

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN Y LA COMUNICACIÓN
INTERNA DE CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA”**

YENI GABRIELA YAT GONZÁLEZ

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, septiembre de 2015

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN Y LA COMUNICACIÓN
INTERNA DE CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- Licenciatura

YENI GABRIELA YAT GONZÁLEZ

Previo a optar el título de

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, septiembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisor de EPS

Lic. Fernando I. Flores Barrios



CAMARA DE
INDUSTRIA DE
GUATEMALA

Guatemala, 15 de agosto de 2015

Licenciado
Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Reciba un cordial saludo de Cámara de Industria de Guatemala, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hago constar que **YENI GABRIELA YAT GONZÁLEZ**, quién se identifica con DPI **2322 48664 0101** y número de carné 200016748 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, en el Área de Comunicaciones y Relaciones Públicas, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del 7 de mayo al 17 de julio del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto “**Estrategias comunicacionales para el fortalecimiento de la imagen y la comunicación interna de Cámara de Industria de Guatemala**”, todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por Cámara de Industria de Guatemala. Por lo cual manifiesto entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista.

En tal virtud, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA**.

Atentamente,

Flor de María Reyes Tello
Gerente de Comunicación





Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 23 de octubre de 2015

Estudiante
Yeni Gabriela Yat González
Carné: 200016748
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

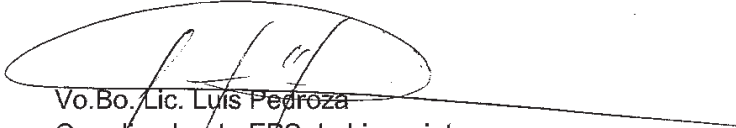
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN Y LA COMUNICACIÓN INTERNA DE CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

"D Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores Barrios
Supervisor de EPS Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Este proyecto lo dedico a Dios por sus bendiciones, por ser mi guía en todo momento, por darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en las adversidades.

A mis padres, porque gracias a ellos, a su educación y ejemplo soy lo que soy como persona, por inculcarme valores y principios y sobre todo temor de Dios. A mi madre Corona por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos más difíciles de mi carrera. A mi querido padre Marco Antonio (QEPD) por haber luchado siempre por que sus hijos fuéramos hombres y mujeres de bien dándonos el mejor ejemplo de esfuerzo, humildad y responsabilidad y porque estoy segura que desde el cielo comparte conmigo cada satisfacción recibida.

A mis hermanos, Manuel y Ana por su apoyo, sus constantes consejos y motivación en todo momento.

A mi querido hijo, mi príncipe Ángel Gabriel, por ser mi fuente de inspiración y motivación en la búsqueda de ser el mejor ejemplo para él, por apoyarme y comprender que los esfuerzos son para que juntos tengamos un mejor futuro.

A mis abuelitas, tíos, primos y sobrinos por su apoyo y motivación a no desmayar nunca.

A Cámara de Industria de Guatemala, institución a la cual me enorgullece pertenecer, por haberme dado la oportunidad de poder realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), en especial a Flor de María Reyes por su apoyo incondicional que representó una parte fundamental en la realización de este proyecto.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y a todos los docentes por compartir sus conocimientos y enseñanzas.

A mis amigos y compañeros quienes compartieron conmigo alegrías, tristezas, preocupaciones y de una u otra forma me ayudaron a hacer este sueño realidad.

Gracias a todos y cada uno por haber estado este tiempo a mi lado y darme apoyo incondicional para poder concluir esta importante etapa de mi carrera y vida profesional.

INDICE

RESUMEN	IX
INTRODUCCIÓN	XI
JUSTIFICACIÓN	XII
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General:.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN:	1
1.2.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA	1
1.2.2. INTEGRACIÓN Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias	3
1.2.5. Misión	4
1.2.6. Visión.....	4
1.2.7. Objetivos Institucionales	4
1.2.8. Público Objetivo.....	5
1.2.9. Organigrama de la institución	6
1.3. METODOLOGÍA.....	6
1.3.1. Descripción del método	6
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	6
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	8
1.4.1. Ficha de las entrevistas	8
1.4.2. Resultado de las entrevistas y tabla comparativa.....	9
1.4.3. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	10

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	17
1.5.1. Fortalezas	17
1.5.2. Oportunidades	17
1.5.3. Debilidades	17
1.5.4. Amenazas.....	17

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	18
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	18
2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN	19
2.2.1. Objetivo general.....	19
2.2.2. Objetivos específicos.....	19
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	19
2.3.1. Colaboradores:	19
2.3.2. Gremiales:	19
2.4. MENSAJE.....	19
2.4.1. Slogan	20
2.5. ESTRATEGIAS	20

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	21
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	21
3.1.1. Financiamiento:	21
3.1.2. Presupuesto:.....	21
3.1.3. Beneficiarios:	22
3.1.4. Recursos Humanos:	23
3.1.5. Área geográfica de Acción:.....	24
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS:.....	25

3.2.1. FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA Y SUS COLABORADORES...	25
3.2.1.1.1. Reestructuración del contenido del portal interno “Intranet”.....	25
3.2.1.1.2. Creación de boletín interno “Entérate”:	28
3.2.2. FORTALECER LA IDENTIDAD GRÁFICA DE CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA	31
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	32
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	33
CONCLUSIONES	36
RECOMENDACIONES	37
GLOSARIO	38
BIBLIOGRAFÍA	43
EGRAFÍA	44
ANEXOS	45

RESUMEN

Nombre de la Institución

Cámara de Industria de Guatemala

Nombre del Proyecto:

“Estrategias Comunicacionales para el Fortalecimiento de la Imagen y la Comunicación Interna de Cámara de Industria de Guatemala”.

Objetivos del Proyecto

Fortalecer el sistema de comunicación interna entre los colaboradores de Cámara de Industria de Guatemala para el desarrollo eficaz y eficiente de sus actividades en beneficio propio y de los socios y agremiados a la institución.

Objetivos específicos

- Fortalecer herramienta de comunicación interna.
- Facilitar la información de las actividades que se llevan a cabo en CIG.
- Impulsar la identidad corporativa.

Sinopsis

Cámara de Industria de Guatemala es una asociación empresarial que promueve la industria en el país, cuenta con más de mil empresas asociadas y alrededor de 56 gremiales adscritas a la institución.

El presente trabajo se elaboró en Cámara de Industria de Guatemala como parte del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-. El mismo fue dividido en varias etapas, iniciando con un período de observación previo a la elaboración de un diagnóstico comunicacional, en el cual se detectaron algunas deficiencias en la comunicación interna de la institución, así como en el uso de la imagen corporativa, por lo que se elaboró una propuesta de plan de comunicación interna con el objetivo general de fortalecer la comunicación entre los colaboradores para un desarrollo eficaz y eficiente de sus actividades en beneficio propio, así como de los socios y agremiados.

Durante el período de práctica supervisada se implementaron dos principales estrategias:

- Fortalecimiento de la Comunicación Interna de CIG y sus colaboradores, con el objetivo de agilizar la información, la comunicación y el flujo de trabajo entre la institución y sus colaboradores, haciendo más efectiva su labor. Esta estrategia consiste en la reestructuración del contenido del portal interno Intranet, así como la implementación de un boletín interno que se envía semanalmente por correo electrónico, conteniendo las actividades de la semana.
- Fortalecimiento de la identidad gráfica de la institución, a través de la elaboración de una guía práctica que describe el manejo adecuado de los diferentes elementos que la conforman.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo corresponde al Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-, el cual comprende la propuesta e implementación de un plan de comunicación interna para Cámara de Industria de Guatemala, con el objetivo principal de fortalecer el sistema de comunicación interna entre los colaboradores de la institución para el desarrollo eficaz y eficiente de sus actividades en beneficio propio y de los socios y agremiados a la institución, así como el fortalecimiento de la identidad gráfica de la institución.

Para poder diseñar una estrategia confiable, se desarrolló un diagnóstico comunicacional mediante un análisis interno elaborado luego de la observación del comportamiento e identificación de los colaboradores de la institución, lo que nos permitió tener un panorama de la situación actual de la comunicación interna, así como la percepción de los colaboradores de Cámara de Industria de Guatemala, y tener un punto de partida para la elaboración de una propuesta de plan de comunicación interna.

Durante la ejecución del plan de comunicación interna propuesto, se fortaleció en buena medida la comunicación interna de Cámara de Industria de Guatemala, implementando estrategias comunicacionales, a través de nuevas herramientas de comunicación como la recontextualización del intranet corporativo, la implementación de un boletín informativo interno y la creación de un manual de imagen corporativa de la institución.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación interna juega un papel fundamental para facilitar y fortalecer el involucramiento, sentido de pertenencia, identificación de la institución, así como la motivación y compromiso de cada miembro de una institución, por ello es de suma prioridad darle la importancia que se merece.

Cámara de Industria de Guatemala es una institución con más de mil socios y alrededor de 56 gremiales, por lo que es de suma importancia que los colaboradores estén enterados de las acciones implementadas, así como de las actividades que se realizan en beneficio de sus socios y agremiados, con el objetivo de facilitar su labor diaria, al mismo tiempo poder prestar un mejor servicio a sus socios.

El contenido de lo que comunicamos y los canales a través de los cuales comunicamos son la base para que el proceso de la comunicación sea eficaz. Por tanto, son necesarias la claridad y concreción en el contenido, el conocimiento y la habilidad para correlacionar informaciones, así como también una "sintonía" de intereses entre las partes que intervienen en el proceso.

Por ello, la información obtenida en la fase de diagnóstico en donde se logró detectar algunas deficiencias en la comunicación interna de Cámara de Industria de Guatemala fue vital para la elaboración de un plan con estrategias comunicacionales que contribuyan a corregir y mejorar la comunicación interna.

Con este plan se procuró que las necesidades básicas de comunicación que presentan los colaboradores para realizar bien su trabajo fueran cubiertas. No está demás indicar que por el tiempo que cada estrategia conlleva solo fue posible fortalecer los canales de comunicación y difusión internos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General:

Identificar problemas de comunicación interna en Cámara de Industria de Guatemala.

1.1.2. Objetivos Específicos

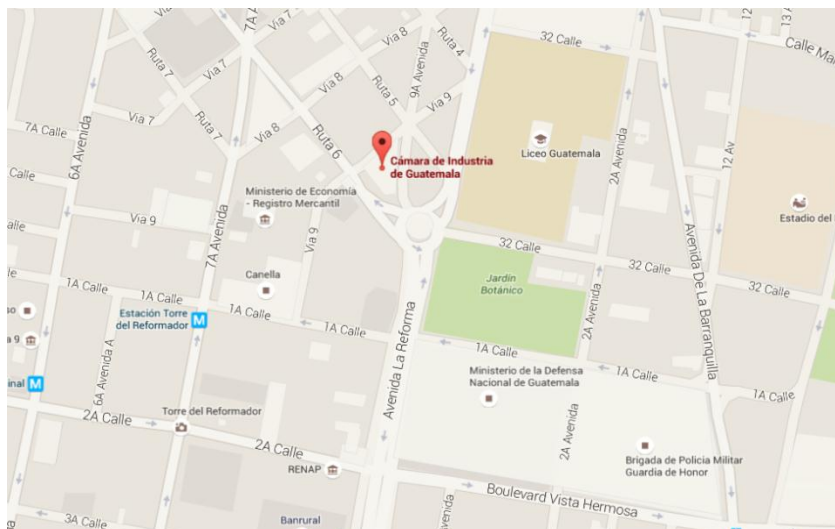
- Recopilar información sobre la percepción que los colaboradores tienen acerca de la organización.
- Establecer la forma en que se maneja la imagen corporativa.
- Identificar el posicionamiento de la imagen corporativa.

1.2. LA INSTITUCIÓN:

Cámara de Industria de Guatemala.

1.2.1. Ubicación Geográfica

Cámara de Industria de Guatemala se encuentra ubicada en la Ruta 6, 9-21, zona 4



1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Cámara de Industria de Guatemala tiene una Alianza Estratégica con el Proyecto Consolida. Este proyecto tiene como objetivo que las cámaras empresariales involucradas contribuyan de forma medible al incremento de la competitividad de sus asociados. En Guatemala desde el año 2008, el Proyecto ha brindado apoyo económico constante a las distintas áreas de Cámara de Industria de Guatemala.

1.2.3. Antecedentes o Historia¹

Cámara de Industria de Guatemala es una organización históricamente ligada al desarrollo económico del país, que existe y trabaja por los guatemaltecos. Creemos que la industria es el potencial más poderoso para generar desarrollo y riqueza para un país (www.industriaguatemala.com).

Estamos convencidos que la industria formal se produce bajo la observación de buenas prácticas laborales, ambientales y de producción, representa oportunidades de empleo, riqueza y consecuentemente desarrollo para todo el país.

Este desarrollo sólo se construye cuando trabajamos en equipo, buscando propuestas e implementando iniciativas que generen los mayores beneficios para todos los involucrados. Hemos desempeñado esta función durante los últimos 55 años, acompañando, defendiendo y promoviendo al sector industrial, para aumentar los avances y la competitividad de las industrias ya consolidadas y de las que se encuentran en desarrollo.

Nosotros hemos sido parte importante del desarrollo industrial en Guatemala, usted puede ser el engranaje que le hace falta a esta gran maquinaria de esfuerzo, trabajo y constancia que se llama Cámara de Industria de Guatemala.

¹ Fuente: página web <http://industriaguatemala.com/quienes-somos>

1.2.4. Departamentos o Dependencias

- ***Junta Directiva:***

Es el órgano administrativo de la Cámara de Industria de Guatemala y se compone de: un presidente, un vicepresidente y diez directores.²

- ***Dirección Ejecutiva:***

Esta está integrada por el Presidente Vicepresidente y el Secretario de la Junta Directiva y podrá dictar resoluciones con la concurrencia de dos de sus miembros, dando cuenta de todos sus actos y resoluciones a la Junta Directiva en su próxima sesión, la que podrá aprobar, improbar, modificar o revocar lo actuado o resuelto.

- ***Comunicaciones y Relaciones Públicas:***

Esta gerencia se encarga de dar a conocer a la institución como ente que vela por los derechos de sus agremiados con el fin de promover el desarrollo del país. Encargado de elaborar mensajes para directivos de acuerdo a la coyuntura nacional.

- ***Análisis y Estudios:***

Se encarga de toda la parte estratégica y política de Cámara de Industria de Guatemala.

- ***Gerencia General:***

Se encarga de dirigir el área administrativa y de negocios de la institución.

- ***Administración y Finanzas:***

Esta Gerencia tiene la finalidad de atender la coordinación de las funciones administrativas y las de servicios internos por medio de las dependencias que la integran, claramente definidas de acuerdo con su

² Fuente: Estatutos de Cámara de Industria de Guatemala

naturaleza y especialización. Sus funciones están enmarcadas, principalmente, en las relaciones institucionales; la contabilidad y la administración del Edificio.

- ***Negocios y Desarrollo:***

Esta gerencia tiene como objetivo fortalecer el área de Publicidad, con estrategias y productos, así como desarrollar e implementar nuevos servicios de calidad, diferenciados en precio y que aporten valor al socio y por ende generar ingresos para la institución.

- ***Atención al Socio:*** Organizar y planear en conjunto con el Gerente General las actividades de la unidad de Atención al Socio y Gremiales con la finalidad de realizar funciones y actividades al servicio de atención, retención, fidelización y satisfacción de las empresas socias.

- ***Formación Empresarial:***

Este departamento es el responsable de la organización y la ejecución de todos los eventos que se llevan a cabo en Cámara de Industria, brindando apoyo a todos los departamentos que la conforman. También es el encargado de diseñar el plan anual de capacitación.

1.2.5. Misión³

"Promover el desarrollo del sector industrial del país, facilitándole servicios adecuados a sus necesidades e impulsando un clima propicio para fortalecer la industria, con responsabilidad hacia la sociedad guatemalteca".

1.2.6. Visión

"Desarrollando una Guatemala moderna, productiva y competitiva en un mundo globalizado por medio de la industrialización".

1.2.7. Objetivos Institucionales

- Promover la industria en Guatemala

³ Tomado de la página web <http://industriaguatemala.com/mision-vision-valores-politica-calidad>

- Fomentar el desarrollo de sus socios, defendiendo sus intereses
- Responder a las necesidades de los socios con el compromiso de la mejora continua y la excelencia de sus servicios

1.2.8. Público Objetivo

Sector industrial empresarial dividido en las siguientes gremiales (empresas de un mismo rubro).

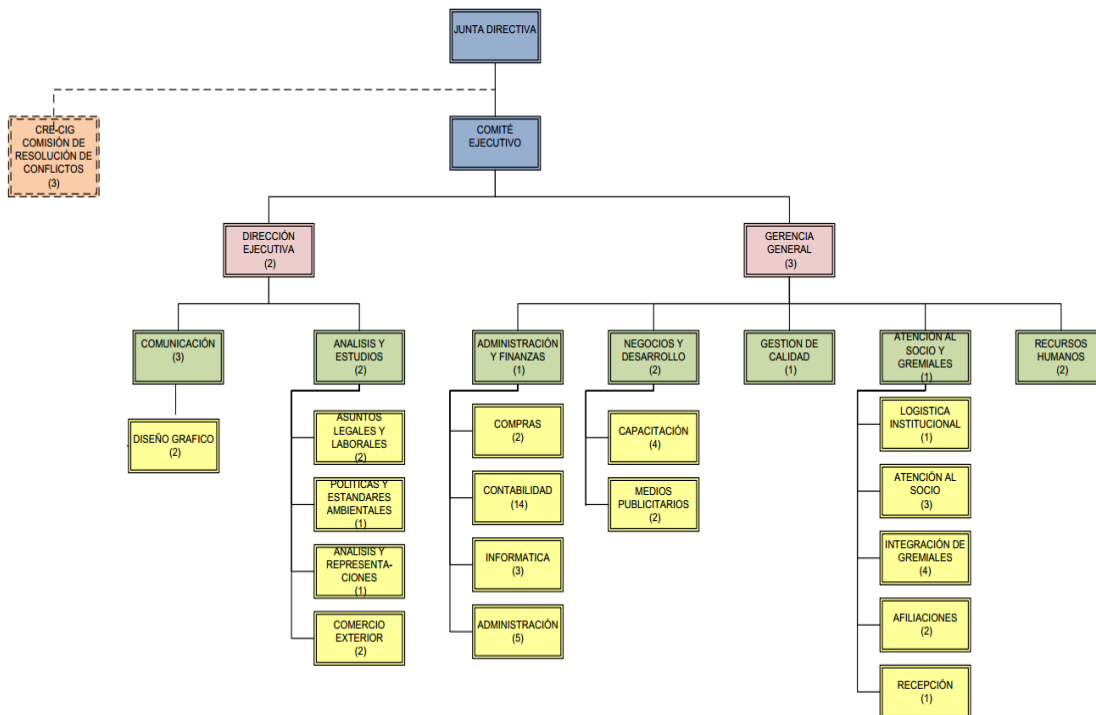
1.2.8.1. Directos: Colaboradores

Los colaboradores de las diferentes áreas de Cámara de Industria de Guatemala, desempeñando diferentes cargos: Gerentes, coordinadores, jefes, asesores técnicos, asesores empresariales, asesores comerciales, asistentes administrativas, auxiliares de contabilidad, analistas contables, ejecutivos, cobradores.

1.2.8.2. Indirectos: Gremiales adscritas a CIG

Los comités Gremiales, que son grupos de empresas de un mismo sector que se unen con el objetivo de defender intereses del sector. En -CIG actualmente están adscritos 56 comités gremiales.

1.2.9. Organigrama de la institución⁴



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del método

La metodología de investigación a utilizar es el método descriptivo, establece la aparente situación del fenómeno de estudio, comprende la descripción, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos.⁵

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Para detectar el problema se hizo necesario implementar técnicas de recolección de datos como la observación, entrevistas y encuestas con el objetivo de conocer la percepción de los colaboradores de Cámara de Industria de Guatemala y detectar sus necesidades de comunicación.

⁴ Tomado de Documentación de Gestión de Calidad de Cámara de Industria de Guatemala

⁵ Hernández, Sampieri y otros. 2003. Metodología de la investigación. México. McGraw Hill.

Fue necesario entrevistar a personas claves dentro de la institución quienes abiertamente brindaron la información necesaria en cuanto al tema.

1.3.2.1. Observación

Previo a la investigación descriptiva se pudo observar que dentro del departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas se cuenta con un Manual de Marca que en alguna oportunidad se difundió entre los colaboradores, pero lamentablemente la mayoría del personal alega desconocimiento del mismo.

También se pudo observar que el logotipo ha sufrido algunas modificaciones pero no fue debidamente documentado. Adicional a eso, existen algunos elementos gráficos en donde el logotipo es colocado en el lugar que según el colaborador, mejor se acomoda.

Se observó que el Área de Recursos Humanos siendo un área clave dentro de la institución, utiliza en su comunicación el logotipo equivocado. No existe un canal de comunicación establecido para dar a conocer este tipo de información a los colaboradores.

1.3.2.2. Entrevistas

Esta herramienta fue utilizada con gerentes de diferentes Áreas de Cámara de Industria de Guatemala, quienes fueron muy abiertos a participar en las entrevistas. Los resultados que se obtuvieron dieron a conocer que es importante contar con una imagen Institucional, ya que como se menciona en el punto anterior, existe un manual de marca pero a pesar de haberse compartido con el personal, muchos alegan desconocimiento del mismo.

1.3.2.3. Encuestas:

Se realizó una serie de encuestas electrónicas al personal de las diferentes áreas de Cámara de Industria de Guatemala, con el propósito de conocer la percepción e identificación de cada uno de ellos con relación la institución.

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de las entrevistas

Entrevistado: Lic. Karla Galindo, Gerente de Atención al Socio (Entrevistada 1)

Fecha: 19 de febrero de 2015

Hora: 4:00 p.m.

Objetivo: Conocer la percepción sobre el uso de la imagen corporativa de Cámara de Industria de Guatemala.

Entrevistado: Sra. Jennifer Urizar, Gerente de Negocios (Entrevistada 2)

Fecha: 20 de febrero de 2015

Hora: 10:30 a.m.

Objetivo: Conocer la percepción sobre el uso de la imagen corporativa de Cámara de Industria de Guatemala.

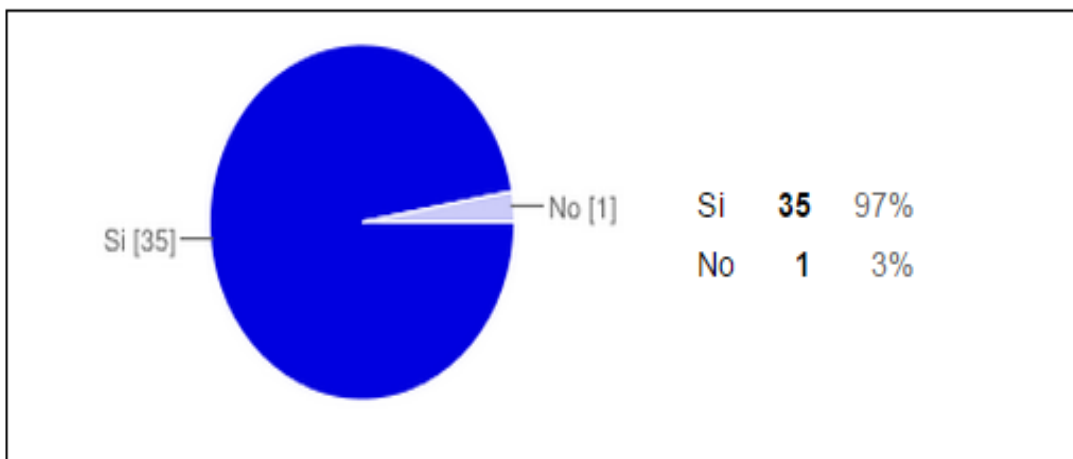
1.4.2. Resultado de las entrevistas y tabla comparativa

Pregunta	Entrevistada 1	Entrevistada 2	Puntos de Encuentro
¿Qué le viene a la mente cuando hablamos de Imagen Corporativa?	Lo que una institución proyecta. CIG es una institución reconocida a nivel nacional e internacional por su influencia en políticos y economía	Es como nos ve la gente de afuera, la percepción que damos, por ejemplo: Formalidad, seriedad, etc.	Coinciden que imagen corporativa es como CIG se proyecta ante el mundo
¿Cómo califica la imagen de CIG?	Buena ya que es una institución de gran trayectoria e influencia en temas políticos, estratégicos, no comerciales	La comunicación externa de CIG es buena, hace falta mejorar la comunicación interna	Hace falta fortalecer la comunicación interna, crear identidad en los colaboradores
¿Cuál cree que es la importancia de la imagen corporativa?	Es lo que la empresa proyecta, interna y externa, debe existir un criterio unificado para el uso de la imagen.	La imagen corporativa es de suma importancia para una empresa puesto que es la cara de ella	Se debe fortalecer la imagen de la institución
¿Cómo podría mejorarse la imagen corporativa?	Creando una campaña de publicidad, promocionar los beneficios que CIG ofrece. Elaborando un plan de comunicación	Es importante crear un manual que establezca la forma correcta del uso de la imagen	Sentar precedentes y establecer manuales de uso
¿Le informa al personal a su cargo cuando la imagen sufre algún cambio?	Cada vez que el logotipo sufre un cambio se envía el material a los colaboradores por correo electrónico.	Los cambios que constantemente sufre la imagen de CIG es comunicada al personal por correo electrónico, informado	Ambas informan constantemente a sus subalternos sobre los distintos cambios de imagen de la institución

1.4.3. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.

De la población de 77 colaboradores de Cámara de Industria de Guatemala, dato sustraído intranet corporativo, se estimó una proporción total de la población con un nivel de confianza o seguridad del 90% una precisión del 0.5 y una proporción de error máximo de estimación del 10%, se obtuvo una muestra ajustada a 36 colaboradores a los que se les realizó la encuesta. A continuación se detallan los resultados de la encuesta realizada a los colaboradores de Cámara de Industria de Guatemala.

1. **¿Conoce la misión y visión de CIG?** El 97% de los encuestados indica que Si la conoce y el otro 3% indicó que no. Es muy importante que los empleados conozcan la misión y visión puesto que éstas definen la base de una organización, representa el por qué y para qué existe y todas las líneas laborales se trazan en relación a estas definiciones.

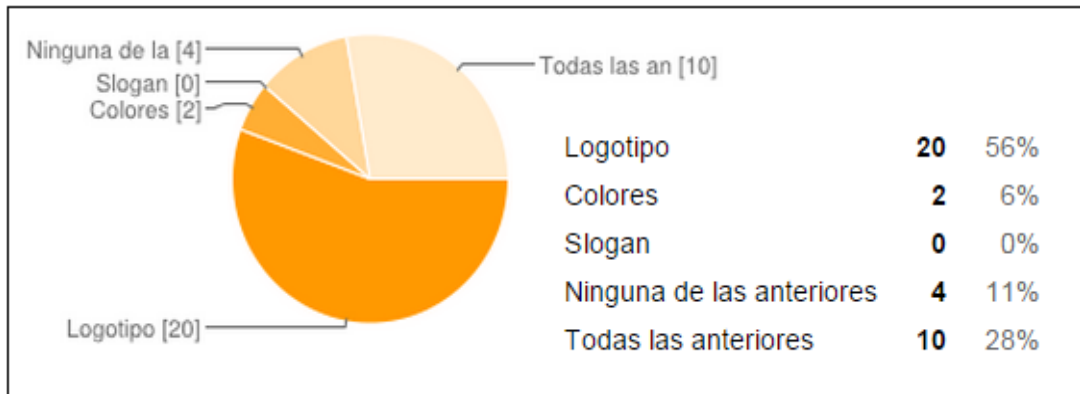


Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

2. **¿Qué es lo primero que viene a su mente por Imagen Institucional?**

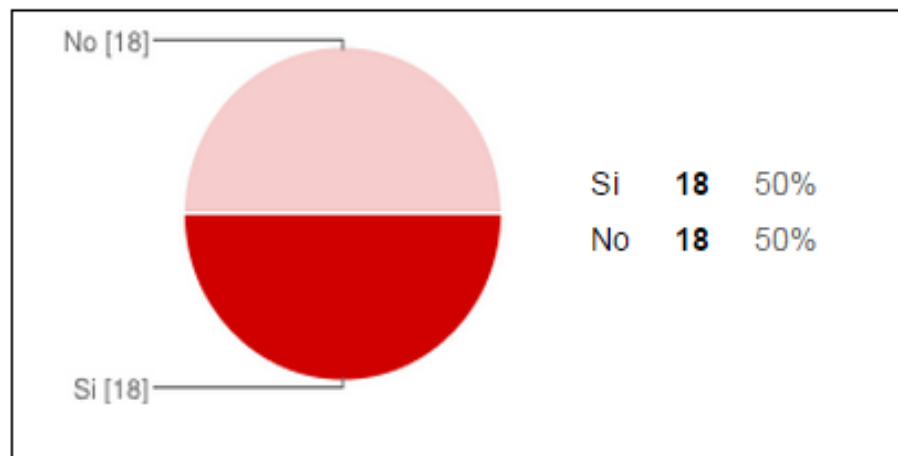
El 56% de los encuestados indicaron que le viene a la mente el logotipo, el 6% los colores, ninguno indicó que el slogan, el 28% indicó que todas las anteriores (logotipo, colores y slogan), y el 11% indicó que ninguna

de las anteriores. La mayoría de los encuestados creen que la imagen corporativa es solamente el logotipo de la institución.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

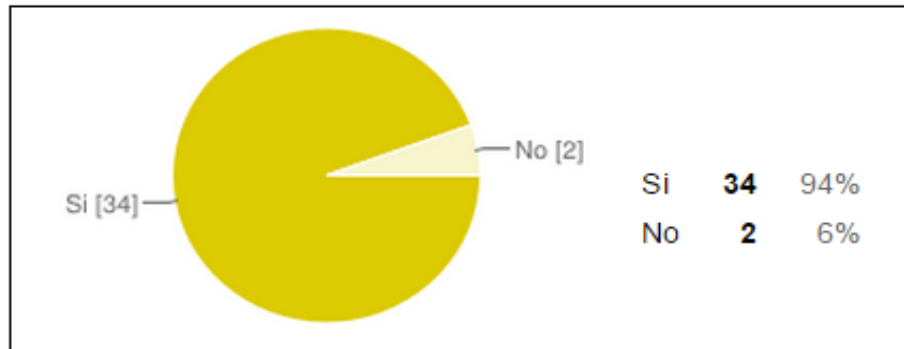
- 3. ¿Conoce el Manual de Marca de CIG?** El 50% de los encuestados indicó que si lo conoce y el otro 50% indicó que no lo conoce. A pesar que existe el manual de marca, la mitad de la población encuestada indicó desconocer su existencia, denotando una mala o falta de comunicación.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

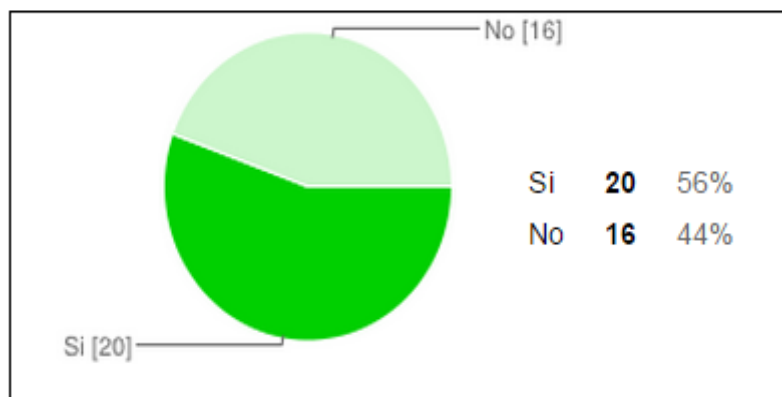
- 4. ¿Si tuviese que incluir el logotipo de CIG sabe cuál es la versión que actualmente se utiliza?** El 94% del total de los encuestados indicó que si sabe qué versión es la que actualmente se utiliza y solamente un 6% indicó que desconoce cuál es la versión correcta. El logotipo de Cámara de Industria en los últimos 2 años ha sufrido varios

cambios, y no se ha hecho del conocimiento del total de los colaboradores.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

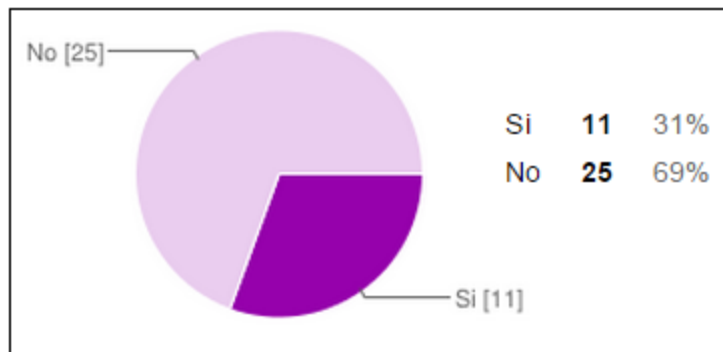
5. **¿Sabe cómo utilizar adecuadamente el logotipo sin distorsionar la imagen?** El 56% de los encuestados indicó que si, y el otro 44% indicó no saber utilizarlo correctamente. Por la razón antes mencionada, que ha sufrido varios cambios, existe una parte de los colaboradores que no tiene bien claro el uso del logotipo.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

6. **¿Conoce el significado del logotipo de CIG?** El 31% de los encuestados indicó que si conoce el significado del logotipo, y el 69% indicó desconocerlo. El logotipo es un elemento de comunicación, y su funcionalidad radica en su capacidad de comunicar el mensaje que se desea, en reflejar lo que es la institución. Para lograr este objetivo se

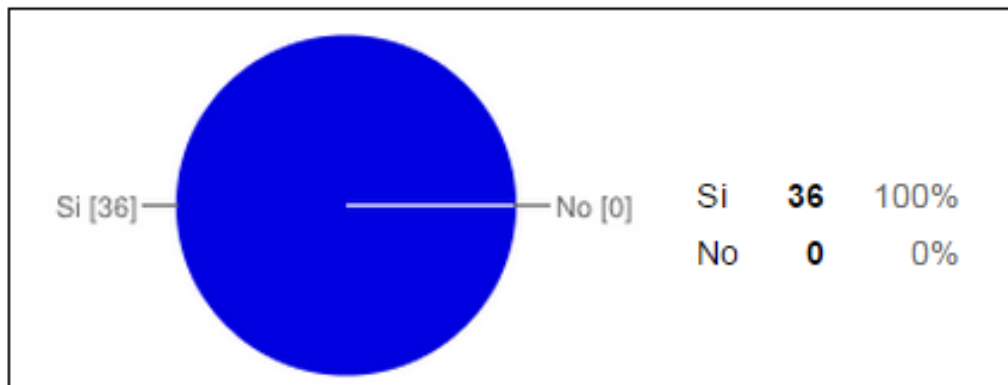
necesitan colores y formas que contribuyan a que el espectador final le dé esa interpretación.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

7. ¿Conoce la política de Calidad?

El 100% por ciento de la población encuestada indicó conocer la política de calidad. A esto podemos hacer referencia que la Cámara de Industria de Guatemala está en su proceso de certificación ISO 9001:2008 por lo que se ha estado trabajando en reforzar la Política de Calidad con sus colaboradores.

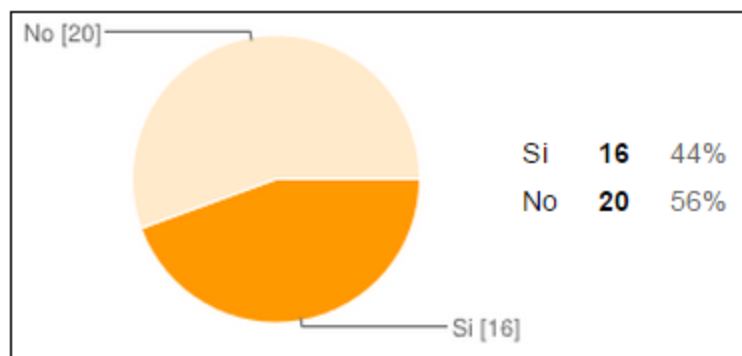


Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

8. ¿Se sabe el slogan de CIG?

Un 44% de la población encuestada indicó que si la sabe y un 56% indicó que no lo sabe. Es importante que los colaboradores conozcan y sepan el slogan de la institución, ya que este se utiliza para resumir y representar una idea con el objetivo de llamar la atención sobre la marca

de una empresa. Éste debe ser fácil de recordar y muy persuasivo para captar socios y/o fidelizarlos.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

9. ¿Cuál es la principal fortaleza de CIG?

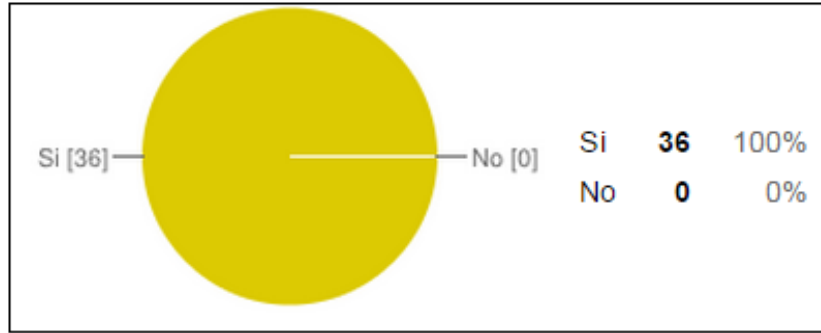
El 14% de los encuestados indicó que es el apoyo al sector industrial, un 6% indicó que la constante capacitación a socios, el 25% indicó que el respaldo político, el 3% que la principal fortaleza es las representaciones, un 6% indicó que Asesorías (ambientales, comercio exterior, legal, etc), otro 6% considera que la Red de contactos, el 42% indicó que todas las anteriores.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

10. ¿Conoce los colores de CIG?

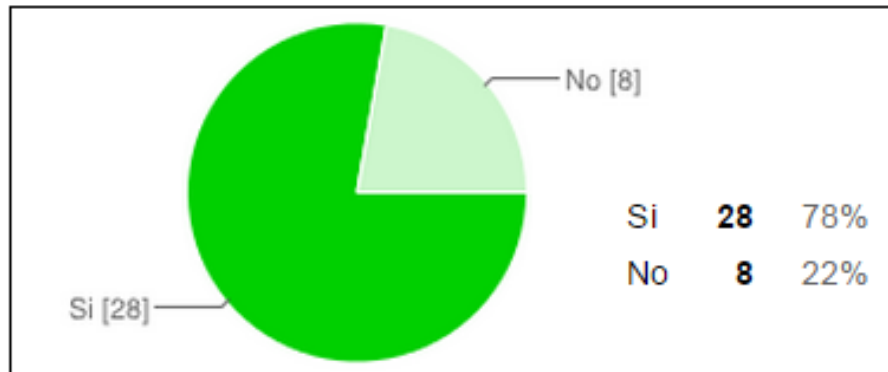
EL 100% de la población encuestada indicó que si conoce los colores de la institución.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

11. ¿Usted se identifica con los colores de CIG?

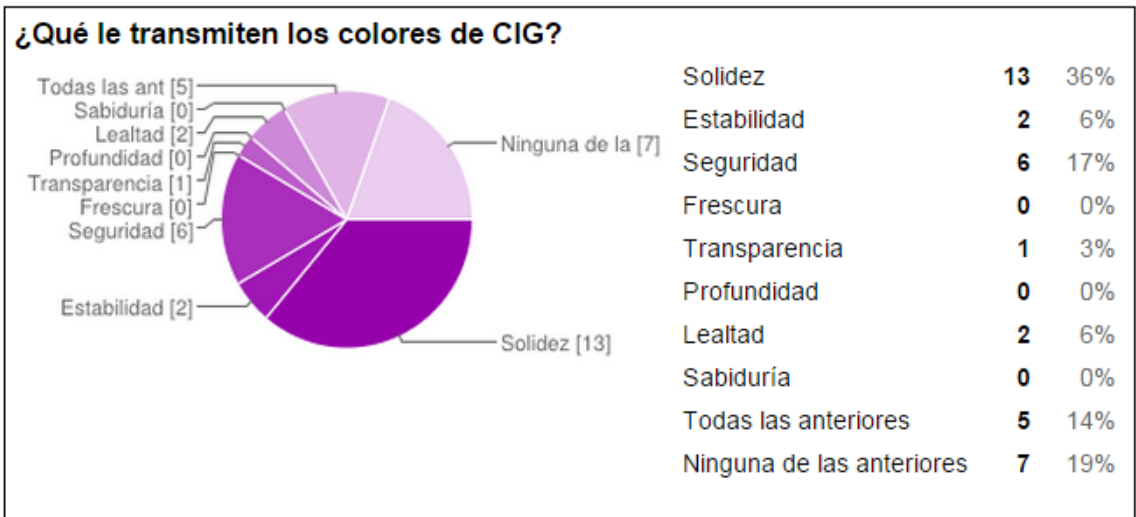
El 78% de los encuestados indicaron que si se identifican con los colores y el otro 22% indicó que no. Los colores tienen una denotación muy importante dentro de la imagen corporativa por lo que es importante que los colaboradores se identifiquen con ellos.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

12. ¿Qué le transmiten los colores de CIG?

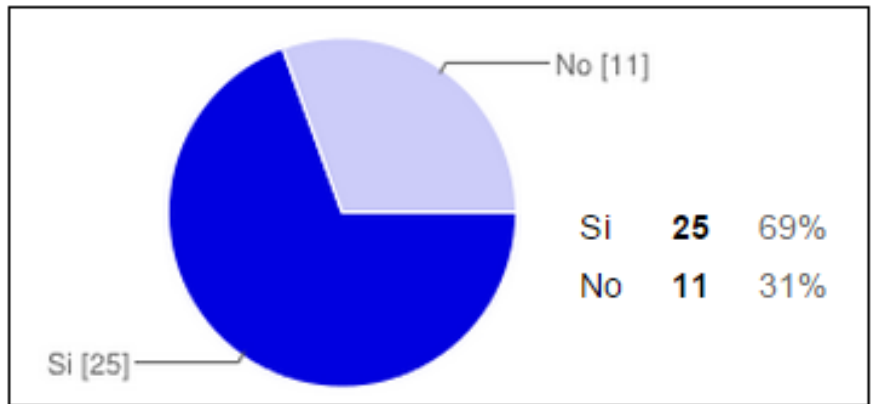
El 36% de los encuestados indicó que le transmite solidez, el 6% estabilidad, el 3% le transmite transparencia, el 6% le transmite lealtad, un 14% indicó que todas las anteriores y el 19% que ninguna de las anteriores.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

13. ¿Usted cree que la imagen actual es adecuada para una institución como CIG?

El 69% de la población encuestada considera que la imagen que actualmente tiene Cámara de Industria de Guatemala es la adecuada para una institución de este tipo, y el otro 31% considera que no es la mejor.



Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

14. ¿Qué cree que deberíamos reflejar a través de la imagen institucional?

El 31% de la población que considera que la imagen actual de Cámara de Industria de Guatemala no es la más adecuada. Ellos opinaron que la imagen debe reflejar dinamismo y modernidad que actualmente los engranajes denotan industria pero una industria antigua.

CIG es una institución que defiende los intereses del sector industrial, por lo que debe contar con una imagen inclusiva, que transmita empresarialidad pero al mismo tiempo confianza de que si yo estoy en ella, mis intereses serán resguardados y defendidos.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN ⁶

1.5.1. Fortalezas

1.5.2. Oportunidades

1.5.3. Debilidades

1.5.4. Amenazas



⁶ Elaboración propia en base a lo observado y recopilado

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

ÁREA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS⁷

En enero de 1959 el conjunto de actividades desplegadas por la Cámara hizo ver a la Junta Directiva la necesidad de crear un Plan de Relaciones Públicas, tanto a lo interno entre los asociados como hacia lo externo, con entidades similares. Para el efecto se creó una Comisión Permanente de Publicidad y Relaciones Públicas, la cual se hizo cargo no sólo de incorporar a nuevos elementos a la Cámara y promover el interés por la misma, sino también se ocupó de la edición de la revista, de enviar cartas, circulares e informar sobre los eventos nacionales e internacionales, leyes y disposiciones de su interés, así como avisos de solicitudes de clasificación de industrias conforme a la Ley de Fomento Industrial.

Dicha Comisión de Propaganda tenía la tarea de promover el interés de sus asociados haciendo ver las razones que justificaban su existencia y su actuación, así como las ventajas que traía consigo pertenecer a la misma. La Comisión de Relaciones Públicas fue muy activa y en cumplimiento de sus funciones, desde sus inicios desplegó toda clase de tareas, en particular campañas a través de la prensa y radio a favor del consumo de productos nacionales.

Con los años ha ido evolucionando y actualmente existe la Gerencia de Comunicación que se encarga entre otras cosas a lo siguiente: A) Traslado de información a socios; B) Uso y manejo de los diferentes canales de comunicación: Página web, revista Industria y Negocios, boletines electrónicos, correos masivos, redes sociales, etc.; C) Relación con medios de comunicación.

⁷ Wagner, Regina. 2009. 50 Años de Historia de Cámara de Industria de Guatemala.

2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo general

Fortalecer el sistema de comunicación interna entre los colaboradores de Cámara de Industria de Guatemala para el desarrollo eficaz y eficiente de sus actividades en beneficio propio y de los socios y agremiados a la institución.

2.2.2. Objetivos específicos

- Fortalecer herramienta de comunicación interna.
- Facilitar la información de las actividades que se llevan a cabo en CIG.
- Impulsar la identidad corporativa.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

2.3.1. Colaboradores:

Los colaboradores de las diferentes áreas de Cámara de Industria de Guatemala, desempeñando diferentes cargos: Gerentes, coordinadores, jefes, asesores técnicos, asesores empresariales, asesores comerciales, asistentes administrativas, auxiliares de contabilidad, analistas contables, ejecutivos, cobradores.

2.3.2. Gremiales:

Los comités Gremiales son grupos de empresas de un mismo sector que se unen con el objetivo de defender intereses del sector. En CIG actualmente están adscritos 56 comités gremiales.

2.4. MENSAJE⁸

El Mensaje debe adaptarse al Plan de Comunicación pues representa la fortaleza que da identidad, deriva en ventajas competitivas y permite alcanzar los objetivos de negocio de la compañía; también representa una táctica efectiva ante posibles crisis de Comunicación que dañan la imagen y la credibilidad de la empresa. Lo ideal es ser siempre el primero en

⁸ Sanz, M. 2011. Identidad Corporativa, Claves de la Comunicación Empresarial. Madrid, España.

comunicar, sobre todo a los integrantes del equipo de trabajo. El éxito del Mensaje también depende de la manera de comunicarlo.

Dentro de las estrategias propuestas en el plan de comunicación interna para Cámara de Industria de Guatemala se pretende plasmar mensajes de manera que el colaborador se identifique como una pieza fundamental de la institución y fortalezca el sentido de pertenencia e identificación con la institución.

2.4.1. Slogan

“Soy parte de CIG y me identifico con ella”

2.5. ESTRATEGIAS

En base al Diagnóstico realizado en Cámara de Industria de Guatemala y partiendo de las técnicas de observación, documentación, encuestas realizadas a colaboradoras, así como las entrevistas realizadas a los Gerentes de las distintas áreas de la institución, se propone la siguiente estrategia de comunicación que tiene como objetivo fortalecer la comunicación interna y la identificación del personal con la entidad.

2.5.1. Reestructuración del intranet corporativo.

2.5.2. Creación de boletín interno electrónico con información de las actividades de Cámara de Industria de Guatemala que se llevaron a cabo con sus respectivos resultados, así como una información de las actividades que se llevarán a cabo en los próximos días, enviado por correo electrónico cada mes.

2.5.3. La creación de un manual de manejo de la imagen corporativa de la institución.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN Y LA COMUNICACIÓN INTERNA DE CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA”

3.1.1. Financiamiento:

Las actividades realizadas según la programación del Plan de comunicación interna fueron financiadas por Cámara de Industria de Guatemala. La asesoría de comunicación fue por parte del epesista.

3.1.2. Presupuesto:

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total
1	Asesoría de comunicación	Q25,000.00	Q25,000.00
1	Asesoría de diseñadora gráfica	Q1,000.00	Q1,000.00
1	Impresión a color de plan de comunicación interna, en papel bond 60 grs. tamaño carta	Q25.00	Q25.00
1	Impresión de Borrador de Manual de Imagen Corporativa	Q25.00	Q25.00
2	Impresión de Manual de Imagen Corporativa	Q50.00	Q100.00
2	Encuadernado de Manual de Imagen Corporativa	Q20.00	Q40.00
1	Utilización de herramienta de mail masivo / Constant Contact	Q100.00	Q100.00
TOTAL			Q26,290.00

3.1.3. Beneficiarios:

3.1.3.1. Directos: Colaboradores

Los colaboradores de las diferentes áreas de Cámara de Industria de Guatemala, desempeñando diferentes cargos: Gerentes, coordinadores, jefes, asesores técnicos, asesores empresariales, asesores comerciales, asistentes administrativas, auxiliares de contabilidad, analistas contables, ejecutivos, cobradores.

3.1.3.2. Indirectos: Gremiales adscritas a CIG

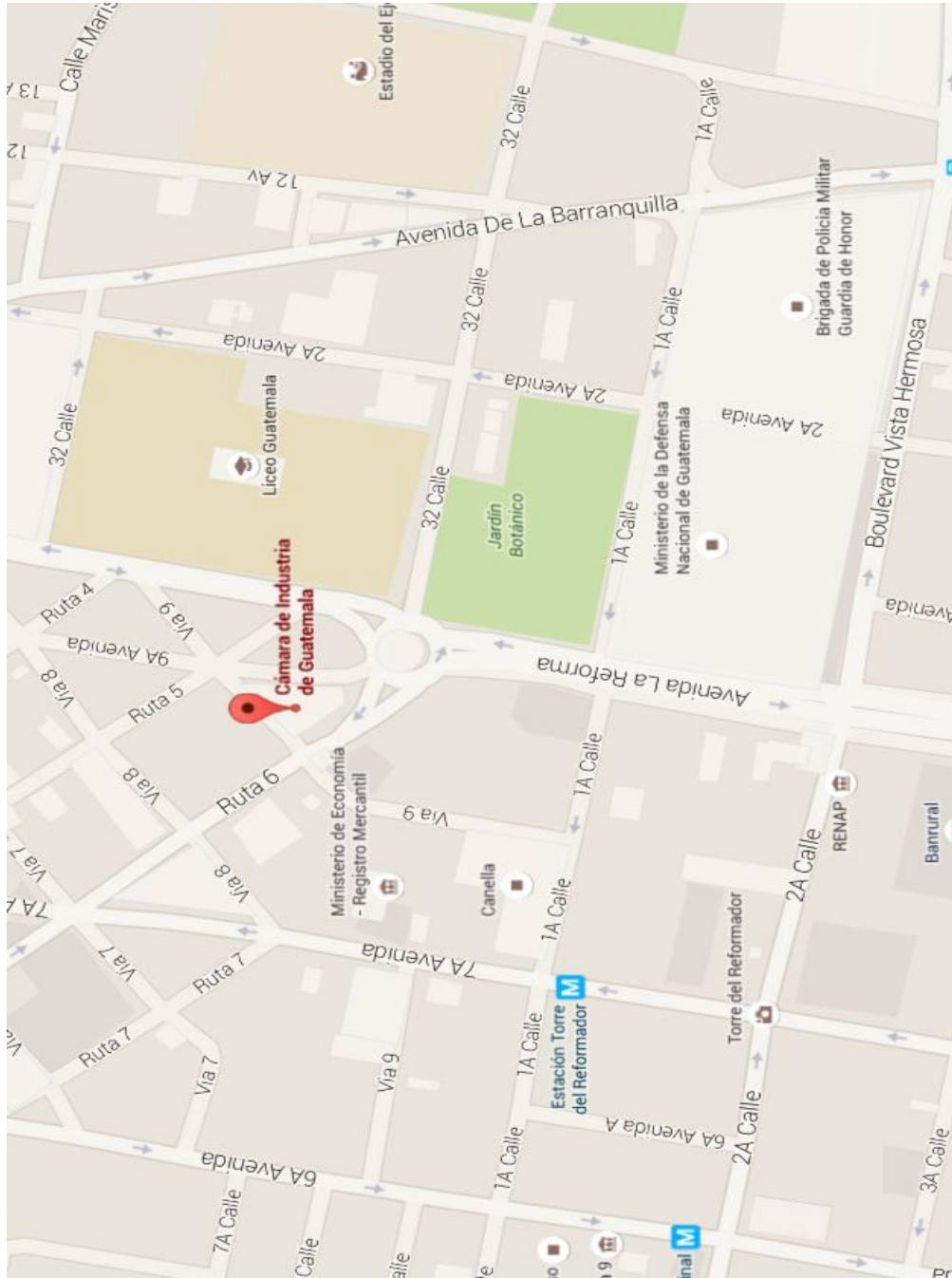
Los comités Gremiales, que son grupos de empresas de un mismo sector que se unen con el objetivo de defender intereses del sector. En CIG actualmente están adscritos 56 comités gremiales.

3.1.4. Recursos Humanos:

Personal	Puesto	Actividad
Flor de María Reyes	Gerente de Comunicación	Revisión y aportes en la estrategia a utilizar para la elaboración del Boletín Interno "Entérate"
Carolina de Del CIG	Gerente de Recursos Humanos	En conjunto con epesista se definió la estrategia para implementación del Boletín Proporción de información de Recursos Humanos para insumos del boletín
Víctor Córdón	Gerente General	Aprobación de la estrategia y de su implementación
Javier Zepeda	Director Ejecutivo	Aprobación de la estrategia y de su implementación
Karla Galindo	Gerente de Atención al Socio	Proporcionar información de eventos con socios y gremiales, para incluir en el boletín
Gladys Fuentes	Coordinadora de Gestión de Proyectos	Proporcionar información de eventos de Junta Directiva

3.1.5. Área geográfica de Acción:

Cámara de Industria de Guatemala ubicada en la Ruta 6, 9-21, zona 4 Niveles 3, 6, 8, 10, 11, 12 y 13.



3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS:

3.2.1. FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA Y SUS COLABORADORES.

Esta estrategia tiene como objetivo agilizar la información interna, la comunicación y el flujo de trabajo entre la institución y los colaboradores, así como mejorar los procesos y el trabajo interno, reduciendo el tiempo de respuesta a los socios, haciendo más efectiva su labor.

3.2.1.1. ACCIONES:

3.2.1.1.1. Reestructuración del contenido del portal interno “Intranet”:

Se trabajó en una reestructuración del contenido del portal interno de Cámara de Industria de Guatemala “Intranet”. Para esta acción se llevó a cabo una serie de reuniones con las Gerencias de Recursos Humanos y Comunicaciones, y como producto de dichas reuniones se elaboró una nueva propuesta del contenido del portal.

La propuesta de contenido ya fue aprobada por la Gerencia General, así como por la Gerencia de Recursos Humanos, sin embargo por el momento se quedó como propuesta debido a problemas en la plataforma de la herramienta. Con el entendido que al estar reparado el problema la epesista deberá continuar con la ejecución del mismo.

Contenido actual

1. Portada
 - Inicio
 - Ticket de Soporte IT
 - Blog
2. Quienes Somos
 - Historia
 - Junta Directiva
 - Misión Visión
 - Política de Calidad
3. Productos / Servicios
 - Auditorio
 - Asesoría Legal
4. Mi Cámara
 - Capacitación
 - Salones
 - Servicios de Comunicación
 - Gremiales / Filiales
 - CIG-CRM
 - Blog de Noticias
 - Calendario CIG
 - Colaboradores
 - Galería CIG
 - Enlaces CIG

Propuesta de portada



Propuesta de portada

Propuesta de contenido (aprobada por RRHH)

1. Nuestra entidad

- Historia
- Junta Directiva 2014-2015
- Misión y Visión
- Política de calidad
- Valores
- Cultura de servicio
- Organigrama

2. Documentación institucional

- Código de ética del sector industrial
- Estatutos de CIG
- Código de ética del colaborador de CIG
- Reglamento interno

3. Publicaciones

- Boletines informativos internos
- Revista Industria

4. AUXILIAR – CRM

5. Nuestro espacio

- Colaboradores
- Cumpleañeros
- Galería

6. Calendario de eventos

7. Material institucional

- Manual de imagen corporativa
- Logotipo digital
- Logotipo para impresos
- Hoja membretada
- Plantilla pptx
- Plantilla para portanombre

8. Servicios de Comunicación

- Brief de diseño
- Formato para solicitud de discursos
- Formato para solicitud de comunicados

3.2.1.1.2. Creación de boletín interno “Entérate”:

Se creó un boletín electrónico que se envía semanalmente a todos los colaboradores con el calendario de actividades de dos semanas, la presente y la siguiente. Para esta acción se llevó a cabo una serie de reuniones para la elaboración del esquema del boletín, así como para establecer la forma de recopilación de la información, asignación de responsables y la forma del envío del mismo.

El boletín se empezó a compartir a los colaboradores, gremiales y filiales a partir de la primera semana de julio, y se envía los días lunes en horas de la mañana.

CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA

Cámara de Industria de Guatemala Julio 1, 2015

¡ENTÉRATE!

Buenos días:

Con el objetivo de mantenerte informado de las acciones y actividades que CIG realiza, te presentamos nuestro boletín interno "ENTÉRATE" el cual recibirás semanalmente.

Entérate, te ofrecerá un calendario de actividades, así como la postura y acciones en temas de coyuntura nacional.

ACCIONES CIG

POSTURA DE CIG SOBRE SOLICITUD DE ANTEJUICIO EN CONTRA DEL ING. PEDRO MUADI, EXTESORERO DE LA INSTITUCIÓN

Hay que fortalecer la justicia y respetar el debido proceso, esperamos que sea un proceso de investigación pronto, objetivo y cumplido y vamos a respetar los resultados finales.

Cámara de Industria de Guatemala estará a la expectativa de los resultados y dando seguimiento al caso.

ACTIVIDADES

Semana del 1 al 3 de julio

Miércoles 1 Se canceló el desayuno que se tenía planificado con Autoridades de la SAT.

Semana del 6 al 10 de julio

Miércoles 8 Conferencia de Prensa: "Lanzamiento del 3er. Expo/Congreso de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional". A las 9:30 horas en Salón de JD nivel 13 de CIG.

Jueves 9 Networking: "Plan Nacional de Logística". A las 18:00 horas en Nivel 16 Edificio de CIG.

Viernes 10 Homenaje a don Ricardo Castillo Simibaldi por cumplir 45 años como Presidente del IRTRA, otorgado por Cámaras Empresariales. A las 10:30 horas en Parque Xetulul, Retalhuleu.

¡Siempre intenta aprender todo lo que puedas, pues el conocimiento es una llave que abre muchas puertas!

Boletín Interno
Cámara de Industria de Guatemala

¡Soy parte de CIG y me identifico con ella!

Boletín interno – 1 de julio

CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA

Cámara de Industria de Guatemala Julio 6, 2015

¡ENTÉRATE!

Buenas tardes:

Te compartimos información sobre las actividades y acciones de nuestra Cámara de Industria.

¡Buen inicio de semana!

ACCIONES CIG

SECTOR EMPRESARIAL ORGANIZADO SATISFECHO POR CAPTURA DE EMPRESARIOS LIGADOS EN CASO "LA LINEA"

Según Javier Zepeda, director ejecutivo de CIG, la ley debe ser aplicada en todo sentido, "se debe ser respetuoso del debido proceso y si la captura de los empresarios es producto de la investigación, hay que seguirla. Si hay más empresarios involucrados, deben ser capturados".

"Definitivamente, para que haya corrupción, deben de haber corruptos y corruptores, y hay que someter a la justicia a los empresarios involucrados y seguir el debido proceso para demostrar su culpabilidad", resaltó Zepeda.

ACTIVIDADES

Semana del 6 al 10 de julio

Martes 7 Còctel: Lanzamiento de Plan Piloto de Implementación de Acuerdos Voluntarios de Producción más Limpia. A las 18:00 horas en nivel 16 de CIG.

Miércoles 8 Conferencia de Prensa: Lanzamiento del 3er. Expo/Congreso de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional. A las 9:30 horas en Salón de JD nivel 13 de CIG.

Jueves 9 Desayuno-Conferencia: Cumplimiento en Salud Ocupacional y Seguridad Industrial en Áreas de Almacenaje, según Norma NRD2 CONRED y el Acuerdo 229 del Ministerio de Trabajo. A las 7:30 horas en nivel 16 de CIG.

Jueves 9 Networking: Plan Nacional de Logística. A las 18:00 horas en Nivel 16 de CIG.

Viernes 10 Homenaje a don Ricardo Castillo Simibaldi por cumplir 45 años como Presidente del IRTRA, otorgado por Cámaras Empresariales. A las 10:30 horas en Parque Xetulul, Retalhuleu.

Semana del 13 al 17 de julio

Lunes 13 Inauguración: Feria Alimentaria 2015. A las 7:30 horas en Salón Copán, Grand Tikal Futura Hotel.

Martes 14 Open House Programa Administrador de la Energía: La Eficiencia Energética el tesoro oculto en las empresas. A las 9:00 horas en nivel 16 de CIG.

Miércoles 15 Desayuno: Bienvenida de Nuevos Socios. A las 7:30 horas en nivel 16 de CIG.

Miércoles 15 Congreso de Restaurantes: Actualidad en Gestión de Restaurantes. A las 10:00 horas en 4to. nivel, Salón Kaminal Juyu, Grand Tikal Futura Hotel.

¡Enfócate en lo que quieres y verás llegar las oportunidades!

Boletín Interno
Cámara de Industria de Guatemala

¡Soy parte de CIG y me identifico con ella!

Boletín interno – 6 de julio

Calendario

Semana del 13 al 17 de julio
Semana del 20 al 24 de julio

TUVOTOVALE, GUATEMALALO VALE

Te comentamos que próximamente te estaremos impartiendo capacitaciones cívico-educativas en el marco de las elecciones 2015.



¿Es importante mi participación en las elecciones?

En Cámara de Industria promovemos una campaña de concientización que tiene como objetivo facilitar actividades donde podamos conocer las propuestas de los diferentes candidatos a cargos públicos de elección.



Voy a entregar el destino de mi país.

¿Cómo?

¿A quiénes?

¡ENTÉRATE!

Buenos días compañeros:

Te comentamos que con el objetivo de brindarte un mejor servicio, el Área de Tecnologías de la Información estará implementando una mesa de ayuda y gestión de incidentes para las áreas de Microinformática.



Por ello, a partir del miércoles 15 de julio cualquier solicitud de apoyo deberá reportarla al correo electrónico informatica@industriaqate.com para poder ser atendida.

Existirán dos tipos de soporte: primero se atenderá de forma remota y si no se soluciona se asigna la visita en sitio.

Estas medidas permitirán atender tu solicitud en el menor tiempo posible; controlar de forma remota todos los equipos de los empleados; así como identificar fácilmente hardware y software obsoleto y cambiar cualquier configuración que sea necesaria.

ACCIONES CIG



SECTOR EMPRESARIAL ORGANIZADO PIDE AL CONGRESO CONOCER REFORMAS

CACIF solicitó que, a la mayor brevedad, el Congreso de la República conozca la iniciativa de Ley No. 4974 de reformas a la Ley Electoral y de Partidos Políticos, la cual presentó el Tribunal Supremo Electoral. La petición fue realizada a fin de que se convoque pronto para discutir dicho proyecto.

Leer más...

ACTIVIDADES

Semana del 13 al 17 de julio

Lunes 13	Inauguración: Feria Alimentaria 2015. A las 7:30 horas en Salón Copán, Grand Tikal Futura Hotel.
Martes 14	Open House Programa Administrador de la Energía: La Eficiencia Energética el tesoro oculto en las empresas. A las 8:00 horas en nivel 16 de CIG.
Miércoles 15	Desayuno: Bienvenida de Nuevos Socios. A las 7:30 horas en nivel 16 de CIG.
Miércoles 15	Congreso de Restaurantes: Actualidad en Gestión de Restaurantes. A las 10:00 horas en 4to. nivel, Salón Kaminal Juyú, Grand Tikal Futura Hotel.
Jueves 16	Inauguración de FILGUA 2015. A las 18:00 horas en Salón Guatemala del Parque de la Industria.

Semana del 20 al 24 de julio

Miércoles 22	Logística de la Cadena de Suministros. De 8:30 a 11:30 horas en Auditorio de CIG, nivel 3.
Jueves 23	Asamblea General Ordinaria de Asociados. A las 18:00 horas en Auditorio de CIG, nivel 3.

Trabajar en equipo divide el trabajo y multiplica los resultados.

**Boletín Interno
Cámara de Industria de Guatemala**



¡Soy parte de CIG y me identifico con ella!

Forward this email

Boletín interno – 13 de julio

Calendario

Semana del 20 al 24 de julio
Semana del 27 al 31 de julio

¡ENTÉRATE!

Buenos días compañeros:

Te compartimos información de las actividades y acciones de nuestra Cámara de Industria.

¡Buen inicio de semana!

ACCIONES CIG



REFORMAS A LA LEY ELECTORAL Y DE PARTIDOS POLÍTICOS

Según Javier Zepeda, director ejecutivo *"Mas allá de solo la aprobación de la Ley Electoral y de Partidos Políticos, es importante hacer una revisión con los distintos sectores de manera rápida y ágil para que pese a la celeridad no se aprueben temas sin haber analizado previamente su conveniencia"*.

ACTIVIDADES

Semana del 20 al 24 de julio

Miércoles 22	Logística de la Cadena de Suministros. De 8:30 a 11:30 horas en Auditorio nivel 3 de CIG.
Miércoles 22	Foro Alcalde para Municipio de Mixco. A las 16:00 horas en Auditorio nivel 3 de CIG y será transmitido en directo por Guatevisión.
Jueves 23	Asamblea General Ordinaria de Asociados. A las 18:00 horas en Auditorio nivel 3 de CIG.

Semana del 27 al 31 de julio

Martes 28	Educación Financiera: "Conozca las ventajas de tener un fideicomiso". A las 8:30 horas en Auditorio nivel 3 de CIG.
Miércoles 29	Charla Cívico Educativa. A las 8:30 horas en nivel 14 edificio de CIG.

El que piensa positivo ve lo invisible, siente lo intangible y logra lo imposible.

**Boletín Interno
Cámara de Industria de Guatemala**



¡Soy parte de CIG y me identifico con ella!

Forward this email

Boletín interno – 20 de julio

Calendario

Semana del 27 al 31 de julio
Semana del 3 al 7 de agosto



Charlas Cívico Educativas

En el marco de las elecciones 2015, "Fíjate por quien votas", se realizarán los días 31 de julio, 3 y 4 de agosto, en el hotel Holiday Inn, en un horario de 08:00 a 12:00 Hrs.

Debes tomar en cuenta la fecha y horario previamente asignado por Recursos Humanos.



Seguridad Industrial y Salud Ocupacional

El 08 de agosto entrará en vigencia el nuevo reglamento sobre higiene y seguridad en el trabajo, que tiene por objeto regular las condiciones generales de Salud y Seguridad Ocupacional de los trabajadores.



Para dar inicio con la aplicación de dicho reglamento, conformaremos un comité de higiene y seguridad en el trabajo, en el cual se desarrollarán estrategias pertinentes para implementar acciones que contribuyan a conseguir ambientes saludables y seguros en el trabajo, para la prevención de enfermedades ocupacionales, atención de las necesidades específicas de los trabajadores y accidentes en el trabajo.



¡ENTÉRATE!

Buenos días compañeros:

Te compartimos información de las actividades y acciones de nuestra Cámara de Industria.

¡Buen inicio de semana!

ACCIONES CIG



NUEVA JUNTA DIRECTIVA

La nueva junta directiva quedó integrada de la siguiente manera:

- Oscar Emilio Castillo Montano, presidente
- Rudolf Walter Jacobs Ast, vicepresidente
- Otto Becker, tesorero
- Raúl Eduardo Bouscayrol, director
- Eduardo Alberto Girón Benford, director
- Roberto Zaid Zaid, director
- Luis Alfonso Bosch Chinchilla, director
- Juan Carlos Tefel Del Carmen, director
- Rodrigo Castillo Calderón, director
- Héctor Manuel Centeno Orantes, director
- Rodrigo Gabriel, director
- Enrique Segarra Martínez, director
- Javier Zepeda, director ejecutivo

ACTIVIDADES

Semana del 27 al 31 de julio

Martes 28	Educación Financiera: "Conozca las ventajas de tener un fideicomiso". A las 8:30 horas en Auditorio nivel 3 de CIG.
Martes 28	Celebración de cumpleaños de Julio. A las 10:30 horas en Salón de Emprendimiento 2, Lobby de CIG.
Martes 28	Inauguración Programa Administrador de la Energía. A las 17:30 horas en nivel 16 de CIG.
Miércoles 29	Charla Cívico Educativa para socios. A las 8:30 horas en nivel 14 edificio de CIG.
Jueves 30	Reunión informativa: Código de Vestimenta de CIG. A las 9:30 horas en Salón de Emprendimiento 2, Lobby de CIG.
Jueves 30	Foro Alcalde para Municipio de Villa Nueva. A las 16:00 horas en Auditorio nivel 3 de CIG y será transmitido en directo por Guatevisión.
Viernes 31	Charla cívico-educativa para colaboradores, en el marco de las elecciones 2015. A las 8:00 horas en Hotel Holiday Inn, 1ra. Avenida 13-22 Zona 10 / Primer grupo.

Semana del 3 al 7 de agosto

Lunes 3	Charla cívico-educativa para colaboradores, en el marco de las elecciones 2015. A las 8:00 horas en Hotel Holiday Inn, 1ra. Avenida 13-22 Zona 10 / Segundo Grupo.
Martes 4	Charla cívico-educativa para colaboradores, en el marco de las elecciones 2015. A las 8:00 horas en Hotel Holiday Inn, 1ra. Avenida 13-22 Zona 10 / Tercer grupo.
Martes 4	Inauguración 3er. Expo/Congreso de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional. A las 8:00 horas en Hotel Westin Camino Real.
Miércoles 5	Desayuno Informativo Gratuito: Facilitación de Comercio. A las 7:30 horas en Hotel Holiday Inn, Salón Las Artes, 3er Nivel, 1ª. Avenida 13-22 zona 10.
Jueves 6	Networking: Conozca las Ventajas de la Subcontratación. A las 18:00 horas en nivel 16 de CIG.

El éxito es la suma de pequeños esfuerzos repetidos un día sí y otro también. -Robert Collier.

Boletín Interno
Cámara de Industria de Guatemala



¡Soy parte de CIG y me identifico con ella!

oward this email

3.2.2. FORTALECER LA IDENTIDAD GRÁFICA DE CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA

Esta estrategia tiene como objetivo fortalecer la identidad gráfica de la institución a través de una guía práctica que describa el manejo adecuado de los diferentes elementos que la conforman.

3.2.2.1. ACCIONES:

- Se realizó un análisis de los usos que se le dan a la imagen de la institución.
- Se elaboró una propuesta de contenido del manual.
- Se obtuvo aprobación de contenido por parte de la Gerencia de Comunicación.
- Se elaboró el borrador de Manual de Marca.
- Este manual actualmente se queda como propuesta puesto que la institución está evaluando total de la imagen institucional.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Objetivo	Actividad	Responsable	Mayo				Junio				Julio					
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3			
Reestructurar el intranet corporativo	Revisión la información actual	Gabriela Yat, epesista														
	Convocar a reunión a los actores claves de la institución para evaluar la información actual y la propuesta de contenido	Gabriela Yat, epesista														
	Reunión con los actores claves de la institución	Gerentes y epesista														
	Asignación de responsables de actualización de la información	Gerentes y epesista														
	Propuesta de contenido	Epesista y los indicados por las gerencias														
Crear boletín electrónico interno	Reunión con Gerente de Comunicación y la Gerencia de RRHH para evaluar el contenido	Gabriela Yat, epesista														
	Se estableció la forma de recopilación de la información	Gerencia de Comunicación, Gerencia de RRHH y epesista														
	Determinación la periodicidad de envío en conjunto con RRHH	Gerencia de Comunicación, Gerencia de RRHH y epesista														
	Creación un formato de boletín	Gabriela Yat, epesista														
	Elaboración un ejemplo de boletín para aprobación	Gabriela Yat, epesista														
	Aprobación de boletín	Gerencia de Comunicación, Gerencia de RRHH y epesista														
	Envío de boletín a los colaboradores	Gabriela Yat, epesista														
Elaborar manual de marca	Evaluación información	Gabriela Yat, epesista														
	Elaboración borrador de contenido del manual	Gabriela Yat, epesista														

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Evaluación de Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): Yeni Cabrera Yat González
 Carné: 200016748
 Jefe o Encargado: Florencia María Reyes Tello
 Institución o Empresa: Cámara de Industria de Guatemala

No.	Items a calificar	Punteo 1 al 10
1	Presentación	10
2	Puntualidad	10
3	Conducta	10
4	Relaciones Interpersonales	10
5	Responsabilidad	10
6	Profesionalismo	10
7	Cumplimiento con los reglamentos internos de su institución	10

 Firma del Supervisor Docente



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): YENI GARCÍA YET GONZÁLEZ
 Carné: 2000163748
 Jefe o Encargado: FLOR DE MARÍA REYES
 Institución o Empresa: CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA
 Supervisor Docente: _____

No.	SEMANAS	HORAS PRACTICADAS							TOTAL HORAS	FIRMA Y SELLO DEL JEFE O ENCARGADO
		L	M	M	J	V	S			
1	Del: <u>7</u> al <u>8</u> Mes: <u>mayo</u>	0	0	0	0	0	0	12		
2	Del: <u>11</u> al <u>15</u> Mes: <u>mayo</u>	0	0	0	0	0	0	30		
3	Del: <u>18</u> al <u>22</u> Mes: <u>mayo</u>	0	0	0	0	0	0	30		
4	Del: <u>25</u> al <u>29</u> Mes: <u>mayo</u>	0	0	0	0	0	0	30		
5	Del: <u>1</u> al <u>5</u> Mes: <u>junio</u>	0	0	0	0	0	0	30		
TOTAL DE HORAS PRACTICADAS								132		

Firma del Supervisor Docente



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): YENI GABRIELA YAT BOHNER
 Carné: 200016748
 Jefe o Encargado: FLORE DE MARÍA REYES
 Institución o Empresa: CIENSA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA
 Supervisor Docente: _____

No.	SEMANAS	HORAS PRACTICADAS							TOTAL HORAS	FIRMA Y SELLO DEL JEFE O ENCARGADO
		L	M	M	J	V	S			
6	Del: 2 al 12 Mes: junio	6	6	6	6	6	-	30		
7	Del: 15 al 19 Mes: junio	6	6	6	6	6	-	30		
8	Del: 22 al 26 Mes: junio	6	6	6	6	6	-	30		
9	Del: 30 al 3 Mes: julio	6	-	6	6	6	-	24		
10	Del: 6 al 10 Mes: julio	6	6	6	6	6	-	30		
11	Del: 13 al 17 Mes: julio	6	6	6	6	6	-	30		
TOTAL DE HORAS PRACTICADAS								174		

Firma del Supervisor Docente

CONCLUSIONES

- El portal interno de Cámara de Industria de Guatemala “Intranet” representa una herramienta fundamental en la comunicación interna de la institución. Se puede aprovechar este recurso para facilitarle la labor a sus colaboradores, al mismo tiempo que puede prestar mejor servicio a sus socios en menor tiempo.
- Las gremiales no aprovechan los canales de comunicación existentes en la institución para poder dar a conocer información de interés para la industria o algún sector específico.
- Es importante contar con un manual de imagen corporativa ya que éste garantiza la cohesión en la comunicación visual de la entidad, al tener consistencia en su publicación permite el posicionamiento en la mente del público objetivo.

RECOMENDACIONES

- Se debe concientizar a los ejecutivos de gremiales para que utilicen y aprovechen los medios de comunicación existentes en Cámara de Industria de Guatemala, y poder dar a conocer información de sus proyectos, actividades tanto como gremio como de sus agremiados.
- Socializar el manual de marca elaborado durante el presente trabajo, la misma permitirá fortalecer la identidad gráfica de la institución.
- Es necesario restaurar la plataforma del portal interno, esta herramienta será de gran valor para los colaboradores.

GLOSARIO

1	Adscrito	Inscribir, contar entre lo que corresponde a alguien o algo
2	Alianzas	Acción de aliarse dos o más naciones, gobiernos o personas. Unión de cosas que concurren a un mismo fin.
3	Asociado	Persona o empresa que forma parte de una asociación o compañía.
4	Brief	Resumen donde se citan las características, metas y entorno, agrandes rasgos, de una empresa o producto. Nos permite conocer mejor al cliente y así tener un mejor panorama para realizar una planeación más efectiva.
5	Cámara empresarial	Asociación empresarial
6	Canal	Es el medio de transmisión por el que viajan las señales
7	Competitividad	Capacidad de competir. Rivalidad para la consecución de un fin.
8	Comunicado	Nota, declaración o parte que se comunica para conocimiento público.
9	Coyuntura	Combinación de factores y circunstancias que, para la decisión de un asunto importante, se presenta en una nación.
10	Credibilidad	Cualidad de creíble.
11	Diagnóstico	Que sirve para reconocer.
12	Dinamismo	Cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible.
13	Discursos	Razonamiento o exposición sobre algún tema que se lee o pronuncia en público.

14	Empresarialidad	Es la cultura empresarial, que permite desarrollar habilidades, actitudes y aptitudes que generan una mejora continua, un cambio positivo en la Organización, dando valor agregado y asegurando la sostenibilidad de los nuevas cosas en el largo Plazo, contribuye al crecimiento económico, al aumento de la productividad, al rejuvenecimiento de los tejidos socio-productivos, a la innovación y a la generación de nuevos puestos de trabajo,
15	Engranaje	Conjunto de ruedas dentadas y piezas que encajan entre sí y forman parte de un mecanismo o de una máquina.
16	Eslogan	El eslogan es una palabra o frase corta fácil de recordar, un lema original e impactante, a menudo se utiliza en la publicidad, la propaganda política, religiosa, etc. como frase identificativa y para formar confianza.
17	Espectador	Que presencia un espectáculo público, una ceremonia, una manifestación deportiva, etc.
18	Fidelización	Acción de fidelizar. Conseguir la fidelidad de un cliente, normalmente por medio de un buen trato, ofertas especiales, regalos, etc.
19	Fortalecimiento	Acción de fortalecer o fortalecerse.
20	Gremiales	Conjunto de personas que tienen un mismo ejercicio, profesión o estado social.
21	Imagen	Figura de una persona o cosa captada por el ojo, por un espejo, un aparato óptico, una placa fotográfica, etc., gracias a los rayos de luz que recibe y proyecta.
22	Imagen corporativa	Se refiere a cómo se percibe una compañía
23	Impulsar	Hacer que una cosa o persona se ponga en movimiento en una dirección o imprimirle más

		velocidad aplicándole una fuerza.
24	Instrumentos de recolección	Es cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información.
25	Integración	Se trata de la acción y efecto de integrar o integrarse (constituir un todo, completar un todo con las partes que faltaban o hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo).
26	Intranet	Red informática interna de una empresa u organismo, basada en los estándares de Internet, en la que las computadoras están conectadas a uno o varios servidores web.
27	ISO 9001:2008	Es la base del sistema de gestión de la calidad ya que es una norma internacional y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.
28	Logotipo	Símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.
29	Mail masivo	Es un método de comercialización masiva que produce resultados muy significativos
30	Marca	Es uno o el conjunto de signos distintivos de un producto o servicio en el mercado.
31	Modernidad	Conjunto de ideas, costumbres o usos que se consideran modernos o avanzados.
32	Mundo globalizado	El termino globalización se refiere a los cambios que han afectado al mundo en los últimos años debidos al desarrollo del comercio y las comunicaciones.

- 33 Networking Es una filosofía que consiste en el establecimiento de una red profesional de contactos que nos permite darnos a conocer a nosotros y a nuestro negocio, escuchar y aprender de los demás, encontrar posibles colaboradores, socios o inversores.
- 34 Observación Acción de observar o mirar algo o a alguien con mucha atención y detenimiento para adquirir algún conocimiento sobre su comportamiento o sus características.
- 35 Persuasivo Que es hábil y eficaz para persuadir.
- 36 Política de calidad Es un breve documento de una extensión no mayor a una hoja que se integra en el manual de calidad y que demuestra el compromiso de la dirección de implantar un sistema de gestión de la calidad orientado a la atención del cliente y a la mejora continua.
- 37 Portanombre Son personificadores o identificación, que tiene como función principal la de identificar y asignar, en el espacio donde este va colocado, al personaje, además de ser un apoyo para que los medios de comunicación puedan tomar minutos antes, los nombres de quienes asistirán al evento.
- 38 Posicionamiento Conjunto de todas las percepciones que existen en la mente de un consumidor respecto a una marca.
- 39 Promover Fomentar o favorecer la realización o el desarrollo de una cosa, iniciándola o activándola si se encuentra paralizada o detenida provisionalmente.

- 40 Reestructuración Modificar la manera en que está estructurada u organizada cierta cosa.
- 41 Relaciones públicas Actividad profesional que se ocupa de promover o prestigiar la imagen pública de una empresa o de una persona mediante el trato personal con diferentes personas o entidades. Persona que se dedica a esta actividad o profesión.
- 42 Rubro Conjunto de artículos, empresas o personas un mismo tipo o relacionados con determinada actividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Agostini, E. 2010. La Cultura Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica. Madrid, España.
- Capriotti, Paúl. 1992. La Imagen de Empresa, Estrategia para una comunicación integrada. España, Barcelona. Edita el Consejo Superior de Relaciones Públicas.
- Chaves, Norberto, 2001. El oficio de diseñar, Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- Costa, Joan. 2001. Identidad corporativa. México. Editorial Trillas.
- Dondis, Donis A., 2003. Sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. España. Editorial Gustavo Gili.
- Hernández Sampieri y otros. 2003. Metodología de la investigación. México. McGraw-Hill.
- Ruiz A. 2010. La Comunicación Oral en la Empresa. Madrid, España.
- Sanz, M. 2011. Identidad Corporativa, Claves de la Comunicación Empresarial. Madrid, España,
- Tamayo, Mario. 1991. El proceso de la investigación científica. México. Editorial Limusa.
- Wagner, Regina. 2009. 50 Años de Historia de Cámara de Industria de Guatemala.

EGRAFÍA

- <http://www.industriagate.com/quienes-somos>
- <http://industriagate.com/sites/default/files/docs/estatutos.pdf>
- http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO
- <http://www.gerencie.com/la-imagen-corporativa.html>
- <http://ocw.uni.edu.pe/ocw/facultad-de-ingenieria-industrial-y-sistemas/desarrollo-organizacional/Semana04-02.pdf>
- http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol20_4_09/aci041009.pdf
- <http://estatico.uned.ac.cr/paa/pdf/Materiales-autoev/10.pdf>

ANEXOS

Modelo de la encuesta



ENCUESTA SOBRE LA IMAGEN DE CIG

Como parte de Ejercicio de Práctica Supervisada de la Licenciatura en Ciencia de la Comunicación, se elaboró esta encuesta con el objetivo de recabar información para elaborar un diagnóstico acerca del uso de la imagen corporativa de Cámara de Industria de Guatemala.

Agradeceré puedan tomarse unos minutos de su valioso tiempo para poder responderla.

Saludos,

Gabriela Yat

*Obligatorio

¿Conoce la misión y visión de CIG? *

- Si
- No

¿Qué es lo primero que viene a su mente por Imagen Institucional? *

- Logotipo
- Colores
- Slogan
- Ninguna de las anteriores
- Todas las anteriores

¿Conoce el manual de marca de CIG? *

- Si
- No

¿Si tuviese que incluir el logotipo de CIG sabe cuál es la versión que actualmente se utiliza? *

- Si
- No

¿Sabe cómo utilizar adecuadamente el logotipo sin distorsionar la imagen? *

- Si
- No

¿Conoce el significado del logotipo de CIG? *

- Si
- No

¿Conoce la Política de Calidad? *

- Si
- No

Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

¿Se sabe el slogan de CIG? *

- Si
- No

¿Cuál cree que es la principal fortaleza de CIG? *

- Apoyo al sector industrial
- Constante capacitación a socios
- Respaldo político
- Representaciones
- Asesorías (ambientales, comercio exterior, legal, etc)
- Red de contactos
- Todas
- Ninguna

¿Conoce los colores de CIG? *

- Si
- No

¿Usted se identifica con los colores de CIG? *

- Si
- No

¿Qué le transmiten los colores de CIG? *

- Solidez
- Estabilidad
- Seguridad
- Frescura
- Transparencia
- Profundidad
- Lealtad
- Sabiduría
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

¿Usted cree que la imagen actual es adecuada para una institución como CIG? *

- Si
- No

¿Qué cree que deberíamos reflejar a través de la imagen institucional? *

Enviar

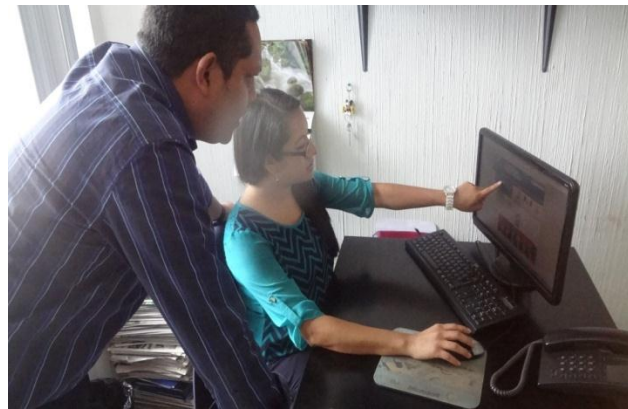
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Fuente: Gabriela Yat / Febrero 2015

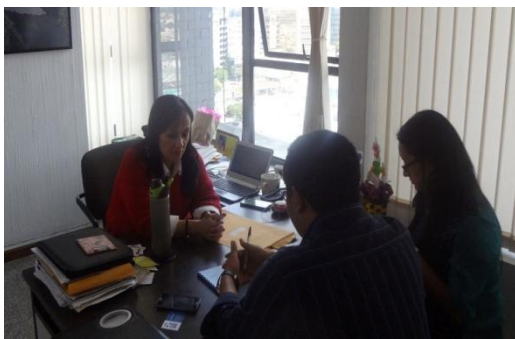
Visita de Supervisión



Lic. Fernando Flores, supervisor EPS;
Gabriela Yat, epesista; Flor de Maria Reyes,
Gerente de Comunicación de CIG



Lic. Fernando Flores, supervisor EPS; y
Gabriela Yat, epesista;



Flor de Maria Reyes, Gerente de
Comunicación de CIG; Lic. Fernando Flores,
supervisor EPS; y Gabriela Yat, epesista



Flor de Maria Reyes, Gerente de Comunicación
de CIG; Lic. Fernando Flores, supervisor EPS; y
Gabriela Yat, epesista

Reunión con Diseñadora para elaboración de Manual de imagen



Ana Lucía Granados, diseñadora y Gabriela Yat, epeista



Ana Lucía Granados, diseñadora y Gabriela Yat, epeista

Reunión con Gerente de Comunicación



Flor de María Reyes, Gerente de Comunicación de CIG y Gabriela Yat, epeista



Flor de María Reyes, Gerente de Comunicación de CIG y Gabriela Yat, epeista

Entrega de Manual de Marca a la Gerencia de Comunicación



Manual de Marca de Cámara de Industria de Guatemala



Flor de María Reyes, Gerente de Comunicación de CIG y Gabriela Yat, epesista



Introducción



El presente documento representa una referencia y guía práctica de normas básicas para el correcto uso y la unificación de los elementos gráficos que conforman la imagen de Cámara de Industria de Guatemala (CIG).

La identidad corporativa es lo que permite a una marca ser reconocida por sus clientes, la misma está conformada por el nombre y la imagen de la institución, por ello es importante contar con un manual de marca que contenga los lineamientos básicos para el correcto uso de la imagen.

Por tanto, este manual representa una herramienta indispensable y de obligada aplicación de los elementos que en la misma se definen. Cualquier uso de los elementos de forma diferente a la expresada en este manual, será considerada como incorrecta.

Este manual de marca tiene como objetivo principal aclarar las dudas sobre el correcto uso de la imagen de Cámara de Industria de Guatemala en distintos proyectos gráficos. Para ello, se detallará información sobre la composición de la imagen, sus usos correctos e incorrectos, distintas versiones, aplicaciones, colores corporativos, calidades de vinculación, tipografías y aplicaciones de piezas gráficas principales.

3

Índice



I. Presentación	2
II. Introducción	3
III. Logotipo	6
/ Significado de logotipo	7
/ Pantone	8
/ Tipografía	9
/ Aplicación logo vertical	10
/ Aplicación logo horizontal	11
/ Espacios línea de base	12
/ Uso de color aplicación logo vertical	13
/ Uso de color aplicación logo horizontal	14
/ Ejemplos incorrectos de aplicación vertical	15
/ Ejemplos incorrectos de aplicación horizontal	16
/ Ejemplos aplicación logo con patrocinio	17
/ Ejemplos aplicación en áreas promocionales	18
/ Ejemplo de aplicación en back panel multilogos	19
IV. Material Institucional	20
/ Papel membretado	20
/ Sobre membretado	21
/ Tarjeta de presentación	22
/ Plantilla para presentaciones en power point	23
/ Plantilla para CD	24
/ Comunicados de prensa	25
/ Firma electrónica	26

4

Índice



V. Aplicación para Gremiales	27
✓ Aplicación con logotipo de gremiales	28
VI. Material Institucional	28
✓ Hoja membretada	29
✓ Sobre membretado	30
✓ Tarjeta de presentación	31
✓ Plantilla para presentación en power point	32
✓ Ejemplo de aplicación en banner	33
✓ Ejemplo de aplicación en back panel multilogos	34
✓ Material Impreso o digital	35
✓ Portada de revistas	36
✓ Paño en revistas	37
✓ Publicaciones en prensa	38
✓ Invitaciones a eventos	39
✓ Diseños de afiches	40

5

Logotipo



6

Significado de logotipo



Los engranajes representan la fuerza de la industria: unión, trabajo en equipo, progreso y desarrollo.

La tipografía es moderna y la connota la solidez de la industria por sus esquinas puntiaguda.

Azul: Representa la solidez, estabilidad, profundidad, lealtad y sabiduría.

Blanco: Seguridad, transparencia, frescura y limpieza.

7

Pantone

**Pantone
300 C**

C:100 M:62 Y:7 K:1
R:0 G:93 B:185
#006699

**Pantone
301 C**

C:100 M:52 Y:27 K:12
R:0 G:74 B:138
#004688



8

Tipografía

Tipografía CIG: Helvetica Neue

a b c d e f g h i j k l m
n 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 O P Q R S T U V
W X Y Z

Tipografía CAMARA DE INDUSTRIA DE
GUATEMALA: Helvetica Neue Condense
Black

a b c d e f g h i j k l m n 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 O P Q R S T U V W X Y Z

Versión
logo Vertical



Versión
logo horizontal



11

Espacios
libres de texto

La letra C del isotipo (CIG) será la referencia para mantener los espacios libres de contaminación de textos y objetos conforme al tamaño proporcional del logo.



12

Uso de color
Aplicación
logo vertical



13

Uso de color
Aplicación
logo horizontal



14

**Ejemplos
incorrectos
de aplicación
vertical**



Cambio de Posición
de los elementos



Cambio de Posición
de los elementos



Distorsión
horizontal



Cambio de Posición
de los elementos



Cambio de
Colores



Distorsión
Vertical

**Ejemplos
incorrectos
de aplicación
horizontal**



Cambio de Posición
de los elementos



Cambio de Posición
de los elementos



Distorsión
horizontal



Cambio de Posición
de los elementos



Cambio de
Colores



Distorsión
Vertical

Ejemplos
aplicación
logo con
patrocinio



17

Ejemplos
Aplicación
en artes
promocionales
con otro
logotipo



Coordinador de aplicación
CIG
CIG
CIG



18

Ejemplo Aplicación back panel multilogos con otro logotipo

El back panel es colocado detrás de la mesa principal de una conferencia de prensa. El objetivo que sea multilogos es que de cualquier ángulo que capten la fotografía se vea la imagen de la institución.



19

Material institucional

Papel membretado

El logotipo de CIG siempre debe ir ubicado centrado en la parte superior del formato, bajo un cintillo de 1 pulgada de ancho. El ancho del logotipo deberá ser de 1 pulgada de ancho.

En el fondo de la hoja siempre deberá ir la imagen de las líneas curvas en un pentone 301 C, con un 10% de opacidad.

La información de contacto deberá ir centrada, al pie de la hoja, con un margen inferior de 1/4 de pulgada. Con tipografía Welkwy Bold, tamaño 12, en pentone 301C.



20

Material institucional

Sobre membretado

El logotipo de CIG siempre debe ir ubicado en la esquina inferior derecha del formato. El ancho de logotipo deberá ser de 1 pulgada de ancho, conservando un margen superior izquierdo de ¼ de pulgada.

En el fondo del sobre siempre deberá ir la imagen de las líneas curvas en un Pantone 301C, con un 10% de opacidad.

La información de contacto deberá ir alineada en la esquina inferior izquierda, al pie del sobre, con un margen inferior de ¼ de pulgada. Con tipografía Trebuchet MS, tamaño 10, en pantone 301C.



21

Material institucional

Tarjeta de presentación

El logotipo de CIG siempre debe ir ubicado en la esquina inferior derecha del formato. El ancho de logotipo deberá ser de 1 pulgada de ancho, conservando un margen superior izquierdo de ¼ de pulgada.

Del lado izquierdo de la tarjeta, sobre un fondo Pantone 301C con la líneas curvas en Pantone 300C, debe ir con los datos y la información, alineados al lado izquierdo dejando ¼ de pulgada de margen azul, con tipografía Arial, en color blanco.

El bloque de texto deberá ir centrado sobre el eje horizontal, al igual que el logotipo de CIG.



22

Ejemplo aplicación plantillas power point

El logotipo de CIG siempre debe ir ubicado en la esquina superior izquierda, con una proporción de 100 píxeles de ancho y con un margen superior izquierdo de 25 píxeles.

En la parte inferior deberá ir un cintillo donde se encuentre la información de contacto con tipografía Walkway Bold, tamaño 12.



23

Ejemplo Aplicación plantillas para CD

El logotipo de CIG siempre deberá ir ubicado en la esquina superior izquierda, con una proporción de 100 píxeles de ancho y con un margen superior e izquierdo de 25 píxeles.

El logotipo de la gremial deberá ir situado a su derecha inmediata, con una proporción del 75% en relación al logotipo de CIG. El espacio entre ambos logotipos debe corresponder al ancho de la letra «C» en el logotipo de CIG.

En la parte inferior deberá ir un cintillo donde se encuentre la información de contacto con tipografía Walkway Bold, tamaño 12.



24

Ejemplo Aplicación comunicados de prensa

Comunicado de prensa

El logotipo de CIG siempre debe ir ubicado centrado en la parte superior del formato. El ancho del logotipo deberá ser de 1 pulgada de ancho.



SON LOS RESULTADOS DE LA PRIMERA VUELTA DEL PROCESO ELECTORAL 2015

MANIFIESTA:

- La alta directiva corporativa guatemalteca por haber hecho fehacientemente a las urnas transparentes, de forma íntegra y pacífica, demostrando una vez más su alto nivel de formación y los altos niveles de transparencia y calidad que caracterizan al sector empresarial guatemalteco.
- Condena los actos de violencia perpetrados por grupos armados de personas ajenas al proceso electoral, manifestando la alta calidad de formación profesional y ética de los guatemaltecos, quienes por su educación, preparación y valores de independencia se comprometen con estos valores éticos y valores que caracterizan al sector empresarial guatemalteco.
- Reitera su compromiso con el sector público, su diálogo y colaboración con el sector gubernamental y con el sector privado, así como su compromiso con la sociedad guatemalteca y con el desarrollo de la industria guatemalteca.
- Finalmente, reitera a todos los guatemaltecos y extranjeros que forman parte del sector empresarial guatemalteco su compromiso y solidaridad en este proceso electoral, manifestando su apoyo a la legitimidad del proceso electoral 2015.

Foro más competitivos en línea

Guatemala, 15 de septiembre de 2015

25

Ejemplo Aplicación firma electrónica

Firma electrónica para e-mail

El logotipo de CIG siempre debe ir ubicado en la parte inferior del logotipo, con el nombre, puesto, teléfono, extensión del colaborador.

Así como la información de página web y redes sociales.

CIG CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA
 Dirección: Av. 14 de Septiembre, Guatemala
 @indusiguatema
 www.indusiguatema.com

YENI GABRIELA YAT
 COORDINADORA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS
 (+502) 2448-9000 / Ext. 100 / yyat@indusiguatema.com

FORO DE COMPETITIVIDAD MICHAMÉRICA
 www.foromichamerica.com
 @foromichamerica
 #foromichamerica

Oficina de Guatemala, Guatemala
 del 14 al 18 de noviembre de 2015

26



Aplicación para **GREMIALES**

27

Aplicación logo gremiales

El logo de la gremial no deberá pasar del 90% del tamaño del logotipo de CIG.

El espacio entre los dos logotipos debe corresponder siempre al ancho de la "C" en el logotipo de CIG.



28

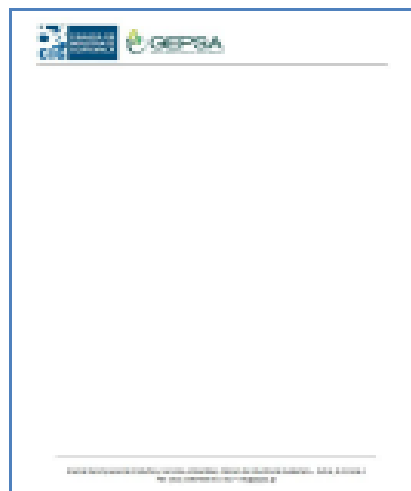
Material institucional

Papel membretado

El logotipo de CIG siempre debe ir ubicado en la esquina superior derecha, con una proporción del 100%.

El logotipo de la gremial deberá ir situado en la esquina superior izquierda, con una proporción del 75% en relación al logotipo de CIG.

En la parte inferior de la hoja se encuentra el nombre de la gremial y los datos de contacto de la misma, con tipografía Trebuchet MS, tamaño 10.



29

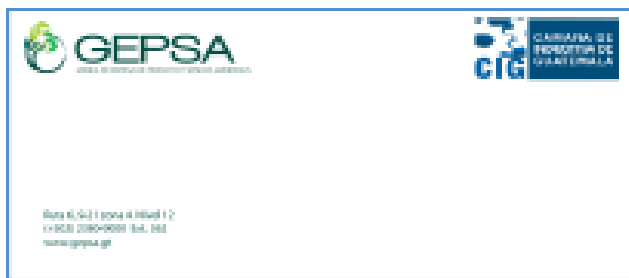
Material institucional

Sobre membretado

El logotipo de CIG siempre debe ir ubicado en la esquina superior derecha, con una proporción del 100%.

El logotipo de la gremial deberá ir situado en la esquina superior izquierda, con una proporción del 75% en relación al logotipo de CIG.

La información de contacto deberá ir centrada al pie del sobre, con un margen inferior de 1/4 de pulgada. Con tipografía Trebuchet MS, tamaño 10, en pantone 301 C.



30

Material institucional

Tarjeta de presentación

El logotipo de CIG siempre debe ir ubicado en la esquina superior izquierda, con una proporción del 100%.

El logotipo de la gremial deberá ir situado en la esquina superior derecha, con una proporción del 75% en relación al logotipo de CIG.

La información de contacto deberá ir alineada a la derecha con un margen inferior de 1/4 de pulgada. Con tipografía Trebuchet MS, tamaño 10.



31

Ejemplo Aplicación plantillas power point

El logotipo de CIG siempre deberá ir ubicado en la esquina superior izquierda, con una proporción de 100 píxeles de ancho y con un margen superior e izquierdo de 25 píxeles.

El logotipo de la gremial deberá ir situado a su derecha inmediata, con una proporción del 75% en relación al logotipo de CIG. El espacio entre ambos logotipos debe corresponder al ancho de la letra «C» en el logotipo de CIG.

En la parte inferior deberá ir un círculo donde se encuentre la información de contacto con tipografía Wellwey Gold, tamaño 12.



32

Ejemplo Aplicación banner

El logotipo de CIG siempre deberá ir ubicado en la esquina superior izquierda, con una proporción de 100 píxeles de ancho y con un margen superior e izquierdo de 25 píxeles.

El logotipo de la gremial deberá ir situado a su derecha inmediata, con una proporción del 75% en relación al logotipo de CIG. El espacio entre ambos logotipos debe corresponder al ancho de la letra «C» en el logotipo de CIG.

En la parte inferior deberá ir un círculo donde se encuentra la información de contacto con tipografía **Walkway Bold**, tamaño 12.



33

Ejemplo Aplicación back panel

El logotipo de CIG siempre deberá ir ubicado en la esquina superior izquierda, con una proporción de 100 píxeles de ancho y con un margen superior e izquierdo de 25 píxeles.

El logotipo de la gremial deberá ir situado a su derecha inmediata, con una proporción del 75% en relación al logotipo de CIG. El espacio entre ambos logotipos debe corresponder al ancho de la letra «C» en el logotipo de CIG.

En la parte inferior deberá ir un círculo donde se encuentra la información de contacto con tipografía **Walkway Bold**, tamaño 12.



34

Material Impreso o digital

Portada de revista o suplementos

El logotipo de la gremial deberá ir situado a la derecha inmediata del logotipo de CIQ, con una proporción del 75% en relación a este último.

El espacio entre ambos logotipos debe corresponder al ancho de la letra "C" en el logotipo de CIQ.

La ubicación de los logotipos dentro del arte o publicación queda a discreción, dependiendo del contenido.



36

Material impreso

Pausa en revista

El logotipo de la gremial deberá ir situado a la derecha inmediata del logotipo de CIQ, con una proporción del 75% en relación a este último.

El espacio entre ambos logotipos debe corresponder al ancho de la letra "C" en el logotipo de CIQ.

La ubicación de los logotipos dentro del arte o publicación queda a discreción, dependiendo del contenido.



36

Material impreso

Publicaciones en prensa

El logotipo de la gremial deberá ir situado a la derecha inmediata del logotipo de CIG, con una proporción del 75% en relación a este último.

El espacio entre ambos logotipos debe corresponder al ancho de la letra "C" en el logotipo de CIG.

La ubicación de los logotipos dentro del arte o publicación queda a discreción, dependiendo del contenido.



37

Material impreso

Invitación a eventos

El logotipo de la gremial deberá ir situado a la derecha inmediata del logotipo de CIG, con una proporción del 75% en relación a este último.

El espacio entre ambos logotipos debe corresponder al ancho de la letra "C" en el logotipo de CIG.

La ubicación de los logotipos dentro del arte o publicación queda a discreción, dependiendo del contenido.



38

Material impreso

Diseño de afiches

El logotipo de la gremial deberá ir situado a la derecha del logotipo de CIG, con una proporción del 75% en relación a este último.

La ubicación de los logotipos dentro del arte o publicación queda a discreción, dependiendo del contenido.



39



Manual DE MARCA

40