



**REPÚBLICA DE PANAMÁ UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE
CIENCIA Y TECNOLOGÍA FACULTAD DE CIENCIA DE LA
COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

**PROPUESTA DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
PARA LA EMPRESA AKOMS**

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN
DISEÑO GRÁFICO**

**Asesora: Mónica Gamboa de Champsaur
Autor: Ángel Aquin Carrión Soto
Número de Cédula: _ _ _ _ _
Cohorte: C-5**

Ciudad de Panamá, 20 de diciembre de 2019



**REPÚBLICA DE PANAMÁ UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE
CIENCIA Y TECNOLOGÍA FACULTAD DE CIENCIA DE LA
COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

**PROPUESTA DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
PARA LA EMPRESA AKOMS**

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN
DISEÑO GRÁFICO**

**Autor: Ángel Aquin Carrión Soto
Número de Cédula: 0 000 000.
Cohorte: C-5**

Ciudad de Panamá, 20 de diciembre de 2019



Ciudad de Panamá 22 de diciembre de 2019

Profesor:

Nagib Yassir García

Coordinador Comité de Titulación de Estudios de Licenciatura.

Presente.

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado presentado por el Bachiller, Ángel Aquin Carrión Soto. Cédula de identidad N. ° _____, para optar al grado de, Licenciatura en Diseño Gráfico, considero que el trabajo: reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.

Atentamente,

Mónica Gamboa de Champsaur

Documento de identidad: (pasaporte) No. _____

Línea de Investigación: Diseño Gráfico, Multimedia y Comunicación Visual.

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis de grado a toda mi familia quienes han estado brindándome su apoyo incondicional, y principalmente:

A mi madre por ser ese motor principal en mi vida, quien siempre ha estado dándome su voz de aliento ante cualquier tropiezo, quien ha sido la encargada de guiarme y enseñarme los valores que he adquirido en todo el transcurso de mi vida. Que me ha acompañado siempre con amor, para no desmayar ante los obstáculos que se nos presentan día a día en nuestras vidas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por permitirme terminar mi carrera universitaria dándome fuerza y tenacidad para lograr hacer este sueño realidad.

Quiero agradecer de manera especial a mi madre por ser esa pieza fundamental en mi vida, inculcándome siempre buenos valores, impulsándome a no renunciar a mis objetivos, logrando así, ser un hombre de bien.

También quiero agradecer a mis profesores por compartirme sus conocimientos para llegar a esta final de mi carrera como estudiante de diseño gráfico, a mi tutora la profesora Mónica Gamboa quien ha sido una guía primordial en el transcurso de realización de mi trabajo de grado.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA.....	i
PORTADA INTERNA.....	ii
CARTA DEL TUTOR(A).....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
INDICE GENERAL.....	vi
INDICE DE GRAFICAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	2
1.1 Definición del problema.....	3
1.2 Interrogantes o preguntas de investigación.....	3
1.3 Objetivo general y objetivos específicos	4
1.4 Justificación.....	5
 CAPÍTULO II	
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes e investigaciones previas sobre la temática	9
2.2 Generalidades de AKOMS	10
2.2.1 Breve análisis de la competencia	11
2.3 Definiciones de términos relacionados con el problema en estudio.....	12
2.3.1 Identidad corporativa o Identidad de marca.....	12
2.3.2 Manual de identidad visual	13
2.3.3 Imagen corporativa	14

2.3.4 Manual de normas gráficas	14
---------------------------------------	----

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.....	16
3.1 Metodología, técnicas y procedimientos.....	17
3.2 Tipo de investigación	18
3.3 Diseño de la investigación	18
3.3.1 investigación de campo	18
3.3.2 Población y muestra.....	18
3.3.3 Técnicas e Instrumentos.....	20
3.3.4 Análisis de los datos e información	21

CAPÍTULO IV

4. GENERALES DE LA PROPUESTA DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA PARA AKOMS.....	29
4.1 Desarrollo de la propuesta	32
CONCLUSIONES	35
RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS DE FUENTES DE INFORMACIÓN	37
ANEXOS	38

ÍNDICE DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Calculadora de muestra en línea	18
Gráfica 2. Pregunta 1: ¿Para usted qué es un manual de identidad corporativa? ..	20
Gráfica 3. Pregunta 2: ¿En qué cree usted que se basa un manual de identidad corporativa?	21
Gráfica 4. Pregunta 3: ¿Considera usted que un manual de identidad corporativa es una ventaja o desventaja para la empresa?	22
Gráfica 5. Pregunta 4: ¿Cree usted que al no contar con un manual de identidad corporativa en AKOMS afecta el reconocimiento de la empresa?	23
Gráfica 6. Pregunta 5: ¿Considera usted que es una desventaja que la empresa no cuente con un departamento de diseño gráfico?	23
Gráfica 7. Pregunta 6: ¿Cree usted que si AKOMS contara con una identidad corporativa podría ayudar a la empresa a tener reconocimiento?	24
Gráfica 8. Pregunta 7: ¿La empresa al contar con un manual de identidad corporativa podría aumentar su profesionalismo?	25
Gráfica 9. Pregunta 8: ¿Qué opina de que la empresa cuente con su página web? ..	26
Gráfica 10. Ilustración del logo antes de la propuesta del manual de identidad corporativa	29
Gráfica 11. Ilustración del logo incluido en la propuesta del manual de identidad corporativa	30
Gráfica 12. Ilustración de la propuesta del manual de identidad corporativa en Ilustrador	31
Gráfica 13. Simulación de página web estándar en wix.com	32
Gráfica 14. Simulación de página web en aplicación desde wix.com para móvil	33



**REPUBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO, DISEÑO
GRAFICO**

**PROPUESTA DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA PARA LA
EMPRESA AKOMS**

Autor: Ángel Carrión
Tutora: Mónica Gamboa
Año: 2019

Resumen

La presente tesis da lugar a la Propuesta de un Manual de Identidad Corporativa para la empresa All - Kind - Of – Multi - Services (AKOMS). Ubicada en la República de Panamá, Provincia de Panamá, Chilibre adentro, calle Principal Madden (los caobos) casa # 26B. Como respuesta a la investigación para este proyecto de grado, donde se evidencia el desconocimiento de la empresa por parte de los ciudadanos y se hace necesario para sus directivos y empleados, darle a su imagen de marca un impacto visual con especificaciones técnicas de uso apropiadas dentro de su sector de mercado.

Actualmente en Panamá, existe una gran cantidad de empresas multiservicios, y se crea la necesidad de emplear y utilizar estrategias que favorezcan la evolución de la empresa, mejorando de esta manera el nivel del servicio, con calidad que cumpla las expectativas de los clientes y su mercado en aumento. Por esta razón es indispensable generar lineamientos visuales para la marca, que permitan impulsar la organización con una imagen corporativa sólida y acorde a las tendencias de comunicación visual vigentes. Para este trabajo de grado se ha desarrollado una investigación a nivel interno y externo de la empresa con la finalidad de saber si sus directivos y empleados creen que un Manual de Identidad Corporativa puede ayudar a impulsar los objetivos de la empresa y a su vez le permita ampliar su proyección de posicionamiento a futuro.

La propuesta del Manual de identidad corporativa para AKOMS (un documento gráfico, con normas y recomendaciones) se realizó quedando en consideración de sus directivos su uso y aplicación. Puede acceder a él escaneando el código QR que se encuentra en los anexos, o ingresando al siguiente enlace:

https://issuu.com/sotoramos/docs/manual_de_identidad_corporativa_-_tesis

Palabras Claves: Manual, identidad corporativa, imagen visual, imagen corporativa, normas gráficas.



REPUBLIC OF PANAMA
**INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SCIENCE AND
TECHNOLOGY**
**FACULTY OF SCIENCE OF COMMUNICATION AND DESIGN,
DESIGN GRAPHIC**
**PROPOSED CORPORATE IDENTITY MANUAL FOR THE
AKOMS COMPANY**

Author: Ángel Carrión
Tutor: Mónica Gamboa
Year: 2020

Abstract

This thesis gives rise to the Proposal for a Corporate Identity Manual for the company All - Kind - Of - Multi - Services (AKOMS). Located in the Republic of Panama, Province of Panama, Chilibre in, Calle Principal Madden (Los Caobos) house # 26B. In response to the research for this degree project, where the ignorance of the company by the citizens is evident and it becomes necessary for their managers and employees, to give their brand image a visual impact with appropriate technical specifications of use within of its market sector.

Currently in Panama, there is a large number of multiservice companies, and the need is created to use and use strategies that favor the evolution of the company, thus improving the level of service, with quality that meets the expectations of customers and their rising market. For this reason, it is essential to generate visual guidelines for the brand, which allow the organization to be promoted with a solid corporate image and in accordance with current visual communication trends. For this degree work an investigation has been developed internally and externally of the company in order to know if its managers and employees believe that a Corporate Identity Manual can help boost the objectives of the company and in turn allow it to expand its projection of future positioning. The proposal of the Corporate Identity Manual for AKOMS (a graphic document, with norms and recommendations) was made with its managers and its use and application being considered. You can access it by scanning the QR code found in the annexes, or by entering the following link:

[https://issuu.com/sotoramos/docs/manual de identidad corporativa - tesis](https://issuu.com/sotoramos/docs/manual_de_identidad_corporativa_-_tesis)

Keywords: Manual, corporate identity, visual image, corporate image, graphic standards.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se basa en la propuesta de una manual de identidad corporativa para la empresa All - Kind – Of – Multi - Services (AKOMS), ubicada en la República de Panamá, Provincia de Panamá, Chilibre adentro, calle Principal Madden (los caobos) casa # 26B. Actualmente AKOMS no cuenta con dicho manual, y se crea una necesidad dentro la empresa de lograr captar la atención de nuevos clientes potenciales e ir posicionándose como empresa líder en el sector de prestación de servicios generales en Panamá, contar con un Manual de Identidad Corporativa le ayudará a conseguir la solidez deseada.

El objetivo de esta investigación además de elaborar una propuesta de manual de identidad corporativa para AKOMS, es identificar si la empresa requiere un rediseño de su imagen de marca; la propuesta incluirá también algunos usos comerciales como simulación de una página web, diseños de papelería, tarjetas de visita, señalética, implementación de marca en vehículos, y material promocional entre muchos otros usos.

El Manual de Identidad Corporativa para AKOMS buscara establecer una filosofía corporativa visual, la cual brinde una mayor identidad de la marca dentro de la compañía y mantener un ambiente organizacional entre empleados, que les permita ofrecer un servicio de calidad teniendo como objetivo corporativo un bien común.

Las técnicas que se emplearon para la recolección de la información fueron encuestas entre el personal técnico y algunas entrevistas en profundidad con el personal administrativo.

Para visualizar la propuesta de este proyecto completa puede acceder escaneando el código QR que se encuentra en los anexos, o ingresando al siguiente enlace:

https://issuu.com/sotoramos/docs/manual_de_identidad_corporativa_-_tes

CAPITULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

1.1 Definición del problema

La propuesta de crear un manual de identidad corporativa para la empresa All - Kind - Of - Multi - Services (AKOMS) es todo un reto, pues actualmente se utilizan medios de publicidad alternativos y de usos no convencionales como: las redes sociales, los podcast, y el internet, como fuente de comunicación para publicidades de productos o servicios y estos medios impactan con gran rapidez y eficacia en el público objetivo; por esta razón se hace necesario identificar los problemas que la marca puede encontrar en su comunicación al no contar con un Manual donde se describan de manera técnica y específica los usos de su identidad corporativa

- No contar con un manual de identidad corporativa, incrementa la dificultad de reconocimiento de la empresa dentro del mercado de las empresas líderes en la prestación de servicios generales dentro de la Provincia de Panamá.
- No contar con un departamento de diseño gráfico que se encargue de la creación de todo el material gráfico que la empresa requiere hace aún más evidente la falencia de no tener un Manual de Identidad Corporativa.
- No tener un sitio web donde el mercado que requiere de servicios generales pueda ubicar la oferta de la empresa, limita la información sobre los beneficios de contratar con AKOMS y no con sus competidores.

1.2 Pregunta de investigación.

- ¿Por qué la empresa All - Kind – Of – Multi - Services (AKOMS) no cuenta con un manual de identidad corporativa, estando ya en el mercado?
- ¿incide la identidad corporativa en el conocimiento del consumidor sobre la empresa?
- ¿Cuáles son los factores que están delimitando a que la empresa AKOMS no tenga un manual de identidad corporativa?
- ¿No tener Manual de Identidad Corporativa en AKOMS afecta su imagen y posicionamiento, en la provincia de Panamá?

1.3 Objetivo general y objetivos específicos.

Objetivo general:

- Proponer un manual de identidad corporativa como herramienta para impulsar a la empresa All - Kind – Of – Multi - Services (AKOMS), en su posicionamiento de marca dentro del sector de las empresas de servicios generales en la ciudad de Panamá.

Objetivos específicos:

- Diagnosticar la necesidad de un manual de identidad corporativa para la empresa AKOMS.
- Describir la imagen de la empresa AKOMS, con las características y especificaciones técnicas que la definen.
- Diseñar una simulación de una página web sustentable para que ayude a AKOMS a abrir un nuevo mercado y a aumentar el reconocimiento de marca que necesita la empresa.

1.4 Justificación

El trabajo investigativo está dirigido a la empresa: All - Kind – Of – Multi – Services (AKOMS) evidenciando que esta organización carece de una imagen corporativa definida, por lo cual se plantearan diferentes aspectos teóricos que fundamenten de forma coherente el desarrollo del trabajo para de esta manera poder suplir las falencias presentadas entre la falta de conocimiento y posicionamiento de la empresa en el mercado.

Cabe mencionar, que la empresa lleva poco tiempo en este sector comercial, actualmente su participación en el mercado no es muy representativa, una de las razones de esto es que no cuenta con identidad corporativa que le permita mostrarse competitiva, además no aplican estrategias de marketing que le permitan darse a conocer de manera creciente.

El objetivo fundamental de este trabajo investigativo, es buscar la viabilidad de diseño de un manual de identidad corporativa para AKOMS y a su vez un identificar si requiere de un rediseño de imagen a fin de potencializar las actividades internas y externas, gracias a una mejor difusión de los servicios que provee.

Tener un manual de identidad corporativa le permitirá a la empresa manejar los parámetros para su identificación visual de manera estándar sin importar el medio que decidan de manera estratégica utilizar para su comunicación. Lo que permitirá encontrar un lugar firme no solo en el mercado sino en la mente del consumidor, permitiéndole a esta empresa una rentabilidad y reconocimiento sostenido.

El campo de acción se ciñe en crear una identidad corporativa de uso técnico para AKOMS mediante la innovación, ingenio, creatividad y eficacia en el desarrollo de su manual de imagen visual. Esta identidad debe ser estructurada según principios del diseño, que representen las fortalezas de la empresa, una Identidad que llame la atención, un texto de refuerzo que exprese lo que significa AKOMS. En si una identidad que al mirarla se identifique con el compromiso y la dedicación pilares en su misión y visión de negocio.

La factibilidad de esta propuesta es que se conocen las necesidades de la empresa AKOMS y una de ellas, es la de proyectar una buena Imagen ante la sociedad por lo que es imperioso la creación e implementación del Manual de identidad Corporativa propuesto.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes e investigaciones previas sobre la temática

Revisados los archivos y fuentes de información de la carrera de Diseño Gráfico se encontraron tesis similares, pero con enfoques diferentes al que se presenta en este proyecto con el tema: “propuesta de manual de identidad corporativa “

Debemos saber que las grandes empresas a nivel mundial tienen o deben su gran éxito a la publicidad que manejan. Ya que es uno de los factores que, sumado a su Identidad, sabe vender su producto o servicio a la comunidad.

La empresa debe tener su propia imagen corporativa que la diferencie de las demás, hacer saber a la comunidad del servicio que está brindando para ampliarse como empresa y por qué no pensar en sucursales fuera de la ciudad; todo esto, se logra al potencializar la Imagen Corporativa de la Empresa.

Algunos de los trabajos encontrados sobre manuales de identidad corporativa, eran muy similares, tenían un punto de enfoque diferente y en la manera que se desarrollaron fueron parecidos, todos tenían objetivos diferentes. Se encontraron cinco temas:

El primero de ellos es la Imagen corporativa a través del diseño publicitario para un club deportivo; esta es una propuesta que se planteó para darle cuerpo a la imagen del club y se consideró que es un elemento que puede influir en las ventas. En este trabajo se investigó el mercado competitivo y lo cambiante que puede llegar a ser. Se realizó un diagnóstico para describir el problema de la investigación, para poder dar una solución, con la delimitación espacial y temporal, también se evidenciaron los lugares donde y en qué tiempo se podría ejecutar el proyecto.

El segundo trabajo se desarrolló como un proyecto de rediseño de la imagen corporativa de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Este trabajo se basa en la imagen corporativa de la empresa, sus (ideas, valores, atributos) que el público recibe

de manera visual. Durante el proceso de investigación, se encontraron varios problemas a nivel de imagen corporativa, siendo el más recurrente, la falta de una unidad visual integral. Este proyecto busca identificar cuáles son los problemas en la imagen corporativa, mediante la aplicación de las diferentes herramientas, técnicas de diseño gráfico y manejo de conceptos de imagen visual y de marca, para mejorar así la percepción de la institución. Uno de los problemas que se encontró fue la falta de identidad corporativa. Al emplear las diferentes herramientas y estrategias estás.

El siguiente proyecto tiene como título: Identidad corporativa de la empresa: Engorile Skateboards; se realizó un estudio sobre la creación de una identidad corporativa y sus condiciones para el uso adecuado de forma online y offline. También se estudió el mercado, y en base a eso se desarrolló un manual de identidad corporativa. Todo ello con el fin de crear y diseñar una marca que identificara y encajara con Engorile Skateboards y con su target, esta es una empresa joven, moderna, con un estilo despreocupado y libre, que busca expandirse a nivel nacional por medio de comunicaciones publicitarias, tales como: carteles, tarjetas de la empresa, etc., y el diseño de una posible página web.

El cuarto tema trata sobre el rediseño de la identidad visual corporativa; este proyecto tiene como punto de partida el rediseño de la identidad visual corporativa de la Universidad de Sevilla, con base en todos los criterios aprendidos durante la carrera de diseño gráfico. Se realizó un análisis de la marca, sus aplicaciones y errores, además de establecer normas para la nueva identidad visual corporativa con las respectivas aplicaciones tanto para medios impresos como para medios digitales, generando una actualización de la marca con mayor unidad visual, facilitando su reconocimiento con base en los criterios del diseño. Este trabajo se hizo con el fin de que la Universidad de Sevilla tenga una nueva estrategia de marketing que aporte una óptima comunicación empresarial a partir de su nueva imagen.

El último proyecto se trata sobre una propuesta de diseño de manual de identidad corporativa del salón de belleza Merci; se planteó el diseño de un isologo y su manual

de identidad, de igual forma, se realizó una nueva línea gráfica para que el nuevo cliente tenga visión global del negocio.

2.2 Generalidades de AKOMS

All - Kind – Of – Multi – Services (AKOMS) es conocida como AKOMS Multiservicios. Esta compañía ofrece servicios de mantenimientos como: plomería, aires acondicionados, y de electricidad ya sea para áreas residenciales, empresas públicas o privadas, como centros comerciales entre otras; así también brinda servicios de mecánica para vehículos. Está ubicada en la provincia de Panamá - Chilibre adentro, calle Principal Madden (Los Caobos) casa # 26 B.

La empresa cuenta con un personal de 15 personas entre trabajadores de campo, de oficinas y dueños (como: secretaria, mensajero, mecánico etc.). AKOMS ofrece sus servicios en la empresa CENAMEP a través de licitaciones, por plazos y ya es reconocida por sus trabajos.

La imagen visual de AKOMS fue sujeta a varios ensayos, y se logró llegar a un acuerdo con el personal administrativo sobre el logo ideal, que cumpliera con los estándares requeridos por la marca. Los pequeños pero significativos cambios en su imagen visual fueron propuestos por el autor de esta investigación como futuro profesional en el campo del diseño gráfico; siempre enfocado en las necesidades de la marca y las solicitudes expresas del dueño de la empresa.

La empresa quiere resaltar sus productos y servicios ofreciendo al cliente, todo tipo de soluciones, repuestos para sistemas, productos y equipos relacionados con: tecnología, electricidad, aire acondicionado e insumos en general. Todo tipo de servicios generales y específicos como instalaciones de aires acondicionados, reparación y mantenimiento preventivo para vehículos, sistemas eléctricos, reparaciones de fontanería, limpieza y cuidado de paisajes (jardines, áreas verdes).

La competencia directa y la indirecta en cuanto a sus servicios son: Doctor Solución San Francisco (Directa); Clima Services Panamá S.A. (Directa); e Ingeniería y Mantenimiento IM, S.A. (Indirecta) estas empresas son similares en sus servicios, mas no en su infraestructura a la empresa AKOMS. Actualmente la empresa no cuenta con establecimiento propio y apenas se está abriendo camino en un mercado muy competitivo en Panamá, pues solo tiene 2 años y medio, desde su creación.

2.2.1 Breve análisis de la competencia

Doctor Solución San Francisco (competencia directa)

La primera empresa para analizar es Doctor Solución San Francisco, la cual está ubicada en PH Sunset Place. PB. Local 2, Av. Belisario Porras, Panamá; esta empresa es diferente a otras empresas del sector de servicios. Cuenta con diversos recursos que la diferencia de los demás competidores. Tiene una variedad de herramientas y una red de acceso que la ayudan a tener un negocio exitoso. Contiene profesionalismo en gestión de operaciones, gestión comercial, marketing, tecnología y capacitación. Su estrategia es de descuentos exclusivos en productos y servicios. Esta empresa será uno de los principales competidores para AKOMS, ya que cuenta con una gran presencia online, con muchos años de servicio impecable y muy bien valorada. Tiene sucursales a nivel nacional e internacional dedicándose a la prestación de servicios como: albañilería, kits doctor solución, plomería, pintura y electricidad.

Clima Services Panamá S.A. (competencia directa)

La segunda empresa para tener muy en cuenta es Clima Services Panamá S.A. está ubicada en Calle 1ra Parque Lefevre, Panamá, con más de 25 años de experiencia en el sector, es una de las mejores empresas posicionadas siendo considerada líder en el mercado. Es una empresa comprometida en la prestación de sus servicios de mantenimiento, montaje, suministro y reparación de los sistemas de aire acondicionado, ventilación, refrigeración industrial, comercial y residencial. Cuenta con los mejores equipos especializados, y con un personal humano competente que brinda a los clientes confiabilidad, calidad y garantía de los productos y servicios.

Ingeniería y Mantenimiento IM, S.A. (competencia indirecta)

Una tercera empresa a tener en cuenta es Ingeniería y Mantenimiento IM, S.A, ubicada en Calle 39 Este, Panamá; es una empresa panameña, con estándares internacionales de primer nivel, certificados bajo la norma ISO 9001:2015 que inició operaciones en el año 2010. Brinda servicios de gerencia de infraestructura e instalaciones tales como: mantenimiento eléctrico, mecánico, mantenimiento de edificios, inspecciones de equipos, mantenimiento de sistemas de aire acondicionado y refrigeración, plomería, soldadura, pintura, servicios generales, entre otros. Cuenta con un equipo humano profesional y especializado, brindando servicios en ingeniería civil, eléctrica, mecánica, electrónica, así como personal técnico calificado para llevar a cabo las labores de instalación y mantenimiento que el cliente requiera. Así mismo, cuenta con un sistema de gestión que les permite brindar el mejor servicio con la más alta calidad y prontitud.

2.3 Definiciones de términos relacionados con el problema en estudio

2.3.1 Identidad corporativa o Identidad de marca

Según Ibañez Padilla, G. (2009), nos referimos a la identidad corporativa como todo el conjunto de unidad entre todos los elementos que constituyen una empresa. “Es la suma de su Perfil interior y exterior”. Toda empresa u organización debe tener su personalidad propia, esto es, un conjunto de características que la distingan y que permitan reconocerla, diferenciándola de las demás. Estos atributos, como afirma Sanz de la Tajada, específicos de cada institución, configuran su identidad, la cual se concreta en dos cualidades definitorias: Sus rasgos físicos, es decir, los elementos visuales como su logotipo o cualquier signo que sirva para identificar a la empresa en su entorno. Los dos rasgos más básicos incluyen una forma simbólica, la marca (imagotipo) y una forma verbal (logotipo). Y sus rasgos culturales, es decir, sus valores como organización o empresa, su personalidad y como la manifiestan. Es decir, de este rasgo saldrá una visión general de la identidad corporativa, un proyecto global que abarca tanto la imagen externa, la imagen corporativa, la expresión visible del mensaje que quiere enviar la empresa, como la interna; su filosofía; incluso su estilo de trabajo dentro de la entidad.

Según el e-book Identidad de Marca de Summa (España), para definir la trayectoria de la marca, sus objetivos corporativos y su cultura, el modo de hacer las cosas, necesitamos construir una personalidad corporativa, reforzar el hecho de pertenencia y liderazgo, generar y potenciar una opinión pública favorable. Es fundamental mantener un eje común y enfocar los esfuerzos en la misma dirección para poder crear una identidad empresarial y de producto, así como generar un criterio común y una metodología de organización.

Un aspecto importante, para un diseñador, es definir el manual de imagen corporativa de esta empresa, donde se muestran los puntos clave o las normas que hay que seguir para lograr una imagen de unidad y coherencia en todos nuestros servicios. Este manual consta de estas partes: el naming y su logotipo. Y las especificaciones del mismo. También las de la tipografía corporativa, colores corporativos, test de reducción, área de protección, es decir su normativa de uso, además de sus aplicaciones a papelería, promoción, transporte, señalética, uniformes, entre otros.

2.3.2 Manual de identidad visual

Para que una marca sea admirada, debe cuidar su imagen hasta el último detalle. Un manual de identidad visual define las bases y normas de comunicación de las empresas.

A la hora de crear el manual se debe pensar no solo en los diseñadores que lo consultaran sino también en los usuarios con pocos conocimientos sobre diseño, por eso el manual debe estar redactado en un lenguaje no técnico con prevalencia de las explicaciones visuales frente a los textos.

Según las recomendaciones del e-book Identidad de Marca de Summa (España),

Los temas básicos requeridos que puede abordar un manual de identidad visual son:

- **Definición y filosofía de la marca:** el manual debe plasmar la esencia de la marca, que es lo que representa y su filosofía.

- **El logotipo:** el uso correcto e incorrecto del logotipo y como debe usarse cuando el fono es claro y cuando el fondo es oscuro.
- **Color:** es uno de los elementos más importantes a la hora de identificar y diferenciar una marca. En la guía se especifican los colores corporativos junto a sus equivalencias Patone, CMYK y RGB.
- **Tipografía:** se especifican las fuentes corporativas, definiendo las diferentes opciones de utilización

2.3.3 Imagen Corporativa

Identidad corporativa o de marca, no es lo mismo que imagen corporativa. Difieren en su esencia; pues identidad es todo aquello que le da valor a una marca y su imagen corporativa es la encargada de proyectarla.

Según la agencia creativa Staff (Perú), para proyectar, transmitir una imagen corporativa se necesita aumentar el carácter y el prestigio de la empresa. Esto puede ser incrementado por sus colores y tipografías, el uso correcto, los usos indebidos, el estilo de imagen publicitaria, el uso sobre fondos, el tamaño mínimo, la grilla constructiva, el merchandising entre más cosas. Con estas características gráficas se puede obtener una visión hacia el futuro, teniendo presencia permanente en la conciencia del cliente. Y poder estrechar la comunicación entre la empresa y el cliente por medio de una imagen corporativa más eficiente. Y a su vez Elevar la moral y el espíritu de los empleados, aumentando su confianza y su identificación con la empresa.

2.3.4 Manual de normas gráficas

Según el e-book Claves para Construir Marcas que Aporten Valor de Summa (España), El manual de normas gráficas puede ser esencial porque es la guía para presentar una imagen de marca única. Es lo que marcará el cambio de cualquier elemento gráfico que sea conveniente cambiar o rediseñar. Se deben respetar las aplicaciones y normas que han sido concebidas, con el fin de mantener intacta la

identidad visual, se debe velar por la correcta aplicación de los lineamientos de manera coherente y reconocible tanto interna como externamente para la posterior difusión de la marca.

CAPÍTULO III 3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Metodología, técnicas y procedimientos

Este estudio, se suscribe al tipo de investigación descriptiva; ¿Qué es el método descriptivo? es uno de los métodos cualitativos que se usan en investigaciones que tienen como objetivo la evaluación de algunas características de una población o situación en particular. El diseño de esta investigación es de campo, la cual se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección (como entrevistas o encuestas) con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente.

En este caso usar la metodología descriptiva servirá para dar un diagnóstico de las necesidades de la imagen corporativa de la empresa AKOMS, al no tener un manual de identidad corporativa. Se hará una revisión bibliográfica exhaustiva, sobre diferentes modelos de manuales elaborados por las empresas, es un estudio transversal, ya que se realizará en un solo momento.

La metodología es el conjunto de procedimientos que se usan para alcanzar un objetivo que rigen una investigación científica; para la realización de esta investigación de propuesta de manual de identidad corporativa para la empresa AKOMS se utilizaron los siguientes métodos y técnicas de investigación:

Método Inductivo: el método es la manera o el medio que se usa para llegar a un fin específico. Su significado parte en señalar el camino que conduce a un lugar, “Procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla.”

El método inductivo es aquel que logra realizar una idea de investigación en particular para llegar al problema en general donde se ven enfocadas las estrategias y el análisis para llegar a un punto determinado.

3.2 Tipo de investigación

Investigación Explicativa:

La empresa "A.K.O.M.S" carece de identidad corporativa, motivo por el cual se analizará cada uno de los problemas establecidos en la problemática central.

3.3 Diseño de la investigación

3.3.1 Investigación es de campo

Investigación de campo es aquella que se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección (como entrevistas o encuestas) con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente

.

3.3.2 Población y muestra

Se realizará un diagnóstico, dirigido a los propios trabajadores y directivos, para conocer su opinión sobre si es importante o no que la empresa cuente con un manual de identidad corporativa.

La población beneficiada con el estudio del proyecto serán trabajadores y directivos de la empresa. El análisis de investigación ayudará a descubrir de qué forma se puede mejorar la Identidad que presenta la empresa AKOMS. Con la ayuda de las herramientas como entrevistas y encuestas, se pueden encontrar una mayor cantidad de resultados y eficiencia en la información recolectada.

La muestra es la parte de la población que ha sido escogida por el investigador con la intención de realizar un determinado estudio y sacar la información necesaria bajo un margen de error por lo general no mayor al 5%. La muestra en esta investigación es de tipo probabilística.

Gráfica 1. Calculadora de muestra en línea.



Calculadora de Muestras

Margen de error:

Nivel de confianza:

Tamaño de Poblacion:

Margen: 5%
Nivel de confianza: 99%
Poblacion: 15

Tamaño de muestra: 15

Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
 Z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Fuente: http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php

3.3.3 Técnicas e instrumentos

En este proyecto de investigación se utilizó como técnica la encuesta y la entrevista. Técnicas que consisten en recopilar información de cada uno de los miembros del objeto de estudio, con el propósito de obtener sus opiniones acerca de la temática planteada.

Se realizó una encuesta que consintió en hacer un diagnóstico con los mismos trabajadores de AKOMS, para conocer su opinión sobre los aspectos que deben considerarse en el diseño del manual.

Las siguientes preguntas fueron respondidas de manera personal por 7 de los miembros de la empresa entre administrativos y personal técnico.

1. ¿Para usted qué es un manual de identidad corporativa?
2. ¿En qué cree usted que se basa un manual de identidad corporativa?
3. ¿Considera usted que un manual de identidad corporativa es una ventaja o desventaja para la empresa?
4. ¿Cree usted que al no contar con un manual de identidad corporativa en AKOMS afecta el reconocimiento de la empresa?
5. ¿Considera usted que es una desventaja que la empresa no cuente con un departamento de diseño gráfico?
6. ¿Cree usted que si AKOMS contara con una identidad corporativa podría ayudar a la empresa a tener reconocimiento?
7. ¿La empresa al contar con un manual de identidad corporativa podría aumentar su profesionalismo?

8. ¿Qué opina de que la empresa cuente con su página web?

3.3.4 Análisis de los datos e información

Gráfica 2. Pregunta 1: ¿Para usted qué es un manual de identidad corporativa?

ES DOCUMENTO CON ELEMENTOS GRAFICOS , QUE CONTIENE LAS NORMAS QUE SE DEBEN APLICAR

Es un documentos que debe tener toda empresa que tiene como fin reflejar información importante de la misma. para uso del equipo de trabajo como también para darse a conocer

es un documento que contiene normas y elementos gráficos

Es un documento que debe tener toda empresa par hacer conocer su historial.

Un manual es un documento que contiene todos lo que necesita nuestra empresa como , diseño gráfico ,normas y elementos.

Es un documento que registra la creación y actividades y porque la realiza

Un documento

Fuente encuesta, (2019)

Análisis 1:

Para saber un poco más, esta pregunta se les hizo a los dueños y empleados de la empresa AKOMS, para conocer si tenían referencias, conceptos de qué consistía un manual de identidad corporativa.

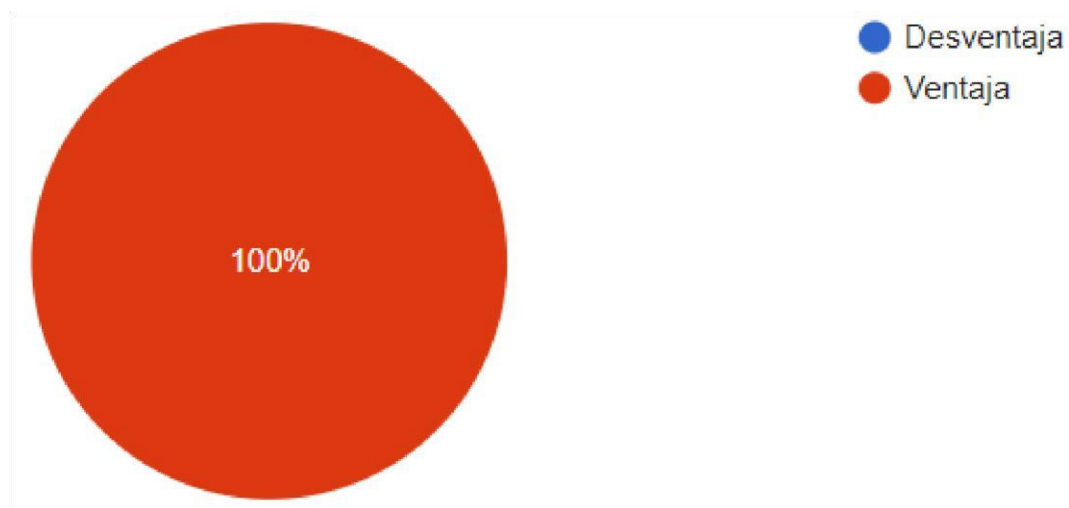
Gráfica 3. Pregunta 2: ¿En qué cree usted que se basa un manual de identidad corporativa?



Fuente encuesta, (2019)

Análisis 2: esta pregunta se les hizo a los miembros de la empresa para diagnosticar si realmente tenían conocimiento de un manual de identidad, el 28% escogió “Que es un documento que contiene las normas que se deben aplicar”, el 28% respondió que es un documento de elementos gráficos, mientras que el 42% simplemente respondió “todas las anteriores.

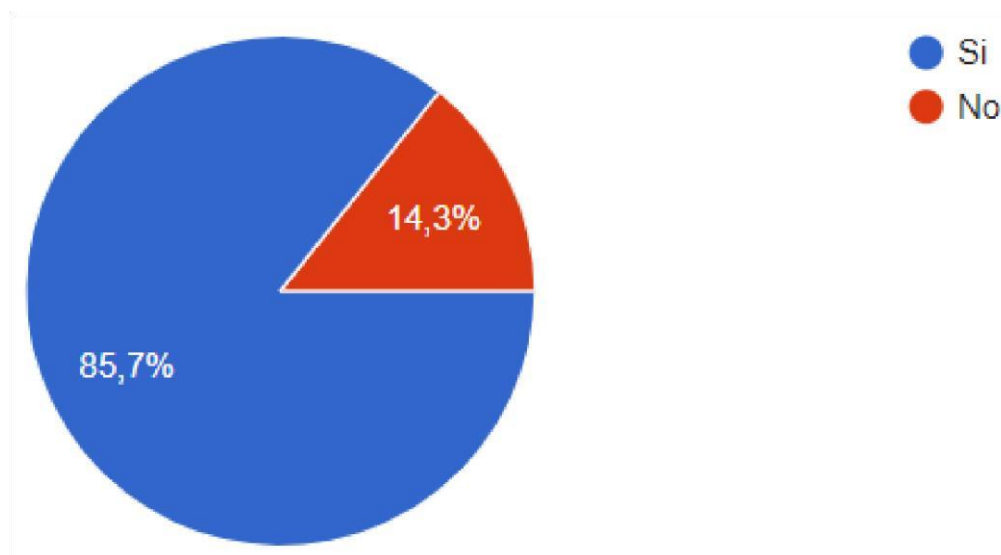
Gráfica 4. Pregunta 3: ¿Considera usted que un manual de identidad corporativa es una ventaja o desventaja para la empresa?



Fuente encuesta (2019)

Análisis 3: el 100% cree que, si es importante tener un manual de identidad corporativa, ya que por medio de este manual el cliente puede conocer a la empresa y lo que brinda.

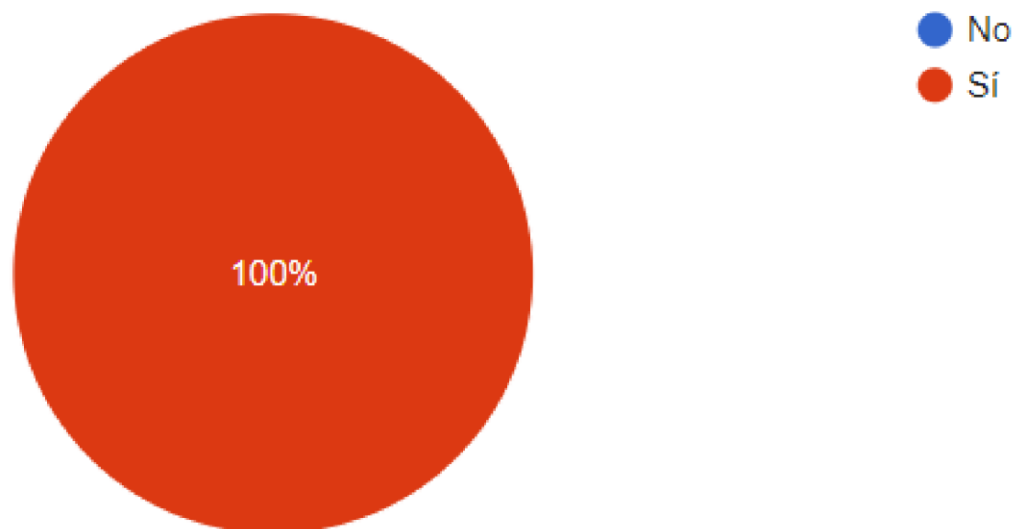
Gráfica 5. Pregunta 4: ¿Cree usted que al no contar con un manual de identidad corporativa en AKOMS afecta el reconocimiento de la empresa?



Fuente propia encuesta, (2019)

Análisis 4: el 85% de los encuestados cree que la empresa AKOMS está siendo afectada al no contar con un manual de identidad corporativa, mientras que el 14% opina que la empresa no está siendo afectada.

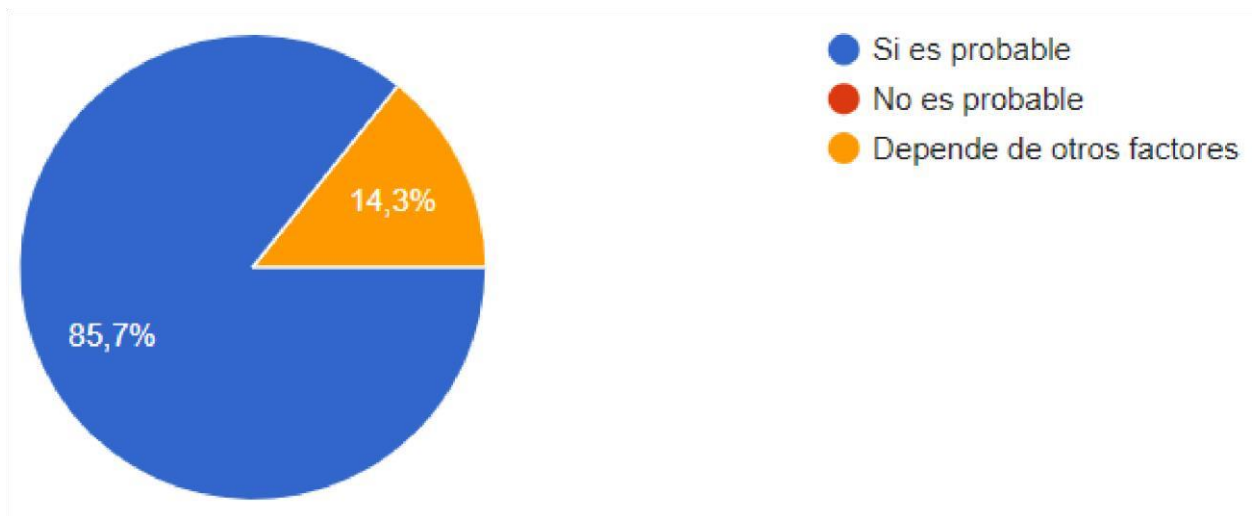
Gráfica 6. Pregunta 5: ¿Considera usted que es una desventaja que la empresa no cuente con un departamento de diseño gráfico?



Fuente encuesta, (2019)

Análisis 5: el 100% de los encuestados cree que es una desventaja no contar con un departamento de diseño gráfico, ya que el diseño gráfico puede profundizar el reconocimiento de la empresa , por medio de página web , blog entre otros .

Gráfica 7. Pregunta 6: ¿Cree usted que si AKOMS contara con una identidad corporativa podría ayudar a la empresa a tener reconocimiento?



Fuente encuesta,(2019)

Análisis 6: el 85% de los encuestados cree que la propuesta de un manual de identidad corporativa puede ayudar a la empresa a ser reconocida. mientras que el 14% dice que depende de otros factores.

Gráfica 8. Pregunta 7: ¿La empresa al contar con un manual de identidad corporativa podría aumentar su profesionalismo?

YO DIRIA QUE AFECTA , MAS A LA EMPRESA COMO INSTITUCIÓN

Por supuesto que sí, porque hoy en día estamos en un mundo digital en el cual cada empresa para darse a conocer más necesita contar con documentos o en este caso manuales de identidad que permita captar nuevos clientes.

si . lo creo ya que es importante, para la institucion

Su credibilidad y confianza como empresa

yo digo que si. ya que si la empresa es reconocida , hay muchas mas ventajas para ser reconocido

Porque tener cumplir y ajustar las normas establecida como empresa

Si

Fuente encuesta, (2019)

Análisis 7: Esta pregunta fue enfocada a los miembros de la institución, con el fin de conocer su opinión referente a que si la empresa contara con un manual de identidad, esto podría aumentar su profesionalismo en lo que hace

Gráfica 9. Pregunta 8: ¿Qué opina de que la empresa cuente con su página web?

ME PARACE UNA NUEVA PERSPECTIVA HACIA UN FUTURO NO MUY LEJANO . Y A SU VEZ AYUDARIA A LA EMPRESA A POSICIONARCE EN EL MERCADO

Es un gran punto a favor, los clientes de hoy en día muchas veces buscan información y precios a través de las páginas web, redes sociales para saber que trayectoria tiene la empresa y si son de confianza.

brinda lo necesario para que la empresa sea reconocida

Es importante que se parezca en la pagina web, le facilita los proveedores

Es importante porque así se da a conocer a nivel de redes sociales creando nuevas expectativas

Si es importante, es bueno para la empresa y da conocer a los proveedores.

Que es super importante y necesario

Fuente encuesta, (2019)

Análisis 8: Esta pregunta fue abierta, dirigida a los miembros de la empresa para conocer su opinión, de que la empresa cuente con una página web. Sus respuestas fueron de libre expresión.

CAPÍTULO IV 4. ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA PARA AKOMS

La empresa All - Kind - Of - Multi - Services es conocida como AKOMS Multiservicios no lleva tanto tiempo en el mercado como tal, desde su fundación cuenta con un personal pequeño. La empresa solo cuenta con el diseño del logo en dos presentaciones, el cual se describe a continuación:

Gráfica 10. Ilustración del logo antes de la propuesta del manual de identidad corporativa.



Fuente: AKOMS

El logo tiene la fusión de dos colores (celestes y azul) que al unificar forman un degradado, también cuenta con un estilo de tipografía sencilla, nítida, no referenciada y muy pesada que le resta importancia visual a su isologo. Actualmente la empresa no cuenta con ninguna norma gráfica, de sus aplicaciones, sus colores, sus tipografías, el uso correcto, los usos indebidos y estilo de imagen. Tampoco cuenta con el departamento de diseño gráfico ni con un diseñador como tal. Y eso afecta su reconocimiento y posicionamiento. En el mercado es importante que la empresa cuente con su manual de identidad porque esto les permitirá tener un mayor

reconocimiento en el mercado y podrá brindarles a los clientes una imagen constante de compromiso y empatía.

El motivo o razón por el cual se le planteó esta propuesta de un manual de identidad corporativa a la empresa es para ayudar y establecer las normas de seguridad y reconocimiento visual que la marca necesita. Para la realización de la propuesta se tomó en cuenta la aceptación y opinión de los dueños de la empresa y socios. Incentivando a quienes toman las decisiones en la empresa a que los cambios que se realicen en esta propuesta sean tomados en cuenta para el futuro en AKOMS.

Gráfica 11. Ilustración del logo incluido en la propuesta del manual de identidad corporativa



Fuente propia

Los colores se mantienen en los originales con la finalidad de no generar confusión en quienes ya tienen un posicionamiento de la marca establecido durante sus dos años de existencia. Se propone el uso de una nueva tipografía (Myriad Pro Regular) delgada, pero firme, limpia, que no le reste visualmente a su isologo como pieza clave en su identidad de marca, además, se ajustan de manera técnica los textos y se presentan en diversas versiones que podrá analizar y observar detenidamente en la propuesta que quedará incluida como anexo en línea a través de la lectura de un código QR personalizado para la marca o accediendo al enlace:

https://issuu.com/sotoramos/docs/manual_de_identidad_corporativa_-_tesis

4.1 Desarrollo de la propuesta

La propuesta del manual cuenta con las normas gráficas de cómo se debe aplicar en logo, y la estructura de la tipografía. Este manual aclara las dudas sobre qué colores debe llevar de fondo, cuáles son las formas de aplicación del isologo ya sean correctas e incorrectas y se establece el tamaño mínimo al que el isologo debe ser reducido en presentaciones diferentes a la papelería institucional.

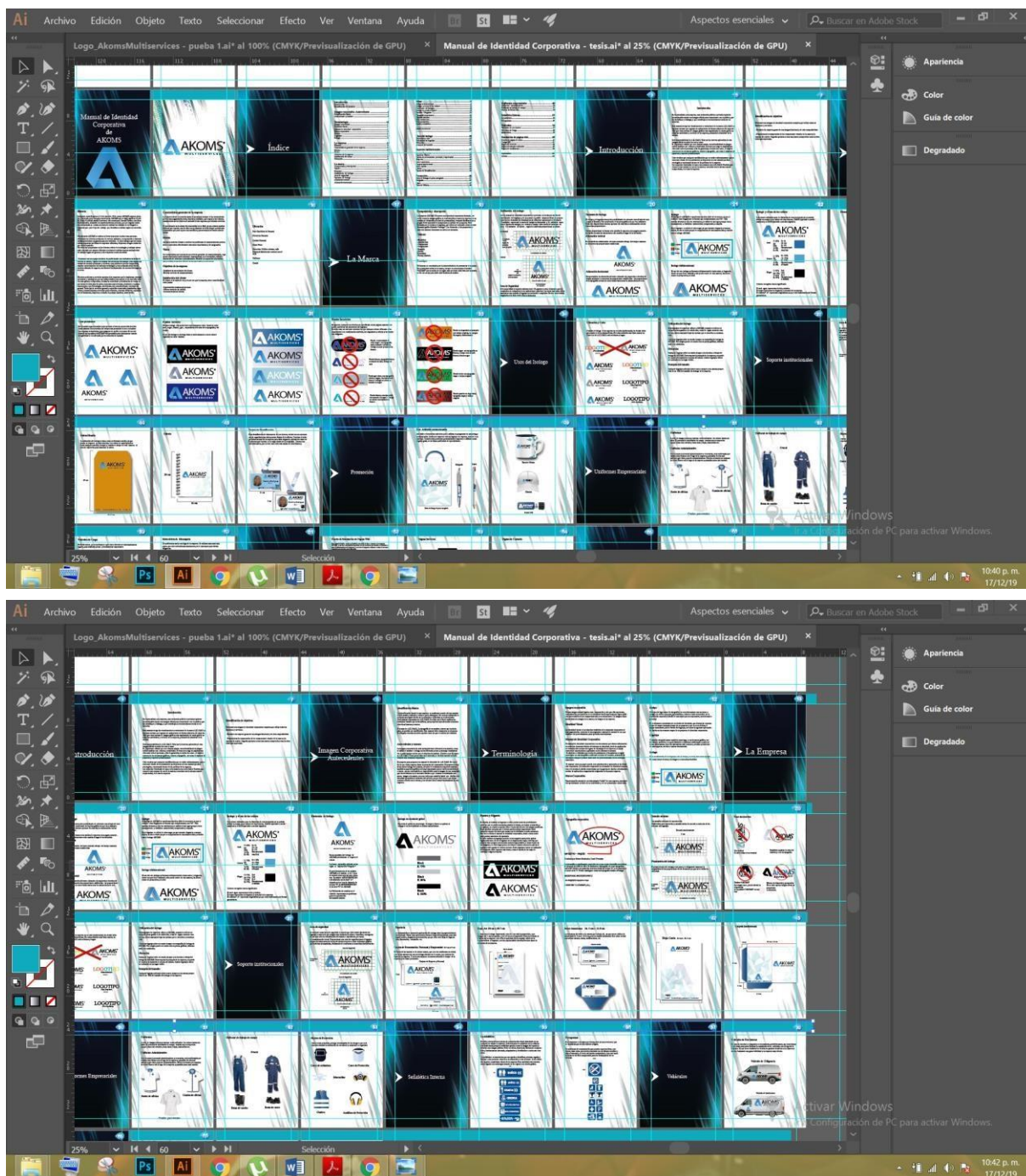
También se realizó una propuesta de papelería como se menciona anteriormente, mostrando un diseño dinámico e innovador para la marca; se describen además del diseño, sus dimensiones de uso, para la hoja membrete, sobre corto, sobre manila, tarjetas de identificación, y tarjetas de visita, entre otros objetos.

Cabe recalcar que la propuesta cuenta con objetos de promoción tales como, taza, bolígrafo, lápiz, bolsa de entrega, gorra y USB, cada objeto llevara el isologo de la empresa con su correspondiente muestra gráfica de aplicación.

Uno de los objetivos específicos en este trabajo de grado es proporcionar además de la propuesta del manual de identidad corporativa para AKOMS, una simulación gráfica para una página web y un código QR, con el fin de poder demostrar que hoy en día es importante que la empresa cuente con su página web, redes sociales, blog, y aplicaciones tecnológicas.

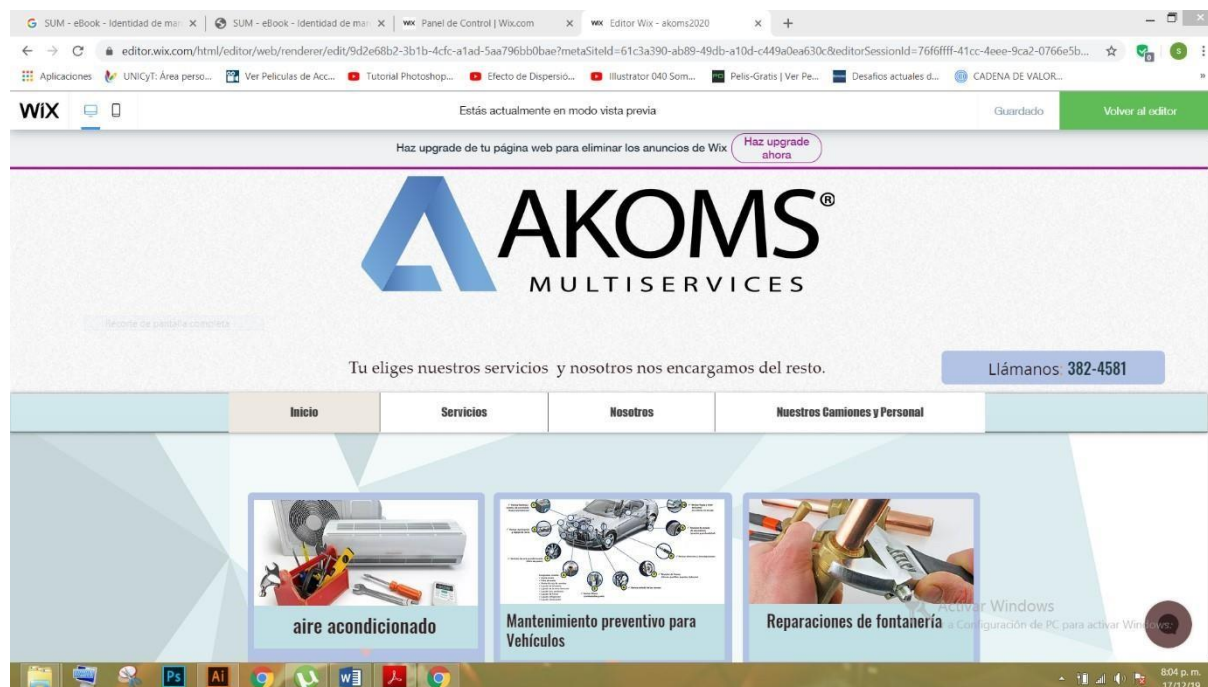
La creación de una página web es algo inevitable actualmente si no estás en Internet no existes. La imagen de la empresa debe llegar a todos los rincones del país y el mundo, por lo que la simulación de página web en su entorno de inicio y servicios, le brindará mejor visualización al futuro de la empresa y la marca en sí misma.

Gráfica 12. Ilustración de la propuesta del manual de identidad corporativa en Ilustrador.



Fuente: Ángel Carrión

Gráfica 13. Simulación de página web estándar en wix.com



Fuente: Ángel Carrión

Gráfica 14. Simulación de página web en aplicación desde wix.com para móvil.



Fuente: Ángel Carrión

CONCLUSIONES

Este proyecto partió de la idea de crear una propuesta de un manual de identidad corporativa para la empresa AKOMS, con el fin de establecer las normas de aplicación del isologo, seguridad del isologo y otros elementos del diseño teniendo en cuenta todos los aspectos gráficos y de valor no solo visual de la marca; desde el nombre, su presentación frente al público mediante su logotipo, su filosofía, su estrategia para con el público, etc., reuniendo en él todo lo necesario para generar el manual que puede ser consultado en el enlace en línea del Anexo A.

Con el presente proyecto se ha estudiado el funcionamiento de la empresa en el mercado y la competencia. Esta propuesta se basó en que la empresa contara con una identidad visual que le permita buscar la manera de llamar la atención del público objetivo o su mercado meta mediante sus servicios, y apoyar la venta de los mismos, a través de plataformas tecnológicas modernas y dinámicas como la propuesta de su sitio web, logrando el reconocimiento necesario que busca tener la institución, mostrando una imagen fresca.

En cuanto a la práctica he desarrollado mis habilidades en los programas de adobe ilustrador y adobe Photoshop, personalización de códigos QR, uso de plataformas de uso gratuito para diseño de páginas web y a su vez la capacidad necesaria para la realización de esta propuesta de un manual de identidad corporativa completo, basándome en mis conocimientos sobre el tema, he desarrollado mis capacidades para posibles futuros trabajos, que sean de este tipo o de cualquier otro relacionado con el diseño gráfico.

RECOMENDACIONES

- Implementar el desarrollo gráfico de la propuesta presentada en el Manual de Identidad Corporativa para AKOMS en todos sus aspectos, logrando así un gran impacto en la mente de sus clientes y mercado objetivo.
- Que la empresa se sumerja en el ámbito tecnológico por medio de (redes sociales, blog, wix, etc.) para tener una mayor cobertura de comunicación y ampliar su reconocimiento de marca.
- Que se invierta en publicidad masiva impresa y digital usando algunas de las propuestas desarrolladas en el Manual por medio de vallas, carteles, volantes, y anuncios en redes sociales entre otras muchas más alternativas de estrategias de marketing.
- Que en el futuro cuente con un departamento de diseño gráfico, para que le brinde mayor publicidad en el mercado abarcando medios impresos y digitales.
- Que en la medida de sus posibilidades la empresa trate de obtener un establecimiento más amplio y céntrico, para así llegar a la masa más densa de la población en la Ciudad de Panamá.

REFERENCIAS DE FUENTES DE INFORMACIÓN.

Ibañez Padilla, G. (2006) Imagen Corporativa. Buenos Aires – Argentina.

Revista digital SUMA. (2019) e-book: Identidad de marca. Barcelona – España

Revista digital SUMA (2019) e-book: Claves para construir marcas que aporten valor. Madrid – España

Revista digital SUMA (2019) e-book: Estrategia de marca. Lisboa – España.

Sanz de la Tajada, L. (1996) Síntesis Auditoría de la imagen de empresa. Madrid – España.

SITIOS WEB PARA EL DESARROLLO DEL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.

<http://repositorio.uca.edu.ni/1504/>

https://issuu.com/clauk/docs/t_sis_pulso_final

https://www.academia.edu/27347327/_IDENTIDAD_VISUAL_CORPORATIVA

https://www.researchgate.net/publication/291827489_Propuesta_de_Manual_de_Identidad_Corporativa_del_Grupo_de_Ecoturismo_Sacalaca

<https://magentaig.com/como-crear-un-manual-de-marca/>

<https://samuparra.com/como-hacer-un-manual-de-identidad-corporativa/>

<https://baetica.es/como-hacer-manual-identidad-corporativa/>

<https://www.emprendepyme.net/importancia-de-la-imagen-corporativa.html>

<https://www.economiapersonal.com.ar/wp-content/uploads/2011/03/imagencorporativa-p04.pdf>

<https://www.economiapersonal.com.ar/wp-content/uploads/2011/03/imagencorporativa-p04.pdf>

<http://www.staffcreativa.pe/blog/la-importancia-de-una-buena-imagen-corporativa/>

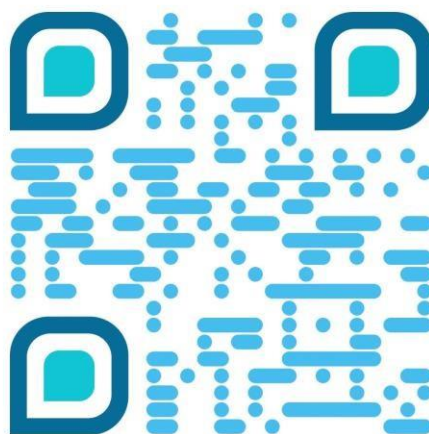
<https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/06/manual-normas-graficascnca.pdf>

ANEXOS

ANEXO A. Código QR de enlace a consulta en línea de la propuesta de Manual de Identidad Corporativa para AKOSMS

Puede consultar el manual escaneando el siguiente código QR o ingresando al enlace:

https://issuu.com/sotoramos/docs/manual_de_identidad_corporativa_-_tesis



ANEXO – B.



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO,
DISEÑO GRAFICO**

INFORME DE ACTIVIDADES DE TUTORÍA OPCIÓN DE TITULACIÓN II

Estudiante: Ángel Aquin Carrión Soto. Cédula de identidad No. 8-922-1637.

Tutor: Prof. Mónica Gamboa. Cédula de identidad o pasaporte No. E-8-101371.

Correo electrónico del participante: angel.carrion@unicyt.net. Celular No. 67210191.

Título tentativo del trabajo de grado (TG) Propuesta de manual de identidad corporativa para la empresa AKOMS.

Línea de Investigación: Diseño Gráfico, Multimedia y Comunicación Visual.

Sesión	Fecha	Hora reunión.	Aspecto tratado	Observación
1.	10/11/2019	6:20 pm	Estructuración del informe y avance del informe.	Sin observaciones.
2.	6/12/2019	10:00 pm	Como presentar el manual de identidad y retroalimentación del informe.	Sin observaciones
3.	16/12/2019	7:45 pm	Marco teórico, antecedentes, la imagen de la empresa y planteamiento del capítulo 4.	Desarrollar resumen de los antecedentes, target de la empresa y confección del capítulo 4.
4.	17/12/2019	7:21 am	Ajustes y correcciones del manual de identidad.	
5.	18/12/2019	7:41 am	Correcciones del manual y estructuración del capítulo 4.	Subir manual a ISSUU e información

				de la empresa antes y después.
6.	19/12/2019	11:30 am	Revisión del manual de identidad, subido en ISSUU.	Correcciones del manual, errores en la información y redacción.
7.	20/12/2019	1:20 pm	Apelación de tiempo de entrega. (Revisión del manual de la identidad, correcciones).	-----
8.	21/12/2019	5:40 pm	Correcciones de portada, contenido y revisión de código QR.	Rediseñar el código QR y subir manual a ISSUU.
9.	22/12/2019	8:30 am	Últimos detalles del manual e informe.	Manual y código QR aprobados
10.	23/12/2019	1:22 pm	Ajustes de ideas y correcciones de la estructuración del informe.	Informe verificado y aprobado.

Título definitivo: propuesta de un manual de identidad corporativa para la empresa AKOMS.

Comentarios finales acerca de la investigación: Declaramos que las especificaciones anteriores representan el proceso de dirección del trabajo de grado arriba mencionado.

Firma

*Alfonso de
Chicupáez*

Firma
Ansel Carrioní