

# UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
CLAVE 8793-24

---

---



*Desarrollo de un manual de identidad corporativa para el canal  
42 universo en Cablecom, Valle de Santiago, Gto.*

## TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

*Galdino Julian Aguilera Lara.*

ASESOR:

*Lic. Jorge de la Rocha Ledezma.*

CELAYA, GUANAJUATO, 2006



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# AGRADECIMIENTOS

Tratando de expresar mis mejores agradecimientos a las personas que me quieren y me apoyan en y contra todo, mis padres, mis hermanos, mi familia.

Demostrando que el tiempo dedicado por aquellos que me instruyeron ha valido la pena, aprendiendo que la mejor manera para que las personas se entiendan, es la comunicación.

A mis maestros, a mis amistades, conocidos...

A Dios por mirar en mí la capacidad y voluntad de querer estar aquí.

Gracias.

## DEDICATORIA

Por los grandes sacrificios que merecen la máxima distinción...

Por acompañarme en el camino, por todo ese apoyo, por creer en mi,  
por darme el valor, por darme las herramientas y por darme todo lo

que necesito...

Gracias a ti mamá, ponerme nuevamente de pie,

no fue complicado.

# Índice

	Pág.
Introducción	
Capítulo 1. Cablecom.	1
1.1. Historia de la compañía de telecomunicaciones Cablecom S.A. de C.V.	2
1.2. Cablecom en Valle de Santiago	5
1.3. Elementos Organizacionales Básicos	6
1.4. Sistemas De Servicio	13
1.5. La Organización	14
Capítulo 2. Canal Universo.	17
2.1 Historia del Canal Universo en Valle de Santiago.	18
2.2 Filosofía del Canal Universo 42.	22
2.3 Esfuerzos de Identidad Corporativa del Canal Universo	25
Capítulo 3. Métodos de Análisis de Identidad Corporativa.	28
3.1 Método basado en las cinco eses de la calidad japonesa.	29
3.2 Método de la Escalada.	45
3.3 Análisis de puestos	49
Capítulo 4. Propuesta de Manual de identidad Corporativa para el Canal Universo de Valle de Santiago.	68
4.1 Introducción	69
4.2 Logotipo	72
4.3 Sistema Cromático.	74
4.4 Tipografía.	75

4.5	Aplicaciones del Logotipo.	76
4.6	Red de reproducción.	80
5.	Aplicación en Tv.	90
5.1	Logo aplicado en el cubo del micrófono.	91
6.	Papelería.	92
6.1	Tipografía para uso en la papelería de la empresa	93
6.1.1	Tarjeta de presentación	94
6.1.2	Hoja de presentación con dirección e imagen a discreción.	96
6.1.3	Hoja de presentación con dirección e imagen grande	97
6.1.4	Hoja de presentación con dirección e imagen grande a grises.	98
6.1.5	Hoja de presentación sin dirección e imagen a discreción.	99
6.1.6	Hoja de presentación sin dirección e imagen a discreción a negro.	100
6.1.7	Hoja de presentación sin dirección y sin fecha e imagen a discreción.	101
6.1.8	Hoja de presentación sin dirección y sin fecha e imagen a discreción a negro.	102
6.1.9	Sobre tamaño carta con imagen a color a discreción	103
6.1.10	Sobre tamaño carta con imagen a grises a discreción	104
7.	Aplicación del logotipo en vehículos de la empresa, tipo Sedan.	105
7.1	Aplicación del logotipo en vehículos de la empresa, Motocicleta (Casco).	106
8.	Otras Aplicaciones.	107

Conclusiones

Bibliografía

## Introducción.

La investigación del tema Desarrollo de la identidad corporativa en el canal local televisivo Universo de Cablecom, S.A. de C.V., por prácticas en la empresa de la ciudad de Valle de Santiago, busca servir a tal como una guía para dar desarrollo y reforzar la Imagen corporativa. La cual ese encuentra en una lucha constante para estar a la vanguardia y tener una imagen aceptable y reconocida.

La idea es verificar y analizar la obtención de una imagen pública aceptable del canal Universo y que la empresa sepa administrar y conozca sus limitantes o problemas en la prestación del servicio por cable de la empresa Cablecom en la ciudad de Valle de Santiago, Gto.

El manual de Identidad Corporativa del Canal Universo servirá como factor para que esté en constante esfuerzo en la obtención de una imagen posicionada adecuadamente en el mercado, cubriendo los objetivos empresariales. Para esto le servirá la propuesta del manual de imagen que se ha de realizar en conjunto con la investigación.

El desarrollo de este manual de identidad corporativa para el canal 42, universo en Valle de Santiago requirió de investigar desde el origen de las telecomunicaciones en la ciudad y como la empresa Cablecom S.A. de C.V. absorbió las primeras empresas que trabajaban en la región.

El primer capítulo también explica sobre la filosofía de la empresa, visión, misión, valores y objetivos, así como su sistemas de servicio.

Menciona la relación entre la empresa Cablecom S.A de C.V. y el canal Universo.

El canal Universo, establecido en el canal 42 del sistema local de cable en Valle de Santiago es desarrollado en el capítulo dos, su origen y filosofía que rige su manera de laborar y misión, visión, valores y objetivos. La similitud que tiene con otras empresas que también ofrecen canal Universo en su sistema de cable.

Y en el capítulo tres es donde se basa y se sustenta la mayor parte de la investigación para poder desarrollar este manual de identidad corporativo. Se utilizan métodos de análisis para conocer en que nivel de percepción de imagen tienen las personas o clientes a los que se pretende llegar. Se utilizan métodos comunes y adecuados pensados en la empresa, arrojando resultados breves y eficientes.

Finalmente, en el capítulo cuatro se desarrolla una propuesta de manual de identidad corporativa para el canal universo, dónde se hacen especificaciones de acuerdo a los análisis anteriormente mencionados y haciendo de este, una base para el desarrollo de una imagen interna o externa con orden y especificaciones.



# **Cap. 1**

# **CABLECOM**

## 1.1. HISTORIA DE LA COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES CABLECOM S.A. DE C.V.

La empresa Cablecom S.A. de C.V. inició operaciones en el año de 1962, Durante el sexenio del Lic. Adolfo López Mateos, después de que se le otorga la concesión por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). En la ciudad de Piedras Negras, Coahuila, México. Siendo así la primer empresa dedicada a la televisión por cable que inicia operaciones en el país.

Entre algunos de los intereses principales de la empresa ha sido su expansión en el territorio mexicano, después de que se había logrado consolidar.

En la actualidad y después de cuatro décadas, la empresa opera en 57 poblaciones organizadas a través de 14 empresas operadoras, en su mayoría, de manera independiente en relación con el sistema y organización básica.

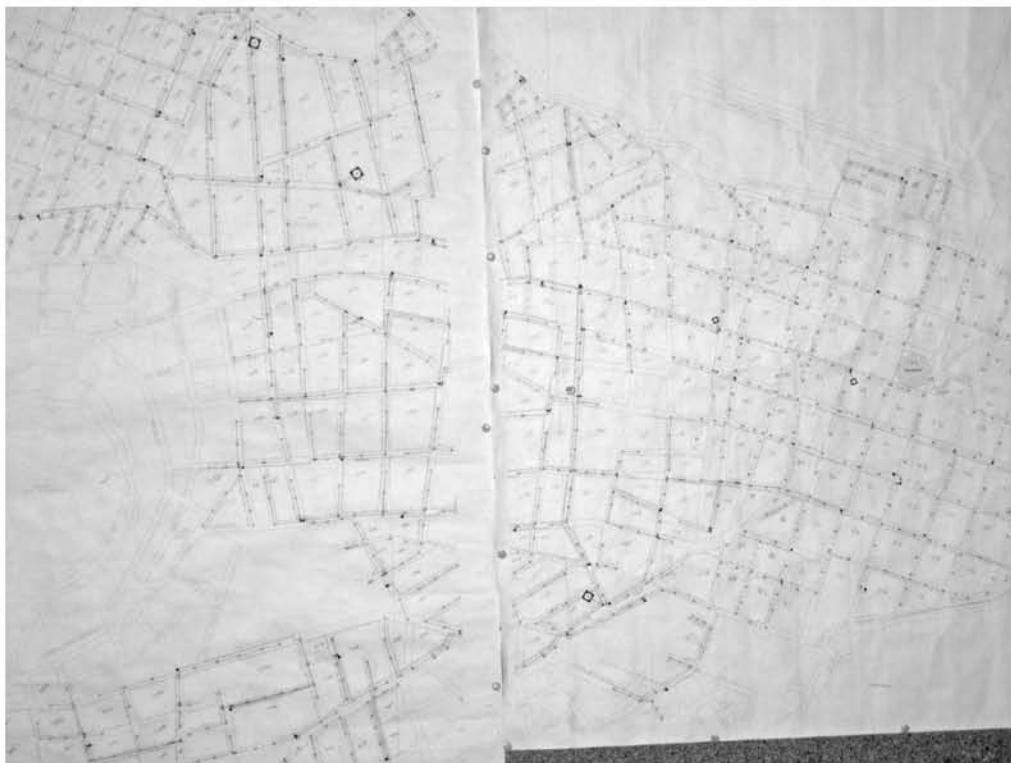
Para realizar este objetivo, el corporativo, realizó un análisis territorial, económico y de población para identificar que en el centro del país existían varias empresas dedicadas al servicio por cable.

Así que el corporativo Cablecom realizó la absorción de las principales compañías de transmisión de televisión por cable en el centro del país, el resultado de esta integración fomentó la presencia y competencia en la región bajo y centro.

Las empresas que se muestran en el siguiente bloque son las que actualmente conforman el corporativo Cablecom S.A. de C.V., cada una ha sido absorbida, y han adoptado la cultura laboral para formar distintas franquicias.

Empresa	Cobertura
"Televisión por Cable de Tabasco, S.A. de C.V.	Villahermosa, Macultepec, Macuspana, Comalco, Cárdenas, Cunduacán, Nacajuca, Jalpa de Méndez, Paraíso y Huimanguillo, Tabasco.
Tele Cable de Cd. Del Carmen, S.A. de C.V.	Cd. Del Carmen, Campeche.
Televisión del Norte de Coahuila S.A. de C.V.	Piedras Negras, Coahuila.
Tele Azteca S.A. de C.V.	Reynosa, Tamaulipas.
Tele Cable de la Barca, S.A. de C.V.	La Barca y Jamay, Jalisco y Briseñas, Michoacán.
Tele de Zacapu, S.A. de C.V.	Zacapu y Purépero, Michoacán.
Tele Cable de Matamoros, S.A. de C.V.	Izúcar de Matamoros, Atencingo y Cítela, Puebla.
Grupo Cable TV de San Luís Potosí, S.A. de C.V.	San Luís Potosí y Soledad Sánchez de Graciano, S.L.P.
Tele Cable del estado de México, S.A. de C.V.	Coacalco y Ecatepec, Edo. De México.
TVI Nacional, S.A. de C.V.	Chalco, Neza y Texcoco, Edo. De México. Orizaba Cd. Mendoza, Río Blanco, Santiago Tuxtla y Lerdo de Tejada, Veracruz. Apan y Cd. Sahún, Hidalgo. Acámbaro, Salvatierra, Valle de Santiago y Yuriria, Guanajuato. Atlixco, Teziutlan y Sn. Martín Texmel, Puebla. Huamantla, Tlaxcala. Albarado.
TVI del Centro, S.A. de C.V.	Melchor Ocampo, Tultitlán, Teoloyucan, Tepozotlan, Tultepec, Zumpango y Cuatitlán de R.R., Edo. De México., Tizayuca, Hidalgo.
TVI Amecameca, S. A de C.V.	Amecameca, Edo. De México, Zacatepec, Morelos.
TVI Jojutla, S.A. de C.V.	Jojutla, Morelos." <sup>1</sup>

<sup>1</sup> CABLECOM, *Manual Empresarial*, Valle de Santiago, 1998, Pág. 4.



Mapa actual de la red de telecomunicaciones establecida por la empresa Cablecom Valle de Santiago.

Otro de sus objetivos propuestos es que cada una de estas empresas regionales se caracterice por tener su propia cultura de trabajo, influenciada por la forma de ser de sus integrantes y por las costumbres locales de cada localidad.

Es decir, generar en cada una de ellas un desarrollo autónomo con técnicas propuestas por las gerencias y departamentos regionales. Sin dejar de lado la filosofía que caracteriza a todo este sistema.

## 1.2 CABLECOM EN VALLE DE SANTIAGO.<sup>2</sup>

En Valle de Santiago se inician operaciones del sistema de cable el 10 de febrero de 1994, con la empresa Cable Internacional S.A. de C.V., con la concesionaria, Sr. María Marta Serna Hernández, estando en la presidencia Municipal, C. Manuel Vásquez Cano, con instalaciones en la calle Petróleos no 61-B altos, iniciando con un aproximado de 60 suscriptores.

Después se realiza la venta de Cable Internacional S.A. de C.V. a TVI Nacional, S.A. de C.V., el día 21 de Septiembre del 1995, estando de gerente regional, el Sr. Francisco Ibarra Fariña, contando con un aproximado de 2'200 suscriptores hasta principios del año 2002 ocupando aún las mismas instalaciones en la calle Petróleos.

En Octubre del 2003 se hace una nueva transacción con la compañía Cablecom S.A. de C.V., con el gerente regional Ing. Pedro Chávez Toledo, quienes para en noviembre del año 2003, se encontraban en sus nuevas instalaciones en Petróleos No. 59. Esta negociación realizó un reajuste de departamentos y amplió la red del sistema para dar una extensa cobertura en la ciudad.

Cubriendo las calles y colonias que han sido planeadas estratégicamente mediante el departamento de coordinación técnica. Ahora cuentan con un aproximado de 2'750 suscriptores, considerando que el registro de la cifra es variable, debido a clientes morosos o

---

<sup>2</sup> CABLECOM, *Manual Empresarial*, Valle de Santiago, 1998.

Entrevista a: Ángeles Mendoza Corales Responsable Administrativo del Corporativo Cablecom, Valle de Santiago, Guanajuato. Mex.

nuevas inscripciones registradas mensualmente, también depende de la amplitud de la red en la ciudad.

### 1.3 ELEMENTOS ORGANIZACIONALES BÁSICOS.

Los elementos organizacionales básicos: visión, misión, valores, objetivos y metas, han sido adoptados en cada una de las sucursales de la empresa Cablecom S.A. de C.V., desde el corporativo que se encuentra en el Distrito Federal, mediante un *Manual Empresarial* que se ha repartido a cada una de sus gerencias, capaces de emplearlas y enseñarlas a cada uno de los que laboren en la empresa.

- Visión de CABLECOM

“La visión corporativa es conquistar el liderazgo nacional dentro de la industria de las telecomunicaciones por cable, ofreciendo a los clientes y usuarios una oferta de servicios que satisfagan totalmente sus requerimientos de telecomunicaciones y entretenimiento.

Para lograr esto se pondrá especial interés en el servicio y la atención al cliente, así como en mejor balance en precio-beneficio.

De tal modo, que la empresa busca tener el mejor equipo de colaboradores.

Todos trabajaremos proactivamente en un entorno que favorecerá un ambiente energizante, con oportunidades de desarrollo, prosperidad financiera, crecimiento profesional y un buen balance de vida personal.

Esta se siente comprometida con la innovación constante, y así poder ofrecer, antes que sus principales competidores productos y servicios sustentados en los últimos adelantos tecnológicos.

- Misión de CABLECOM

La misión es convertir esta empresa en el líder de la industria de las telecomunicaciones por cable en México, poniendo el énfasis en la atención a sus clientes para lograr la satisfacción total, manteniendo con ellos una relación de largo plazo, y proveyéndoles de servicios de bajo costo y óptima calidad, mantenimiento y al mismo tiempo niveles de alta rentabilidad.

Para lograrlo se busca hacer eficientes los procesos y funciones, sistematizando las áreas de operación y siempre innovando en beneficio del cliente.

La empresa plantea este reto de manera general dentro de su manual empresarial y hacen notar que esto no es fácil, ya que existen competidores con gran experiencia y años de operar en el país e incluso en la región.

*Nosotros somos la empresa más antigua, y en nuestro prestigio está fincada nuestra fortaleza; en nuestro trabajo de tantos años, caracterizado por el entusiasmo, la energía y la entrega. Tenemos pasión por lo que hacemos así como una trayectoria exitosa. "* <sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> CABLECOM, *Manual Empresarial*, Valle de Santiago, 1998. Pág. 6.

Ante todo esto, se entiende que Cablecom demuestra a sus trabajadores, mediante su manual, que está ha sido una de las primeras empresas que ofrecen servicio de televisión por cable en el país lo cual le ha generado gran seguridad fincada en la experiencia.

También se menciona en su misión que busca ser la mejor, pero ser la mejor no siempre tiene que ser únicamente presentar una excelente programación, también se puede considerar el servicio al cliente, y la eficacia con la que resuelven problemas de la señal satelital.

Mientras que con Valle de Santiago, su propuesta ha sido la siguiente, *Ser la mejor opción de telecomunicaciones para nuestros clientes.* Aunque no es tan difícil no cumplir dicho reto, debido a que es la única empresa que se dedica a la televisión por cable en esta ciudad. Y son los que cuentan con esta red.

Así que, no sólo sería la mejor opción, puesto que es la única.

- Objetivo general

"Cablecom busca llegar a ser líderes en la industria de las telecomunicaciones en nuestro país, específicamente en el segmento de televisión por cable.

Y Para lograrlo, buscan las siguientes estrategias:

- Ser los primeros en el servicio y en la atención a los clientes, suscritores y anunciantes.
- Tener la mejor calidad en señal de televisión por cable.
- Ofrecer otros servicios, como el Internet y en algunas regiones Servicio Telefónico.



- Incrementar el número de suscriptores en sus actuales concesiones.
- Adquirir otras concesiones de renombre en operación y que están localizadas en zonas estratégicas”<sup>4</sup>.

Estos objetivos exigen una visión a futuro para poder anticiparse a su competencia y prever las necesidades futuras de los clientes. Y Así mantenerse por lo menos en una mejor opción en el mercado, con mayor calidad y mejor servicio que cualquier otra compañía.

La empresa establece que alcanzará sus metas, por su solidez, su prestigio, su oferta y ante todo porque cuenta con el personal de la más alta calidad.

Aunque en el Local de Valle de Santiago, el empleado únicamente se guía mediante un *manual empresarial*, dependiendo de su área se le es capacitado. Y es aquí donde adquiere la mayoría de su cultura laboral.

*“El talento de nuestra gente es la mejor carta para llegar a ser la mejor opción no sólo en televisión por cable, sino también en redes de telecomunicaciones en México. Este reto consistirá en mantener las señales internacionales de las grandes cadenas al mejor precio del mercado para que el usuario nos pueda diferenciar de las otras compañías de una manera fácil. Podremos lograrlo sólo si aventajamos a las demás empresas en atención y en servicio al cliente.”<sup>5</sup>*

---

<sup>4</sup> Ibidem, Pág. 2.

<sup>5</sup> Ibidem, Pág. 6.

Cada uno de los empleados y personal que labora en la empresa debe tomar en cuenta los siguientes valores institucionales para trabajar en la cordialidad que se pretende obtener dentro de la institución. Y para que sea el resultado de la imagen que se desea proporcionar al público en general.

- Los Valores institucionales son:
  - RESPETO AL INDIVIDUO
  - ATENCIÓN AL CLIENTE
  - CALIDAD
  - SEGUIMIENTO DE LAS NORMAS DE INTEGRIDAD
  - INNOVACIÓN

- RESPETO AL INDIVIDUO.

“Se pretende un ambiente laboral pleno y seguro, de confianza, que exista la comunicación y que sea frecuente, de manera honesta; se escucharán el uno al otro sin importar posición o nivel jerárquico.

Cada uno de los empleados de la empresa cuenta con la capacidad necesaria para desarrollar de manera individual la habilidad de satisfacer al cliente.

Este ambiente promueve el desarrollo y el aprendizaje constante”<sup>6</sup>.

- ATENCIÓN AL CLIENTE.

“El interés por cada cliente debe ser sincero. Al entender y anticipar sus necesidades, lograrán establecer relaciones duraderas con ellos, y un servicio es cada vez mejor.

---

<sup>6</sup> Ibidem, Pág. 9

Los clientes de la empresa pueden contar siempre con cualquier participante, trabajador; de la misma, para tener un servicio de bajo costo y calidad superior, que les permita sentirse completamente satisfechos, ya que cuentan con la mejor tecnología.

La superación profesional, la capacitación continua, la tecnología de punta, el desarrollo de los sistemas son algunas acciones que permiten alcanzar la satisfacción de cada cliente. Atender mejor a cada uno se convierte en un auténtico reto personal.”<sup>7</sup>

- SEGUIMIENTO DE LAS NORMAS DE INTEGRIDAD.

“Cada empleado e integrante de la empresa debe considerarse honesto y comportarse éticamente en todas y cada una de las transacciones, comenzando por el trato interno laboral. Buscando Cumplir las promesas y procurar admitir sus errores.

La empresa se preocupa por que la conducta personal garantice que el nombre de CABLECOM sea siempre merecedor de confianza”<sup>8</sup>.

- INNOVACIÓN.

“Considera que la innovación es la fuerza motriz que mantiene activos y en continuo crecimiento para el desarrollo de la empresa.

La cual, acoge la creatividad, la búsqueda de perspectivas diferentes y el logro de nuevas oportunidades.

Se utiliza lo mejor y lo que este al alcance de la tecnología para mejorar, día con día, cada uno de los servicios, con el fin de cumplir y rebasar las expectativas de los clientes”<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Ibidem, Pág. 9

<sup>8</sup> Ibidem, Pág. 10

<sup>9</sup> Ibidem, Pág. 10

- CALIDAD.

“CABLECOM requiere de hacer bien las cosas desde la primera vez, para que sus clientes estén satisfechos y no tengan motivos de queja.

Porque la calidad debe estar presente en cada instante del trabajo, en cada contacto con los clientes, en cualquier aspecto del servicio, en la apariencia personal, en nuestra cultura, educación y buen trato para con los clientes y compañeros, se busca lograr que cada persona que entre en contacto con un integrante de CABLECOM tenga la impresión de haber conocido a una persona extraordinaria. Para así también hacer ver un ambiente agradable y empresarialmente sano”<sup>10</sup>.

Estos son los elementos organizacionales básicos, elementos con los que se identifican de manera nacional. Y son representados como valores del corporativo Cablecom Valle de Santiago, S.A. de C.V.

El valor a la que la empresa da mayor referencia es la calidad, entendida como un fin y no como un medio, para considerarse superiores.

Si mantiene la disciplina adecuada en cada uno de estos valores de la empresa se traduce, para la perspectiva de los clientes, en una mejor imagen en su televisión, en no tener interrupciones en su servicio, en una facturación sin errores y en la emotiva expectativa de nuevos productos, como la mejora del servicio o la posibilidad de nuevos canales en su pantalla.

---

<sup>10</sup> Ibidem, Pág. 10.

## 1.4 SISTEMAS DE SERVICIO.

En Cablecom, son tres departamentos los responsables del sistema de servicio, el área técnica, área administrativa y gerencial.

El departamento que inmediatamente recibe y da atención al cliente es el administrativo, donde se realiza el contrato de prestación de servicios para que la persona o suscriptor tenga conocimiento de los derechos y las obligaciones que adquiere al recibir el servicio. Dejando estipulado qué tipo de servicio está adquiriendo y por cuál esta obligado a pagar.

Es ahí donde se le informa al nuevo suscriptor que en un plazo de 48 horas los técnicos asistirán a su domicilio, previamente convenido.

Sí la persona no esta conforme con el contrato o en alguno de los casos, no existe (red) sistema en la avenida y no se han determinado planes de expansión por parte de la empresa. Simplemente no se realiza dicho acuerdo.

En el plazo acordado, de 48 horas, un personal técnico de la empresa asistirá al domicilio y realizará la colocación del equipo y cableado necesario. Desde la conexión a la red que se encuentra en la avenida hasta el número de televisión requeridas.

Es posible, que los técnicos y responsables del área técnica asistan al CRC (Centro de Receptor y Control), dentro de la empresa Cablecom donde se tienen todos los equipos modulares y procesadores, para la activación de los mismos en puerto, así como su balanceo para la señal. Orientación de antenas Parabólicas a los correctos satélites y mantenimiento para una buena recepción de la imagen.

En Cablecom, Valle de Santiago únicamente se cuenta con el sistema básico para el servicio de sistema por cable, aunque en otras regiones se cuenta con: el servicio Básico y el servicio Básico y Adicional.

El servicio básico ofrece aproximadamente 40 canales de programación nacional e internacional que transmiten películas, series, noticias, acción, caricaturas las veinticuatro horas del día, deportes, música, eventos especiales, reportajes y programas para toda la familia.

El servicio básico adicional añade los canales Premium, que ofrece una variedad de películas de estreno en televisión para todos los gustos y edades. Asimismo, existen canales de programación para adultos.

En ambas modalidades, se divide la programación en los siguientes géneros:

Cultura, Deportes, Infantil, Entretenimiento, Música, Noticias, Películas y en algunas regiones Cinecom.

## 1.5 LA ORGANIZACIÓN.

Desde que la empresa Cablecom Valle de Santiago, S.A. de C.V. inició sus operaciones en el año de 1993 se estableció una estructura, evaluando el potencial que se ofrecía y la necesidad de control de comunicación interna. Dicha estructura no ha cambiado debido a que su organización considera que no han requerido de mayores puestos o divisiones de labores, además que la situación financiera no reditúa para incrementar su plantilla laboral.

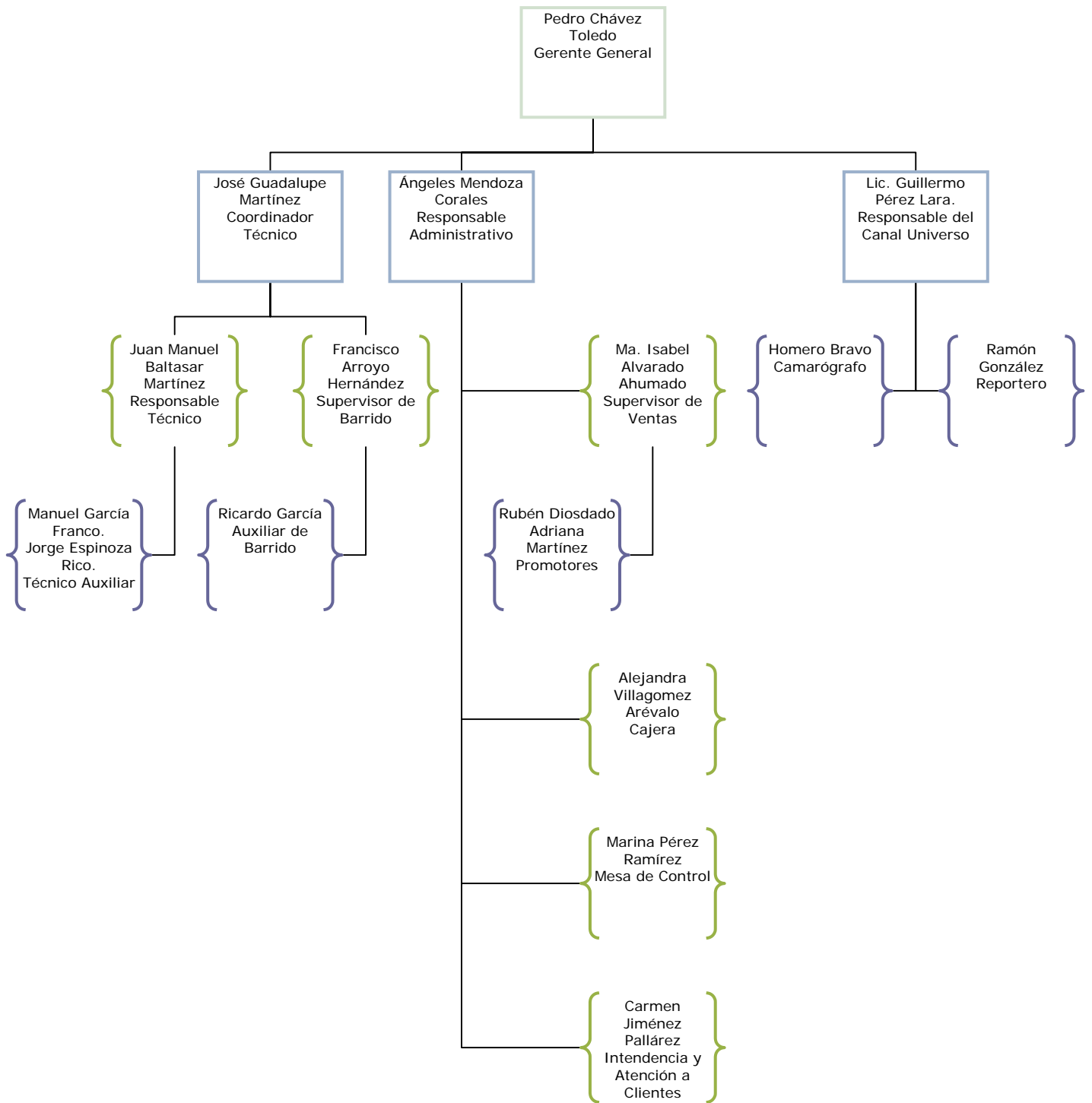
En sus mayores funciones que se consideran, son las básicas para poder laborar y en algunas ocasiones existen personas que realizan doble función o actividades como se muestra en el mismo organigrama.

El organigrama no es conocido por la mayoría de los empleados y personas que forman parte de la empresa Cablecom Valle de Santiago, Gto. Y su estructura no tiene relación con la empresa matriz o correspondiente en la región. Este fue laborado de acuerdo a las necesidades de la empresa regional y de acuerdo a los puestos que se requerían para poder mantener la organización como lo indica la persona en el departamento de administración, para un buen desempeño.

De alguna manera se puede considerar que el siguiente organigrama puede estar funcionando con grandes limitaciones en comunicación laboral e interdepartamental, de igual manera su estructura se puede considerar espontánea y carente de estructura formal.

Teniendo esta observación, también debe de tomarse en cuenta que el canal Universo, referente a elementos organizacionales se considera autónomo e independiente, y aunque forma parte de la organización Cablecom, y se hace mención en el siguiente, se realiza porque se encuentra en forma y es parte de la estructura física.

# Organigrama de Cablecom S.A. de C.V.





## **Cap. 2**

# **CANAL UNIVERSO**

## 2.1 HISTORIA DEL CANAL UNIVERSO EN VALLE DE SANTIAGO.

\* “La idea principal era realizar un distinto medio de comunicación después de los ya existentes en Valle de Santiago, como la prensa y radio local”. El principal pionero de esta idea, el Lic. Guillermo Pérez Lara en conjunto con la administración del municipio y cuando se encontraba laborando en la Presidencia como Director de Comunicación Social en el periodo del Lic. Rogaciano González González como presidente de la ciudad, en el año 2000-2003.

La función de este medio sería, notificar a la ciudadanía de los planes y proyectos que se estaban realizando dentro de la presidencia municipal, hacer programación cultural y de interés a la ciudadanía.

Para desarrollar este proyecto, se realizaron pláticas con TVI Nacional, S.A. de C.V. Valle de Santiago para poder obtener un espacio en algún canal, pero lo único que se pudo obtener fue una señal exclusiva para poder transmitir únicamente una hora diaria. Así que el proyecto no se llevo a cabo. Debido a que no era precisamente el tiempo ni la dedicación que se requería para transmitir información.

Para el año de 2003 TVI Nacional, S.A. de C.V. Valle de Santiago, se ha integrado con la empresa Cablecom S.A. de C.V., se realiza y establece proyecto con el Ing. Pedro Chávez Toledo, Gerente Regional de la

---

\* Entrevista a : Lic. Guillermo Pérez Lara. Responsable del Canal Universo, Valle de Santiago. Guanajuato. Mex.

empresa. Debido a que este forma un paquete con Yuriria, Acámbaro, Valle de Santiago, Salvatierra, formado así Cablecom del bajío.

Desde que Cablecom se ha establecido en la mayor parte del centro del país ha desarrollado distintos servicios para cada una de las regiones en donde ofrece además de televisión por cable, Internet y Telefonía. Ofrece además un canal de cable, por lo general, en el número doce del sistema, Canal Universo.

Canal Universo únicamente se transmite de manera local en algunas regiones, como, Tabasco, Reynosa, Piedras Negras, Cd. Del Carmen, La Barca, Zacapu, Apizacu, Izúcar de Matamoros, Atlixco, San Luís Potosí, Orizaba, Tlaxcable.

Contando así con doce canales universo a lo largo de la República mexicana, en la empresa Cablecom.

Para el año 2004, la empresa Cablecom, Valle de Santiago, se dan cuenta que existe gran potencial y que servirá para un aumento de la imagen y posicionamiento de la empresa en la ciudad, tomando en cuenta que un canal para la región, debía ser completamente familiar y crear un lazo entre la institución y la ciudadanía.

Teniendo noción de esto, el Lic. Guillermo Pérez Lara plantea nuevamente la idea con el Ing. Pedro Chávez Toledo, de un canal local para cubrir la necesidad de informar a la sociedad Vallense de cualquier suceso político o socialmente importante en la región bajío. Este canal sería una amplia apertura a la comunicación audio visual, a la publicidad, a la información pronta y comunicación masiva.

Para el mes de noviembre del 2004, con ayuda de C. José Guadalupe Martínez, Coordinador Técnico se establece en el canal cuarenta y dos Canal Universo Valle de Santiago, a diferencia de los demás canales universo de la empresa que se encuentran en el país, en el número doce. Debido a que la señal de TV Azteca se encuentra muy rígida y no permita una salida limpia, así que se asigna un modulador y da salida mediante un cable coaxial a todo el sistema en la frecuencia cuarenta y dos.

Se autoriza como canal de prueba y comienzan a transmitirse videos musicales y el logotipo de Canal Universo que habían sido pasados anteriormente en el canal universo de Zacapu, Michoacán. Únicamente se transmitían por periodos y en horarios concurridos. Para cuando se dejaban de transmitir, se dejaba una imagen fija de con el logotipo "Canal Universo".

Las instalaciones del Canal Universo 42, Valle de Santiago, se establecen en mismo domicilio de Cablecom, Petróleos 59. Colonia Miravalle.

Para el día 6 de diciembre de ese mismo año se realiza la primera emisión del Noticiario Universo con el horario de 21 a 22 hrs. Con la participación del Sr. Ramón González como reportero. Las noticias que se presentan en este son del interés del ciudadano Vallense.

Se genera interés en los suscriptores al enterarse que existe un nuevo canal en su señal, y además es local. Por lo que comienzan a llamar las personas interesadas en comercializar, realizar spots, comprar espacios para poder anunciar su negocio o algo personal.

Por lo que el canal comienza a transmitir también publicidad local tipo spots, realizados por el Lic. Guillermo Pérez Lara. Y el noticiario comienza a saturarse de comerciales. Debido a ello surge la necesidad de crear una barra de programas para llevar a cabo otro de los objetivos, entretener.

Incluso se han realizado programas especiales, es decir, programas de transmisión masiva y dedicada de manera específica para la comunidad Vallense, el día del niño en el Jardín Principal de Valle de Santiago, el día 30 de Abril del 2005. Un programa de concurso y juegos, y el día 12 de Febrero con el programa *Universo Musical*.

Cuando se inician operaciones en el canal universo, todo el equipo utilizado para laborar pertenece al Lic. Guillermo Pérez Lara, debido a esto, ya se ha realizado una pausa en las transmisiones, desde el 4 de mayo hasta el 6 de junio del 2005.

Debido a órdenes del corporativo Cablecom, se establecería el equipo necesario para poder laborar de manera profesional. Equipo que sería mandado desde el Distrito Federal. Pero debido a compromisos con clientes y con empresas en Valle de Santiago se decidió reanudar labores y cuando se presente los nuevos dispositivos, ir incorporándolo de manera gradual para no tener que dejar de transmitir.

Su programación:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
NOTICARIO UNIVERSO 20:30 REPETICIÓN: 9:00 AM.						
ENTRE AMIGAS 10:30 AM.						
VIDEO CHIC ´S 18:00 HRS.						
TV CONSULTA MÉDICA. DR. MASCAREÑO 19:30 HRS.						
DEPORTI CABLE 19:30 HRS.						
DEBATE POLÍTICO 22:00 HRS.						
EL PALOMAZO 22:00 HRS.						
EDUKIDS 9:00 AM.						

## 2.2 FILOSOFÍA DEL CANAL UNIVERSO 42.

Canal Universo actualmente se encuentra conformado por personas que se encuentran en el área de producción administrativo y ventas para realizar una programación constante, donde se transmitan programas informativos y de entretenimiento, elaborados para la sociedad Vallense y para cada uno de los usuarios del servicio de cable, Cablecom.

- Misión:

Canal Universo cuenta con la calidad y el profesionalismo necesario para ofrecer las mejores opciones en comunicación visual. Capaz de realizar, con la mejor tecnología, los mejores programas de televisión para que el televidente pueda gozar de programas netamente vallenses de calidad y el cliente pueda realizar satisfactoriamente sus planes de promoción y comercialización. Buscamos dar mayor realce a los momentos importantes en la sociedad o imágenes publicitarias para estar a la altura de la competencia regional.

- Visión:

Canal Universo busca elevar la calidad en su programación y en su imagen para alcanzar de manera permanente la excelencia del producto, cumpliendo los más altos requerimientos en tecnología y elementos de apoyo artísticos que el cliente requiera para que se capte lo que se demanda. Hacer frente a la competencia Nacional con las mejores técnicas Televisivas. Y ser líder de servicios televisivos de la región.

- Objetivos Principales de la empresa:

*Consolidación del patrimonio*

*Integración entre los socios y la sociedad Cablecom.*

*Capacitación y Mejora del Personal.*

*Dar un servicio integral Publicitario*

*Con Cablecom, La accesibilidad en la rentabilidad del servicio para la ampliación de clientes.*

*Tener un reconocimiento entre los principales estudios y otros sistemas de Cable en la Región.*

- **Objetivos Específicos de la empresa:**

*Buena calidad del producto a bajo costo obteniendo ventaja competitiva. (Publicables)*

*La mejora del ambiente laboral donde el personal se pueda desenvolver con capacidad artística.*

*Crear una fuente de empleo para nuevos profesionistas.*

Valores:

- **Responsabilidad.**

Tomar en cuenta lo que los clientes quieren y lo que el canal esta dando a conocer en cada una de sus imágenes expresadas de manera pública. Y así el canal también se haga cargo y responsable de los compromisos que cada imagen conlleva.

- **Honestidad.**

En las relaciones con cada uno de nuestros clientes como en el ambiente de trabajo, diferentes departamentos y empleados de la empresa, para que el ambiente laboral sea adecuado y respetuoso.

- **Limpieza.**

Considerando el lugar donde se labora y el trabajo a realizar, deberá de ser pulcro y valorado por y para el trabajador. Reflejando así el estima que tiene el trabajador por cada uno de sus logros dentro del canal.

- **Disciplina.**

Realizar cada uno de los trabajos con los valores principales y morales generales con los que se guía esta, para llevar trabajos oportunos y puntuales, ya que el canal se rige mediante la puntualidad de los trabajos entregados y con la eficiencia en ellos presentados.



- Perseverancia.

En el canal universo, la búsqueda constante de nuevos logros y conquistas de nuevos mercado esta al día, así que la utilización de la sencillez en nuestro sistema podrá ser uno de los factores de desarrollo competitivo que genere mejores ingresos a base de costos minoritarios. Buscando siempre estar a un nivel competitivo.

- Objetividad.

Evitar cualquier sesgo tratando de apegarse en todo momento a la realidad.

### 2.3 Esfuerzos de Identidad Corporativa del Canal Universo

Los primeros esfuerzos de identidad corporativa que se pueden considerar en el canal son los primeros videos musicales que se emitían a diversos horarios en el inicio de transmisiones del canal en Valle de Santiago. Ya que estos contenían el logotipo de canal universo. Un logotipo de Canal Universo que venía incrustado en alguno de ellos y se mantenía de manera fija en la pantalla durante su transmisión. O en algunas ocasiones, simplemente se mantenía la señal abierta con el logotipo de Canal Universo, sin ningún sonido o motivo especial.

Estos videos provenían del canal 12, ya existente por más de 10 años en la ciudad de Zacapu, Michoacán, donde también se han llegado a usar, debido a que el canal tiene el mismo nombre y cuentan con un método similar.

Después comenzó a transmitirse el *Noticiero Universo*, donde se utiliza un logotipo que también proviene del mismo noticiero con el mismo nombre, que se realiza en Zacapu, Michoacán.

Posteriormente se crean los publicables. Los cuales desarrollan espacios en televisión sumamente accesibles a todo público, con un bajo costo y transmisión continua.

Estos se crearon debido a la gran demanda que se tenía con los comerciantes, las grandes y pequeñas empresas. Las cuales, requerían de un espacio para vender algún artículo u ofrecer sus servicios.

Así que el Lic. Guillermo Pérez implementa este servicio y surge, como una imagen fija del negocio, producto o servicio a publicar, contiene un diseño básico e información elemental para el televidente. Se transmite en horarios de baja densidad, es decir, cuando no hay programas en vivo o de transmisión, y su duración es de treinta segundos.

El precio de un publicable es bastante económico, se adquiere por un peso y se transmitirá una vez al día, existen paquetes que pueden ofrecer más de un publicable al día y aminorar los costos en el momento de su transmisión.

Entonces, desde que se realizaron los publicables, la identidad corporativa del canal se ha ido desarrollando, debido a que entre las imágenes de publicidad se transmiten los horarios de los programas y algunos anuncios extraordinarios que realiza el canal. Demostrando cuidado e importancia en su programación.

Considerando a los publicables uno de los principales y primeros sistemas con los que cuenta el canal universo para poder dar a difundir no sólo ideas y ventas personales, es decir, no sólo venderse a si mismo. Los publicables también ayudan a promocionar negocios de la

ciudad y de la región haciendo de este canal un sitio de interés para el comerciante y para el cliente mismo.

Los esfuerzos de identidad corporativa que se han realizado, han dado en el mercado de la publicidad local y del comercio, un mayor interés y una nueva opción a los nuevos negocios que desean anunciar sus productos o servicios en él. Además de cautivar la atención de un mercado visual y que pretende llegar a un número amplio de espectadores locales. Sin duda alguna, algo que los folletos o impresos no prometen técnicamente.

Sin embargo, La comunidad Valllense, en cuanto a publicidad se refiere, es mayormente cautivada mediante publicidad impresa o auditiva. En el caso de los anuncios en folletos y periódico local o perifoneo, son medios a los que la ciudadanía ha estado impuesta a ver y escuchar.

Se debe a que la ciudad esta compuesta por empresarios pequeños y comercios locales, favorable para el comercio de tránsito. Y para dar a informar de productos y servicios a un mercado que no es estable, se ha utilizado medios como folletos o perifoneo.

Así que, sólo la comunidad que se encuentra asentada, es la que se considera cliente regular y es la única que se puede interesar en nuevos anuncios propagandísticos.

**Cap. 3**  
**Métodos de Análisis**  
**De Identidad Corporativa**

### 3.1 Método basado en las 5's de la calidad japonesa.<sup>11</sup>



Exterior de la empresa Cablecom Valle de Stgo.

Para verificar y analizar la proyección que ha dado la identidad creada por el canal universo en Valle de Santiago, se determinó realizar un estudio basado en el movimiento de cinco eses de la calidad japonesa. Llamada así por ser las principales letras con las que inicia cada una. Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu y Shitsuke.

La ideología que se ha aplicado en esta empresa, ciertamente no es algo nuevo, ya que poco a poco ha ido cobrando un gran auge en las empresas occidentales a partir de su aplicación y del bajísimo costo que implica su puesta en marcha, el ahorro en costos y recursos, la reducción de accidentes, una amplia motivación del personal, y los incrementos en calidad y productividad entre muchos otros.

También algunas empresas occidentales han adaptado la terminología llamando a dichas teorías por sus siglas en inglés como; Sort (separar), Straighten (ordenar), Scrub (limpiar), Systematize (sistematizar) y

---

<sup>11</sup> <http://www.monografias.com/trabajos15/cinco-s-plus/cinco-s-plus.shtml>. Entrevista realizada a: Lic. Guillermo Pérez Lara. Director del Canal Universo Valle de Santiago, Gto. Septiembre, 2005.

Standardize (estandarizar); o bien como la de las 5 c; por Clear out (limpiar), Configure (configurar), Clean and Check (limpiar y verificar), Conform (ajustar) y Custom and Practice (costumbre y práctica). Basándose todas ellas en las orientales.

Para aplicar el método de las 5´s en la empresa Canal Universo, se ha elegido un día aleatorio pero a su vez que sea en un horario propicio y en rango.

Toda la información que se ha obtenido, ha sido sustentada mediante imágenes, anotaciones y testimonios, referente a un tema de análisis, como la calificación que se le otorga.

El rango de calificación se encuentra de 1 a 10 donde 1 es considerado como bajo, nulo. Y donde 10 se considera como la calificación máxima de excelencia.

Para determinar las sugerencias se han tomado en cuenta varios factores: Políticas de la empresa, capacidad económica de la empresa, monto de la inversión, frecuencia con la que aparecen los programas (programación) y se debe hacer mención que el equipo con el que hasta la fecha se está trabajando en la empresa se considera de carácter privado y personal. Así como varios de sus trabajadores aún se encuentran en calidad de prueba.

También para darnos una idea de la ubicación de cada uno de los puestos, se ha colocado un croquis de la empresa Canal Universo en Valle de Santiago.

Croquis de la empresa Cablecom y las instalaciones de Canal Universo,  
Valle de Santiago, Gto.

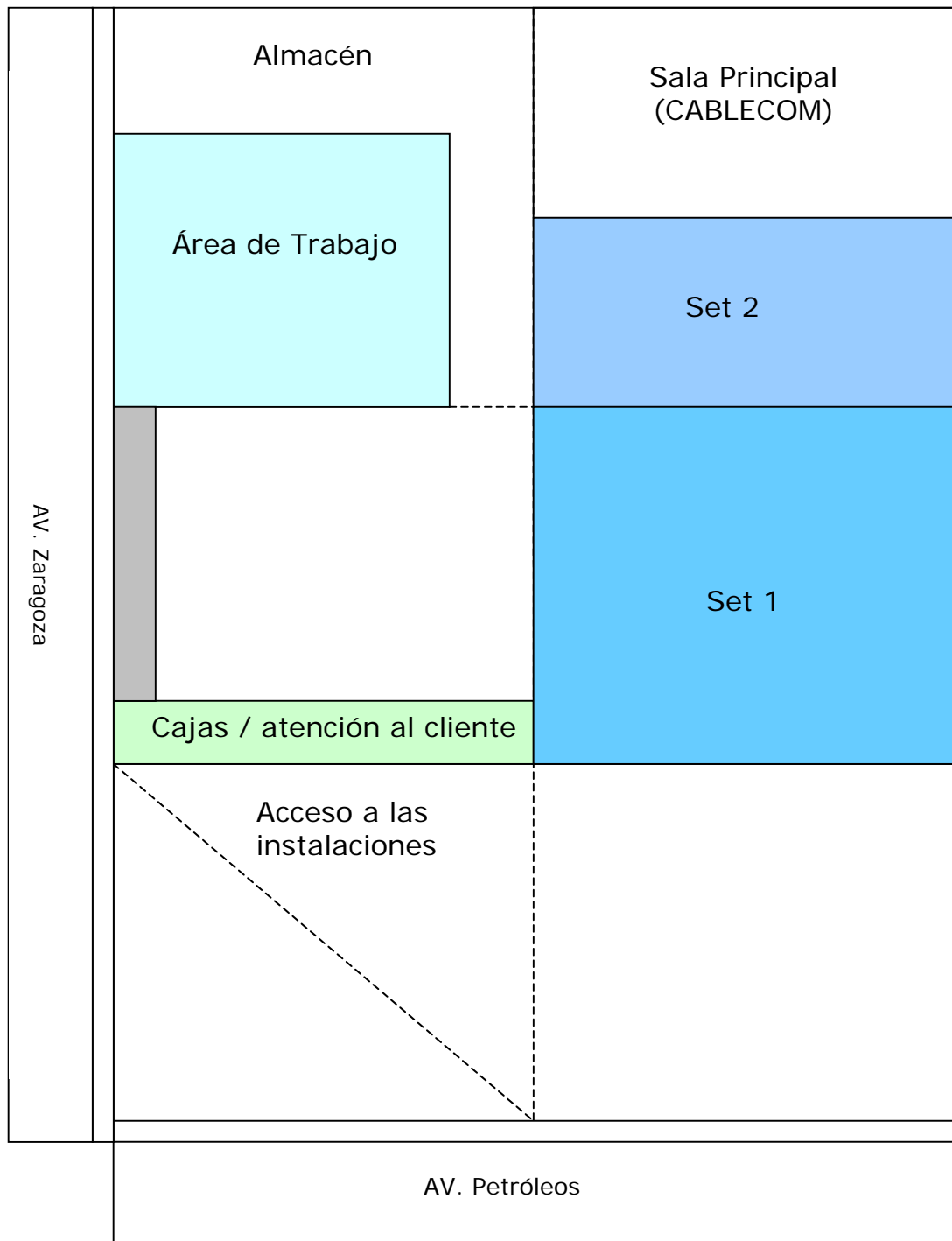




Imagen del almacén del canal Universo.

*Seiri. (Almacenar)* Ejecutar el Seiri significa identificar las diferencias entre los elementos necesarios de aquellos que no lo son, procediendo a descartar estos últimos.

Implica una clasificación de los elementos existentes en el lugar de trabajo entre necesarios e innecesarios. Para esto se establece un límite a los que son necesarios. Un método práctico, consiste en retirar cualquier cosa que no se vaya a utilizar en los próximos treinta días.

Suele suceder que en el trabajo diario sólo se necesita un número pequeño de los numerosísimos elementos existentes en él. El área de trabajo suele estar lleno de máquinas sin uso, cribas, troqueles y herramientas, productos defectuosos, trabajo en proceso, materias primas, suministros y partes, repuestos, anaqueles, contenedores, escritorios, bancos de trabajo, archivos de documentos, estantes, tarimas, formularios, entre otros.



Análisis	Actual	Calificación	Sugerencia	Elementos a usar
Servicio y Atención al cliente de manera personal y directa.	El control que se lleva por los clientes recibidos es registrado y almacenado en computadora. y Cablecom guarda un respaldo de estos archivos.	9		
Imagen de las instalaciones (Estética, utilería y Construcción)	En este caso el área de trabajo, no es un gran espacio, en realidad cuando se labora se realiza en una habitación de 7 x 5 m. Y se acondiciona para programas específicos. Los muebles que se ocupan en cada una de las producciones son reutilizables o son tomados de otros que se realizan en ese mismo estudio, muchas veces no son devueltos a su lugar de origen.	7	Máquinas o herramientas podrán ser destinadas a sectores que necesiten de ellas o considerando que la organización es de pequeño tamaño podría realizarse un almacén y ubicarlas en esa área permitiendo su utilización por diversos sectores o para otras ocasiones (mientras se trate de máquinas y herramientas de muy escaso uso, que no justifique la pérdida de espacio físico).	Almacén. Habitación o un espacio de 4 m. Por 3 m. Existente en el local. Acondicionado con anaqueles. Designado a utilería. aprox.: \$ 2'000.
Atención telefónica	Las llamadas recibidas en cada programa son escritas y se procura dar salida a cada una de ellas. Son desechadas de manera inmediata.	9		

Archivo, Papelería, videos e imágenes.	Es basta la creación de videos, discos, imágenes y papelería ocasional que varia de ella se traspapela o se desorganiza.	6	A la documentación deberá asignársele un código y proceder a su archivo (de tal forma en caso de ser necesario hacer uso de ellos se podrán encontrar fácilmente los mismos evitando la pérdida de tiempo o el extravío de los mismos).	Etiquetas. \$ .50 C/U.
--	--	---	---	------------------------



Área de trabajo / Taller.

Poner en práctica el Seiri en esta empresa les ayudará a los empleados y obreros para que ellos determinen y dispongan, cuales son aquellos elementos o componentes que pueden disponer para sus producciones.

Es recomendable que tanto los empleados, como los supervisores, analistas y directivos recorran el área de trabajo una vez practicado esta s, para tomar conciencia y analizar las causas de tanto derroche.

La eliminación de ítems innecesarios deja espacio libre, lo que incrementa la flexibilidad en el uso del área de trabajo, porque una vez descartados los ítems innecesarios, sólo queda lo que se necesita.

*Seiton. (Organizar)* El Seiton implica disponer en forma ordenada todos los elementos esenciales que quedan luego de practicado el Seiri, de manera que se tenga fácil acceso a éstos. Significa también suministrar un lugar conveniente, seguro y ordenado a cada cosa y mantener cada cosa allí.

Clasificar los diversos elementos por su uso y disponerlos como corresponde para minimizar el tiempo de búsqueda y el esfuerzo, requiere que cada elemento disponga de una ubicación, un nombre y un volumen designados. Debe especificarse no sólo la ubicación, sino también el número máximo de ítems que se permite en el área de trabajo.

Es muy común en áreas administrativas el extravío de documentación, contratos y otro tipo de documentación por falta del debido ordenamiento, lo cual trae aparejado importante pérdida de tiempo, como también la ausencia de documentación de importancia en momentos claves, y la mala imagen que queda de la empresa ante los ojos de clientes internos o externos.

Análisis	Actualidad	Calificación	Sugerencia	Elementos a Usar
Servicio y Atención al cliente de manera personal y directa.	El registro que se lleva es actualizado y verificado periódicamente.	9		
Imagen de las instalaciones (Estética, utilería y construcción)	Los muebles de utilería pueden llegar a ser confundidos con los de la empresa debido a que no tienen clasificación o marca designada.	6	Los elementos que queden en el área de trabajo deben colocarse en almacén (anteriormente propuesto). Cada pared debe estar numerada, utilizando nombres como Pared A-1 y Pared B-2. Cada sillón o mesa que se utilizó como mobiliario o escenario es recomendable asignarle alguna clave o una marca.	Sello \$ 400.00, Etiquetas \$ .50 C/U., o marcas que identifiquen el mobiliario.
Atención telefónica.	Las llamadas recibidas durante cada emisión se procuran dar salida de manera inmediata, así que no se almacenan.	9	Podría ser conveniente guardar el registro o número de cantidad de llamadas recibidas durante los programas para medir y evaluar la actividad al mercado que se va dirigido.	Papelería.
Archivo, Papelería, videos e imágenes.	Los documentos son los más vulnerables al extravío debido a la falta de un logotipo o sello que identifique la documentación oficial del canal. También los videos, discos e imágenes suelen estar sobre la mesa de trabajo sin ser ordenados o clasificados.	6	Acomodar los papeles de mayor importancia en un archivo especial y desechar los borradores. Ordenar y clasificar los videos que se utilizan frecuentemente y archivarlos.	Imprimir papelería con logotipo \$ 5'00 C/U., ubicarla en un archivero.



Locaciones / Sets.

*Seiso. (Limpieza)* Considerado de manera literal, significa limpiar el entorno de trabajo, incluidas máquinas y herramientas, lo mismo que pisos, paredes y otras áreas del lugar de trabajo. También se le considera como una actividad fundamental a los efectos de verificar que está funcioné correctamente. Un operador que limpia una máquina puede descubrir muchos defectos de funcionamiento, incluso las personas encargas de mantenimiento llegan a descubrirlos; por tal razón el Seiso es fundamental a los efectos del mantenimiento de máquinas e instalaciones.

Cuando la máquina de trabajo, en este caso, una cámara de video, una grabadora de sonido o una lámpara de luz, se encuentra cubierta de aceite, hollín y polvo, es difícil identificar cualquier problema que se pueda estar formando. Así pues, mientras se procede a la limpieza de

la máquina podemos detectar con facilidad una fuga de aceite, una grieta que se esté formando en la cubierta, o tuercas y tornillos flojos. Una vez reconocidos estos problemas, pueden solucionarse con facilidad.

Se sabe que la mayor parte de las averías en estas máquinas de uso digital, comienza con vibraciones (debido a tuercas y tornillos flojos), tal vez con imágenes difusas, distorsiones, audio complicado o transmisiones débiles, la introducción de partículas extrañas como polvo (como resultado de grietas en el techo, por ejemplo), o con una lubricación o engrase inadecuados y también por falta de los mismos.

Por esta razón, Seiso constituye una gran experiencia de aprendizaje para los operadores, ya que pueden hacer muchos descubrimientos útiles mientras limpian las máquinas. También se recomienda seguir y tener a la mano el manual o instructivo de la maquinaria que se este utilizando. Y en dado caso de que esta fallará, poder hacer efectiva la garantía o llevarla al servicio de atención a clientes más cercano.

En cuanto el ambiente, un espacio físico reluciente es una importante fuente de motivación para los empleados y una buena manera de recibir al cliente aún por medio de la televisión.

La limpieza del aire y la ventilación, es fundamental para el personal, como para clientes, funcionamiento de máquinas (ya que por lo general, en estudios de televisión con poca ventilación y demasiados aparatos tecnológicos, aumenta el calor en la habitación).

Cantidades no controladas de polvo y otras impurezas en la atmósfera pueden volverla insalubre, causar constantes enfermedades respiratorias.

Recientemente la ventilación ha sido accidental, mas no planeada; su necesidad no ha sido comprendida del todo. Los efectos nocivos derivados de la falta de ventilación tampoco se han valorado en debida forma. Un aire limpio permitirá la disminución de ruidos en los micrófonos y los equipos se mantienen protegidos.

Análisis	Actualidad	Calificación	Sugerencia	Elementos a usar
Servicio y Atención al cliente de manera personal y directa.				
Imagen de las instalaciones (Estética, utilería y construcción	La limpieza en ella se realizan cada vez que re termina la transmisión de un programa. Se procura dejar limpio para la siguiente grabación. La utilería no se ve afectada debido a que tiene cuidados y usos personalizados.	9		
Atención telefónica.	La papelería utilizada para anotar las llamadas recibidas son hojas limpias. Las anotaciones son claras y legibles.	9		
Archivo, Papelería, videos e imagen	Los videos e imágenes son creados de manera digital. Y se graban en discos CDR. Y se maneja nueva papelería.	8	Se puede utilizar memorias para transportar archivos o utilizar discos CD-RW.	Memoria (256MB \$350'00.) ó CD-RW (\$25'00 C/U).

*Seiketsu*. (*Seguridad*) significa mantener la limpieza de la persona por medio del uso de ropa de trabajo adecuada, lentes, guantes, cascos, caretas y zapatos de seguridad, así como mantener un entorno de trabajo saludable y limpio.

En relación a la protección de los ojos es posible contar actualmente con lentes para cada tipo de riesgo posible.

Referente al cuidado de la piel en la industria moderna, además de las causas conocidas de problemas de la piel, cada día surgen nuevos problemas. El riesgo de dermatitis se da casi en todas las áreas industriales. Las resinas actuales, enfriadoras, solventes y sustancias químicas, presentan un riesgo creciente para las personas que tratan de controlar los padecimientos de la piel. Para la mejor protección en lo relativo a este se requiere adoptar las siguientes precauciones:

- a) Orden y limpieza adecuados. La importancia de un ambiente limpio y seguro, no pueden dejarse a un lado. Si una persona está trabajando en un ambiente sucio y descuidado, puede pensarse que no tiene mucho cuidado en su higiene personal.
- b) Consulta y prevención. El modo más sencillo de tener limpieza es hacer que los empleados participen en juntas o charlas sobre trabajo, en comités de seguridad o círculos de control de calidad, a los efectos de conocer tanto los riesgos, como de adoptar planes preventivos, sobre todo en accidentes con cámaras (quemaduras, sobre exposición, otros).
- c) Equipo de protección. Guantes industriales, mascarillas especiales que contribuyen mucho a reducir el contacto directo y son muy útiles contra los riesgos físicos y mecánicos de la piel; pero el mejor equipo de protección es inútil si no se mantiene limpio.





Área o set con seguridad y ventilación.

Para personas que están expuestas a irritantes de la piel que tienen antecedentes de riesgos de dermatitis, debe haber provisiones de crema apropiada para el trabajo. Selección, protección, higiene personal esmerada, buena limpieza y un buen programa de educación continua son medidas muy útiles para eliminar los casos de enfermedades de la piel en cualquier industria.

Análisis	Actualidad	Calificación	Sugerencia	Elementos a usar
Servicio y Atención al cliente de manera personal y directa.	El acceso a las personas ajenas que laboran en el escenario o área de trabajo es restringido.	8	Aunque no se cuenta con un elemento de seguridad. Sería conveniente considerar uno. Para salvaguardar cada elemento físico de la empresa.	Elemento de Seguridad. (Seguridad Privada, Sueldo Base y prestaciones.)

Imagen de las instalaciones (Estética, utilería y construcción)	El inmueble es de construcción vigente. Las entradas y salidas de seguridad se encuentran indicadas y están equipados con sistemas básicos de emergencia y de alarmas.	9		
Atención Telefónica.	El identificador de llamadas registra las entradas.	9		
Archivo, Papelería, videos e imagen	El acceso al material se encuentra a toda persona cerca del escritorio de trabajo. Provocando desorden o pérdida de material.	6	Ubicar el material el un solo lugar. No dejar que cualquier persona se acerque al escritorio de trabajo.	Archivero. (Archivero JM Romo, 3 cajones. De \$ Catálogo 3'200.)

*Shitsuke. (Disciplina)* finalmente, Shitsuke referente a la autodisciplina. Consiste en la construcción de una autodisciplina y formarse el hábito y compromiso de seguir los lineamientos y estándares definidos y así como seguir los procedimientos en el taller o lugar de trabajo.

Crear una actitud de positivismo y seguimiento a las reglas u objetivos de la empresa en donde se labora.

Disciplina es también la constancia para hacer las cosas de manera correcta y consecutiva. También considerado como un punto elemental de las eses, ya que la disciplina, es el orden y el seguimiento que se le debe de dar a cada una de las anteriores eses para que la investigación resulte favorable en el desarrollo de la identidad.



Área de atención al cliente.

Análisis	Actualidad	Calificación	Sugerencia	Elementos a usar
Servicio Atención cliente manera personal y directa.	Los acuerdos y contratos algunos clientes llegan a ser sobre entendidos o carecen de unos documentos que avalen dicho compromiso.	6	Es necesario establecer a todo cliente un documento que respalde los acuerdos que se hayan tomado y las restricciones que este conlleva.	Papelería.
Imagen de las instalaciones (Estética, utilería y construcción)	El inmueble es parte de la empresa Cablecom. Por lo que finalmente la construcción se apega a las necesidades de ella.	8		

Atención Telefónica.	El mensaje para contestar define el lugar a donde se esta marcando: "Canal Universo...Buenos... (Días, tardes, noches)."	9		
Archivo, Papelería, videos e imagen	La ética y normas de quienes elaboran los videos, imágenes y papelería son aplicadas al evitar emisiones erróneas o que confusas.	9		



Acceso a las instalaciones Cablecom.

### Conclusión:

En el canal universo se analizaron las cinco eses dentro de la empresa en las características anteriormente mencionadas y se obtuvieron resultados de un promedio bueno. Lo que indica que es una empresa que se ha preocupado en algunos aspectos por su manera de verse ante los demás. Y cabe mencionar que esto se hace se presente mayormente en sólo algunos aspectos, como en archivo, papelería, videos e imagen.

No se calificó con diez en ninguna de ellas debido a que siempre se debe estar en busca de una mejora y no conformarse con una posible perfección. Las sugerencias fueron pensadas en la economía de la empresa. No se propusieron grandes inversiones debido a que es una empresa económicamente en desarrollo.

### 3.2 Método de la escalada.

La comunicación interna de una empresa es el factor esencial para que esta se encuentre en buen funcionamiento. Ayuda a que cada uno de los departamentos que la conforman sepa cuándo, qué y cómo reaccionar en caso de cualquier eventualidad.

La comunicación interna, tanto externa son temas elementales que la empresa en cuestión, debe saber manejar y controlar, y en su debido caso, tener algún patrón o control sobre la comunicación integral.

Es muy importante identificar cuando un elemento de la empresa reconoce sus funciones y cómo puede alterar estas hacia las funciones de otros. De la misma manera, es primordial que la empresa sepa reconocer las funciones y los límites de cada uno de sus elementos.

Cuando el empleado se ha identificado con la empresa, es un buen factor, sencillo de evaluar y nos ayuda a identificar un grado de identidad.

“El método de medición de identidad corporativa desarrollado por Van Rekom, quien utiliza la técnica de la *escalada*. ... descrita por Reynolds y Gutman (1984) como *técnica de entrevista individual en profundidad, utilizada para conocer la forma en que los consumidores traducen los atributos del producto en asociaciones significativas relacionadas con ellos*. En la clásica entrevista de *escalada* Reynolds y Gutman (1984), se generan atributos concretos por medio del Kelly Repertory Grind.”<sup>12</sup>

Este tipo de entrevista nos da una *confrontación* mediante una encuesta que se realiza a departamentos que se relacionan dentro de la misma empresa e incluso elementos que se pueden relacionar de una manera indirecta o en un tercer grado, pero que pueda considerarse cruciales, por ambas partes, de las labores que realizan.

“Se trata de un procedimiento en el que se ofrecen más de tres alternativas diferentes al encuestado, quien deberá decir cual de las tres es diferente de las otras dos, y dar una puntuación a cada una de ellas. La pregunta clave en el método de la *escalda* es *¿por qué es eso importante para usted?* Esta pregunta se repite en cada estado hasta

---

<sup>12</sup> VAN RIEL, Cees B.M. *Comunicación Corporativa*, Ed. Prentice Hall, Madrid 1997, Pag. 54

que se construyen una cadena de significados que lleva por los niveles de aumento de abstracción, desde la atribución concreta, por medio de sus consecuencias, a los valores subyacentes. Todas las cadenas relacionadas a un producto en particular, se combinan en un mapa jerárquico (MVJ), que traza las asociaciones por los diferentes niveles de atracción.”<sup>13</sup>

Se decidió aplicar este método de análisis en la empresa canal universo para verificar que cada puesto se conocía entre sí y se identificaba con la empresa y que lograba percibir hasta donde afectaba cada uno de los esfuerzos que este realizaba.

Para aplicar este método de análisis en el canal universo, canal 42 se había de tomar en cuenta lo siguiente:

- La historia de la empresa.
- Analizar el organigrama de la organización o verificar en el análisis de puestos las funciones de cada departamento.

Se realizó una selección de manera aleatoria a dos personas de distintos departamentos y nivel jerárquico y buscamos comparar las respuestas con sus superiores inmediatos para aplicar un cuestionario con las siguientes preguntas:

- a) ¿Cuál es la función específica que cumple en la empresa?
- b) ¿Actividades que realiza?
- c) ¿Actividades que realiza ocasionalmente o labores extra?
- d) ¿Sabe usted el nombre de puesto del cual depende y entrega informes?

---

<sup>13</sup> idem

- e) ¿Conoce el proceso del servicio?
- f) ¿Cómo se llama el puesto que ocupa?
- g) ¿Conoce usted su horario de trabajo?
- h) ¿Qué herramientas necesita usted para realizar su actividad?
- i) ¿Por qué consideras importante la labor que realizas en la empresa?

Una vez realizada la encuesta, a los departamentos seleccionados, de Reportero y Camarógrafo, verificamos las respuestas entre ellos y con el departamento Responsable del Canal Universo.

Los resultados obtenidos fueron inciertos, principalmente en los departamentos inferiores, debido a que desconocen sus limitantes en cuanto a las actividades que debe desarrollar, las funciones que debe cumplir y los horarios que deben realizar. Sin embargo, cada uno tiene una idea general de cómo debe realizar su trabajo y que beneficios obtiene la empresa con esto.

Contrario a las respuestas de los puestos inferiores, el puesto superior, como lo indica el organigrama, Responsable del Canal Universo, conoce las labores de los puestos inferiores y su mismo puesto, conoce también sus limitantes y sus herramientas de trabajo.

Así pues, este análisis nos lleva a la conclusión de que en la empresa Canal Universo necesita desarrollar un programa de comunicación interna y establecer funciones específicas donde el empleado reconozca sus funciones y la de los demás, también en caso de que necesite



establecer comunicación con algún otro departamento, sabrá cuales son sus puestos relacionados.

Asimismo, este análisis nos ayudó a distinguir la poca identificación que el empleado siente con la imagen de la empresa. Ya que, no le han sido impuestos mediante íconos visuales o mediante explicaciones específicas lo que la empresa, Canal Universo quiere dar a los clientes.

Para que surja una mejor comunicación interna, se sugirió un análisis de puestos, donde el objetivo era verificar la relación empleado-empresa, empresa-empleado. Y para reforzar la comunicación externa es necesario evaluar el sistema utilizado por el canal universo, revisando un manual de imagen, posiblemente ya existente en la empresa.

### 3.3 Análisis de puestos.

Más adelante, se muestra el análisis de puestos<sup>14</sup>, en el Canal Universo, Valle de Santiago, Canal 42. El cual, nos ayudará a clasificar funciones, delimitar responsabilidades y fijar obligaciones.

El siguiente, se compone de una estructura simple de llenar para cualquier puesto y así poder seguir conservándolo en el archivo o base para obtener los datos inmediatos de los empleados en la organización.

---

<sup>14</sup> GONZÁLEZ TREVIÑO Jorge E. *Televisión, Teoría y Práctica*, Ed. Alhambra Universidad, 1983 México. Pag. 25-74. TOSTADO SPAN Verónica. *Manual de Producción de Video, Un Enfoque Integral*, Ed. Alambra Mexicana, 1995 México. Pag. 140-143.


Este formato se conforma de una carátula, la cual nos ayuda sólo como un método de introducción. Pero también es de las más importantes, debido a que nos permite identificar y reconocer los rasgos más importantes del puesto. Este va acompañado de una descripción general del puesto, descripción específica y en algunos casos, donde sea necesario, algunas especificaciones. Conjuntado de 2 a 3 hojas, si la información lo requiere.


Algunos de los elementos esenciales que conforman esta carátula son: nombre de la empresa, nombre del puesto, ubicación de puesto, equipo empleado, puesto superior e inferior inmediato, contactos permanentes internos y externos, jornada de trabajo, descripción genérica, de las actividades que ha de realizar y sus funciones y también sería conveniente agregar algún croquis que señale la ubicación específica del puesto.


La descripción genérica que se realiza, es una conceptualización en un máximo de 5 renglones de la función y objetivo principal del puesto, donde se debe utilizar un lenguaje concreto y claro.


Al hablar de las actividades diarias, se refiere a las actividades o funciones, que siempre se van a realizar. Se enumeran de mayor a menor importancia. De la misma manera en actividades periódicas, donde se describen las funciones propias del puesto pero que no necesariamente son diarias.


Y actividades eventuales, donde en algunos casos se realizan proyectos especiales y que no se puede estimar una frecuencia fija o estable pero que sólo el puesto en mención, las puede o debe realizar.


	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
	Puesto Superior Inmediato: ----- Puesto Inferior Inmediato: Director	
Nombre del puesto: Productor		
Jornada de Trabajo: lunes a viernes, 8:00 a 18:00 hrs. Y sábado de 8:00 a 13:00 hrs.		
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Internos: Departamento de edición, audio e iluminación.  Contactos Permanentes Externos:	
Equipo empleado: Computadora Apple procesador G4, papelería, guión, escritorio o mesa de trabajo.		
Descripción General: Organiza y supervisa cada uno de los detalles y coordina de manera general los elementos necesarios para que un programa o proyecto en televisión sea grabado y transmitido.		
Croquis <span style="float: right;">Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Área de Trabajo y sets</span>		
Descripción específica. Actividades diarias:  Verificar la realización de cada uno de los programas o eventos que tenga en itinerario. Ordenar y coordinar de acuerdo a guión o programa establecido.	% tiempo	
	100	
Actividades periódicas:  Auxiliar en el desarrollo técnico, en la escenografía y audiovisual de los programas a realizar.	En algunos programas.	
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.		

 <p>Nombre del puesto: Productor Ejecutivo (Staff).</p>	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.		
Jornada de Trabajo: De acuerdo a la programación.	Puesto Superior Inmediato: ----- Puesto Inferior Inmediato: Directo		
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Internos: Dirección. Contactos Permanentes Externos: Asuntos legales y fiscales. Licenciados		
Equipo empleado: Herramienta personal.			
Descripción Genérica: Dueño o autor de ideas originales para la realización de los programas, así como adquisición de los derechos de autor y encargado de tramites legales al respecto.			
Croquis	Ubicación de puesto: Staff		
Descripción específica. Actividades diarias: Estar en constante alerta, con los asuntos legales o respecto posibles plagios.	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1209 1398 1425 1444">% tiempo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1209 1444 1425 1530">100</td> </tr> </table>	% tiempo	100
% tiempo			
100			
Actividades periódicas: Realizar nuevos trámites para que un programa pueda salir al aire o generar nuevos conceptos para su realización.	De acuerdo a la programación.		
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.			


  Nombre del puesto: Director	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
Jornada de Trabajo: lunes a viernes, 8:00 a 18:00 hrs. Y sábado de 8:00 a 13:00 hrs.	Puesto Superior Inmediato: Productor Ejecutivo Puesto Inferior Inmediato: Switcher - Guionista.	
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Internos: Departamento de Producción.  Contactos Permanentes Externos: Departamento de Administración y Gerencia (Cablecom, Valle de Santiago, S.A. de C.V.)	
Equipo empleado: Computadora Apple procesador G4, papelería, guión, escritorio o mesa de trabajo.		
Descripción Genérica: Persona con poseedora de talento, control y mando que ayuda para decir a los demás que deben hacer y en que momento, con sensibilidad artística para la realización del programa.		
Croquis <span style="float: right;">Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Área de Trabajo y sets.</span>		
Descripción específica. Actividades diarias: Ordena y lleva control cuando se realiza un programa, además de desarrollarlo mediante la creatividad y supervisa a las personas que colaboran en el set.	% tiempo  100	
Actividades periódicas: Trabaja en conjunto con el departamento de creatividad o productor ejecutivo para desarrollar nuevas ideas o propuestas.	De acuerdo a la programación.	
<p style="text-align: right;">Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.</p>		


	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
	Puesto Superior Inmediato: Director. Puesto Inferior Inmediato: Switcher - Guionista.	
Nombre del puesto: Floor-Manager.		
Jornada de Trabajo: lunes a viernes, 8:00 a 18:00 hrs. Y sábado de 8:00 a 13:00 hrs.	Contactos Permanentes Internos: Departamento de Producción.	
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Externos: -----	
Equipo empleado: Guión, libreta de anotaciones, papeletas. y papelería.		
Descripción Genérica: Es el encargado de piso, responsable inmediato durante la grabación de cualquier programa, ya que supervisa y coordina cada una de las entradas de los actores o participantes en escena y al mismo tiempo vigila el desarrollo técnico.		
Croquis		Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Sets.
Descripción específica. Actividades diarias: Conoce al personal que labora en la empresa y señala a cada uno lo que debe ejecutar, mediante el guión, sabe cuando los actores o conductores deben participar.	% tiempo 100	
Actividades periódicas: Participa en labores de escenografía e iluminación	En mayoría de los programas.	
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.		


 <p>Nombre del puesto: Switcher</p>	<p>Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.</p>
<p>Jornada de Trabajo: lunes a viernes, 8:00 a 18:00 hrs. Y sábado de 8:00 a 13:00 hrs.</p>	<p>Puesto Superior Inmediato: Floor-Manager</p> <p>Puesto Inferior Inmediato: Camarógrafos.</p>
<p>Número de Empleados: 1 (uno).</p>	<p>Contactos Permanentes Internos: Departamento de iluminación.</p> <p>Contactos Permanentes Externos: -----</p>
<p>Equipo empleado: Conmutador y guión.</p>	
<p>Descripción Genérica: Persona encargada de manipular el Switcher, conmutador de imágenes.</p>	
<p>Croquis</p> <p style="text-align: right;">Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Área de Trabajo.</p>	
<p>Descripción específica. Actividades diarias: Controla las imágenes a transmitir mediante el conmutador.</p>	<p>% tiempo</p> <p style="text-align: center;">100</p>
<p>Actividades periódicas: -----</p>	<p style="text-align: center;">-----</p>
<p style="text-align: right;">Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.</p>	


  Nombre del puesto: Locutor	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.
Jornada de Trabajo: lunes a viernes, 8:00 a 18:00 hrs. Y sábado de 8:00 a 13:00 hrs.	Puesto Superior Inmediato: Guionista.  Puesto Inferior Inmediato: -----
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Internos: Departamento de Audio o FX.  Contactos Permanentes Externos: -----
Equipo empleado: Micrófono, guión, mesa de trabajo.	
Descripción Genérica: Encargado de ser el guía del televidente en algún programa. Capacidad de manejo de audiencia y equipo técnico. También realiza lectura de notas para noticieros o programas que necesitan de una narración o de una voz en off.	
Croquis <span style="float: right;">Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Sets.</span>	
Descripción específica. Actividades diarias: Conduce y realiza comentarios en noticiero o programas narrativos.	% tiempo 100
Actividades periódicas: Se utiliza su voz en publicidades o programas grabados.	2 veces por semana
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.	





 <p>Nombre del puesto: Comentarista.</p>	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.
Jornada de Trabajo: De acuerdo a la programación.	Puesto Superior Inmediato: Guionista. Puesto Inferior Inmediato: -----
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos            Permanentes            Internos: Departamento de Audio o FX.
Equipo empleado: Micrófono – Guión.	Contactos Permanentes Externos:
Descripción Genérica: Especialista en temas y genera opiniones o comentarios sobre él.	
Croquis <span style="float: right;">Ubicación de puesto: Staff</span>	
Descripción específica. Actividades diarias: -----	% tiempo ----
Actividades periódicas: Realiza entrevistas o genera opiniones públicas sobre temas especializados mediante una preparación previa sobre el tópico.	3 veces por semana
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.	


 <p>Nombre del puesto: Escenografía y Utilería.</p>	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.
	<p>Puesto Superior Inmediato: Floor-Manager</p> <p>Puesto Inferior Inmediato: -----</p>
<p>Jornada de Trabajo: lunes a viernes, 8:00 a 18:00 hrs. Y sábado de 8:00 a 13:00 hrs.</p>	<p>Contactos Permanentes Internos: Departamento de Audio e Iluminación.</p>
<p>Número de Empleados: 2 (dos).</p>	<p>Contactos Permanentes Externos: -----</p>
<p>Equipo empleado: Elementos del almacén, ordenes de registro, diablitos, guantes protectores y herramienta básica del almacén.</p>	
<p>Descripción Genérica: Generador del material en cada escena, responsable de su utilización, colocación y almacén. Debe de colorar los objetos en orden y de acuerdo a los registros.</p>	
<p>Croquis</p> <p style="text-align: right;">Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Almacén y Sets.</p>	
<p>Descripción específica. Actividades diarias: Colocar de acuerdo a los registros elaborados de acuerdo al guión, los elementos necesarios para la estructura o estenografía. Y colocarlos, al finalizar, en el almacén.</p>	<p>% tiempo 100</p>
<p>Actividades periódicas: Elaborar material y dar mantenimiento a las herramientas y elementos del almacén.</p>	<p>1 vez por semana.</p>
<p style="text-align: right;">Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.</p>	


	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
	Puesto Superior Inmediato: Director.  Puesto Inferior Inmediato: -----	
Nombre del puesto: Iluminación.	Contactos Permanentes Internos: -----	
Jornada de Trabajo: lunes a viernes, 8:00 a 18:00 hrs. Y sábado de 8:00 a 13:00 hrs.	Contactos Permanentes Externos: -----	
Número de Empleados: 1 (uno).		
Equipo empleado: Focos, lámparas, extensiones, guantes protectores, cables y herramientas básicas de trabajo (pinzas, navaja y desarmadores).		
Descripción Genérica: Persona encargada de la ambientación, conocedora y creadora de atmósferas y efectos de iluminación. Control y manejo de lámparas.		
Croquis		Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Sets.
Descripción específica.	% tiempo	
Actividades diarias: Colocar las lámparas en el set adecuado, en el horario preciso, donde se grabara o se transmitirá. Mantener en buen estado dicho material y estar al pendiente de la iluminación en el set de acuerdo con el guión o estructura a seguir.	100	
Actividades periódicas: -----		
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.		

 <p>Nombre del puesto: Camarógrafo.</p>	<p>Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.</p>		
<p>Jornada de Trabajo: lunes a viernes, 8:00 a 18:00 hrs. Y sábado de 8:00 a 13:00 hrs.</p>	<p>Puesto Superior Inmediato: Switcher.</p> <p>Puesto Inferior Inmediato: -----</p>		
<p>Número de Empleados: 1 (uno).</p>	<p>Contactos Permanentes Internos: Departamento de Audio e Iluminación y Dirección.</p> <p>Contactos Permanentes Externos: -----</p>		
<p>Equipo empleado: Cámara de video digital., (CD)</p>			
<p>Descripción Genérica: Conoce y maneja parte del área técnica, puesto que opera o manipula la cámara y realizan encuadres solicitados. Así como el cuidado y responsabilidad de la misma.</p>			
<p>Croquis</p> <p style="text-align: right;">Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Área de Trabajo y Sets</p>			
<p>Descripción específica.</p> <p>Actividades diarias: Captura mediante la cámara de video, encuadres solicitados por el director o marcados en un registro. Pero también debe de conocer y realizar encuadres para tomas en tiempo real.</p>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">% tiempo</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">100</td> </tr> </table>	% tiempo	100
% tiempo			
100			
<p>Actividades periódicas: Realiza y graba comerciales o promocionales del canal.</p>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">2 veces por semana.</td> </tr> </table>	2 veces por semana.	
2 veces por semana.			
<p style="text-align: right;">Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.</p>			


  Nombre del puesto: Guionista	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
	Puesto Superior Inmediato: Productor Ejecutivo	Puesto Inferior Inmediato: Conductor, comentarista.
Jornada de Trabajo: De acuerdo a la programación.	Contactos Permanentes Internos: Departamento Producción Y Edición. Dirección y Switcher.	
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Externos: -----	
Equipo empleado: Herramienta Personal.		
Descripción Genérica: Persona creativa, desarrollador de ideas, conceptos y situaciones para darles un enfoque televisivo. En formatos de guión.		
Croquis		Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Área de Trabajo
Descripción específica. Actividades diarias: Verificar que el guión ha podido acoplarse a la televisión y realizar modificaciones si lo requiere.	% tiempo 100	
Actividades periódicas: Crear adaptaciones, partiendo de ideas creativas y originales, para poder ser transmitidas por la televisión.	2 veces al mes.	
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.		


	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
	Puesto Superior Inmediato: Productor. Puesto Inferior Inmediato: -----	
Nombre del puesto: Post Producción – Edición.	Contactos Permanentes Internos: Departamento Producción.	
Jornada de Trabajo: Viernes, Sábado y Domingo de 8:00 a 13:00 hrs.	Contactos Permanentes Externos: -----	
Número de Empleados: 1 (uno).		
Equipo empleado: Computadora Apple Procesador G4, guión, papelería (CD, cassettes).		
Descripción Genérica: Encargada de la edición final de un programa. Mediante creatividad y operaciones complejas o programadores. Utilizando una hoja de edición como formato.		
Croquis		
		Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Área de Trabajo.
Descripción específica. Actividades diarias: Con el material obtenido durante la grabación de programas, realiza en el ordenador ajustes en tiempo y diseño para ser transmitido en televisión.	% tiempo 100	
Actividades periódicas: Realiza publicidades y promocionales del canal.	2 veces al mes.	
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.		

  Nombre del puesto: Compras.	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
	Puesto Superior Inmediato: Dir. General.  Puesto Inferior Inmediato: -----	
Jornada de Trabajo: Sábado de 8:00 a 13:00 hrs.	Contactos Permanentes Internos: Departamento Producción., Contabilidad.	
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Externos: Proveedores.	
Equipo empleado: Computadora para registro de compras, Librillo de entradas y salidas.		
Descripción Genérica: Proveer los medios y materiales que reúnan los requisitos mínimos para la marcha de la organización y laborales. Comparar precios y adquirir, los de mejor calidad.		
Croquis		Ubicación de puesto: Staff
Descripción específica.	% tiempo	
Actividades diarias: Verificar en departamentos, faltantes. Hacer solicitudes con dirección y con proveedores.	100	
Actividades periódicas: -----	-----	
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.		

	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
	Puesto Superior Inmediato: Dir. General. Puesto Inferior Inmediato: -----	
Nombre del puesto: Contabilidad		
Jornada de Trabajo: De acuerdo a la programación.	Contactos Permanentes Internos: Ventas, Dirección, Producción.	
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Externos: Bancos, Secretaria de Hacienda y Crédito Público.	
Equipo empleado: Computadora de registro, Librillo de entradas y salidas, archivo contable.		
Descripción Genérica: Es el archivo de las actividades financieras de la empresa, lleva el un control, supervisa, pagos y movimientos bancarios y administra las cuentas contables.		
Croquis		Ubicación de puesto: Staff
Descripción específica.	% tiempo	
Actividades diarias: -----	-----	
Actividades periódicas: Lleva el control administrativo y contable de la empresa canal universo, de las entradas y las salidas y movimientos financieros que esta realiza. Debe realizar pagos y anuncios oportunos mediante las autoridades competentes.	1 vez al mes	
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.		



  Nombre del Puesto: Clientes	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
	Puesto Superior Inmediato: Dir. General.  Puesto Inferior Inmediato: -----	
Jornada de Trabajo: lunes a viernes de 8:00 a 13:00 hrs.	Contactos Permanentes Internos: Contabilidad	
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Externos: Clientes.	
Equipo empleado: Computadora de registro, Librillo de entradas y salidas en clientes, papelería básica, mesa de trabajo.		
Descripción Genérica: Se encuentra disponible para entrevistarse con posibles clientes, realiza paquetes, ventas de spot, patrocinios. Genera contratos con personas morales.		
Croquis		Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Recepción.
Descripción específica.	% tiempo	
Actividades diarias:	70	
Se entrevista con clientes y realiza contratos por distintos paquetes.	30	
Verifica la temporalidad de cada contrato realizado con anterioridad.		
Actividades periódicas: -----	-----	
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.		

	Canal Universo, Valle de Santiago, Gto.	
	Puesto Superior Inmediato: Dirección. Puesto Inferior Inmediato: Producción	
Nombre del puesto: Publicidad y Promoción.		
Jornada de Trabajo: Viernes y sábado de 8:00 a 13:00 hrs.	Contactos Permanentes Internos: Ventas, Dirección, Producción, Contabilidad.	
Número de Empleados: 1 (uno).	Contactos Permanentes Externos: Clientes.	
Equipo empleado: Computadora. HP Procesador Intel, Windows, mesa de trabajo, papelería, cámara de video (camarógrafo) y guión.		
Descripción Genérica: Realizan spot o anuncios mediante ideas o mensajes publicitarios. Mediante esquemas o guiones conceptuales.		
Croquis <span style="float: right;">Ubicación de puesto: Petróleos No. 59, Sección: Recepción, Área de Trabajo, Sets.</span>		
Descripción específica.	% tiempo	
Actividades diarias: Realiza de manera integra, spots de televisión para los clientes que han contratado el servicio.	100	
Actividades periódicas: Realiza promocionales para la empresa canal universo.	2 veces por mes.	
Realizo: Galdino Julian Aguilera Lara.		

Los anteriores formatos, deben de llevar siempre un orden y una uniformidad, contener el logotipo de la empresa y tipo de letra constante y ser llenados por la persona que se encarga de recursos humanos y ser aprobados por la gerencia de la empresa.

Así pues, aun existiendo en el organigrama original de la empresa, únicamente tres puestos oficiales: director, camarógrafo y reportero, es importante mencionar cada una de las labores que realizan cada uno de ellos. Y explicar cada una de sus funciones, delimitarlas. Las cuales anteriormente no se encontraban organizadas ni especificadas en algún documento.

Destacar que los puestos que aún no han sido colocados en el organigrama oficial, es porque se están considerando en calidad de prueba, tanto las personas, como el canal mismo.

Por lo tanto, en este perfil, se hace mención de los puestos y funciones básicas en un medio de comunicación como este, buscando un orden en archivos de la empresa y mejor control y manejo en cuanto a conocimiento de labores y desempeño en cada uno de los empleados. Y además, este tipo de análisis ayuda a formular o revisar la comunicación en un organigrama.

**Cap. 4**  
**Propuesta de Manual de**  
**identidad Corporativa**  
**Para el Canal 42 Universo de Valle de Santiago.**

## 4.1 Introducción

La propuesta de manual de identidad corporativa<sup>15</sup> para el Canal Universo de Valle de Santiago, Gto., surge debido a que la empresa ha aplicado el logotipo, de forma continua, en la pantalla, en el cubo del micrófono y de manera gradual en papelería, considerando hojas tamaño carta con presentación formal.

Esta se ha presentado, en los anteriores, de manera original y sin ninguna alteración, es decir, sin variaciones de colores, letras o enfoques.

No se han establecido reglas o normas que fijen métodos, tamaño o lugares de aplicación en cuanto al logotipo se refiere, es decir, no se cuenta con un manual de identidad corporativa específicamente.

Esta propuesta de manual es una guía para la empresa y servirá para dar a conocer no sólo una imagen, si no un logo que pertenece a ella misma y que debe generar en las personas la idea de estar viendo un canal de entretenimiento e información local.

Ayudará también a que la empresa se logre identificar y se presente ante los demás y en un gran sector de la población Vallense y que ésta asimile quién es Canal Universo aún sin tener contratado el servicio por cable, así como también surja la necesidad de tener televisión por cable para poder ser participes del medio de comunicación.

---

<sup>15</sup> Costa, Juan, *Identidad Corporativa*, Edit. Trillas Primera Edición 1993, 2003. pag. 49 – 58.

El manual va enfocado y especializado en cuanto al logotipo, aplicaciones y su diseño ya que poco ha sido lo que se ha utilizado en su presentación e introducción y requiere de un reforzamiento para que los demás clientes y personas en general lo reconozcan.

Al realizar un manual de imagen o logotipo es importante destacar que este debe llevar un índice para poder identificar cada una de las acciones a realizar en el imagotipo.

El índice que se ha planteado y en el cual se basará el manual a sugerir en este capítulo, ha tomado en cuenta que, el logotipo original que se aplica en la pantalla y en algunos documentos no había seguido ningún patrón debido a la falta de tiempo y organización. Que además como se mencionó anteriormente en otro capítulo, éste había sido mandado desde la ciudad de Zacapu, Michoacán con otros videos.

De tal manera que se sugiere que para una buena aplicación del logo y su utilización se consideré este índice y sus siguientes sugerencias.

Manual de identidad Corporativa para el Canal Universo de Valle de Santiago.

- a.1. Introducción.
- a.2. Glosario.
- a.3. Instrucciones Generales.
- a.4. Logotipo.
- a.5. Restricciones del logotipo.
- a.6. Sistema cromático.
- a.7. Restricciones del sistema Cromático.
- a.8. Red de reproducción del logotipo.

- a.9. Restricciones de la red de reproducción del logotipo.
  - a.10. Papelería.
    - a.10.1. Tarjeta de presentación.
    - a.10.2. La hoja de presentación con dirección a color tamaño carta
    - a.10.3. La hoja de presentación sin dirección a color tamaño carta.
    - a.10.4. La hoja de presentación sin dirección a negro 80% tamaño carta.
  - a.11. Logotipo en la televisión
    - a.11.1. Sus aplicaciones
    - a.11.2. Sus restricciones
    - a.11.3. En blanco y negro
    - a.11.4. Como medio publicitario institucional.
  - a.12. Muestra de colores.
  - a.13. Tipografía para uso en la papelería de la empresa.
  - a.14. Aplicación del logotipo en vehículos de la empresa.
    - a.14.1. Aplicación en automóvil tipo Sedán.
    - a.14.2. Aplicación en Motocicleta (casco).
    - a.14.3. Anuncios Luminosos.
- Conclusiones.

Es importante señalar que, la manera en como se aplica un logotipo debe ser de manera uniforme en cada una de sus ocasiones y en algunas otras, de manera específica, su gama cromática y tamaño podrán variar, tal como lo indica el índice. En el cual se podrá ir estableciendo los elementos con los que ya se cuentan y agregando los que se vayan desarrollando con el paso del tiempo. Indicar que este manual debe ser respetado por los empleados en el momento de la utilización de la imagen de la misma.

## 4.2 Logotipo<sup>16</sup>

Es la conducción tipográfica del nombre, por la cual se da a conocer la empresa de manera fácil y sencilla con una sola frase o palabras que pueden describir el concepto de lo que realiza la empresa. En el Canal Universo, la leyenda siempre debe realizarse en minúsculas con la tipografía Palatino Linotype, versión 1.4 con los colores y patrones que a continuación se establecerán.

Es una imagen o texto que el cliente o persona al cual vaya dirigida deberá ser de fácil asimilación y que identifique a la empresa con la cual se esta refiriendo, por tal motivo sus restricciones de este en cuanto a su uso debe ser únicamente en papelería proveniente de la empresa, imagen a publicar en las transmisiones y publicidad generada por la misma.

El logotipo se compone de una simple frase y sin aplicar la tipografía luce de la siguiente manera:

canal universo

Al momento de Aplicar la tipografía referida Palatino Linotype, versión 1.4 a 10 puntos, en la leyenda Canal Universo, siempre en minúsculas, sin aplicar aún la gama cromática establecida se verá de la siguiente manera:

canal universo

---

<sup>16</sup> Cháves Norberto, *Imagen corporativa*, Edit, Gustavo Gili, 6ta. Edición, México. pag. 51- 64.



Al momento de Aplicar la tipografía referida Palatino Linotype, versión 1.4 a 18 puntos, en la leyenda en minúsculas, sin aplicar aún la gama cromática establecida:

## canal universo

Al momento de Aplicar la tipografía referida Palatino Linotype, versión 1.4 a 18 puntos en cursiva, en la leyenda en minúsculas, sin aplicar aún la gama cromática establecida:

## *canal universo*

Al momento de Aplicar la tipografía referida Palatino Linotype, versión 1.4 a 18 puntos en Negritas, sin aplicar aún la gama cromática, en minúsculas:

## **canal universo**

Al momento de Aplicar la tipografía referida Palatino Linotype, versión 1.4 a 18 puntos subrayado, sin aplicar aún la gama cromática:

## canal universo

Al momento de Aplicar la tipografía referida Palatino Linotype, versión 1.4 a 18 puntos subrayado en cursiva y negritas sin aplicar aún la gama cromática establecida: (este tipo de formato no es recomendable en ninguna situación por estética).

## *canal universo*

Es importante considerar que el logotipo es parte fundamental de la identidad de la empresa, ya que con este se identificara y será reconocido en su papelería y en los gráficos alusivos. Las aplicaciones anteriores únicamente podrán utilizarse en papelería escrita.

### 4.3 Sistema Cromático:

La gama cromática en el logo es muy importante de considerar ya que sin ella el logotipo de Canal Universo sería una imagen sobria y sin dinamismo. Contrario a lo que se pretende.

Al momento de Aplicar la tipografía referida Palatino Linotype, versión 1.4 a 18 puntos en la leyenda Canal Universo, en minúsculas, aplicando la gama cromática establecida, luce de la siguiente manera:

canal universo

El tamaño y los colores solo podrán modificarse de acuerdo a su utilización. Los colores base son: Navy Blue o pantone 543C y para la última letra O será en anaranjado o pantone orange 021C.

canal  
universo

Sus restricciones se mencionaran mas adelante al ver las diferentes aplicaciones del logotipo. Pero de ninguna manera el logotipo tiene porque aparecer en otro color que no sea de los ya establecidos a menos que sea un motivo bastante especial y que se vea en la necesidad de ser modificado.

#### 4.4 Tipografía

La tipografía corporativa. La cual es únicamente utilizada en el logotipo, esta no es considerada como básica en los documentos oficiales a formular. Sin embargo, todo anuncio publicitario debe llevar Palatino Linotype versión 1.4 en el logotipo.

Tipografía del logotipo Palatino Linotype versión 1.4.

A B C D E F G H I J K L M Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 + - \* / ; " ' \$ % & ( ) = ¿ ¨ Ç - ; , . > < | { } # ~ ` ° @

La fuente o tipo de letra considerada a utilizar como básica en los documentos oficiales a formular es Verdana, esto hará que haga una uniformidad al momento de su presentación

Tipografía a utilizar en documentos generales formales Verdana.

A B C D E F G H I J K L M Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 + - \* / ¡ ¨ ¤ - ; , . >

< | { } # ~ ` ° @

#### 4.5 Aplicaciones del logotipo.

Las diversas aplicaciones del logotipo se mostrarán a continuación, cada una de ellas se realiza mediante tonos de saturación e iluminación en un computador o modificador de imágenes.

Aplicación final del logo 100% a color:



Su aplicación en negro y grises.



Aplicación en Blanco y negro.



Este tipo de aplicación no es recomendable usarla debido a que se pierde la imagen y silueta del logotipo. La Esencia de la imagen pierde todo tipo de creatividad y movimiento visual.

Negro y grises 100 %



Aplicación en gris al 80%



Aplicación en Gris al 60%



Aplicación en Gris al 40 %



Las aplicaciones mayormente utilizadas en las impresiones de papelería y de diseño son la aplicación en transparencias. Estas se obtienen mediante una modificación mediante el diseñador o editor de imágenes o herramientas en la computadora.

Transparencia en Grises.



Transparencia a color (marca de Agua).



Aplicado al 90% reduciendo la intensidad de los colores, formato único para Hoja especial con dirección. Y tarjetas de presentación con dirección.

Estos tipos de aplicaciones son de uso general para su impresión y los más recomendados son las aplicaciones en grises y las transparencias para cualquier formato.

#### 4.6 Red de reproducción

Utilizada en superficies mayores, en ampliaciones, reproducciones grandes, tal vez murales. Mayores a un metro cuadrado.

Para poder realizar este tipo de imagen, manejaremos una red sobre el logo o reglas que nos guiaran en la ubicación al realizar la ampliación.



Un ejemplo al realizar las primeras siglas y del margen cúbico del logotipo, donde cada cuadro de la red mediría 10 cm cuadrados.

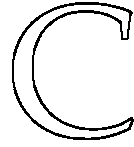
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A										
B										
C										
D										
E										
F										
G										
H										
I										
J										

Aquí, se mostrará paso a paso y letra por letra como se deberá de realizar cada una de las siglas que conforma el logo Canal Universo al momento de realizar una ampliación.

#### Trazo de la C

El trazo de la letra C se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. Más adelante algunos ejemplos. La letra C ira en

minúsculas en estilo normal, si se utiliza en un computador. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 14 puntos.



Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



Trazo de la A

El trazo de la letra A se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra A va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 14 puntos

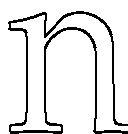


Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



### Trazo de la N

El trazo de la letra N se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra N va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 14 puntos



Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



### Trazo de la A

El trazo de la letra A se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra A va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 14 puntos

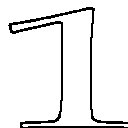


Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



Trazo de la L

El trazo de la letra L se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra L va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 14 puntos



Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



### Trazo de la U

El trazo de la letra U se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra U va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 20 puntos

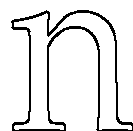


Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



### Trazo de la N

El trazo de la letra N se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra N va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 20 puntos



Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



Trazo de la l

El trazo de la letra l se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra l va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 20 puntos

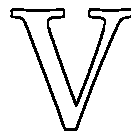


Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



### Trazo de la V

El trazo de la letra V se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra V va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 20 puntos

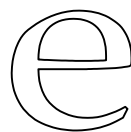


Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



### Trazo de la E

El trazo de la letra E se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra E va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 20 puntos

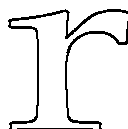


Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



Trazo de la R

El trazo de la letra R se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra R va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 20 puntos



Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C





### Trazo de la S

El trazo de la letra S se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra S va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 20 puntos

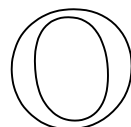


Deberá ser color Navy blue o color pantone 534 C



### Trazo de la O

El trazo de la letra O se compone por la tipografía Palatino Linotype. El tamaño de ésta, lo rige la superficie o material en donde se aplicará. La letra O va en minúsculas en estilo normal, si es utilizada en una computadora. Esta servirá de base para crear la ilusión de un planeta de color naranja cortado en la parte superior por dos líneas. El tamaño de esta para tamaño Carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) deberá ser de 20 puntos.



Deberá ser color anaranjado o color pantone orange 021 C



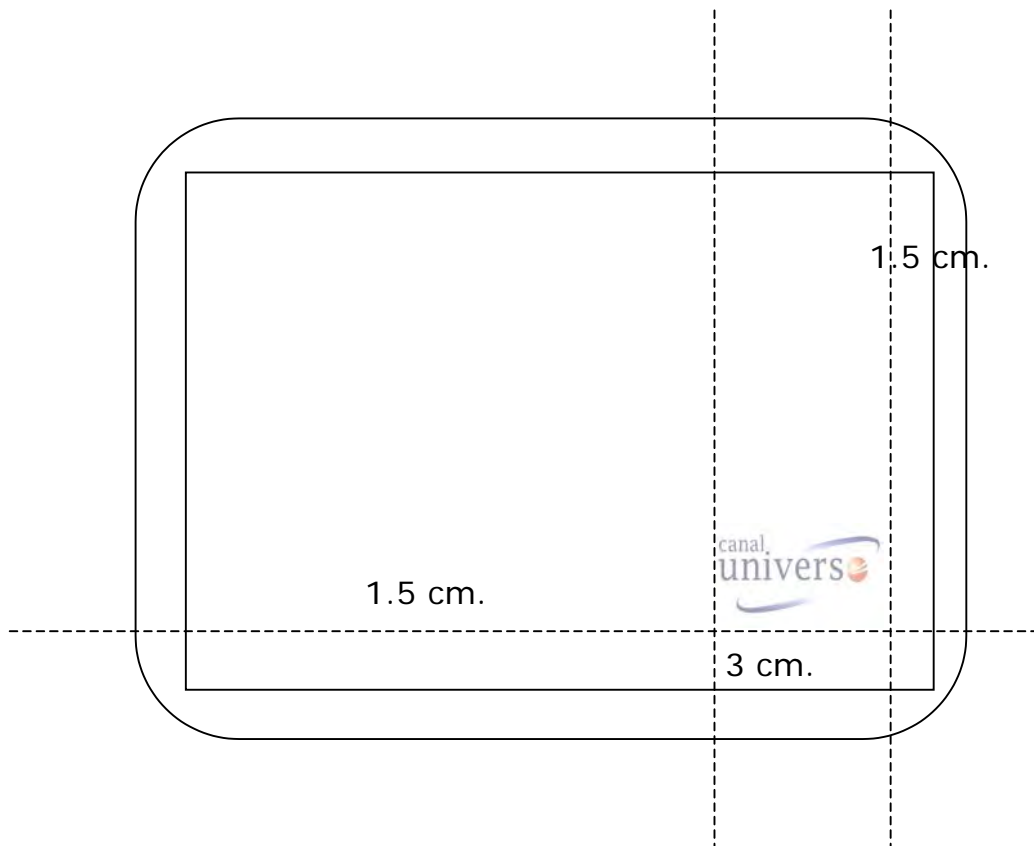
## 5. Aplicación en TV.

La aplicación del logotipo en televisión será en los programas que sea necesario o se ha marcado y aparecerá como una imagen transparente o marca de agua en medidas de 1.5 cm. ancho 3 cm. de largo. Esta aparecerá sólo y durante el programa en la parte inferior derecha.

Este aparecerá únicamente a color ya que así será mayor la percepción del televidente sobre la imagen empresarial. Y es importante considerar siempre el tamaño indicado, ya que de algún otro modo se vería afectada la estructura y diseño del mismo.

En ocasiones especiales es probable que pueda ser modificado el tamaño e incluso la forma de aplicar el logotipo, pero esta no debe ser una constante que pueda confundir al espectador.

A continuación, se muestra un breve ejemplo en que lugar y a que distancia debe ir colocada la imagen.

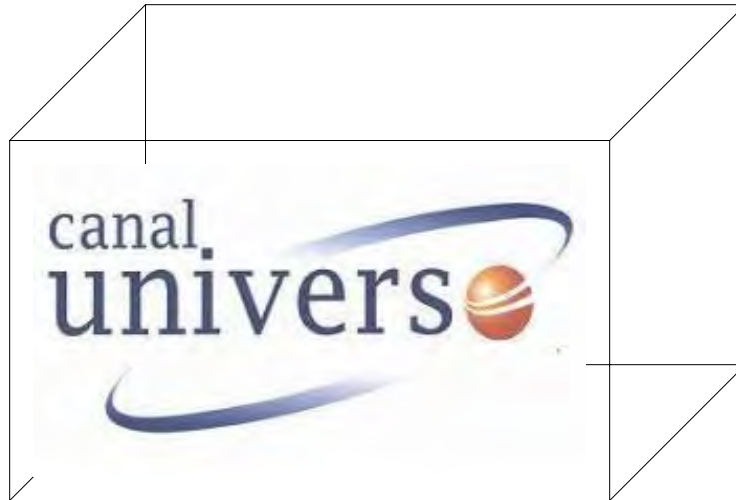


Tampoco es recomendable utilizar este logotipo en transparencia gris ya que debido a la diversa gama cromática existente en la pantalla se podría perder o incluso difuminar con los demás objetos que se encuentren en el momento de la transmisión.

### 5.1 Logo aplicado en el cubo del micrófono.

El logotipo aplicado en el cubo del micrófono es utilizado como referente en el momento de realizar entrevistas y de llevar acabo una transmisión fuera del set o en una locación a campo abierto. Ya que esta imagen da oportunidad al reportero o a quién lo porta a identificarse de manera inmediata al ser asociada la imagen que se porta.

La imagen lleva los colores establecidos y se ubica en los cuatro lados del cubo. De un tamaño de 4 cm. de ancho por 8.5 de largo.



No se debe de utilizar en otros colores ni en otros tamaños en otros micrófonos, este debe ser un general y una base para todos los micrófonos de la empresa, así será más fácil identificar del lugar y empresa proveniente.

## 6 Papelería.<sup>17</sup>

A continuación se establecerá la mayor de la papelería utilizada en una oficina común. La mayor parte de la que se propone no es aún utilizada en el canal universo de manera formal; sin embargo todo este tipo de documentos se han llegado a utilizar de manera mecánica. Y se sugiere que al momento de su aplicación lleve todos estos emblemas y requisitos para su formato y para su creación.

---

<sup>17</sup> Ibidem. Pag. 65- 81. Moles Abraham A. *La imagen Comunicación Funcional*, Ed. Trillas Primera Edición, México, Pag. 137- 156

La imagen debe ser aplicada según los formatos que a continuación se establecerán y el tipo de letra para el área de redacción e impresión deberá ser la que anteriormente se mencionó y más adelante se ampliará sobre ello.

En algunas ocasiones el tipo de letra podrá cambiar pero este no deberá ser una constante y será un tipo de letra similar, así en los archivos el formato será homogéneo.

### 6.1 Tipografía para uso en la papelería de la empresa

La tipografía que debe ser utilizada para la papelería impresa debe ser Verdana en los estilos y tamaños necesarios, ya que este tipo de letra es legible y fácil de encontrar en cualquier computadora. Debe ser aplicada en colores legibles y tamaños razonables como 8 puntos a 20 puntos, de preferencia negro determinado por la computadora.

Este formato predeterminado hará que los documentos no sean incluso confundidos con la empresa Cablecom y tengan un sentido de individualismo.

### 6.1.1 Tarjeta de presentación.

La tarjeta de presentación es un medio fácil de comunicar a través del personal, a público y clientes la existencia de departamentos que están a su servicio y mediante la cual se puede incrementar la imagen externa.

En el Canal Universo no existe la tarjeta de presentación pero se sugiere la siguiente, la cual es en su diseño muy básico y se encuentra completa, dando a conocer el nombre, puesto y los datos de la persona que la otorga, también se visualiza el logotipo de la empresa en el la parte inferior de la tarjeta para dar la imagen de respaldo y además para que el cliente sepa de dónde proviene, mas adelante, un ejemplo: Se utiliza el logotipo en transparencia en la parte inferior de la tarjeta y se aplica al tamaño de esta. El cual es de 8.89 cm. de alto y de ancho 5.08 cm. El formato es el siguiente y su impresión será en serigrafía.



El logotipo debe ir impreso en tinta serilustre o policat, nombre, dirección o el texto de información debe ir en tipografía Verdana en color negro de 7 a 9 puntos. Con acabado brillante o con realce, impresa de manera vertical.

Los puntos o tamaño de letra pueden variar de acuerdo a la información que se adjunte en cada una de las tarjetas, por ejemplo si el nombre de la persona es muy largo o el puesto ocupa demasiado espacio podría disminuirse el tipo de letra para que se vea de una manera mejor y estética posible. De igual manera si el nombre o puesto de la persona que ocupa el puesto es muy corto podría ser utilizado un tipo de letra mayor, así se ocupara el espacio correcto. Pero lo que no debe cambiar por ningún motivo, es el tipo de letra a usar.

La tarjeta de presentación debe ir en fondo blanco, el cual servirá para resaltar la información que se trata de transmitir y por el otro lado, no debe ir impreso ningún tipo de información.

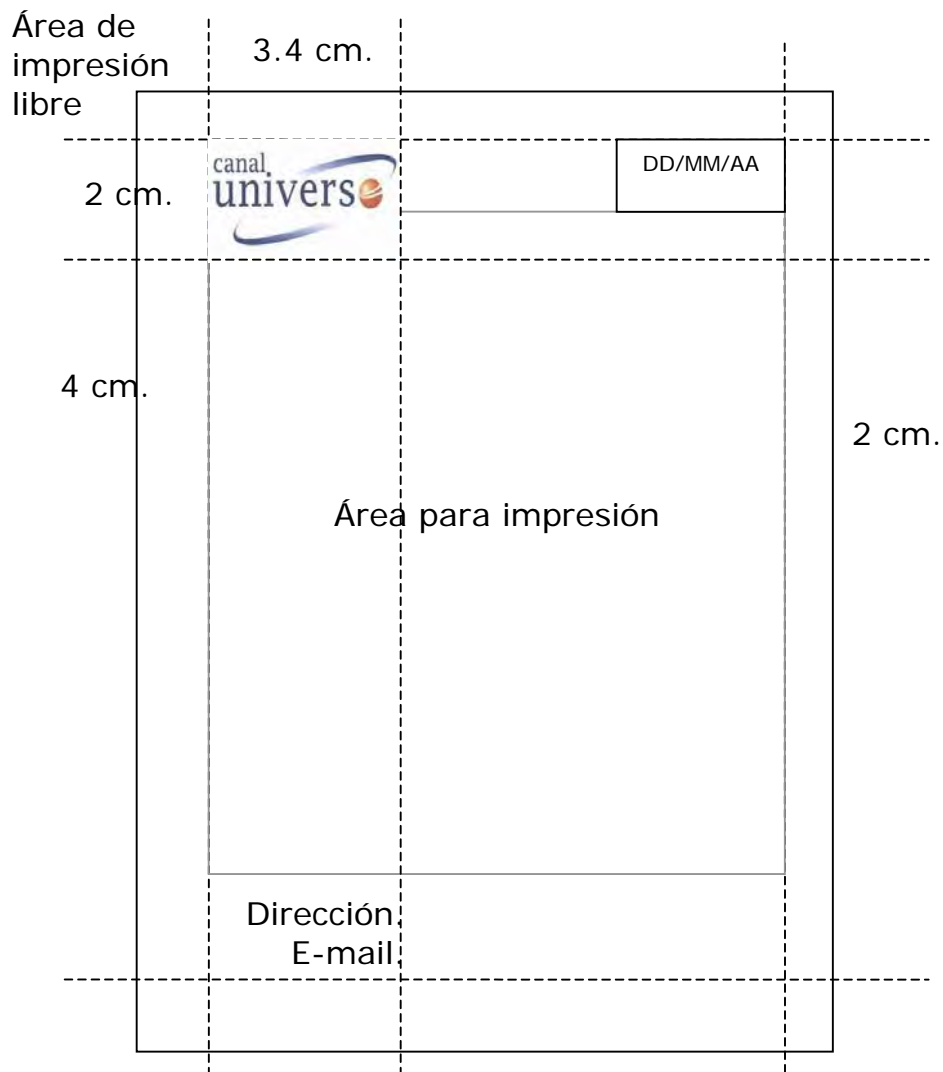
Cada tarjeta, de cualquier área o departamento debe ir de la anterior forma, no se debe de crear distintos estilos que puedan confundir al cliente y sobre todo que se pueda confundir la organización u orden de jerarquización.

Cuando se habla de documentación es importante establecer formatos que ayuden al archivo a clasificar la importancia de lo que se ha escrito y redactado a lo largo de una periodo o actividades. También el formato ayuda a que todos los documentos se vean de forma homogénea y de una manera pulcra.

Cada uno de estos formatos que más adelante se explicarán deberá de ser utilizados de manera establecida y siguiendo sus restricciones.

### 6.1.2 Hoja de presentación con dirección e imagen a discreción.

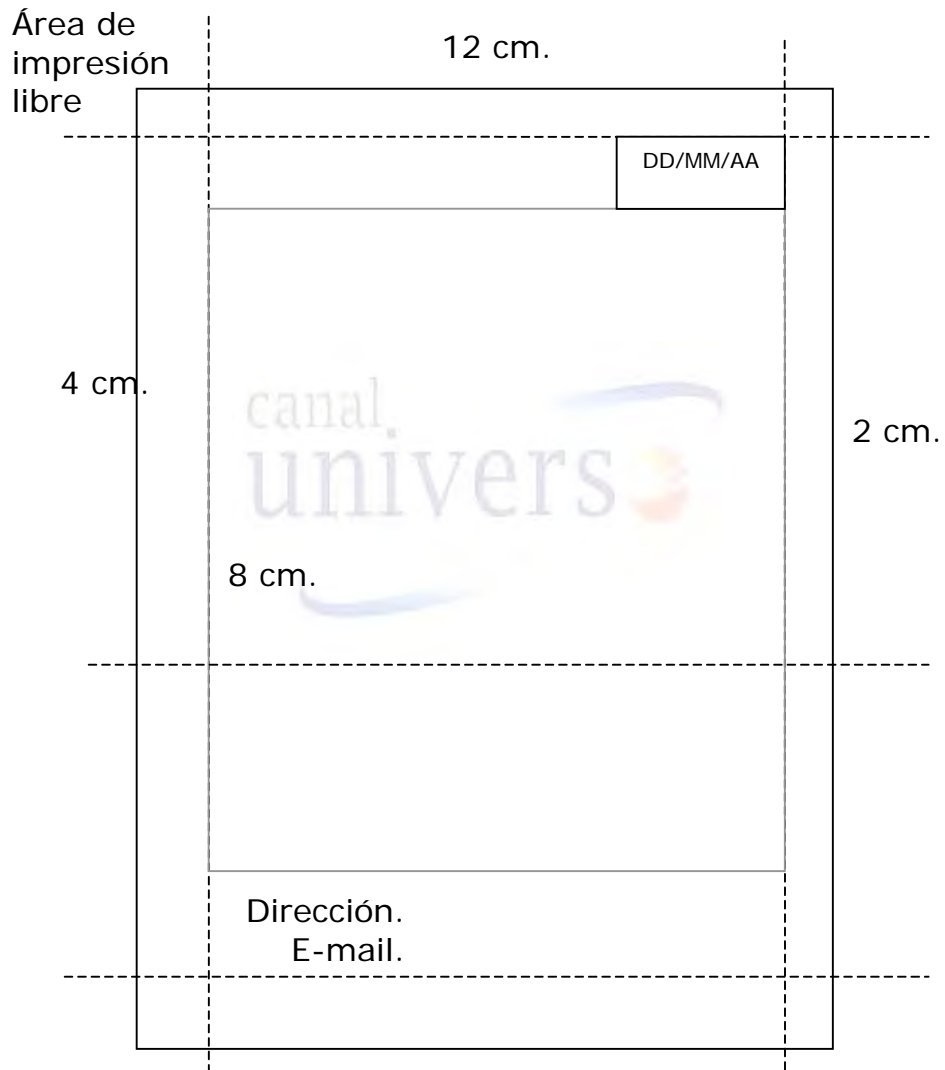
La hoja de presentación con dirección a color tamaño carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) impresión en serigrafía. Imagen discreta, de uso estrictamente formal.





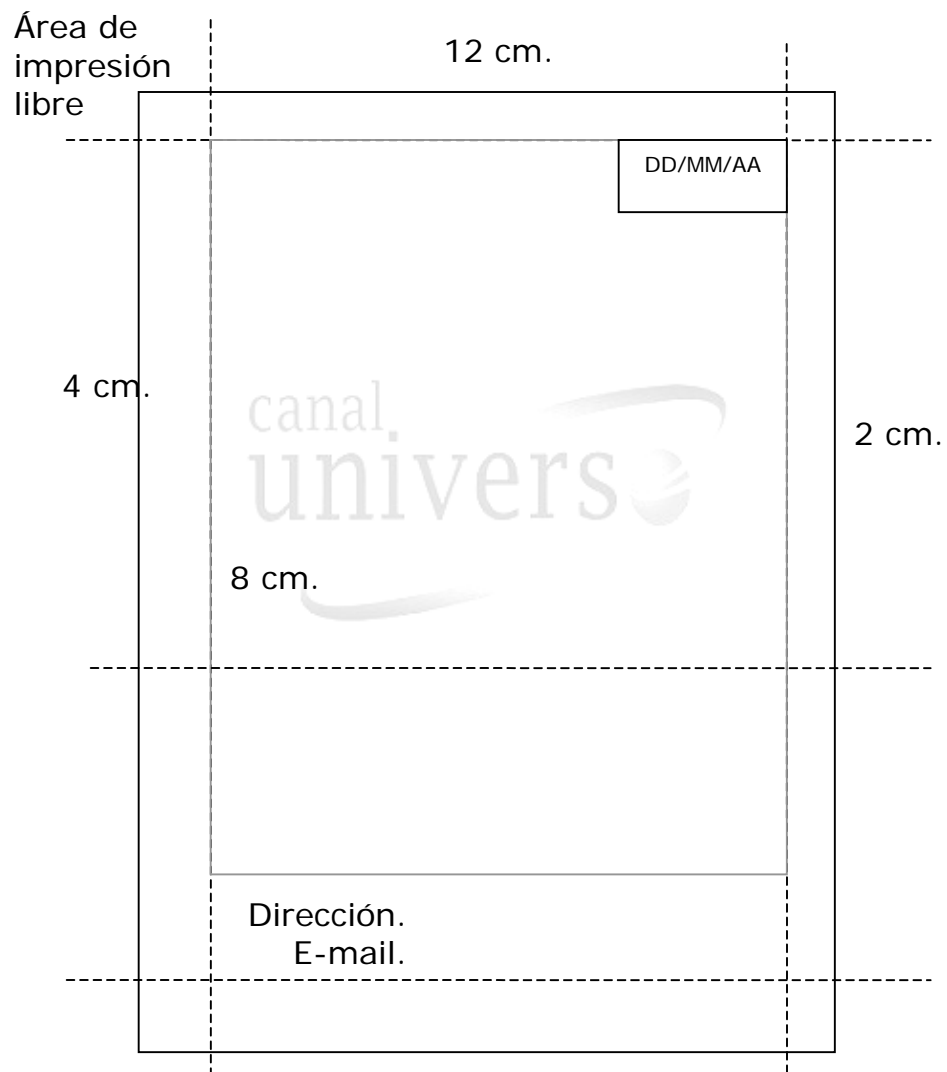
### 6.1.3 Hoja de presentación con dirección e imagen grande.

La hoja de presentación con dirección a color tamaño carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) impresión en serigrafía. Imagen grande, de uso formal.



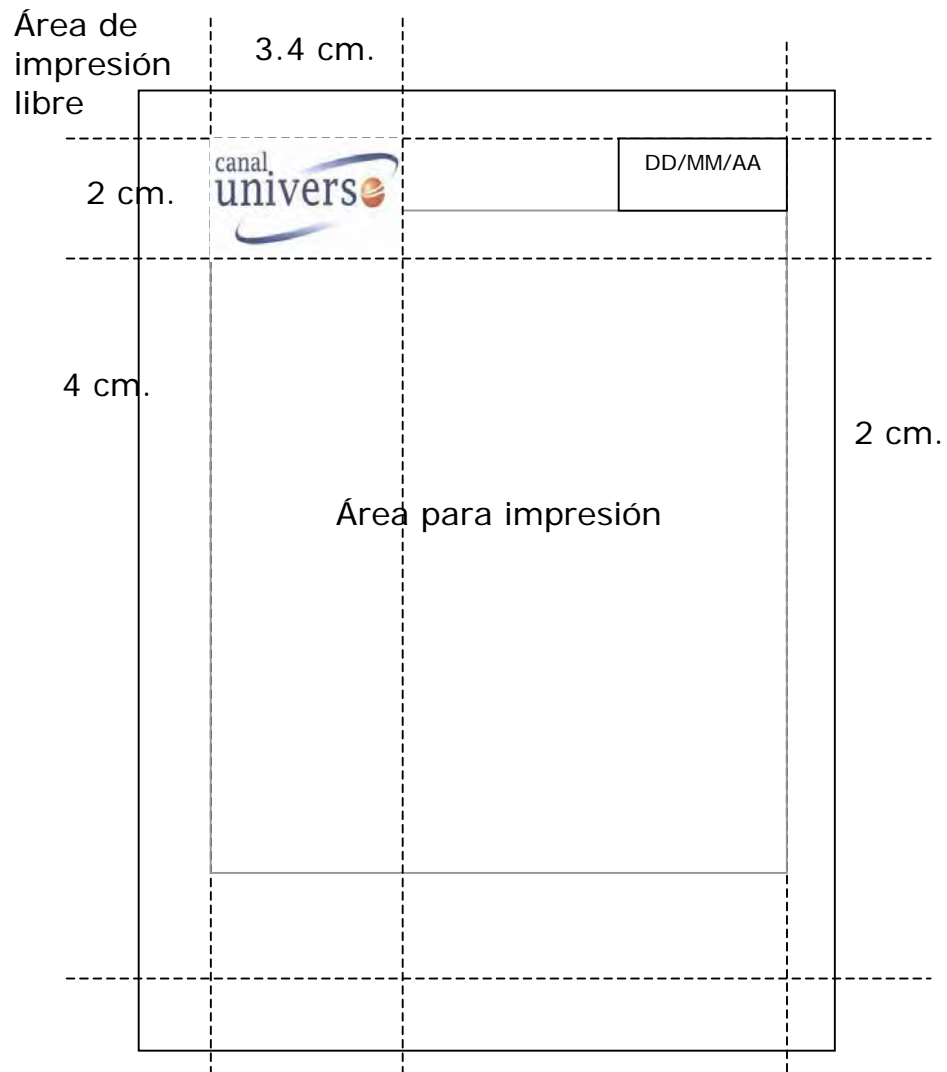
#### 6.1.4 Hoja de presentación con dirección e imagen grande a grises.

La hoja de presentación con dirección a grises tamaño carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) impresión en serigrafía. Imagen grande, de uso formal.



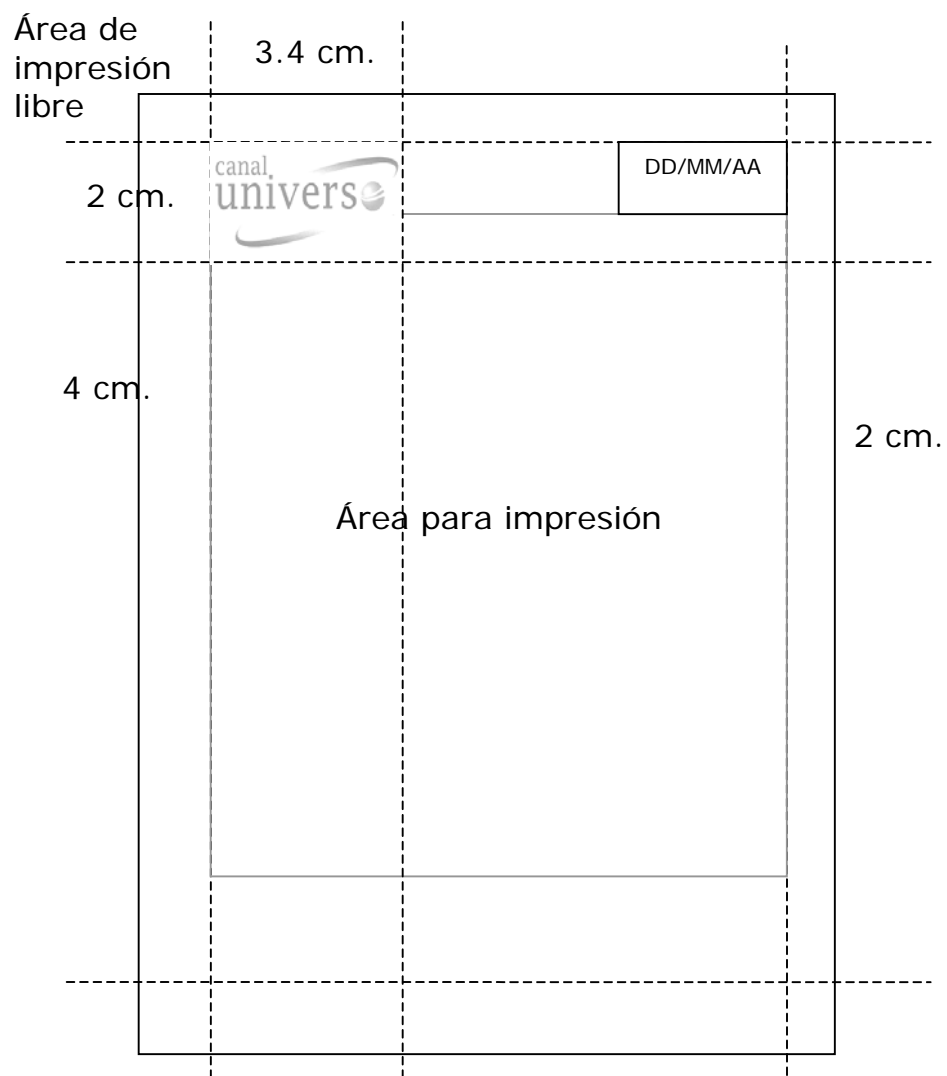
### 6.1.5 Hoja de presentación sin dirección e imagen a discreción.

La hoja de presentación sin dirección a color tamaño carta de imagen discreta. (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) de uso formal e informal.



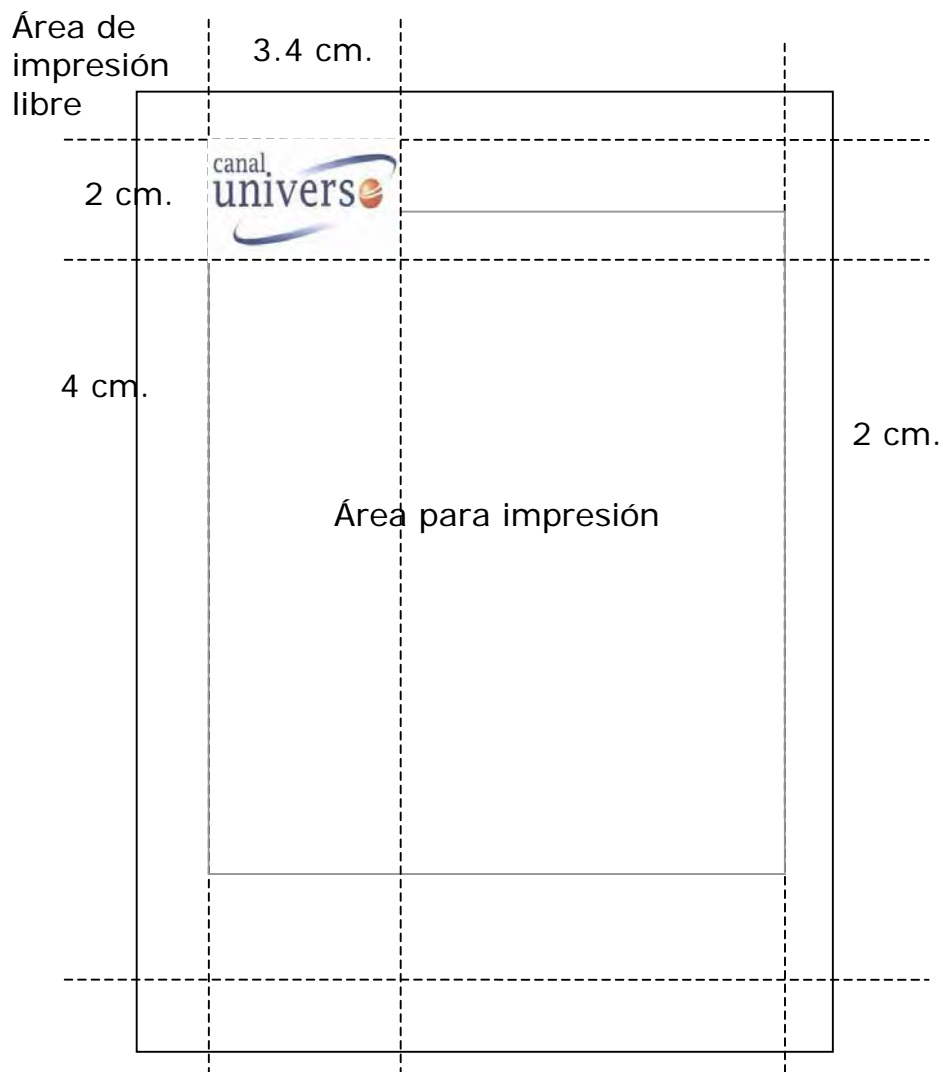
### 6.1.6 Hoja de presentación sin dirección e imagen a discreción a negro.

La hoja de presentación sin dirección a negro 80 % tamaño carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) de uso informal o para avisos, memos y generales.



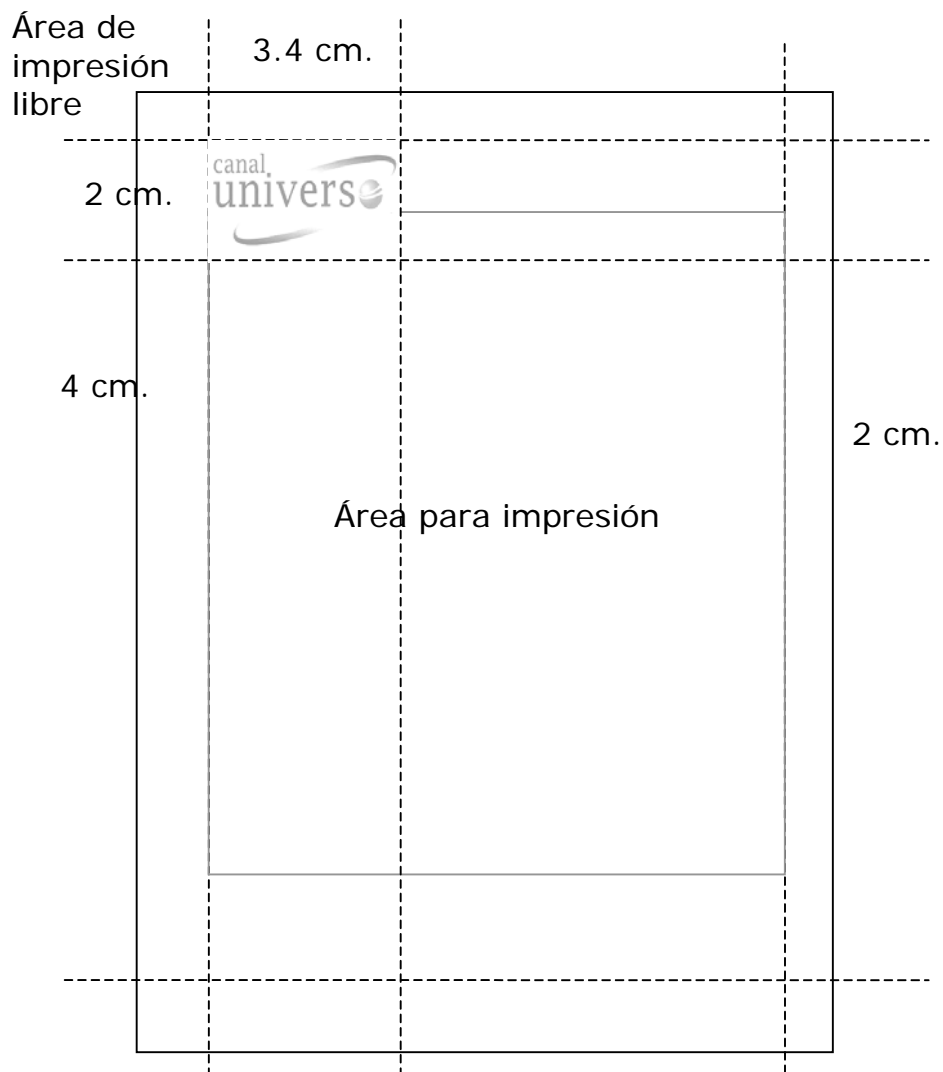
### 6.1.7 Hoja de presentación sin dirección y sin fecha e imagen a discreción.

La hoja de presentación sin dirección y sin fecha a color tamaño carta de imagen discreta. (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) de uso completamente informal.



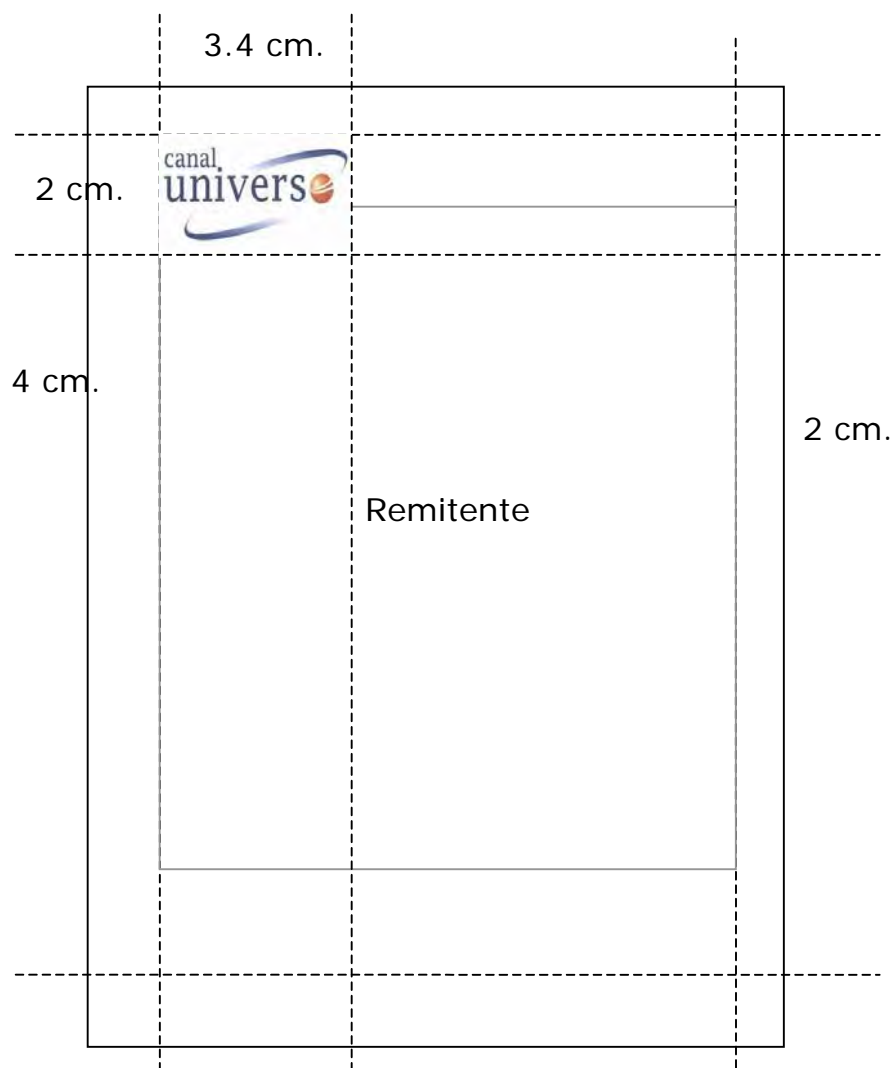
### 6.1.8 Hoja de presentación sin dirección y sin fecha e imagen a discreción a negro.

La hoja de presentación sin dirección y sin fecha a negro 80 % tamaño carta (21.60 cm. de ancho y 28 cm. de alto) de uso informal o para avisos, memos y generales.



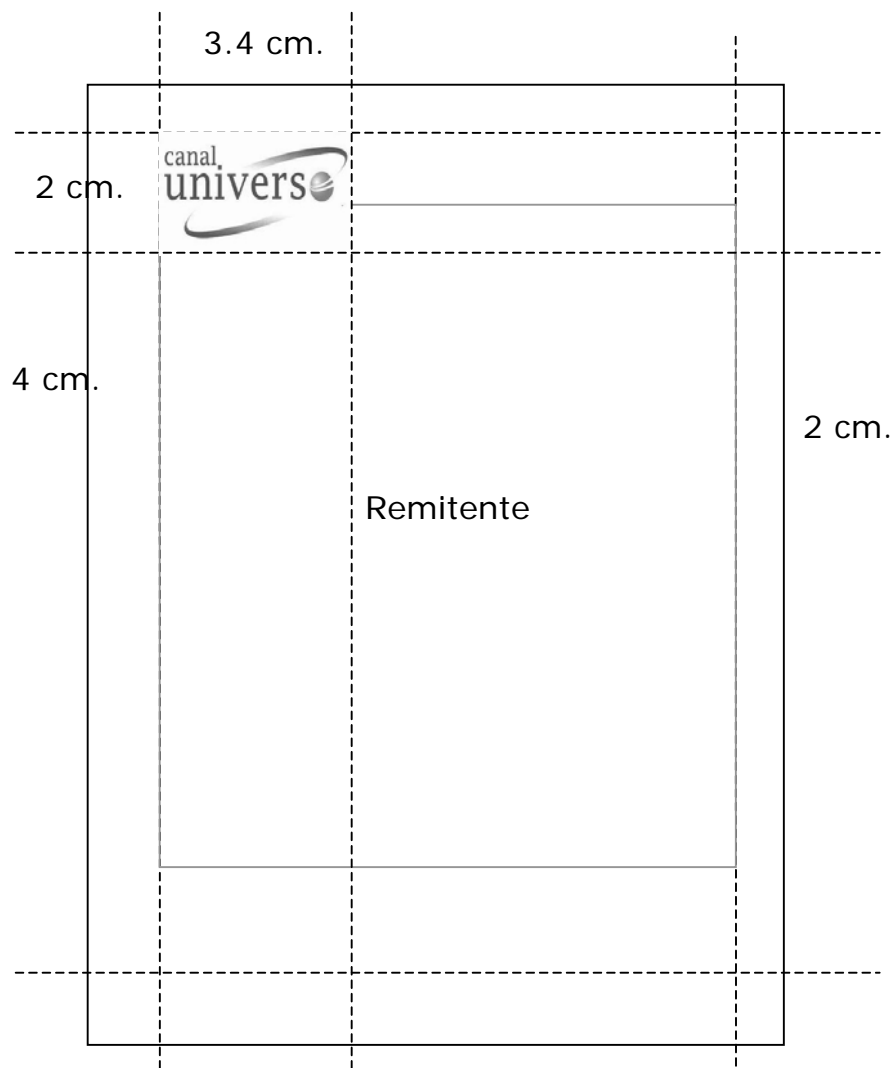
### 6.1.9 Sobre tamaño carta con imagen a color a discreción.

El sobre tamaño carta (22.60 cm. de ancho y 28.5 cm. de alto) para correspondencia. A color con imagen discreta.



### 6.1.10 Sobre tamaño carta con imagen a grises a discreción.

El sobre tamaño carta (22.60 cm. de ancho y 28.5 cm. de alto) para correspondencia. A grises con imagen discreta.





## 7. Aplicación del logotipo en vehículos de la empresa, tipo Sedan.

Aquí se hace una breve explicación sobre donde puede ir colocada la imagen de la empresa en un automóvil tipo sedan. De igual manera se puede hacer en cualquier otro automóvil pero este es el utilizado hasta el momento por la gerencia en el Canal Universo.

En este tipo de automóviles, La atención del logotipo se centrará en las puertas del conductor y copiloto siendo un modelo de 4 puertas como se muestra en la imagen. De igual manera siendo de 2 puertas.

El cuadro de la imagen debe ir en los colores establecidos generales del logotipo y en un tamaño de 22 cm. por 47 de largo. En un marco centrado en la puerta delantera.

Existen varios tipos de aplicaciones en serigrafía que pueden ser usados para este estilo, la que mas recomienda es la calcomanía.



## 7.1 Aplicación del logotipo en vehículos de la empresa, Motocicleta (Cascos).

En esta parte se hace una mención sobre los vehículos que son pequeños y de menor velocidad, este tipo de vehículos son utilizados únicamente en la ciudad y para ser públicamente visible la imagen del logotipo se colocará en el casco protector que debe de utilizar.

En este tipo de móviles, La atención del logotipo se centrará en los conductores, en la parte superior o en la espalda del conductor.

El cuadro de la imagen debe ir a color en un tamaño de 10 cm. de largo por 5 de ancho. En un marco centrado nuca del casco.

Existen varios tipos de aplicaciones en serigrafía que pueden ser usados para este estilo, la que mas recomienda es la calcomanía.



Los cascos deben ser monocromáticos y no pertenecer a la gama de grises y negros.

## 8. Otras Aplicaciones.

Por último, se puede aún describir varios tipos de aplicaciones en el logotipo de la empresa Canal Universo y que seguramente ayudarán a que la empresa mejore su aspecto visual ante los demás. Pero es importante mencionar que estas otras aplicaciones son de consideraciones generales y deben ser aplicadas cuando la empresa crea y considere factible y sustentable este tipo de inversión.

Las aplicaciones que completarían este manual serían respecto a los anuncios, su ubicación, materiales y acabados de construcción, ubicación y medidas. Esto para realizar anuncios comerciales fijos sin o con iluminación, que sean similares y que el público sepa identificar.

En el caso, Canal Universo existen pocas sucursales aún pero pueden ser consideradas este tipo de sugerencias para poder realizar en el caso de los muros, iluminación, y techos; es decir, el mobiliario y estructura de la empresa tengan una igualdad o semejanza ante cada una de las entidades en el país.

Otra de las aplicaciones, hablaría sobre la vestimenta del personal que labora en la empresa, tanto como uniforme de seguridad y uniforme de social o deportivo.

En el caso de los uniformes se debe ser específico donde se portará cada emblema y de que color deberá ser el mismo. También en el caso de las chamarras o pantalones deportivos.

En resumen, la empresa debe de reforzar su imagen iconográfica para así dar una apariencia ante el público televidente, una imagen de seguridad y confianza entre la empresa y sus empleados y la cual pueda ser difundida.

Muchas de estas aplicaciones han sido sugeridas a la entidad viendo como viabilidad la papelería, la cual es la más utilizada en estos momentos por la empresa ya que se encuentra en pleno desarrollo y también se ha motivado por utilizar las aplicaciones en televisión. Considerando las demás para un futuro con mayor apoyo y soporte económico.

## Conclusiones.

En el desarrollo de este manual de identidad corporativa considero que una de las aplicaciones y de los pasos a seguir más difíciles que debe dar la empresa Canal Universo como medio de comunicación es la disciplina, y que debe considerar dejando aun lado la idea que aunque se encuentra en una localidad, la gente logra percibir cuando una empresa no es de buena calidad, se encuentra descuidada o que requiere de atención.

Es importante que la empresa ponga énfasis en su imagen siendo una empresa que vive y requiere de ello. Ya que su naturaleza como medio es ese, no importando donde se encuentre.

Durante la investigación, varias fueron las hipótesis que hacían suponer que el canal requería de un reforzamiento de imagen e incluso de un nuevo diseño del logotipo. Y al investigar el desarrollo interno de la empresa los datos que arrojaba eran; en su mayoría, favorables a la empresa y a la imagen interna de ella. Por tal motivo en el desarrollo del manual se ha especificado y se ha laborado de acuerdo a la imagen que se tiene. La imagen inicial de Canal Universo.

Y aun siendo una empresa en una fase inicial, de desarrollo y crecimiento es cuando la identidad debe importar más.

Se realizó una aplicación empresarial y de carácter funcional para el canal Universo, como base y desarrollo de la identidad

corporativa de carácter temporal debido a sus características de la empresa, sus requerimientos y su entorno social.

Se crearon archivos que ayudan a evaluar la imagen corporativa ahora existente para la administración de la empresa.

El Canal universo como empresa, debe considerar que aun perteneciendo en el mismo espacio y que siendo una imagen del corporativo Cablecom también es autónomo para desarrollar ideas que incrementen los clientes o usuarios del canal y favoreciendo también al mismo Cablecom.

También debe reflexionar que no son gastos de publicidad y que no son gastos de promoción simplemente, son inversiones que se hacen a la imagen y que con el tiempo más la opinión de las personas o televidentes será cuando se desarrolle un prestigio respetable y aceptable.

Al realizar este manual de identidad, no se pretendía propiamente plantear una reforma o cambio de la identidad de la empresa, era elaborar una guía para desarrollarla y así se creó este manual después de haber analizado paso a paso su evolución como imagen.

## Bibliografía.

1. COSTA Juan, *Identidad Corporativa*, la. Ed. Trillas, México, 2003, P.P. 125.
2. CHAVES Norberto, *Imagen corporativa*, Ed. Gustavo Gili, 6ta. edición, México, 2003, P.P. 186.
3. GOLDHABER Gerald, M. *Comunicación Organizacional*. Ed. Diana, México, 2001, P.P. 423.
4. GORDOA Victor *Imagología*, Ed. Grijalbo, México D.F., 2003, P.P. 397.
5. GORDOA Victor, *Poder de la Imagen Publica*, Ed. Edamex, México D.F., 1999, P.P. 264.
6. MOLES Abraham A. *La imagen Comunicación Funcional*, Ed. Trillas, México, 1991, P.P. 271.
7. TOSTADO SPAN, Verónica. *Manual de Producción de Video, Un Enfoque Integral*, Ed. Alambra Mexicana, México D.F., 1995, P.P. 288.
8. VAN Riel., CEES. B. M., *Comunicación Corporativa*, Ed. Prentice Hall. España Madrid, 1997, P.P. 244.

### Otras fuentes:

- CABLECOM Valle de Santiago, *Manual Empresarial*, Valle de Santiago, 1998, P.P. 12
- Games "R" us, Celaya, Gto. *Manual de Identidad Corporativa*, Celaya, Gto, Mexico. P.P. 45
- <http://www.monografias.com/trabajos15/cinco-s-plus/cinco-s-plus.shtml>.