

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	HOJA DE RESUMEN	Página	1/168

## RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR:

NOMBRE: RUBY ALEJANDRA      APELLIDOS: SALAMANCA PINTO

FACULTAD: EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR:

NOMBRE: ERICKA ALEJANDRA      APELLIDOS: MALDONADO ESTEVEZ

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER.

RESUMEN:

La Identidad corporativa es un intangible esencial en toda empresa, esta define la personalidad de la organización y determina unos parámetros diferenciadores que le permiten competir en el mercado laboral. La identidad ha jugado un papel importante en las dinámicas sociales del ser humano, optimizando la comunicación entre semejantes y a la vez acentuando la competencia entre sí, de igual forma se evidencia en las universidades la importancia de crear y gestionar sistemas de identidad que permitan generar una imagen satisfactoria de la institución, resaltando sus valores y propuestas académicas.

PALABRAS CLAVE: IDENTIDAD CORPORATIVA, AMBIENTAL, VISUAL, OBJETUAL, CULTURA ORGANIZACIONAL.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 168      PLANOS: 0      ILUSTRACIONES: 35      CD ROOM: 1

ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE  
PAULA SANTANDER

RUBY ALEJANDRA SALAMANCA PINTO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2016

ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE  
PAULA SANTANDER

RUBY ALEJANDRA SALAMANCA PINTO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de Comunicadora Social

Director

ERICKA ALEJANDRA MALDONADO ESTEVEZ

Comunicadora Social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2016



*ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL*

*FECHA: San José de Cúcuta, 17 de Diciembre de 2015*

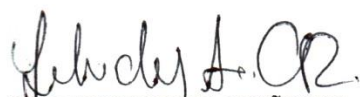
*HORA: 14:00 horas*

*LUGAR: Sala 4 del CREAD*

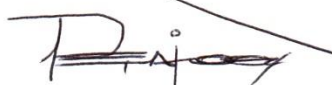
*TITULO: "ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA UNIVERSIDAD  
FRANCISCO DE PAULA SANTANDER"*

Director (a): **ERIKA ALEJANDRA MALDONADO**  
Comunicador Social

<i>NOMBRE DEL ESTUDIANTE</i>	<i>CÓDIGO</i>	<i>CALIFICACION</i>	<i>A.M.L</i>
<i>RUBY ALEJANDRA SALAMANCA PINTO</i>	<i>1330300</i>	<i>4.5</i>	<i>MERITORIA</i>

  
YORLANDY ANDREA QUIÑONEZ

  
CAROLINA GARCÍA PINO

  
FELIX LOZANO CARDENAS

  
FELIX JOAQUIN LOZANO CARDENAS  
Coordinador Comité Curricular  
Plan de Estudio Comunicación Social

## Tabla de contenido

	Pág.
Introducción .....	11
1. Descripción del problema.....	14
1.1. Título .....	14
1.2. Planteamiento del problema.....	14
1.3. Formulación del problema .....	15
1.4. Objetivos .....	15
1.4.1. Objetivo general.....	15
1.4.2. Objetivos específicos.....	15
1.5. Justificación.....	15
2. Marco referencial.....	18
2.1. Antecedentes .....	18
2.2. Marco teórico y conceptual.....	23
2.2.1. Comunicación corporativa.....	23
2.2.2. Origen del término identidad.....	27
2.2.3. Identidad corporativa.....	30
2.2.4. Enfoques de la identidad corporativa.....	31
2.2.4.1. Enfoque organizacional.....	31
2.2.4.2. Características principales.....	32
2.2.5. Identidad visual.....	33
2.2.6. Implicación de la experiencia sensorial del ser en la construcción de la identidad.....	39
2.2.7. Estructura de la marca.....	43

2.2.8.	Imagen corporativa. ....	47
2.3.	Marco contextual.....	47
2.3.1.	Historia.....	48
2.3.1.1.	Misión.....	50
2.3.1.2.	Visión. ....	50
2.3.2.	Contexto económico. ....	50
2.3.3.	Elementos corporativos.....	52
2.3.3.1.	Logo. ....	52
2.3.3.2.	Bandera.....	53
2.3.3.3.	Himno.....	54
2.3.3.4.	Imagen corporativa.....	54
3.	Marco metodológico.....	56
3.1.	Método de investigación .....	56
3.2.	Universo y muestra.....	56
3.2.1.	Muestra. ....	57
3.2.2.	Fuentes y procedimientos para la recolección de la información. ....	58
3.2.3.	Variables e indicadores. ....	59
3.2.4.	Entrevista semiestructurada. ....	60
4.	Análisis de la identidad corporativa de la Universidad Francisco de Paula Santander .....	61
4.1.	Caracterización de la identidad institucional .....	61
4.1.1.	Identidad visual. ....	61
4.1.2.	Identidad verbal y cultural. ....	67
4.1.3.	Identidad ambiental.....	70

4.2. Percepción de la identidad de la UFPS a partir de los estudiantes de la Facultad	
Educación, Artes y Humanidades .....	71
4.2.1. Identidad visual.....	82
4.2.2. Identidad verbal.....	88
4.2.3. Identidad visual.....	91
4.2.4. Identidad ambiental.....	94
5. Identidad corporativa y percepción .....	98
5.1. Identidad cultural.....	100
5.2. Identidad visual .....	107
5.3. Identidad verbal.....	112
5.4. Identidad objetual.....	114
5.5. Identidad ambiental .....	116
Conclusiones.....	121
Recomendaciones .....	124
Referencias.....	126
Anexo 1 .....	128
Anexo 2.....	134
Anexo 3.....	135
Anexo 4.....	136
Anexo 5.....	138
Anexo 6.....	150