió como ley de percepción en el siglo XX en Alemania bajo los pensamientos, experimentos y deducciones de representantes de la misma como: Max Wertheimer, Kurt Koffka y Wolfgang Köhler (Leone Guillermo, Leyes de la Gestalt), donde el axioma planteado fue: “El todo es mayor que la suma de sus partes”, frase expuesta por Aristóteles en su Libro de Metafísica, donde habla de los sentidos, ratificando el sentido de la vista como uno de los más elementales e importantes y donde también menciona el razonamiento como una característica humana que lo hace distinto a otros seres (García A. Pilar, “El todo es más que la suma de las partes” Aristóteles).

La teoría de la Gestalt fue fundada por Max Wertheimer en el año 1912 a través de su interés por la percepción del movimiento el cual fue llamado después como el Método Phi en el cual también colaboro Koffka y Köhler.

Estos dos últimos son atribuidos también como fundadores de la Gestalt y han desarrollado obras en las cuales trabajan las leyes de la Gestalt como también el concepto de percepción; teniendo en cuenta que para Koffka *“todos los conceptos atribuidos a la Gestalt han sido explicados imperfectamente”* (Morales Ruiz, Patricia, Wertheimer).

Así, la Gestalt nace también con el fin de desmentir o de demostrar que solo existe la percepción como estímulo sensorial para el nacimiento de un pensamiento; es decir, para algunos otros personajes la percepción era lo que se tenía como resultado después de recibir el estímulo de un sentido (vista, oído, tacto, gusto y olfato); sin embargo para la Gestalt los estímulos de los sentidos solo son una parte de un proceso.

Con esto se manifiesta que el proceso ya no es desarrollado únicamente por el factor del cerebro a través de los sentidos, sino que también en este proceso se manifiesta el razonamiento dejando el proceso como una actividad mental, la cual esta descrita según Oviedo, Gilberto Leonardo al hablar de “La definición del concepto de percepción en psicológica con base en la teoría la Gestalt”, así:

Actividad Mental = Percepción (sentidos) + Selección y extracción + lucidez y claridad + racionalidad y coherencia.

Es decir, a través de uno o varios sentidos obtenemos una percepción una idea, la cual puede estar basada en un conocimiento previo, luego el cerebro hace una selección de lo que quiere apreciar y lo que no, llegando a una simplificación que le brinda más claridad; así, como última fase razona y expone una idea o pensamiento la cual es innata.

Pues así, para poder haber acogido o reconocido cosas o elementos durante la percepción y la selección de significados necesito de lo que ya conocía (no innato), sin embargo el ser llega a deducir algo (idea) que solo nace de su razonamiento por lo cual pertenece a él y nació de un proceso propio no aplicado a otros (idea innata); porque aunque otro ser pueda llegar a la misma idea el proceso del mismo puede variar.

Esto, dejando en claro que no todos los seres pueden ver o percibir lo mismo así el objeto haya nacido con un fin específico. Por otro lado, la Gestalt es una teoría que nos ayuda a través de las leyes a comprender que es más fácil aprender o percibir un “todo” que “parte por parte”; pues el mismo no permite la misma comprensión (Leone, Guillermo, Leyes de la Gestalt).

Idea a la cual, Wertheimer enfatizó en el aprendizaje; pues para él era más importante instruir a un niño con un concepto global y después explicarle los derivados o detalles que forman el mismo; las leyes nacientes de la Teoría la Gestalt son:

- **Ley de Pregnancia o Ley general de la buena forma:** Esta ley es utilizada por el hombre para buscar la simplicidad de lo que percibe y así lograr una mejor abstracción; es decir aquí es cuando el hombre categoriza lo percibido y lo agrupa deduciendo lo mismo en conceptos existentes, haciendo a esta una fase que ayuda al cerebro con mayor facilidad para el entendimiento de lo existente

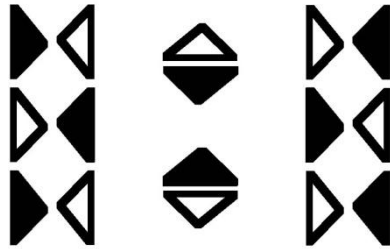
Según Katz, 1967 dice que esta ley formulada por Koffka necesita de los siguientes elementos para cumplirse “... *El termino excelente abarca propiedades como la regularidad, simetría, armonía de conjunto, homogeneidad, equilibrio, máxima sencillez, concisión*”; sin embargo, Kanizsa, 1986 lo reduce a: “*simplicidad, regularidad, estabilidad y coherencia estructural*”, siendo la última la más importante. (La definición del concepto de percepción en psicológica con base en la teoría la Gestalt – Gilberto Leonardo Oviedo).



Tomada de Gestaltblog.blogspot.com

- **Ley de Proximidad:** La ley de proximidad hace referencia a la distancia entre elementos y contempla que la distancia mínima entre elementos hace que se atribuyan conjuntos, uniones o grupos; así como lo afirma Wertheimer citado por Kanizsa, 1986 “*los elementos próximos tienden a ser vistos como constituyendo una unidad antes que los elementos alejados*”.

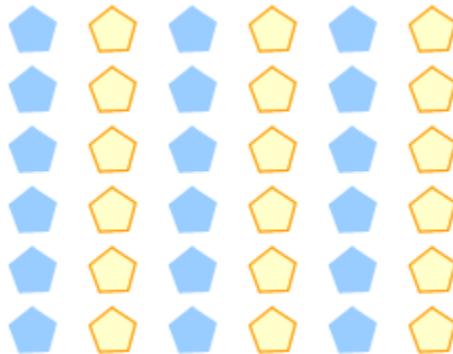
De igual forma Köller citado por Gondra, 1996 expone un ejemplo claro y preciso de proximidad y la forma deductiva del hombre: “*Tenemos desde el punto de vista objetivo, seis líneas paralelas: II II II Si tratamos de describir lo que vemos en nuestro campo visual, hemos de añadir que no son propiamente seis líneas sino tres grupos de líneas...*”. (La definición del concepto de percepción en psicológica con base en la teoría la Gestalt – Gilberto Leonardo Oviedo).



Tomada de [aldiseño.wennode.com.co](http://aldiseño.wennode.com.co)

- **Ley de Semejanza o Igualdad:** Esta ley permite que el hombre al observa determine ciertas características y lo compare con algo ya conocido; o en otro caso donde se hallan más de un elemento se observa que los mismos pueden obtener características similares o distintas, logrando así una agrupación y separación de elementos.

Lo cual es definido por Kantz, 1967 de la siguiente manera: “*si son varios los elementos activos de diferente clase, entonces hay en idénticas condiciones, una tendencia a reunir en grupos los elementos de igual clase*”. (La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría la Gestalt – Gilberto Leonardo Oviedo).

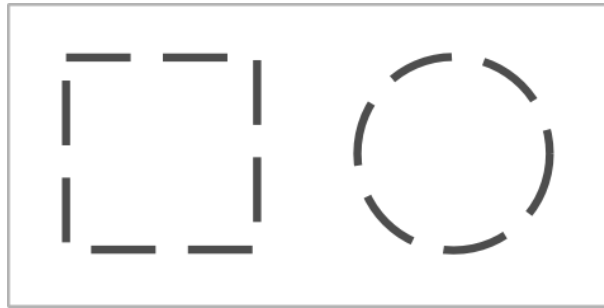


Tomada de [arquitecturasanf.wordpress.com](http://arquitecturasanf.wordpress.com)

- **Ley del Cierre o de completud o continuidad:** Esta ley trata de la manera con que el hombre puede a través de la imaginación completar una figura que se encuentra abierta en una cerrada; es decir, en algunos casos se tiende a dejar formas o figuras incompletas las cuales aunque en su diseño y elaboración son mostradas así, se completan o forma a nivel mental por quien lo observa.



Esto es posible en muchos casos, sin embargo se realiza con mayor facilidad si se tiene como referencia la ley de la pregnancia, ordenando así lo que se tiene en algo que puede ser a través de lo que ya se conoce; por esto para Katz, 1967 si una información o varios datos ayudan a que se pueda deducir y concluir una imagen que este abierta en una cerrada es una información que no puede ser relevante. (La definición del concepto de percepción en psicológica con base en la teoría la Gestalt – Gilberto Leonardo Oviedo).



Tomada de [ivan-fernandez-cavanela.blogspot.com](http://ivan-fernandez-cavanela.blogspot.com)

- **Ley de Principio General Figura- Fondo:** En esta ley se suele utilizar las demás leyes pero sobre todo la de contraste, ya que permite extraer los elementos que constituyen el todo, que seria para el caso el fondo y la figura.

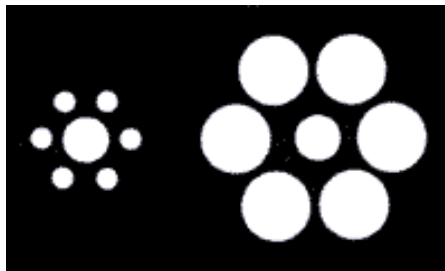
El fondo es determinado como elemento homogéneo que acompaña a la figura pero la hace distinguirse del mismo, es decir se encuentra en el mismo espacio de la figura pero no interviene en esa, permitiendo la comprensión de la figura existente; sin embargo es importante reconocer que en muchos casos lo que es fondo deja de ser fondo y pasa a ser figura, dependiendo de la creación del todo en un espacio.

Entonces, siendo el fondo determinado como algo indefinido se dice que la figura es definida y que contiene características que demuestran que es un elemento a parte del fondo, ya que en características como tamaño, relieves, colores, contrastes, y texturas lo hacen distinguir uno del otro. (La definición del concepto de percepción en psicológica con base en la teoría la Gestalt – Gilberto Leonardo Oviedo).



Tomada de [ideandounaidea.wordpress.com](http://ideandounaidea.wordpress.com)

- **Ley de Contraste:** Esta ley realiza una comparación entre elementos donde los mismo se pueden diferenciar por cualidades descriptivas como tamaño, color, composición, utilidad, significado, etc; lo cual ayuda a separar elementos al hombre y a deducir u obtener pensamientos o ideas. (Leyes de la Gestalt, Guillermo Leone).



Tomada de [www.guillermoleone.com.ar](http://www.guillermoleone.com.ar)

#### 6.4 Teoría del Color:

La teoría del color es una de las más importantes en el diseño ya que gracias a la misma se puede hacer el manejo adecuado de los colores según su uso y se puede provocar sensaciones; así mismo, en esta teoría se manifiesta la no existencia del color y la manifestación del mismo por estímulo visual a través de la luz o “Espectro”.

Es decir, los colores que el ser humano observa o recrea solo se hace mediante la sensación que tienen el sentido de la vista, cuando la luz traspasa la retina del ojo; este fenómeno fue descubierto por Isaac Newton en 1666, donde el mismo observo lo que sucedía al traspasar luz en un prisma de cristal, el cual provocaba un espectro que producía los colores del arco iris.

Así, reconociendo la existencia de una variedad de colores, Abraham Moles y Luc Janiszewski realiza una clasificación llamada “Grafismo Funcional” donde se dividen los colores en:

- Policromos o Gama Cromática.
- Camafeo o matizados.
- Agrisados.
- Neutros.

Por otro lado, también podemos obtener otra clasificación de colores, la cual parte del Circulo Cromático; esta clasificación esta en los primarios, secundarios y terciarios.













Tomada de [www.decoestilo.com](http://www.decoestilo.com)

- Primarios: Rojo, Azul y Amarillo.
- Secundarios: Verde, Violeta y Naranja.
- Terciarios: Rojo Violáceo, Rojo Anaranjado, Amarillo Anaranjado, Amarillo Verdoso, Azul Verdoso y Azul Violáceo.

Ahora bien, así como el color tiene algunas clasificaciones, también se maneja la psicología del color, con el fin de poder despertar sensaciones o estímulos de los mismos en el individuo.

Esta psicología se basa en el estudio hecho por Goethe, quien pudo realizar la misma mediante el estudio del color como el elemento y en individuos como fuente de resultado; concluyendo lo siguiente:

-  Blanco: El blanco es tomado como el fondo universal de la Comunicación Gráfica. Expresa paz, inocencia y recrea una impresión de Luminosidad, soleado y activo.
  
-  Negro: Expresa, misterio, maldad, impureza, nobleza y elegante cuando este es brillante. Recrea Silencio.
  
-  Gris: Expresa neutralidad, pasividad, indecisión, ausencia, duda y melancolía. Recrea el centro de un todo.
  
-  Amarillo: expresa Luminosidad, calidez, intensidad, excitación e intensidad. Recrea el sol, la luz, el oro, la juventud y puede ser tomado como violento, agudo, animado, afectivo impulsivo expansivo y ardiente.
  
-  Naranja: Expresa calidez, estimulación, positivismo y acogimiento. Recrea actividad, energía activa y fuerza activa.
  
-  Rojo: Expresa vitalidad, pasión, fuerza bruta, sensualidad, virilidad, energía, agresividad y cólera. Recrea amor, peligro, guerra sangre, y fuego.
  
-  Azul: Expresa profundidad, optimismo, frío, inmaterialidad, placidez, calma, reposo, armonía, fidelidad, amistad, serenidad y sosiego. Recrea el cielo, el mar y el aire.

-  Violeta: Expresa Templanza, Lucidez, reflexión, mística, melancolía, introversión y majestad (purpura).
  
-  Verde: Expresa tranquilidad, calma, esperanza y fuerza. Recrea vegetación y naturaleza.
  
-  Marrón: Expresa Masculinidad, conformismo, severidad, gravedad, equilibrio y realismo. Recrea la tierra y la estación de otoño.

## 7. Estado del Arte:

Teniendo en cuenta que la problemática hallada por el Grupo Investigador en el “Programa para Personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté – Cundinamarca se basa en la desinformación de la población del mismo Municipio frente a esta Organización que presta un servicio social hace 7 años, se plantea la búsqueda de investigaciones que permitan observar problemas del mismo índole y soluciones que representen resultados satisfactorios como desfavorables.

Siendo esto así, se maneja como primera fuente de información investigativa el trabajo de Grado de Raúl Andrés Mora del año 2010; la cual se encuentra bajo el título: *“Portal Web Informativo y de solicitud de servicios para la Gobernación del estado Trujillo basado en herramientas interactivas de Comunicación”*; la cual describe la importancia del uso de herramientas tecnológicas actuales, como medio para el progreso de instituciones u organizaciones.

Allí mismo, el grupo toma como referencia una cita hecha por el autor del trabajo de grado donde se fundamenta el pensamiento expuesto anteriormente, *“La adecuada calidad de la presentación, su claridad y la conservación de la información puede lograrse con el uso de las redes y depósitos lógicamente ordenados: paginas que faciliten el acceso y la recuperación de la información necesaria a cada usuario, portales Web que enlacen de manera coherente la información que cada área o dependencia genera...”*.

Así, se muestra que herramientas empleadas actuales como las otorgadas o manejadas en la internet, hace que un ser humano u organización se encuentren actualizado y se

encuentre en un proceso evolutivo favorable; también, en este trabajo podemos encontrar que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como las tecnologías de la Web son las más adecuadas ya que su principal fin es la Comunicación Interactiva (Nonaka y Takeuchi); es decir actual y constante.

Por otra parte, se encuentra el Trabajo de Grado de María Alexandra Aldana quien parte del fin de informar a la gente sobre un problema de salud en la ciudad de Caracas, Venezuela; el título manejado por esta persona en su trabajo es: “*VPH: El virus silencioso – Micros radiofónicos informativos*” del año 2009; en este trabajo encontramos una propuesta de guion para trabajar en Micros radiofónicos.

Esta herramienta es un espacio ubicado en la radio, la cual se realiza a partir de intervenciones minuciosas pero sustanciales; esta propuesta es hecha ya que en esta ciudad el medio radial es uno de los medios masivos de comunicación no discriminatorios, en el sentido de que muchos pueden llegar a obtenerlo, sin importar clases sociales.

Por esto, manejado esta herramienta se propone un guion para comentar sobre el problema de salud del Virus del Papiloma Humano; sin embargo en este trabajo solo se puede observar como fin la propuesta y no una implementación, a lo cual el grupo decide observar su entorno sobre el uso del medio radial y puede concluir: existiendo un medio radial municipal en Sibaté – Cundinamarca, la propuesta de un manejo de espacio radial para tratar la problemática, limita el target (público) y esto impide que la información se ha accesible para todos.

De igual forma, el grupo investigador observo a través del trabajo de grado de Vanessa Carmona Blanco de la Universidad Pontificia universidad Javeriana, que el medio de comunicación impreso como el Periódico, limita también la población a la cual puede acceder a la información; esto se deduce a través del trabajo de grado de la misma publicado en el año 2009 titulado: “*La obesidad como problema de la salud pública y su representación en el periódico el tiempo (2007 – 2009)*”.

Allí, la investigadora trabaja el tema de obesidad y su manejo en dicho periódico, en el cual la misma habla sobre este como un medio importante en el país Colombia y el acceso libre de las personas a él; sin embargo, quien no pueda acceder por cuestiones económicas u otras limitaciones al periódico no podría obtener la información consignada allí.

Además de esto, en las conclusiones de este trabajo se enfatiza la poca creatividad periodística; a lo cual se analiza que en el Municipio de Sibaté existe un periódico Municipal tipo revista, el cual puede ser accesible a la gente ya que es gratuito, sin embargo la atención al mismo por la población

no es favorable, ya que no existe un diseño llamativo y aparecería una de las conclusiones llegadas en el trabajo de Vanessa Carmona, donde dice que no existe creatividad y donde esto afecta la atención del público sobre el medio.

Por otro lado, se encuentran Tres trabajos de grado en el cual dos implementan una herramienta manejada por el internet (Página Web) y otra donde se trabaja la ciencia por la cual el Grupo Investigador ha decidido abordar la problemática (Comunicación Organizacional).

El trabajo de grado que aborda la Comunicación Organizacional pertenece a Johanna Milena Ortiz Parra de la Pontificia Universidad Javeriana y esta titulado: *“Construyendo Identidad Corporativa desde la Cultura Organizacional en eléctricos y ferretería delta Ltda – una oportunidad de comunicación a partir de un diagnostico organizacional”*; aquí la investigadora analiza paso a paso los factores de la comunicación Organizacional (Identidad Corporativa – Identidad Visual Corporativa – Imagen) y concluye que cada uno de los factores puede afectar el progreso de una organización.

Además de esto, enfatiza en que la organización debe seguir o emplear este proceso desde el momento en que se piensa en su creación; para con ello, solo solventar problemáticas que estén arraigadas a problemas minutarios, porque sin la existencia de uno de los factores sobre todo de los de identidad corporativa y visual genera un problema más global, catalogado como fatal para la existencia de la organización.

De los Trabajos de Grado que manejan la herramienta página web, se encuentra el de Br. Goncalves Vanessa de la Universidad Nueva Esparta de Caracas – Venezuela titulado: *“Diseño de una propuesta de un sitio Web para mejorar los servicios de la agencia de comunicación corporativas TIPS imagen y comunicación C.A.”*; donde se trabaja dicha herramienta para ayudar a la organización en cuanto a la comunicación con sus clientes.

Pues la misma, llevando 17 años en el mercado estaba presentando déficits en cuanto a la comunicación con los clientes, lo cual le hace perder su posición en el mercado; en donde además, se contempla como factor negativo el hecho en que la empresa dedicada a las comunicaciones corporativas no realizaba estrategias actuales para sí misma.

Por otro lado y con el manejo de la misma herramienta esta el trabajo de grado de Lizeth Tatiana Bello Penagos de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, - Regional Soacha, titulado: *“Diseño de Pagina Web institucional, para la unidad de ciencias empresariales Uniminuto, Regional Soacha”*; en este se

trabaja una página Web desarrollada en el programa Dreamweaver y con cualidades corporativas de la página web institucional de la universidad UNIMINUTO.

Esta solución nace para solventar la falta de canales de información entre docentes y estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad UNIMINUTO; así, concluye la investigadora que la página web es un medio muy útil para generar comunicación, pero la cual además de esto, genera pertenecía entre los sujetos involucrados en el problema y ayuda a solventar un problema que en principio se veía como afectado solo a esa facultad, pero en donde se observó que también la universidad estaría siendo afectada; esto, considerando que lo mismo perjudica la imagen de la institución educativa.

Entonces, de acuerdo a esto y a los conocimientos desarrollados y acogidos durante el proceso educativo el Grupo Investigador encuentra en la página Web una fuente para informar, ya que es una herramienta actual incluida en un medio de comunicación que es evolutivo, llamativo y de participación humana activa.

Así mismo, ratifica que para la investigación, la mejor opción de análisis empresarial sobre la comunicación de la organización con su público es la “Comunicación Organizacional”; ya que es una ciencia que analiza y otorga estrategias para mejoras y soluciones de problemas, catalogados en un estándar alto, medio o bajo.

## **8. Objetivo General:**

Dar a conocer el “Programa para Personas en Condición de Discapacidad” a la población del Municipio de Sibaté y poder acceder a los servicios del mismo.

## **9. Objetivos Específicos:**

\*Identificar los Servicios, la Estructura Organizacional e infraestructura del “Programa para Personas con Discapacidad” del Municipio de Sibaté para establecer los elementos a mostrar de la Organización.

\*Analizar la “Cultura Organizacional” actual del “Programa para Personas con Discapacidad” del Municipio de Sibaté, para evaluar las oportunidades de mejora.

\*Diseñar la Pieza Gráfica que permita brindar la posible solución a la problemática planteada.



## **10. Limites y Alcances:**

El grupo investigador establece como alcance en la investigación del proyecto “Identidad Visual Medio de Reconocimiento Organizacional “, el lograr el Objetivo General planteado, en el cual se busca soluciones para dar a conocer el “Programa para Personas con Discapacidad” del Municipio de Sibaté, por causa de la falta de reconocimiento de la población Sibateña hacia el ente.

Es decir, el grupo Investigador realizara un análisis desde la información existente sobre la Organización (actividades, estructura organizacional, instalaciones, etc.) la cual será evaluada a nivel interno y externo manejando los factores fundamentados bajo el concepto de “Cultura Organizacional”, tales como: Identidad Corporativa, Identidad Visual e Imagen.

Por consiguiente, el mismo genera una interacción con el contexto de la Organización para poder medir cualitativamente y cuantitativamente aspectos que permitan determinar dentro de la investigación, posibles soluciones; las cuales serán expuestas a través de piezas graficas de forma digital y tangible (como prototipo las piezas que así lo permitan), tanto a la Organización como a la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO como Institución Educadora del grupo.

De igual manera, se estable que como resultados Limites de la presente investigación, se realizara la exposición de las piezas como se plantea en el punto final de los alcances; además de esto, se determina que la ejecución o publicación de una de las piezas (Pagina Web), no será realizada dentro de la investigación actual, por estar asignada o establecida bajo una cuenta del Grupo.

Por esto, la pieza (Pagina Web) será presentada únicamente en maquetación y navegación, sin estar publicada en el medio de la internet; así, para parámetros entre la entrega de grupo investigador a organización será fuera de la entrega de la presente investigación a la institución educadora del Grupo (Corporación Universitaria Minuto de Dios).

## **11. Metodología de Investigación:**

### **11.1. Enfoque Metodológico:**

La actual investigación se realiza bajo el Enfoque Metodológico Mixto, el cual contempla dos Enfoques como el Cualitativo y el Cuantitativo; lo cual ayudara a que el grupo pueda manejar distintos instrumentos que permitan su participación a partir de la experiencia propia y la confirmación de la misma a través de datos; esto considerando que para Henwood (2004) *“la polarización de enfoques es hipercrítica, y restringe el que hacer del investigador y bloquea nuevos caminos para incluir, extender, revisar y reinventar las formas de conocimiento”* (Capitulo 12 – Ampliación y Fundamentación de los Métodos Mixtos).

Es decir, al aplicar el enfoque cualitativo se podrá acceder a la investigación de una forma deductiva donde el sujeto investigador puede experimentar , interactuar y recrear ideas que se perciben a través de lo que el mismo pueda adquirir; sin embargo, dichas percepciones no pueden ser medibles pero, deben estar contempladas en el aspecto deductivo, para lo cual se maneja el Enfoque Cuantitativo, el cual podrá argumentar de forma numérica que lo adquirido de forma deductiva se encuentra en correlación con lo que muestra estadísticamente o por lo contrario no evidencia lo mismo.

Así mismo, esto permite una mayor complejidad y satisface al investigador como objetivo de la búsqueda, esto considerando que según Henwood (2004) *“el enfoque mixto es la posición que promueve más la innovación en las ciencias”* y que además *“Es una ruta que al menos vale la pena explorar”*. (Capítulo 12 – Ampliación y Fundamentación de los Métodos Mixtos).

### **11.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información:**

Las siguientes Técnicas e instrumentos de Recolección de Información están establecidos y manejados por el grupo investigador, mediante el enfoque Mixto, el cual brindara el cumplimiento de cada uno de los Objetivos específicos; esto, con motivo del cumplimiento del Objetivo General, que hace efectivo el fin de la Investigación.

Por consiguiente, se crea las siguientes tablas que permiten informar el Objetivo Especifico y así enumerar las actividades, técnicas e instrumentos o herramientas a emplear:

<b>Objetivo Especifico 1:</b> Identificar los Servicios, la Estructura Organizacional e Infraestructura del “Programa para Personas con Discapacidad” del Municipio de Sibaté para establecer los elementos a mostrar de la Organización.			
<b>Actividad</b>	<b>Técnica</b>	<b>Justificación</b>	<b>Herramienta</b>
1. Socialización del proyecto a la Coordinación del Programa (Héctor Salgado)	* Ponencia.	Se realiza para la permisividad y apoyo de la Organización frente al trabajo investigativo.	* Propuesta Impresa del Proyecto. * Carta de Presentación del Grupo Investigador. *Diario de Campo.
2. Socialización del Proyecto al Personal de trabajo y Público asistente del Programa.	* Observación. * Ponencia.	Se realiza para la permisividad y apoyo del público interno y externo de la Organización.	* Fotografías. * Diario de Campo.
3. Reconocimiento de las instalaciones del programa y recolección de información sobre servicios y temas de discapacidad.	* Observación. * Entrevista.	Se realiza para el reconocimiento de la infraestructura y el manejo de temas frente a la Comunidad Discapacitada.	* Diarios de campo. * Fotografía. *Video.
4. Recolección de información sobre el Programa (Organigrama - logo - subprogramas - personal de trabajo - Comunidad Discapacitada).	* Observación.	Se realiza para el conocimiento de los elementos existentes, del Programa, en cuanto a cultura Organizacional.	* Diarios de Campo. * Archivos Digitales del Centro.

**Objetivo Especifico 2:** Analizar la “Cultura Organizacional” actual del “Programa para Personas en Condición de Discapacidad” del Municipio de Sibaté, para evaluar las oportunidades de mejora.

<b>Actividad</b>	<b>Técnica</b>	<b>Justificación</b>	<b>Herramienta</b>
1. Valoración de la Cultura Organizacional existente en el Programa.	*Test.	Se realiza para evaluar o identificar las fallas establecidas dentro de la Cultura Organizacional del Programa.	*Diario de Campo. * Test.
2. Diseño de los formatos para las técnicas de entrevista y encuesta.	*Diseño.	Se realiza para la ejecución y recolección de información a través de las técnicas entrevista y encuesta.	*Diario de Campo. * Formato Entrevista. * Formato encuesta
3. Implementación de entrevistas y encuestas a nivel interno.	*Encuesta. *Entrevista.	Se realiza para obtener información sobre los subprogramas y poder evaluar la Comunicación Interna del Programa.	* Diarios de campo. * Formato Encuesta. *Formato Entrevista. *Video. *Audio.
4. Implementación de encuesta para el público externo participe en el Programa.	* Encuesta	Se realiza para evaluar la información que tiene la Comunidad en Condición de Discapacidad que hace uso del servicio del programa.	* Diario de Campo. * Formato Encuesta.
5. Análisis de Técnicas y Recolección de Información.	* Tabulación	Se realiza para poder evaluar las técnicas realizadas y así poder establecer fallas dentro y fuera de la Organización.	* Doc. de Estadísticas. *Diario de Campo. *Informe de Análisis.

**Objetivo Especifico 3:** Diseñar la Pieza Gráfica que permita brindar la posible solución a la problemática planteada.

<b>Actividad</b>	<b>Técnica</b>	<b>Justificación</b>	<b>Herramienta</b>
1. Socialización entre grupo investigador y la Coordinación del Programa (Héctor Salgado).	*Socialización.	Se realiza para mostrar las posibilidades de solución y así determinar parámetros para la construcción de las mismas.	*Diario de Campo.
2. Muestra de bocetación de la Pieza Gráfica 1 (Logo).	*Diseño.	Se realiza para la elección de la pieza Gráfica, así como también los ajustes que necesite la misma.	*Diario de Campo. * Fotografía. *Bocetos.
3. Muestra de la Maquetación de la Pieza Gráfica 2 (Pagina Web).	*Diseño.	Se realiza para la elección de la pieza Gráfica, así como también los ajustes que necesite la misma.	* Diarios de campo. * Maquetación.
4. Elaboración Final de las Piezas Gráficas.	* Diseño	Se realiza para ejecutar el tercer objetivo específico, el cual concluye y muestra las piezas gráficas resultado de la Solución a la Problemática presentada.	* Diario de Campo. *Logo (Digital). *Pagina Web (Maquetación en formato digital)
5. Presentación de Piezas Gráficas.	* Exposición. *Diseño	Se realiza para la muestra final de la investigación.	* Documento Final. *Pieza Gráficas Digitales. * Manual de Identidad Corporativa. *Video.

### 11.2.1. Técnicas de Investigación:

Las técnicas de investigación abordadas por el Grupo Investigador se encuentran contempladas en los enfoques cualitativos y cuantitativos; los cuales son usados de forma que permitan cumplir el fin de cada una de las actividades planteadas dentro de los Objetivos Específicos, tal cual se presenta en las *Tabla 1, 2 y 3* contempladas en las Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información.

Así, se determinan las siguientes técnicas:

**Ponencia:** La ponencia es una de las actividades Comunicativas que permite demarcar a un exponente y un público espectador, donde el exponente informa al público sobre un tema de forma detallada con el fin de mostrar su punto de vista; como lo afirma Conto López (2013) en su artículo “Concepto y tipos de ponencia sus características para elaborar tu ponencia para el primer encuentro” donde describe que: *“En términos más comunes el concepto de ponencia se utiliza para hacer referencia al discurso o presentación que una persona realiza ante un auditorio”*.

Así mismo, este: “Puede ser también la exposición de un proyecto o una propuesta de trabajo de investigación” (Raquel Conto López, 2013); donde la misma permite entregar o exponer una propuesta detallada donde exista una argumentación y donde se contempla la opción en que el público pueda opinar sobre el mismo tema.

Por lo cual, esta técnica es usada en la presente investigación como presentación de la misma ante la administración de la Organización como también ante el Público Objeto de Estudio; esto, con el propósito de obtener la aceptación y participación voluntaria de los mismos.

**Observación:** La observación es una de las técnicas que permite dar inicio al trabajo de campo dentro de una investigación; la cual se puede realizar de una forma determinada; en la misma, el investigador o sujeto debe hacer uso de sus sentidos, así como lo menciona Van Dalen y Meyer (1981) : *“la inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente”*.

Así, siendo una de las primeras técnicas usadas en una investigación, la observación permite que se pueda realizar una contextualización con la cual se puede llegar a relacionar el investigador con la población objeto de estudio, donde el mismo puede identificar las maneras y formas de poder abordar un tema con los mismos (Bernard, 1994).

Por esto, también es pertinente que al momento de elegir la observación se reconozca los tipos de observación, los cuales son: Directa, Indirecta, Participante y de Campo (Gómez Posada, Susana, 2009, Técnicas de Investigación: Lección 16: Observación – UNAD); por lo cual, el grupo investigador opto por la Observación Directa y la de Campo.

Esto, considerando que la Observación Directa es realizada por el investigador mediante sus cinco sentidos y permite la evaluación cualitativa; la cual permitirá evaluar la población y Organización dentro de una actividad pre-ambulo, dicha observación se realiza a nivel grupal ya que el Grupo se encuentra conformado por dos integrantes. La Observación de Campo se elige ya que la misma permite evaluar de modo cualitativo un espacio o ambiente, que en este caso sería la infraestructura del lugar principal y los secundarios donde se realizan las actividades de servicio de la Organización.

**Entrevista:** La entrevista es una técnica donde se realiza una comunicación entre el entrevistado(s) y el entrevistador, la misma permite obtener la información que el entrevistado quiera brindar o el que el entrevistado quiera obtener; así para Cabrera y Espín (1986, 229) la entrevista es una: “*Comunicación <cara a cara> entre dos o más personas, que se lleva a cabo en un espacio temporal concreto*” y en donde además afirman que la misma tiene: “*unos objetivos previamente establecidos*”.

Por esto, de acuerdo a lo anterior las entrevistas pueden ser: Libres o Abiertas, Semiestructurada y Dirigida o Cerrada (Márquez, Maryi, Entrevista psicológica y comunicación humana - La Entrevista Psicológica, Editorial UCV) ; donde las primeras permiten que la conversación no esté sujeta a unas preguntas y la conversación se ha más fluida, la segunda se realiza bajo unos parámetros pero no está sujeta a pregunta respuesta como la tercera.

Así, para el Grupo Investigador la Entrevista Dirigida o Cerrada es la técnica más adecuada de acuerdo a los objetivos que se quieren obtener; es decir, realizando una entrevista estructurada se podrá recopilar información exacta y concisa de acuerdo a la información que se quiere obtener, a lo cual no existe la posibilidad de haber respuestas libres que no resuelvan la pregunta.

**Test:** El test es una técnica evaluativa que también es llamada herramienta o Instrumento, la misma permite evaluar un tema de acuerdo a su concepto; para el mismo es necesario un evaluador y un evaluado.

Para ello, se debe realizar un medio escrito o virtual que permita verificar la presencia o ausencia de un elemento, su grado evaluativo como su descripción, así se determina también que el evaluado puede no ser siempre un sujeto si no también un elemento; así, en la presente investigación se realiza el mismo para determinar la existencia o no existencia de elementos dentro de la Cultura Organizacional del Programa para Personas en Condición de Discapacidad del Municipio de Sibaté.

**Diseño:** El diseño es una técnica basada en una ciencia actual que otorga al ser humano una manera más fácil de visibilizar algunas cosas mediante un proceso de estudio; es decir, a través del diseño el hombre puede comunicarse de una forma más perceptiva para que el mensaje entregado se ha el enviado.

Dicho concepto es aceptado o percibo por Wong (1992) de la misma manera al afirmar que el diseño Gráfico es: “*transportar un mensaje prefijado*”; así aunque muchos elementos tienen diseño ya se ha para su estructura organizacional o para su identidad estética, se optan como una clase de diseño más perceptivo el diseño gráfico.

Esto debido a que el mismo ha sido aceptado y reconocido como un medio más visual que ayuda a entender y a ver de una forma más viable conceptos, lugares, medios de comunicación y otros elementos; además porque el mismo permite abordar otras herramientas que ayudan a ampliar la conformidad del público a diferentes temas.

Por esto esta técnica como medio de estudio del grupo y como forma más viable para llegar es optada para evidenciar físicamente y visualmente la solución proporcionada por el grupo para la problemática tratada en la presente investigación.

**Encuesta:** La encuesta es una técnica que permite reunir una información a partir de una serie de preguntas a una población como lo manifiesta Stanton, Etzel y Walker al decir que la encuesta es: “*Reunir datos entrevistando a la gente*” donde esta es tomada como muestra; es decir, para poder obtener una información no es necesario evaluar o interrogar a toda la población, si no que se puede hacer una selección de cierta cantidad y así determinar un porcentaje global.

Además de esto, las encuestas son una técnica que sirven para evaluar cuantitativa y cualitativamente, esto dependiendo de las preguntas que se realicen: Abiertas, Cerradas, Dicotómicas, selección Múltiple, abanico y de estimación de acuerdo a su forma; de Hecho, de Acción, de Intención y de Opinión de acuerdo con el fondo (Ferrer, Jesús, 2010).

Por esto, las encuestas diseñadas y realizadas permiten recolectar información a través de las preguntas abiertas, cerradas y de selección múltiple; las cuales fueron empleadas en una muestra de la población Sibateña.

**Tabulación:** La tabulación es una forma gráfica de hacer un muestreo de datos arrojados por otras técnicas; es decir a través de figuras se puede representar con números datos cualitativos y cuantitativos obtenidos a través de la encuesta, entrevista, observación, etc.

Las tabulaciones hacen parte de la ciencia estadística implementada en las Matemáticas, en la cual se pueden identificar factores de presencia o ausencia en términos estadísticos; tales como: frecuencia, muestra, población y variables, así como otros que están fundamentados de acuerdo al estudio en que se emplea dicha técnica (Dra. Marín Fernández, Josefa. Grado en Información y Documentación. Estadística. Tema 1).

Por consiguiente, para la presente se realiza una estadística descriptiva que permite recoger los datos obtenidos, clasificarlos y representarlos en gráficos de barras y circulares; de forma que muestren resumidamente toda la información (Dra. Marín Fernández, Josefa. Grado en Información y Documentación. Estadística. Tema 1).



**Exposición:** La Exposición es una técnica usada para informar a un público sobre un tema, en dicha acción se puede manejar algunas herramientas que permitan un mejor manejo o dominio del tema.

En la misma, se crea un ambiente informativo donde el manejo del público, del tiempo, del espacio y del orden de comunicación oral se realiza por quien expone el tema; así, la exposición manejada en la presente investigación es de tipo científico, ya que se muestra una investigación y unos resultados.

Así mismo, esta técnica oral y visual mantiene tres etapas que permiten enviar un mensaje más claro al público, estas etapas son: Introducción, Desarrollo y Conclusión (La Exposición, Roble).

## 12. Cronograma:

Para la realización del presente documento como las actividades que permiten el cumplimiento de la investigación, se traza mediante los siguientes cuadros la planificación empleada y realizada por el grupo Investigador:

Actividades	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
Planteamiento del problema																
Objetivos- Justificación y antecedentes																
Metodología y diseño de instrumentos																
Marco teórico y conceptual																

Actividades	Junio				Julio				Agosto				septiembre				Octubre			
Rediseño de objetivos- metodología e instrumentos																				
Socialización del proyecto																				
Reconocimiento de estructura e infraestructura de la organización																				
Diseño y Aplicación de instrumentos																				
Recolección de información teórica y conceptual																				

Actividades	Julio			Agosto			Septiembre			Octubre		
Socialización de avance												
Reestructuración de informe												
Análisis de datos												
Desarrollo de bocetación Y maquetación de piezas gráficas												
Diseño de piezas Gráficas												

### 13. Piezas Gráficas:

Las Piezas Gráficas desarrolladas como solución a la problemática son: Isotipo – Página Web; en donde también se realiza el diseño de un Manual de Identidad Visual que proporcione la información necesaria para el manejo del Isotipo diseñado.

#### 13.1. Isotipo:

Producto: Isotipo

Concepto: Identidad.

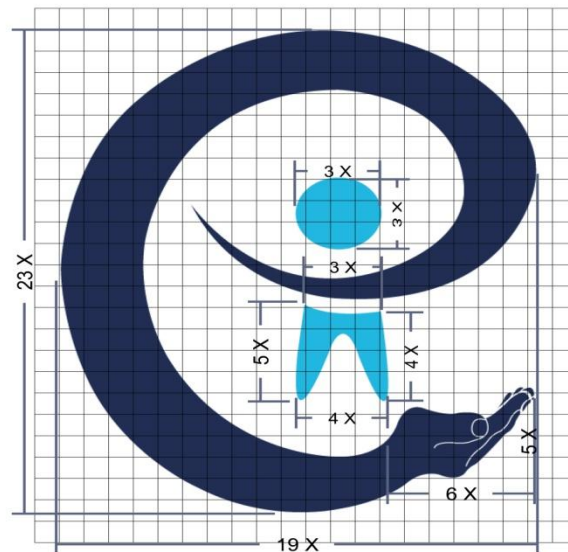
Esta pieza gráfica se desarrolla al verificar que la organización no posee una representación visual y que la misma es necesaria para la elaboración de la Pieza gráfica – Sitio Web.

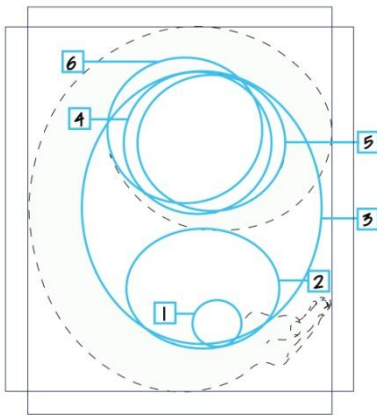
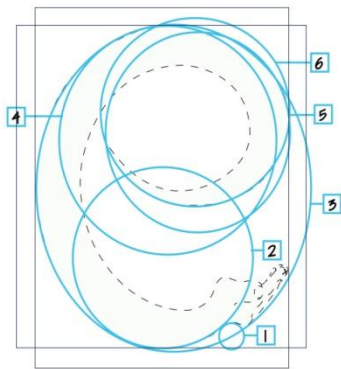
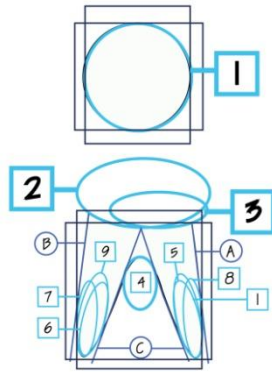
- Conceptos Formales: Silueta de persona, silueta de mano, figura ovalada conectora.
- Conceptos Estructurales: El Isotipo fue desarrollado bajo los parámetros expuestos por la Organización “Programa para personas con Discapacidad” del Municipio de Sibaté Cundinamarca; en donde se estableció que no se quería obtener elementos o símbolos ya existentes de la discapacidad o que representaran discapacidad.

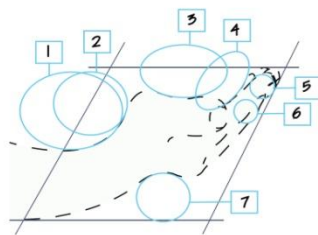
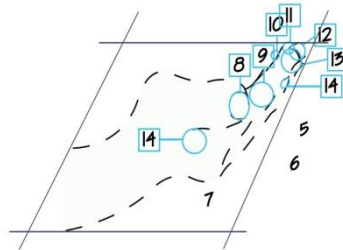
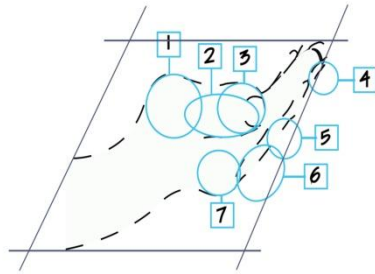
Por el contrario, se establece que el Isotipo a desarrollar debe demostrar ayuda, proceso y evolución; de igual forma, también se establece que no se utilizaran gráficos que hagan referencia a un centro como lugar; Las Piezas Gráficas desarrolladas como solución a la problemática son: Isotipo – Página Web; en donde también se realiza el diseño de un Manual de Identidad Visual que proporcione la información necesaria para el manejo del Isotipo diseñado.

es decir, no se quiere elementos gráficos que visibilicen una casa u hogar ya que se observa algo “encerrado”.

Por consiguiente, se realiza un Isotipo compuesto por dos elementos y una Figura: Persona – Mano y Figura ovala que forma un brazo de la silueta de la persona y se une a la mano; este Isotipo expresa la ayuda brindada por la organización, donde a través de la figura que representa el brazo se puede observar como un seguimiento o proceso que se desarrolla para brindar la ayuda de aquellos que la necesiten.







### 13.2. Manual de Identidad Visual:

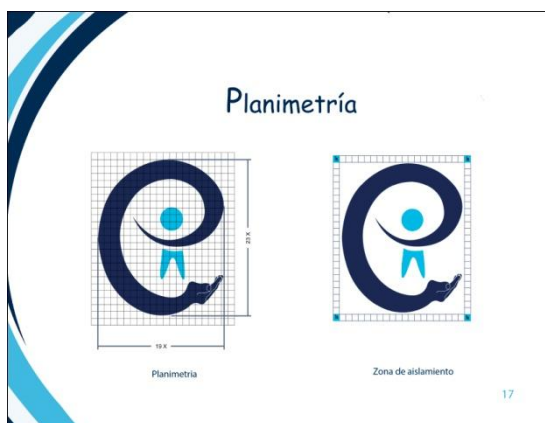
Producto: Manual de Identidad

Concepto: Parámetros

- Conceptos Formales: Planimetría, Explicación, construcción, usos, papelería.

Para la elaboración del Isotipo o mejor su manejo se establece por normas de diseño que la imagen visual ya sea cualquiera de los tipos (Logotipo – Isotipo –Imagotipo - isologo) se debe desarrollar un manual, que como se menciona anteriormente mostrara los manejos adecuados del mismo en cuanto dimensiones, fondos, usos y material como papelería y material Publicitario.

Conceptos Estructurales: Así, el Manual de identidad visual, cuenta con 28 hojas contando con portada y contraportada; en este se maneja un fondo ovalado que de igual forma se desarrolla con los colores presentes en el logo, con la idea de brindar unidad en las piezas.





13.3. Sitio Web:

Producto: Isotipo

Concepto: Identidad.

- Conceptos Formales: Menú, Información, Fotografías, Videos, Isotipo, Rrazón Social y Navegación, .

El sitio Web es una pieza gráfica que se desarrollo para poder informar a la gente sobre el “Programa para personas con discapacidad”; la misma cuenta con un menú desplegable donde se puede encontrar los temas sobre los cuales se va a hablar; es decir, allí se podrá observar la Identidad Corporativa, la Identidad Visual, los subprogramas y sus horarios, galería de fotografías y videos y un espacio para las noticias.

Se toma la decisión de desarrollar dicha pieza mediante una encuesta desarrollada a la comunidad Sibateña, donde se expresa que el medio más viable por ser actual y accesible es el internet; a lo cual se verifican las herramientas del internet y se observa mediante referentes que esta pieza es la más adecuada.

Conceptos Estructurales: Esta pieza se realiza a través de la plataforma libre WIX; la cual cuenta con planillas prediseñadas, el uso de esta plataforma se hace de acuerdo al medio más accesible para la organización; puesto que se tiene en cuenta que no existe un cargo o departamento de sistemas o de diseño que pueda manejar el sitio web de una forma más especializada.

Así, y por requerimiento de la organización se escoge esta plataforma ya que es de fácil manejo para la misma; esto teniendo en cuenta la experiencia de uno de los miembros de trabajo de la organización.

- Estructura del Sitio Web:





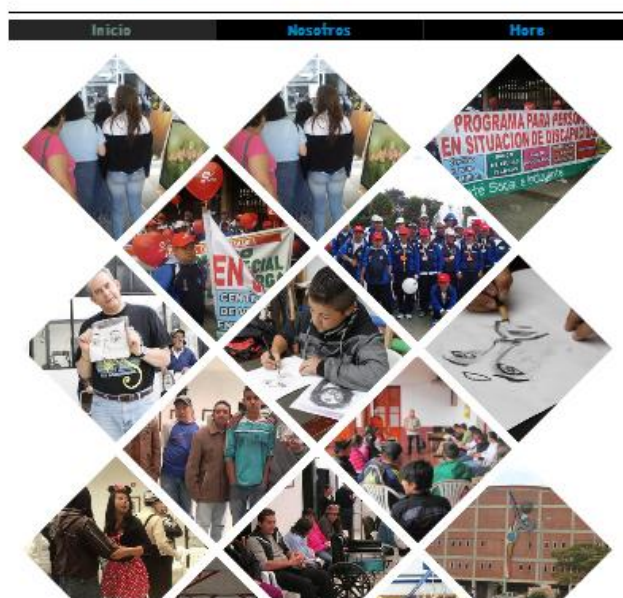
Además de esto, el sitio Web cuenta con 14 Páginas Web, en las cuales se encuentra:

- Home
- Nosotros
- Misión
- Visión
- Organigrama
- Subprogramas
- Arte diversa
- Asesoría terapéutica
- Centro de vida sensorial
- RBC
- La Granja
- Banco de ayudas técnicas
- Galería
- Noticias

- Contacto



Programa para Personas  
con Discapacidad  
Sibaté - Cundinamarca





## Programa para Personas con Discapacidad Sibaté - Cundinamarca

Inicio

Nuestros

Here

### ¿QUIENES SOMOS?

El "Programa para Personas en Condición de Discapacidad" del Municipio de Sibate - Cundinamarca surge como una alternativa para la implementación de la política pública de discapacidad en el Municipio, sancionada por el acuerdo 05-07 de 2007.



El programa Municipal de Discapacidad arrancará con una línea de base la cual nos dice que en el municipio de Sibate - Cundinamarca, existen cerca de 2.458 personas con discapacidad, incluyendo la población de las instituciones de la beneficencia de Cundinamarca.



## Programa para Personas con Discapacidad Sibaté - Cundinamarca

Inicio

Nuestros

Here

### ASESORÍA FÍSICA:

La asesoría física es un subprograma que se desarrolla para la rehabilitación de personas en condición de discapacidad físico - motor, a través de máquinas y aparatos que permiten el desarrollo de actividades físicas.

El proceso para esta asesoría se basa en actividades dentro de las instalaciones principales del "programa para personas con discapacidad", las horas de atención de este programa son:

Días: Martes y Jueves.  
Hora: 08:00 am - 11:00 am



### Asesoría Fonoaudiológica

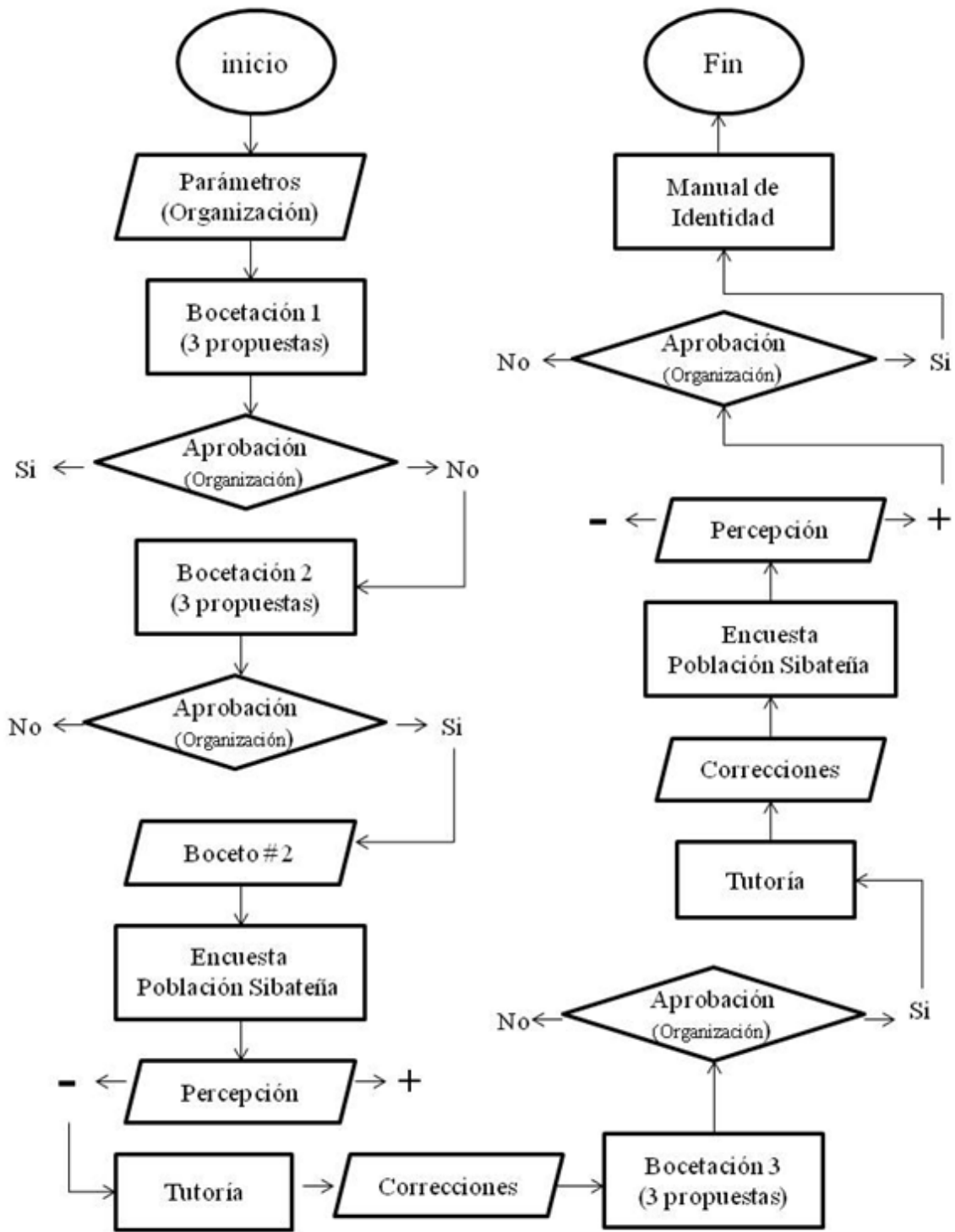
La Asesoría Fonoaudiológica está orientada en la rehabilitación de niños, jóvenes y adultos que presentan dificultad de aprendizaje y lenguaje.

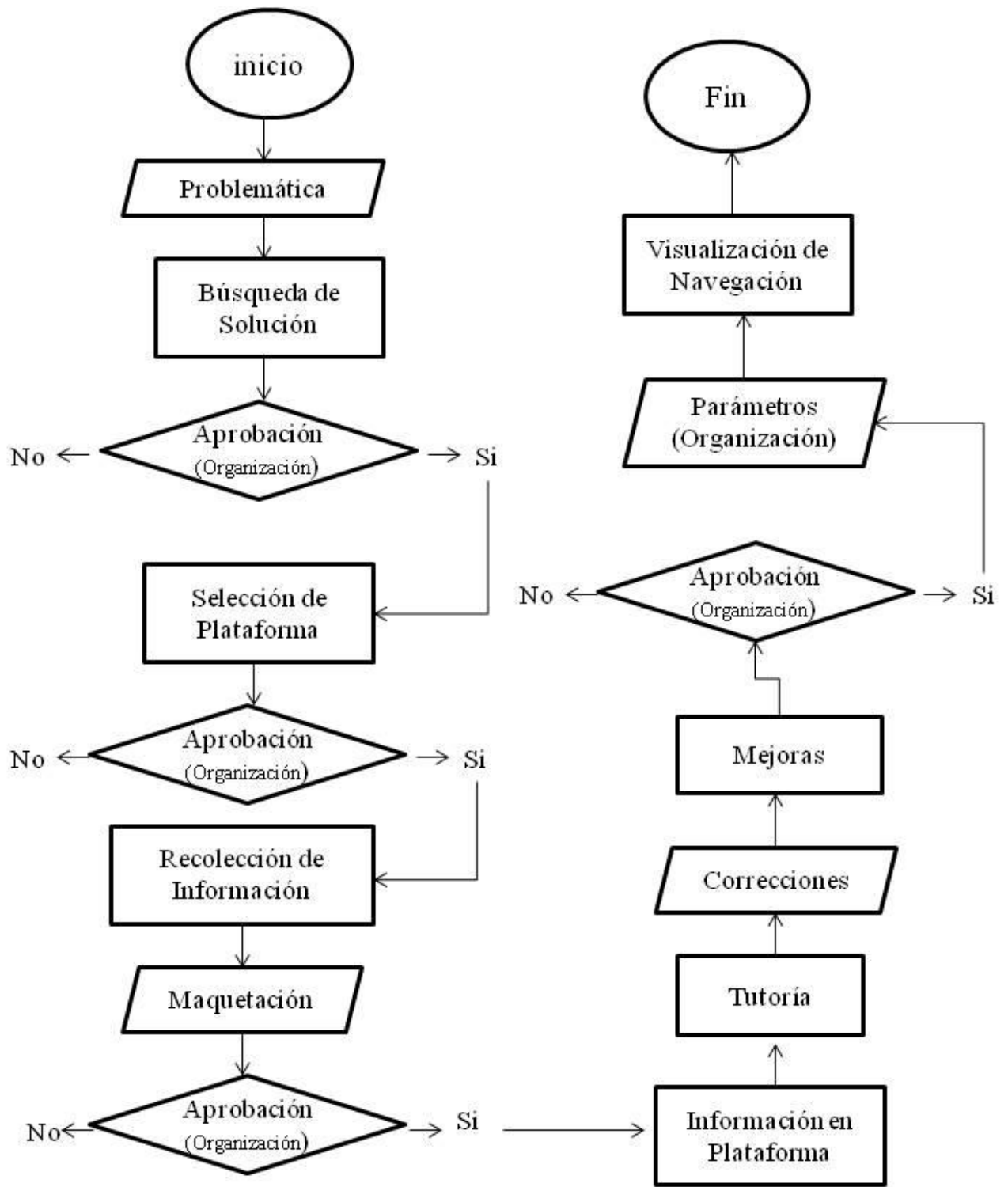
El proceso de esta asesoría está orientado en el hallazgo del problema y el tratamiento del mismo a través de técnicas y métodos de trabajo, las horas de atención son:

Días: Martes y Jueves.  
Hora: 08:00 am - 11:00 am



14. Procesos de Fabricación:





## Conclusiones

A partir de la presente investigación se puede deducir que algunas personas desconocen la Comunicación Gráfica; sin embargo y gracias a esta investigación se puede evidenciar o demostrar como puede un Comunicador Gráfico intervenir en la sociedad y organización .

Por otro lado, se puede concluir que las herramientas gráficas son una de las maneras mas eficaces de poder solucionar problemas; en este caso el Isotipo y el Sitio Web que ayudaron eficientemente a otorgarle canales de comunicación e identidad a la Organización.

Además se agrega que ciencias como la Comunicación Organizacional permiten verificar y calificar el estado de una organización mediante sus factores; y la cual, además de esto, brinda un camino para el abordaje de las soluciones o estrategias mas adecuadas según el caso.

Por otro lado, se recomienda para futuras y actuales organizaciones desarrollar los factores de la comunicación Organizacional: Identidad Corporativa - Identidad Visual - Imagen; para evitar posibles problemas de gran amplitud.

También como recomendación a la organización en la cual se desarrollo esta investigación, se le recomienda una segunda fase de adecuación a la herramienta gráfica - Sitio Web; esto con el fin de seguir desarrollando grande logros y progresos que le permitan seguir interactuando con la Población.

## Bibliografía

Real Academia Española. (s.f.). *RAE*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de RAE: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=UvPIV63HIDXX24oWWn9n>

Águila Ribalta, L. Y. *La Comunicación en la vida cotidiana*. Boletín electrónico AEG – Artículos de interés.

Asociación Colombiana de Arte Terapia. (2010). *ar.te*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de ar.te: <http://www.arteterapiacolombia.org/home.html>

Ate y Cultura UVM. (27 de Agosto de 2012). *idengrafcorp*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de idengrafcorp: <http://idengrafcorp.blogspot.com.co/2012/08/definicion-joan-costa.html>

CES Felipe II. *Diseño Gráfico*. España.

Cespedes Tamayo, L. (s.f.). *monografias.com*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos96/estructura-organizacional-fundamentos-teoricos-su-evaluacion/estructura-organizacional-fundamentos-teoricos-su-evaluacion.shtml>

Cifuentes, I. M., Lasso, C., & López, j. (2012). *Historia en el Siglo XX*. Cali (Colombia).

Cordero Ramos, N., Palacios Esteban, J. E., & Fernandez Martin, I. *Trabajo Social y Derechos Humanos: Razones para una Convergencia*.

Costa, J. *Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma*.

Costa, J. (s.f.). *RRPP net - Portal de Relaciones Publicas*. Recuperado el Octubre de 2015, de RRPP net - Portal de Relaciones Publicas: <http://www.rrppnet.com.ar/imagencorporativares.htm>

Currás Pérez, R. (2010). *Identidad e Imagen Corporativas: revisión conceptual e interrelación*. España.

D.C.V. Pepe, E. G. *Comunicación Visual y Diseño*.

Defaz Moya, C. M. (2004). *EPMAPS (Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento)*. Quito, Ecuador.

e02 diseño. (s.f.). *e02 diseño*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de e02 diseño: <http://www.e02.es/cubic/ap/cubic.php/doc/Identidad-Visual-Corporativa-296.html>

Espinosa, R. (2015). *RobertoEspinosa / BLOG DE MARKETING Y VENTAS*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de RobertoEspinosa / BLOG DE MARKETING Y VENTAS: <http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>

Esther. (07 de Octubre de 2009). *Tiempos Modernos*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Tiempos Modernos: <http://www.tiemposmodernos.eu/ret-tipos-de-comunicacion/>

Forero Aguirre, A., & Romero, V. (23 de Octubre de 2009). " Piden reconocer a cuidadores". *El Espectador* .

FSS. (s.f.). *FSS*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de FSS: <http://fisioterapia.blogspot.com.co/p/que-es-fisioterapia.html>

FUMDIR. (s.f.). *FUMDIR*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de FUMDIR: [http://www.fumdir.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4&Itemid=4](http://www.fumdir.org/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=4)

Garcia, P. (17 de abril de 2013). *Tocando laLluna*. Recuperado el 13 de Octubre de 2015, de Tocando la Luna: <https://tocandolaluna.wordpress.com/2013/04/17/el-todo-es-mas-que-la-suma-de-las-partes-aristoteles/>

*Gestiopolis*. (2000 - 2015). Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Gestiopolis:  
<http://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/>

Hernández Tápanes, D. S. (1999 - 2015). *infoMED ESPECIALIDADES*. Recuperado el Octubre de 2015, de infoMED ESPECIALIDADES:  
<http://www.sld.cu/sitios/rehabilitacion/temas.php?idv=615>

Hospitales Nisa. (2014). *Hospitales Nisa*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Hospitales Nisa: <http://www.neurorhb.com/blog-dano-cerebral/que-es-la-terapia-ocupacional/>

Huertas Díaz, O., Mateus Mendoza, J., Pardo Peña, L., Parra Pinzón, L., & Matiz Rodríguez, D. (1998 - 2015). *Encolombia*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Encolombia: <http://encolombia.com/derecho/revistajurisdiction/jurisdictio44/socio-juridicas/>

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2015). *Centros Comunitarios de Aprendizaje*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Centros Comunitarios de Aprendizaje:  
[http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido\\_tiposcom.htm](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido_tiposcom.htm)

Leone, G. (1998). *Leyes de la Gestalt*.

Lom, A. (21 de Junio de 2006). *Gestipolis*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-organizacion/>

López, J. (28 de Octubre de 2010). *Jair López - Blog*. Recuperado el Octubre de 2015, de Jair López - Blog: <http://jairabsalonlopez.blogspot.com.co/2010/10/produccion-de-piezas-graficas.html>

Mary L. Gavin, M. (2012). *KidsHealth from Nemours*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de KidsHealth from Nemours:  
[http://kidshealth.org/PageManager.jsp?dn=KidsHealth&lic=1&ps=107&cat\\_id=20261&article\\_set=56796](http://kidshealth.org/PageManager.jsp?dn=KidsHealth&lic=1&ps=107&cat_id=20261&article_set=56796)

*Mediclopedia*. (s.f.). Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Mediclopedia:  
<http://www.iqb.es/diccio/c/centros.htm>

Miquilena Verde, D. E. (s.f.). *Comunicación Gráfica*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Comunicación Gráfica:  
[http://comunicaciongraficaemv.blogspot.com.co/p/comunicacion-grafica\\_10.html](http://comunicaciongraficaemv.blogspot.com.co/p/comunicacion-grafica_10.html)

Morales Ruiz, P. *WERTHEIMER*.



Morales Soto, C. A. (30 de Mayo de 2007). *propuestagrafika*. Recuperado el Octubre de 2015, de propuestagrafika: <http://propuestagrafika.blogspot.com.co/2007/05/conceptos-de-logotipo-isotipo-e.html>

Neurath, O. (2015). *diseño grafico audiovisual - diloengrafico wiki de diseño*. Recuperado el Octubre de 2015, de diseño grafico audiovisual- diloengrafico wiki de diseño: <https://diloengrafico.wikispaces.com/Otto+Neurath+y+el+isotipo>.

*Nociones Basicas de Diseño - Teoría del Color - Diseño Industrial*. Netdisseny.

Oficina Internacional de Trabajo, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, OMS (Organización Mundial de la Salud). (2005). *RBC / Estrategia para la rehabilitación, la igualdad de oportunidades, la reducción de la pobreza y la integración Social de la personas discapacitadas / Documento de Posición Adjunta 2004*. Suiza.

Olaya, J. (s.f.). *slideshare*. Recuperado el Octubre de 2015, de slideshare: <http://www.fpemy.com/directory/slideshows/tipos-de-diseo-13208114>

OMS, Organización Mundial de la Salud . (2005). *RBC / Estrategias para la rehabilitación, la igualdad de oportunidades, la reducción de la pobreza y la integración social de las personas con discapacidad / Documento de posición conjunta 2004*. suiza.

OMS, Organización Mundial de la Salud. (2001). *Conadis*. Grafo, S.A.

Oviedo, G. L. (2004). La Definición del Concepto de Percepción en Psicología con Base en la Teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales* , 89 -96.

Républica de Colombia - Gobierno Nacional - Congreso de Colombia. (Febrero 27 - 2013). *Ley Estatutaria 1618 / "Por medio de la cual se establecen las disposiciones para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad"*. Colombia.

RGO - Red Gráfica Latinoamerica. (s.f.). *RGO - Red Gráfica Latinoamerica - Multimedia*. Recuperado el Octubre de 2015, de RGO - Red Gráfica Latinoamerica - Multimedia: <http://redgrafica.com/El-Material-P-O-P-y-su-utilidad>

RM, J. A. (s.f.). *empresa&economía*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de empresa&economía: <http://www.empresayeconomia.es/planificacion/vision-y-mision-dos-conceptos-fundamentales.html>

Rodríguez Guerra, I. (2 de Febrero de 2005). *Gestiopolis*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/>

Rodríguez, ,. V. (19 de Septiembre de 2007). *coerulea mossiae*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de coerulea mossiae: <https://coerulea.wordpress.com/2007/09/19/11/>

*Teoría del Color*. (s.f.). Recuperado el Octubre de 2015, de <https://docs.google.com/document/d/1Xziqc2I1dtyWD1GQuV3xIKun2DZBfpmweHrAG6bLP1s/edit?hl=es&pli=1>

Thompson, I. (2012). *promonegocioS.net*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de *promonegocioS.net*: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm>

Toledano, A. (2009). *ANGELTOLEDANO ´S BLOG*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de *ANGELTOLEDANO ´S BLOG*: <https://angeltolledano.wordpress.com>

udima - Universidad a Distancia de Madrid. (2009). *adeudima.com*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de *adeudima.com*: [http://www.adeudima.com/?page\\_id=126](http://www.adeudima.com/?page_id=126)

Universidad America Latina. *Historia del Pensamiento*.

UZKIAGA. (2012). *UZKIAGA*. Recuperado el Octubre de 2015, de UZKIAGA: <http://uzkiaga.com/blog/disenio-grafico/que-informacion-debe-contener-un-manual-de-identidad-corporativa>

Vega, E. *Diseño e Identidad Visual*.

*Wikipedia*. (09 de Julio de 2015). Recuperado el Octubre de 26 de 2015, de *Wikipedia*: <https://es.wikipedia.org/wiki/Sibat%C3%A9>

*Wikipedia*. (2015). Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de *Wikipedia*: [https://es.wikipedia.org/wiki/Ayuda\\_t%C3%A9cnica](https://es.wikipedia.org/wiki/Ayuda_t%C3%A9cnica)

*Wikipedia*. (2015). Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de *Wikipedia*: [https://es.wikipedia.org/wiki/Marca\\_corporativa](https://es.wikipedia.org/wiki/Marca_corporativa)

*wikipedia*. (s.f.). *Wikipedia*. Recuperado el Octubre de 2015, de *Wikipedia*: [https://es.wikipedia.org/wiki/Manual\\_de\\_identidad\\_corporativa](https://es.wikipedia.org/wiki/Manual_de_identidad_corporativa)

Anexo 1: Encuesta Problemática

**Público Encuestado:** Población del Municipio de Sibaté.

**Grupo Investigador:** Yury A. Pachón Muñoz e Ingrid J. Ramírez Barrantes.

**Institución:** UNIMINUTO - Corporación Universitaria Minuto de Dios – Sede Regional Soacha.

**Programa:** Tecnología en Comunicación Gráfica.

**Encuesta de Diagnostico  
de la Problemática**

Nombres: \_\_\_\_\_  
Apellidos: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_

1. ¿Actualmente, reside en el Municipio?

SI  NO

¿Cuánto tiempo lleva residiendo allí? \_\_\_\_\_

2. ¿Se encuentra usted en Condición de Discapacidad?

SI  NO

De no ser una persona en Condición de Discapacidad, ¿Distingues alguna persona que si lo esté?

SI  NO

¿Dónde reside dicha persona? \_\_\_\_\_

3. ¿Qué vínculo tiene con la persona en Condición de Discapacidad?

Familiar  Amistoso

Vecino

4. ¿Conoce el Programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?

SI

NO

¿Por qué medio lo conoció?

TV

Radio

Publicidad por Perifoneo

Publicidad Impresa

Entidades del Gobierno

Amigo

5. ¿Conoce usted la ubicación del Programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?

SI

NO

¿En qué barrio está ubicado?

\_\_\_\_\_

6. ¿Alguna vez, ha asistido al Programa de Discapacidad?

SI

NO

¿Por qué?

Atención Personal

Atención a Familiar o Amigo

Otro

7. ¿Conoce los Subprogramas otorgados por el programa de Discapacidad?  
Nómbrelos.

SI

NO

---

---

---

¿Por qué medio tuvo conocimiento de dichos sub-programas?

Atención Personal

Amigo o Vecino

Televisión

Radio

Publicidad Impresa

Publicidad por Perifoneo

8. ¿En algún momento escucho hablar del SIBATÓN?

SI

NO

¿A través de que medio?

Televisión

Radio

Publicidad Impresa

Publicidad por Perifoneo

¿Participo en él?

SI  NO

¿De qué manera lo hizo?

Equipo de trabajo

Contribuyente

Beneficiario

Público

Espectador Momentáneo

9. ¿Quisiera usted conocer o afianzar su conocimiento sobre el Programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?

SI  NO

¿Por qué?

---

10. De qué Forma le gustaría tener mayor Comunicación sobre el Programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?

Televisión

Radio

Internet

Publicidad Impresa

Publicidad por Perifoneo

11. ¿Cree usted, que la televisión, la radio y el internet son medios que permiten establecer mayor Comunicación?

SI  NO

¿Por qué? \_\_\_\_\_

12. ¿Tiene usted, acceso a los medios de televisión y radio municipales de Sibaté, tales como Canal 10 y Sibastereo?

SI  NO

Si no tiene acceso a dichos medios, ¿Cree usted, que esto le impide tener acceso a la información del Programa de Discapacidad, teniendo este dichos medios para la difusión de la información del mismo?

SI  NO

¿Por qué? \_\_\_\_\_

13. ¿Cree usted que medios como el internet pueden establecer una mayor comunicación entre el Programa de Discapacidad y la Población que desee conocer de la misma?

SI  NO

¿Por qué? \_\_\_\_\_

---

¿Qué tan a menudo tiene usted acceso a internet?

Siempre

Casi Siempre

Nunca

14. Teniendo en cuenta, que la información en algunos medios es momentánea y no estática, pero actual. ¿Qué medio aconsejaría usted, para obtener mayor información sobre el programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?

Televisión

Radio

Internet

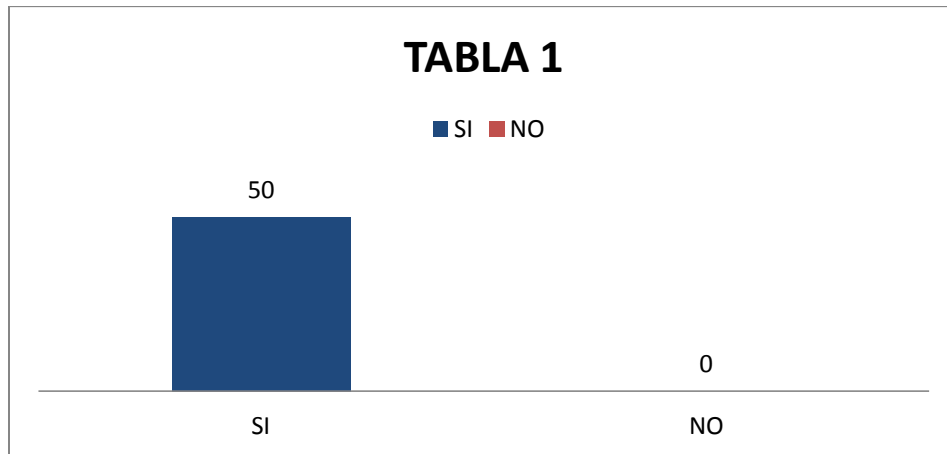


## Anexo 2: Tabulación Encuesta Problema

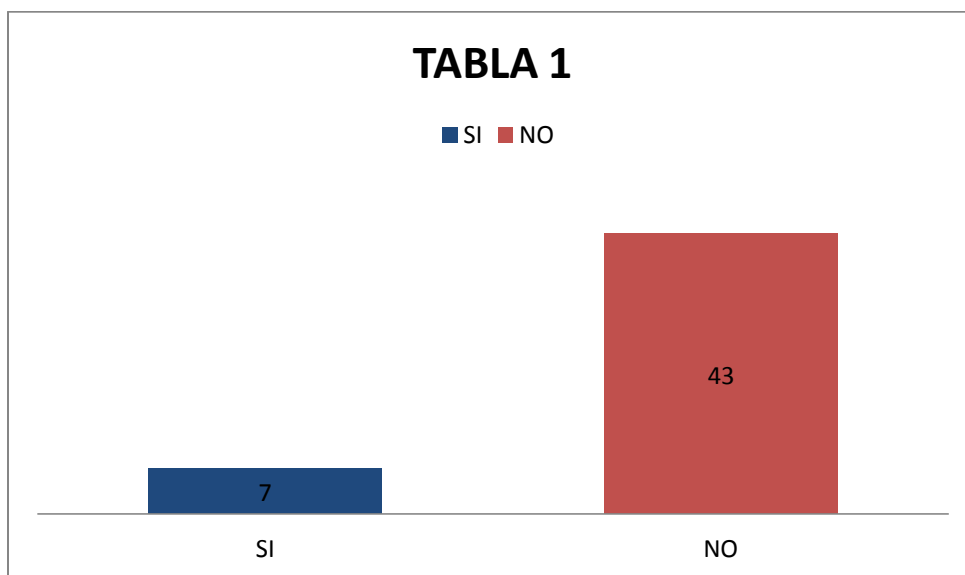
### TABULACIÓN

#### DE LA ENCUESTA DE DIAGNOSTICO DE LA PROBLEMÁTICA

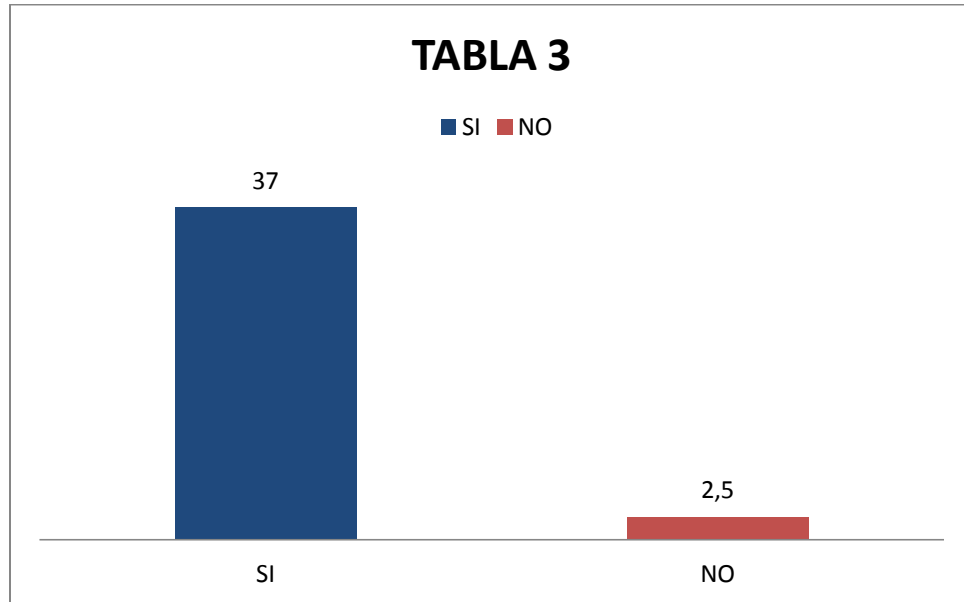
1. ¿Actualmente, reside en el Municipio?



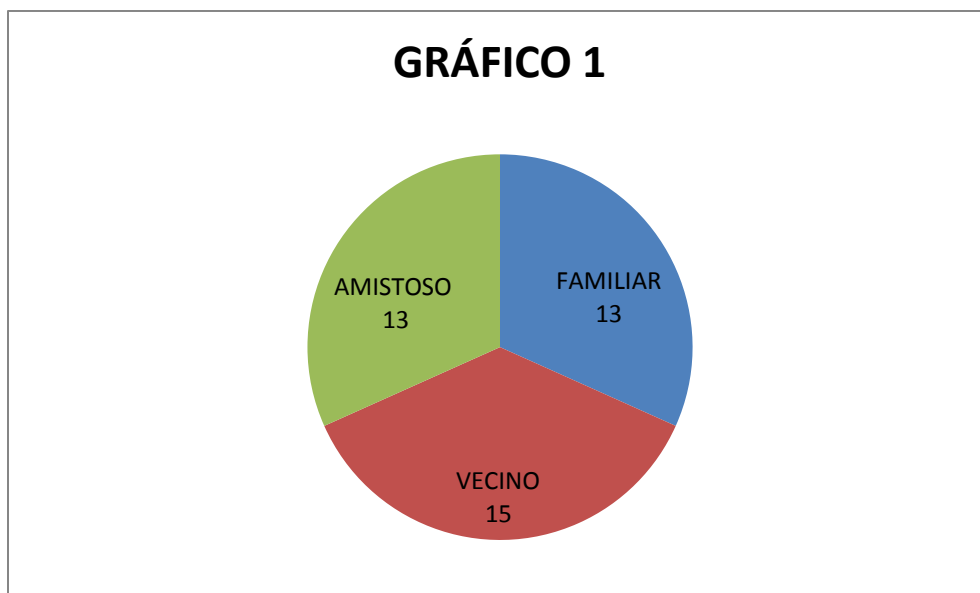
2. ¿Se encuentra usted en Condición de Discapacidad?



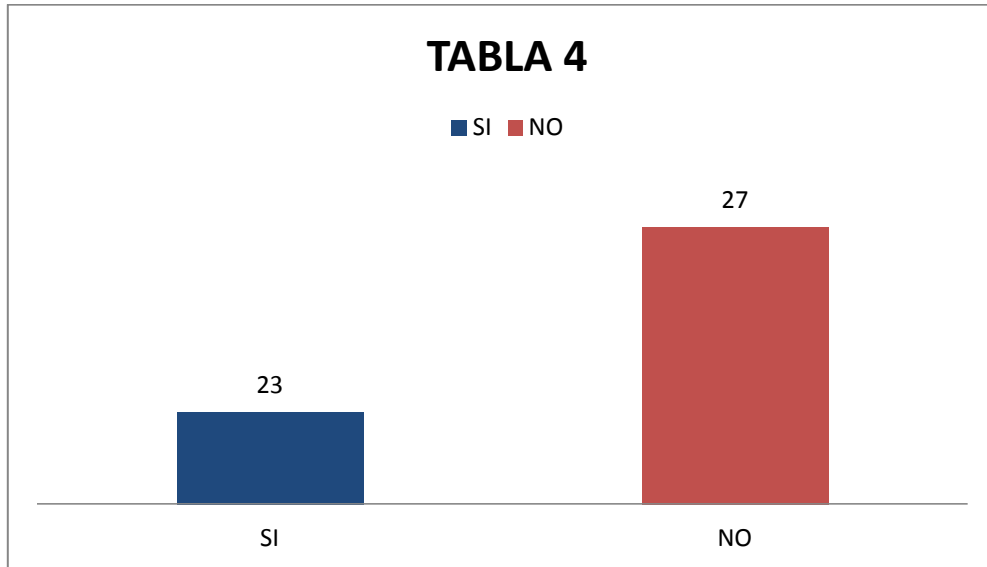
¿Distingues a alguien en Condición de Discapacidad?



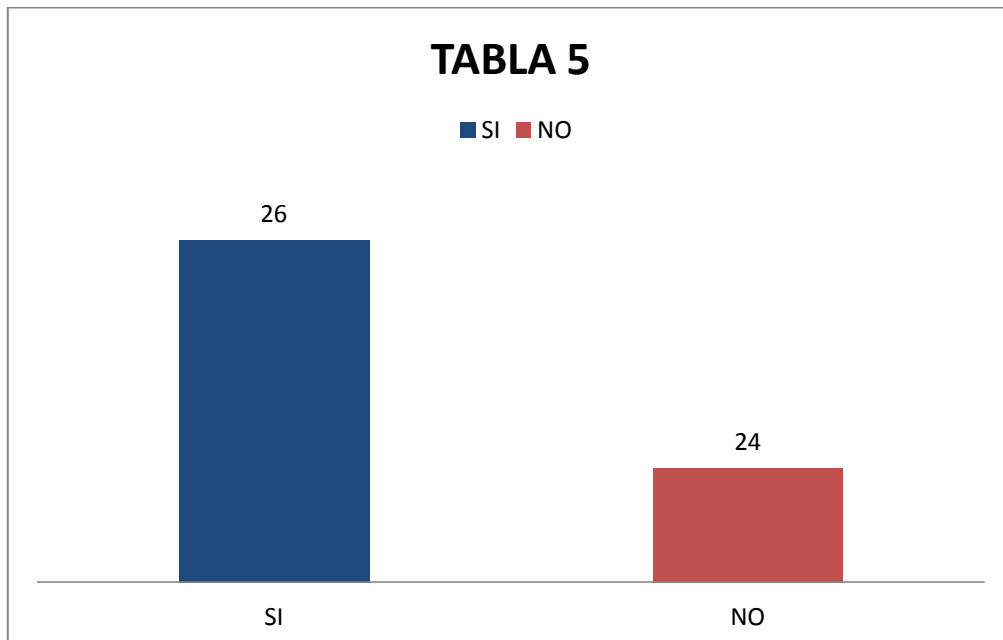
3. ¿Qué vinculo tiene con la persona en Condición de Discapacidad?



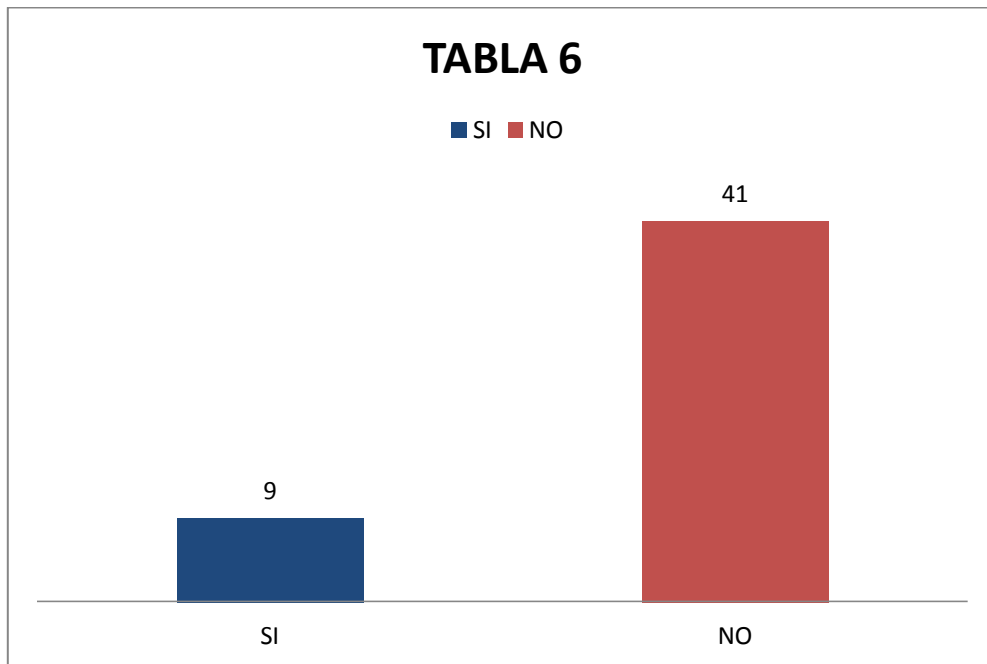
4. ¿Conoce el Programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?



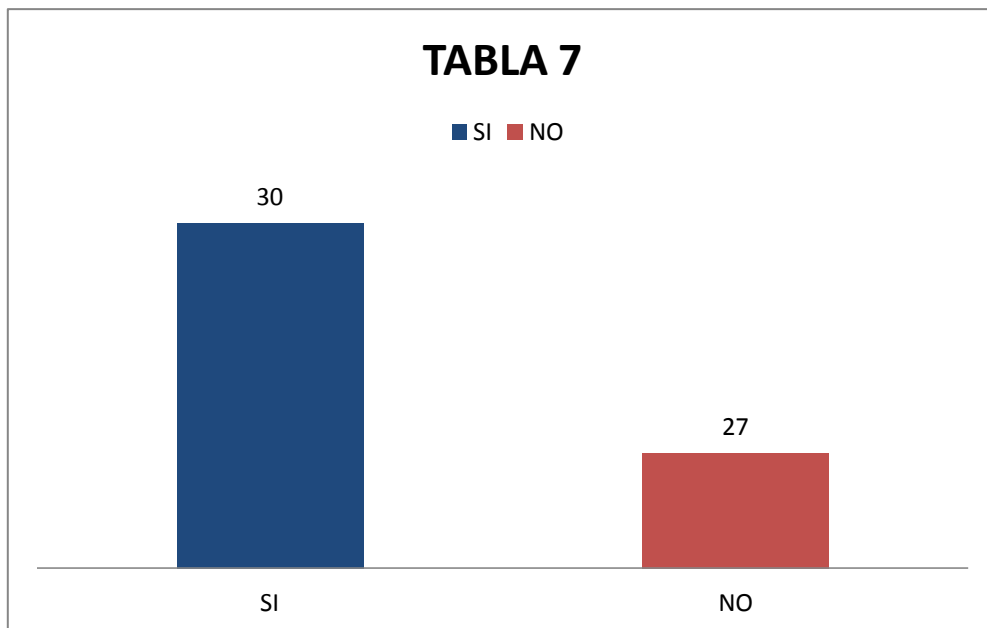
5. ¿Conoce usted la Ubicación del Programa de Discapacidad?



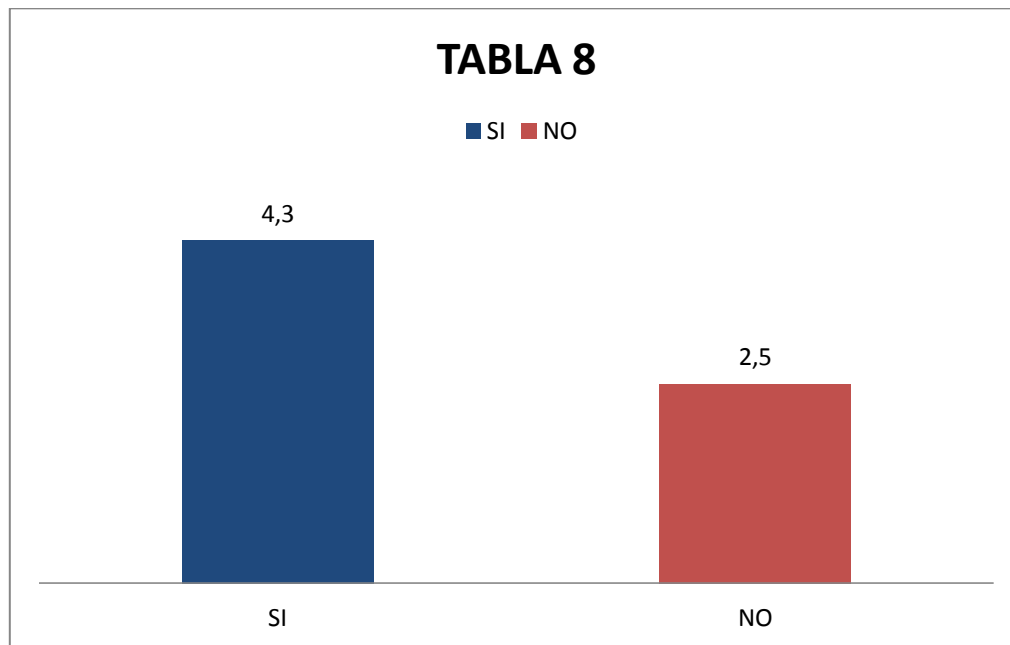
6. ¿Alguna Vez, ha asistido al Programa de Discapacidad?



7. ¿Conoce los Subprogramas otorgados por el Programa de Discapacidad?



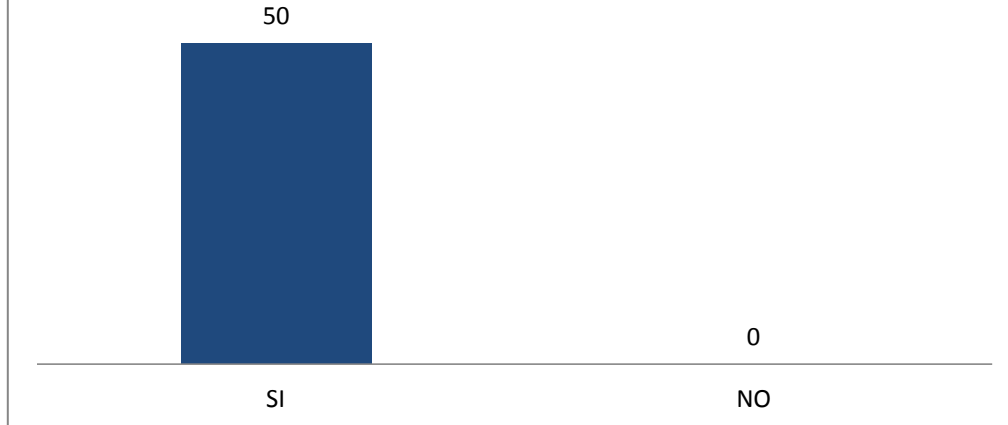
8. ¿En algún momento escucho hablar del Sibatón?



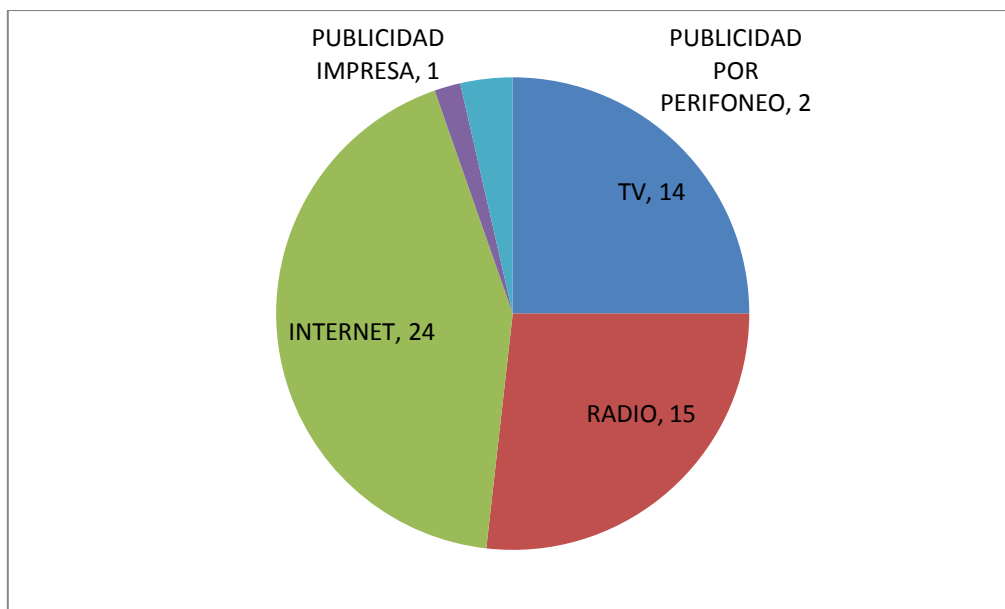
9. ¿Quisiera usted conocer o afianzar su conocimiento sobre el Programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?

**TABLA 9**

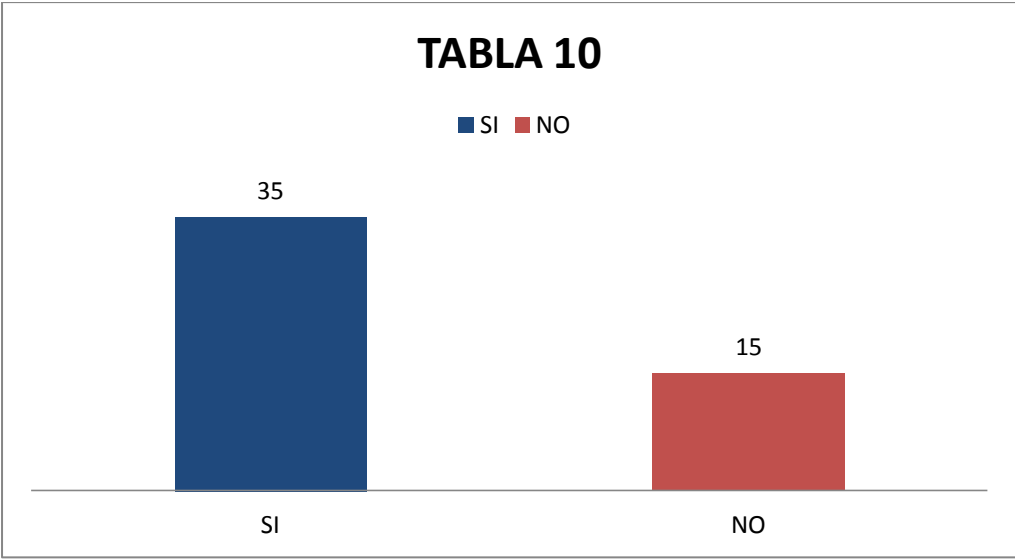
■ SI ■ NO



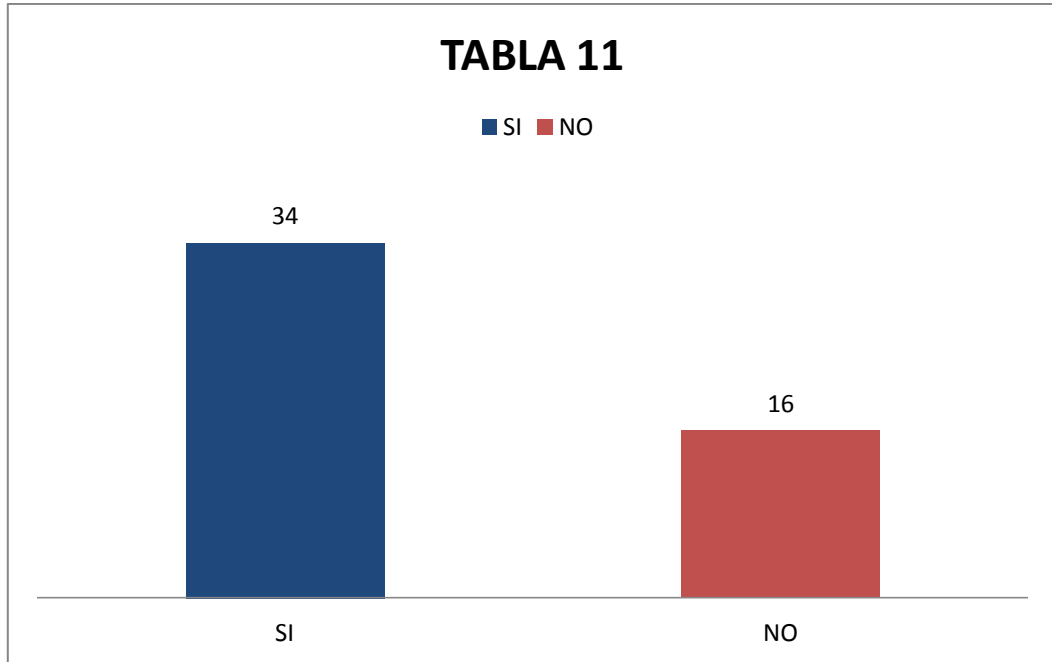
10. ¿De qué forma le gustaría tener mayor Comunicación sobre el Programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?



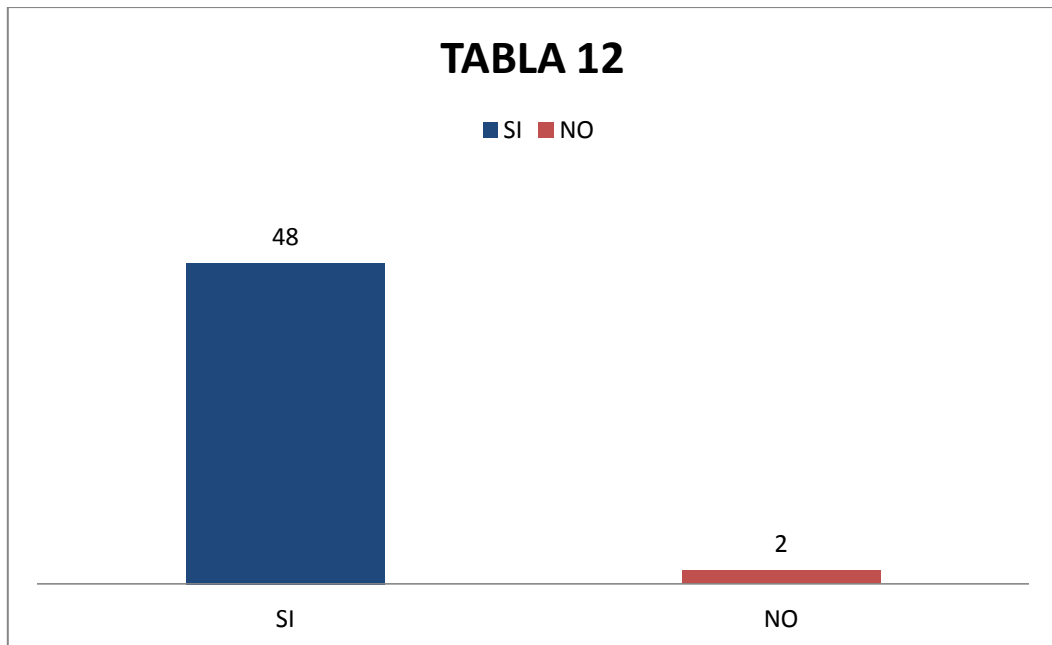
11. ¿Cree usted, que la televisión, la radio y el internet son medios que permiten establecer mayor comunicación?



12. ¿Tiene usted, acceso a los medios de televisión y radio municipales de Sibaté. Tales como Canal 10 y Sibaestereo?

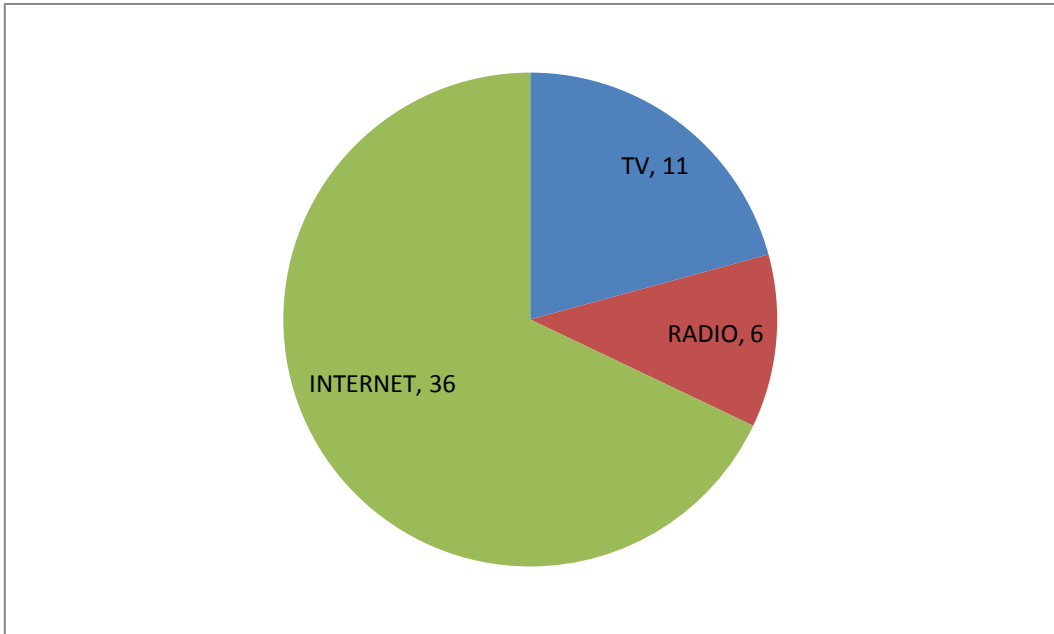


13. ¿Cree usted que medios como el internet pueden establecer una mayor comunicación entre el Programa de Discapacidad y la Población que desee conocer del mismo?



14. Teniendo en cuenta, que la información en algunos medios es momentánea y no estática, pero actual. ¿Qué medio aconsejaría usted, para obtener mayor información sobre el programa de Discapacidad del Municipio de Sibaté?





Anexo 3: Fotografías Instalaciones Sede Principal







Anexo: 4: Fotografias Centro Sensorial







Anexo 5:







Anexo 6: Fotografias La Granja







Anexo 7: Fotografías Banco de Ayudas Técnicas









8: Test

**Organización Evaluada:** Programa para Personas con Discapacidad.

**Grupo Investigador:** Yury A. Pachón Muñoz e Ingrid J. Ramírez Barrantes.

**Institución:** UNIMINUTO - Corporación Universitaria Minuto de Dios – Sede Regional Soacha.

**Programa:** Tecnología en Comunicación Gráfica.

ETAPA 1

"Verificación de Elementos Existentes y no Existentes"

E = Existe

X = No existe

I = Intervalos de existencia

<input type="checkbox"/>	Misión.
<input type="checkbox"/>	Visión
<input type="checkbox"/>	Objetivos
<input type="checkbox"/>	Valores
<input type="checkbox"/>	Organigrama
<input type="checkbox"/>	Canales de Comunicación Interna (email - Cartelera Institucional - Medios escritos - Medios Orales)
<input type="checkbox"/>	Señalización
<input type="checkbox"/>	Identidad Visual
<input type="checkbox"/>	Elementos Publicitarios
<input type="checkbox"/>	Personal Profesional
<input type="checkbox"/>	Maquinaria y elementos para la prestación de Servicios
<input type="checkbox"/>	Canales de Información Externa (Sitio Web - Redes Sociales - Publicidad)

Nota: La opción Intervalos de Existencia, deberá ser marcada siempre y cuando el organismo solo tenga un porcentaje de existencia sobre el elemento; Es decir cuando el mismo no se encuentra bajo los parámetros que debería.

## ETAPA 2 "Observaciones"

- \* MISIÓN - VISIÓN - OBJETIVOS - Valores: La Organización cuenta con la Misión desde el planteamiento del proyecto para dar principio al Programa.
- \* Organigrama: Existe una organización Estructurada, sin embargo la misma no cuenta con un grafico de esta.
- \* Canales de Comunicación Interna: La organización maneja para dicha comunicación medios impresos o realiza directamente una comunicación verbal para comunicarse entre el personal de trabajo. Además de esto, cuentan con el correo de la Organización y sus cuentas de correo personal.
- \* Canales de Comunicación Externa: La comunicación con el público externo solo se realiza verbalmente cuando este acude a la sede principal.
- \* Señalización: la Organización cuenta con una señalización de acuerdo a los parámetros de salud ocupacional, pero no cuenta con una señalización para las oficinas donde la misma puede ser personalizada.
- \* Identidad Visual: La organización no cuenta con una identidad visual y siempre hace usos de símbolo de discapacidad para eventos.
- \* Elementos Publicitarios: Como elementos publicitarios solo se ha llegado a usar el perifoneo y una cartelera escrita para información de eventos.
- \* Personal: La Organización cuenta con 8 personas estables que se encargan de subprogramas, coordinación y cuidado y mantenimiento de las instalaciones; además de ellas, cuenta con la ayuda de estudiantes practicantes de Trabajo Social, la mayoría de la universidad Minuto de Dios - Soacha.
- \* Maquinaria y Elementos: La Organización cuenta con elementos y maquinarias para el desarrollo de los servicios a prestar como: Terapia Física - Recreo y Deporte - Terapia de Fonoaudiología - Arte Diversa - La Granja - Administración - etc.

