

Agilización de procesos de gestión de marca dentro de las empresas Cemex y Decameron mediante la implementación de una plantilla y una guía.

Autores:

Raul manuel Arias Labrador

Santiago Alberto Rentería Blandón

Directora:

Lisbet Angelica Riveros Vanegas

Docente Facultad de Diseño Gráfico

Universidad Santo Tomás

2024

### **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo de grado a nuestros padres Ana Maria Blandon, Ariel Arias, libardo Rentería y Marta Labrador, a nuestros hermanos Andres Rentería, Maria Isabel Arias y Raquel Sofia por siempre apoyarnos emocionalmente para seguir adelante en todo momento y prestarnos una mano en más de una ocasión.

A nuestros seres querido, amigos y compañeros de carrera que siempre estuvieron dispuestos a brindarnos compañía o ayuda para poder lograr alcanzar la meta y por último, a nosotros mismos, por mantener nuestra amistad con el paso de los años, logrando apoyarnos mutuamente a lo largo de toda la carrera y en la vida.

### **Agradecimientos**

Agradecemos la Universidad Santo Tomás y a nuestros profesores por todo el conocimientos que nos transmitieron en el transcurso de la carrera y a las empresas Cemex y Decameron por permitirnos desarrollar nuestros periodos de prácticas profesionales y brindarnos la oportunidad de aprender en un entorno amigable del mundo laboral

## Tabla de Contenido

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Lista de anexos.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>Lista de Figuras:.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>Resumen:.....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>Abstract:.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>Palabras clave:.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>1. Introducción.....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>2. Planteamiento del problema:.....</b>  | <b>8</b>  |
| 2.1. Pregunta de investigación:.....  | 9         |
| 2.2. Objetivo:.....   | 9         |
| <b>3. Justificación.....</b>  | <b>9</b>  |
| <b>4. Diseño metodológico.....</b>  | <b>10</b> |
| 4.1. Sobre la experiencia a sistematizar.....   | 12        |
| 4.2. Sobre el plan de sistematización.....  | 14        |
| <b>5. Plazos y cronograma de la recopilación de experiencia a modo de diario de campo...16</b>  |           |
| <b>6. Análisis de experiencia. Aprendizaje Significativo Propuesta proyectual y Tema de reflexión y discusiones académicas basado en el análisis de la experiencia y la propuesta que sale de la misma.....</b> | <b>17</b> |
| <b>7. Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo o del aprendizaje significativo, (metodología en el desarrollo del prototipo) evidencias del proceso para la generación de la propuesta.....</b>     | <b>18</b> |
| <b>8. Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia, al igual que la relación con los autores y referencias consultadas.....</b>   | <b>21</b> |
| <b>9. Conclusiones.....</b>   | <b>24</b> |
| <b>10. Referencias Bibliográficas.....</b>  | <b>25</b> |
| <b>11. Anexos.....</b>  | <b>26</b> |

## Lista de anexos

Anexo 1: Cronograma del primer mes (Cemex)

Anexo 2: Cronograma del primer mes (Multivacaciones)

Anexo 3: Cronograma del segundo mes (Cemex)

Anexo 4: Cronograma del segundo mes (Multivacaciones)

Anexo 5: Comparación entre una slide de una presentación previa a la intervención por parte del practicante e implementación del manual y el después

Anexo 6: Comparación entre un landing y la propuesta presentada por el practicante

Anexo 7: Transcripción audio respuesta a propuesta por parte de colegas

Anexo 8: Manual de marca de decameron, cemex y submarcas

## Lista de Figuras:

Figura 1: Esquema Design thinking

Figura 2: Prototipo #1 Cemex y Regenera

Figura 3: Prototipo #1 Vertua y Futuro en Acción

Figura 4: Prototipo #1 Multivacaciones

Figura 5: Prototipo #2 Cemex

Figura 6: Prototipo #2 Vertua

Figura 7: Prototipo #2 Regenera y Futuro en Acción

Figura 8: Prototipo #2 Multivacaciones

## Resumen:

El presente informe de sistematización tiene como propósito de agilizar los procesos de creación de piezas y adaptación de un futuro practicante, desde la práctica profesional del periodo 2024-1 por dos estudiantes de Diseño gráfico de la Universidad Santo Tomás en las compañías Cemex Colombia y Decameron Multivacaciones con el desarrollo de una propuesta de plantilla y de una guía.

Las propuestas creadas en esta sistematización se desarrollan principalmente alrededor del concepto de gestión de marca y parten de la necesidad identificada por los autores en el desarrollo de sus prácticas, por lo que una vez desarrollado un

prototipo se presentó a las empresas con el objetivo de que en un futuro puedan ser aplicados o tomadas como base para la agilización de procesos

Abstract:

The purpose of this systematization report is to streamline the processes of creation of pieces and adaptation of a future intern, from the professional practice of the period 2024-1 by two students of Graphic Design at the University of Santo Tomas in the companies Cemex Colombia and Decameron Multivacaciones with the development of a template proposal and a guide.

The proposals created in this systematization are mainly developed around the concept of brand management and are based on the need identified by the authors in the development of their practices, so once a prototype was developed, it was presented to the companies with the aim that in the future they can be applied or taken as a basis for streamlining processes.

Palabras clave:

Gestión de marca, agilización de procesos, branding

## 1. Introducción

Al ser una sistematización realizada por dos individuos, se presentarán los dos casos específicos dentro de cada empresa, para así identificar un hilo conductor logrando la formulación de una pregunta problema que logre englobar las problemáticas identificadas en cada empresa.

CEMEX es una compañía global de materiales para la industria de la construcción que ofrece productos de alta calidad y servicios confiables a clientes y comunidades en América, Europa, África, Medio Oriente y Asia. (Acerca de la empresa de cemento CEMEX, 2024) el continente de América se encuentran divididos por regiones, y la región SCA&C (Sur y Centroamérica y Caribe) es la que se encuentra el país de Colombia, la práctica laboral se realizó en el área de comunicaciones y principalmente respondió al sector colombiano, existiendo ciertas excepciones. Dentro de la empresa, al momento de realizar sus prácticas, uno de los autores estuvo inmerso en el proceso de creación de diferentes piezas audiovisuales, logrando identificar una oportunidad de mejora para la “gestión de marca”, que busca agilizar el proceso de elaboración de piezas y lograr mantener una correcta identidad gráfica.

Para crear un hilo conductor, es necesario primero identificar ambos casos, por lo que a continuación se presenta el segundo proceso de práctica tenido en cuenta para la realización del documento

Decameron es una cadena hotelera Colombiana conocida por sus servicios de “todo incluido”, cuenta con 30 hoteles a lo largo de Latinoamérica, la empresa se divide por vicepresidencias que controlan todos los apartados que la componen, en concreto la práctica laboral se está realizando en la vicepresidencia de multivacaciones en el área de mercadeo. Multivacaciones Decameron “Es el Programa Vacacional de la cadena hotelera Decameron All Inclusive Hotels & Resorts que le permite a sus afiliados disfrutar de beneficios exclusivos y vacacionar en los más de 30 hoteles ubicados en 9 países, así como en hoteles afiliados” Preguntas Frecuentes (2024). Al ser una empresa con alianzas por múltiples países debido a su carácter vacacional dio la oportunidad al practicante de realizar vídeos, piezas y montajes para países como Ecuador, Perú, El Salvador o Panamá; Sin embargo debido a la mayor cantidad de

destinos ubicados en Colombia, la mayor parte de los proyectos realizados fueron enfocados en el presente país.

Debido a la Vicepresidencia en la que se encuentra ubicado el practicante pudo identificar con la colaboración de su jefe directa que Multivacaciones tenía la oportunidad de mejorar su visibilidad como un área distinta a Decameron teniendo así su propia identidad, empleando esta nueva identidad en un proyecto llamado educando al afiliado en donde se busca facilitar la comprensión de qué es multivacaciones para los antiguos y nuevos afiliados.

Dentro del requerimiento específico de ambas empresas es necesario trazar un punto en común. La necesidad de una correcta gestión de marca (por parte de Cemex) al igual que la obligación resaltar una percepción diferente a la marca principal partiendo de la identidad (por parte de Decameron) generan un punto de partida: la importancia de la identidad de marca y su correcta gestión para la imagen de una empresa.

Durante el proceso de práctica, al estar inmersos en el desarrollo de las piezas teniendo en cuenta durante el proceso que según Zatoryi, M. (2002) una pieza debe “funcionar como medio de conversación (útil, ágil, lindo) como medio de protección y también frecuentemente como medio de jerarquización” lo que se traduce en una correcta comunicación visual, con esto en mente los autores plantearon una oportunidad de mejora para la gestión de todo el proceso de elaboración de una pieza, buscando *ser muy consciente de cada detalle que se va a tener en cuenta*. Suárez Rosito, F. (2020)

El autor Ausubel (1983) establece que “El aprendizaje significativo ocurre cuando una nueva información "se conecta" con un concepto relevante ("subsuntor") pre-existente en la estructura cognitiva, esto implica que, las nuevas ideas, conceptos y proposiciones pueden ser aprendidos significativamente en la medida en que otras ideas, conceptos o proposiciones relevantes estén adecuadamente claras y disponibles en la estructura cognitiva del individuo y que funcionen como un punto de "anclaje" a las primeras.”

En este caso puntual el concepto se ve guiado por la necesidad de recalcar la identidad de las empresas a lo largo de los diferentes procesos, sabiendo la importancia de una

identidad gracias al estudio previo de la identidad de marca dentro del periodo de estudio. Teniendo en cuenta esto, se propone que debería existir un control de estas piezas y del proceso de adaptación de los practicantes para agilizar el proceso y lograr una correcta gestión. Se plantea una plantilla por la que tengan que pasar las piezas en la que se revisen las diferentes características principales y una guía enfocada en la identidad para el próximo practicante.

## 2. Planteamiento del problema:

El diseño, según Costa (2008) “Sirve para hacer el mundo más inteligible, para mejorar la vida de las personas y para hacer más comprensible nuestro entorno, entre otras cosas. En última instancia, el diseño es una poderosa herramienta de comunicación”. Al ser una herramienta cuyo objetivo es una correcta comunicación, es necesario un buen diseño para lograr este cometido. Si dentro de una empresa, aún más si es una empresa internacional, no hay un buen proceso de evaluación siguiendo las diferentes normas establecidas por el manual de marca, se rompe con la identidad planteada por este mismo y puede generar la necesidad de mayor tiempo para el proceso de una pieza.

A todo este proceso se le suele nombrar “gestión de marca” y su objetivo específico según Chavez, N y Belluccia, R. (2003) es: de una gestión profesionalizada de los signos identificadores o marcas corporativas es la eliminación o máxima reducción de los riesgos. Tomándose como riesgo el caso de que los signos no satisfagan los requisitos planteados por el perfil y las condiciones de comunicación de la organización concreta en todos sus usos.

Sumado a esto, se recalca la importancia de mantener este objetivo sin importar lo tedioso que pueda llegar a ser ya que según Suárez (2020) “la gestión de la marca conlleva un proceso largo. Se tiene que ser muy consciente de cada detalle que vas a añadir a tu marca y tiene que estar justificado” por lo que es necesario plantear unas bases para una correcta gestión y lograr hacer de este proceso más rápido y sencillo. Ya que, sin negar la importancia del diseño, la mayoría de gente no diseñadora ve esta

gestión y la identidad sólo como un extra para hacer que se vean “lindas” las piezas y no llegan a ver todo el trasfondo comunicativo que implica una identidad y una gestión de marca.

En el contexto de las marcas Cemex y Multivacaciones Decameron, es importante aclarar que la mayor problemática no es el hecho de no tener identidad gráfica definida, pues ambas empresas cuentan con un manual propio, sino que es la necesidad de que el manual sea aplicado para así cumplir con el propósito principal de las marcas, que según Maza, Guamán, Benítez y Solís (2020) es cuando “cumplen con ciertas características como: transmitir atributos y valores descubiertos por los insights (verdad interna), que forman y consolidan la personalidad de una marca”. Podemos observar que las características que forman la identidad y reputación de una empresa son más que elementos gráficos, se necesita transmitir las cualidades que quiere representar la marca para que su público tanto general como específico lo logren identificar.

#### 2.1. Pregunta de investigación:

¿Qué elementos de diseño tiene que incorporar una plantilla y una guía para que se cumpla una correcta gestión de marca que agilice el proceso de creación de piezas y ayude al futuro practicante logrando una visibilidad óptima, partiendo de la experiencia recolectada en la práctica profesional adelantada en Cemex y Decameron?

#### 2.2. Objetivo:

Proponer una plantilla y una guía que por medio de la correcta implementación del diseño, logre una óptima gestión de marca por la que deban pasar las piezas, agilizando así los procesos (de creación de piezas y de adaptación del practicante) dentro de las empresas involucradas, logrando una mejor visibilización de la marca.

### 3. Justificación

“El concepto de imagen corporativa lo podemos definir como el conjunto de significados que una persona asocia a una organización, es decir, las ideas utilizadas para describir o recordar dicha organización” Mínguez, N. (2016). Debido a las condiciones en las que se encuentra la identidad de marca de multivacaciones

Decameron, en las que a pesar de que ya se tienen unas bases establecidas esta no está en la mente del público, sumado a no ser la gráfica dominante frente a la imagen de Decameron la cual muchas veces se prioriza en piezas de multivacaciones, es necesario para el área aportar al desarrollo de su línea gráfica con elementos que ayuden a fortalecer esta misma con la intención de crear una imagen corporativa en sus clientes.

En Cemex tienen una gráfica establecida que ha sido renovada recientemente la cual no se ha optimizado para que las piezas puedan realizarse de una forma más eficiente por lo que no se aplica correctamente en algunas piezas; Si no se usa debidamente esta puede fallar su propósito principal que según Mayorga es que “la marca es el único agente poderoso desde el que las corporaciones pueden establecer conexiones potentes con los usuarios a largo plazo, ofreciéndoles experiencias únicas y conversaciones pertinentes de tú a tú” Mayorga (2019). Por este motivo, un número significativo de piezas requieren ser modificadas para que sigan la nueva imagen de Cemex, bien sea actualizando la gráfica o aplicándola a las diferentes piezas debido al desconocimiento del manual, lo que conlleva a un embotellamiento de procesos en el área de comunicación. Presentándose la necesidad de dar a conocer dentro de la empresa los mínimos gráficos del manual de marca

Con estas propuestas se busca no solo resolver la problemática principal, sino dejar un aporte en las empresas para generar una mejora en los procesos dentro de la misma, ya que actualmente, las empresas no cuentan con esta perspectiva teórica del diseño que si tienen los autores gracias a la perspectiva holística del diseño en la Universidad Santo Tomás.

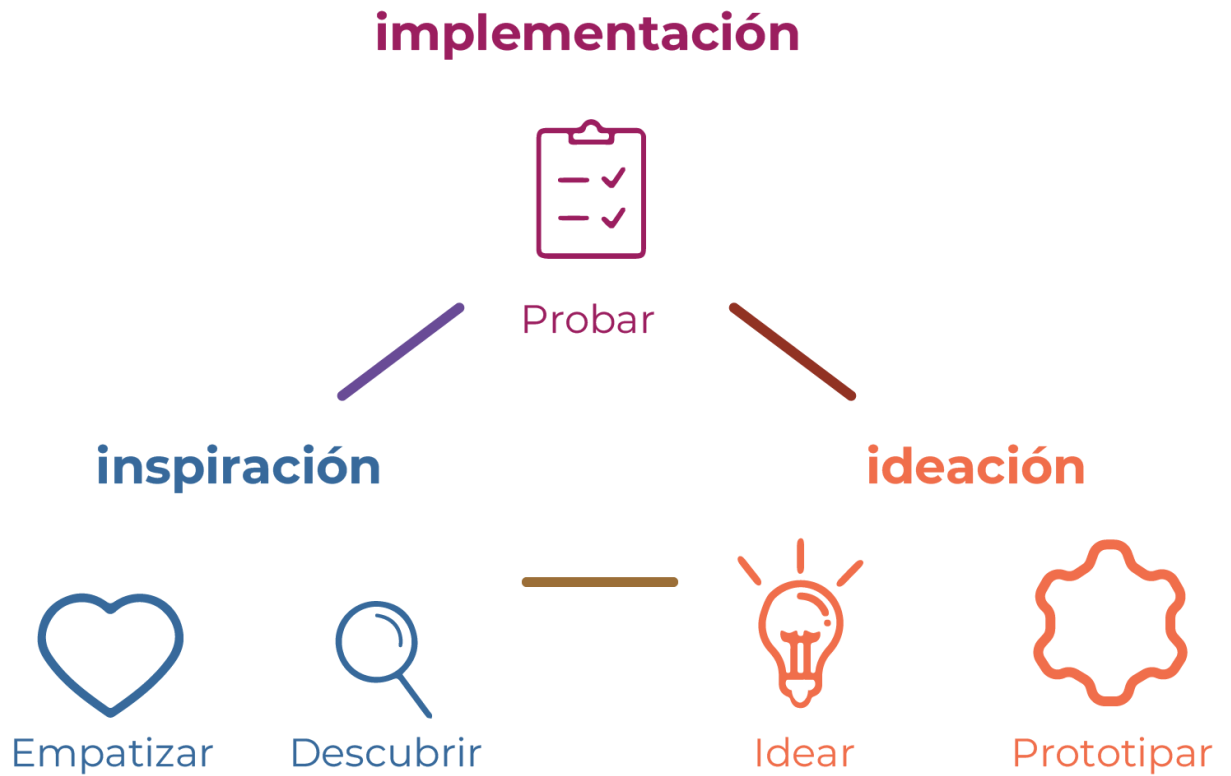
Partiendo de este concepto de diseño adquirido, se genera un aporte para la gestión de marca, identificar el principal inconveniente en cada empresa y elaborar propuestas que se fundamenten en diferentes autores buscando agilizar los procesos internos de cada empresa. Esto se profundizará en el punto ocho.

#### 4. Diseño metodológico

El diseño metodológico empleado fue el design thinking que consiste según los autores Brown y Wyatt (2003) principalmente en “3 espacios, inspiración ideación e implementación” que traducido a la metodología enseñada en la Universidad Santo

Tomás serían: empatizar y descubrir como inspiración, proponer y prototipo como ideación y prueba como implementación. No es un proceso 100% secuencial por lo que al determinarse los momentos como espacios, se abre la posibilidad de volver sobre los pasos en la búsqueda de la mejor propuesta posible. Esta relación entre conceptos se muestra más brevemente en la Figura 1:

Figura 1: Esquema Design thinking



Fuente: elaboración propia (mayo de 2024) basada en:

<https://demadi.com/que-es-el-design-thinking/>

A lo largo de los meses que tomó la práctica se recolectó información a través de la experiencia tenida en ambas empresas, analizando y observando procesos pasados e información y piezas de las demás áreas, al igual que Renteria y Arias (2023) buscando “ notar como la línea gráfica del proyecto se va acoplando a las necesidades que se presenten en el momento” en búsqueda de una oportunidad de mejora a través de un enfoque cualitativo.

Se identifica una problemática ligada al branding en cada empresa, por el lado de Cemex la falta de unidad en la identidad en el proceso de piezas y por el lado de Decameron, la falta de una guía en los procesos iniciales de la práctica para resaltar la identidad del programa vacacional de Multivacaciones Decameron .

Una vez identificadas las problemáticas, se creó un hilo conductor a través de “la gestión de marca” con el objetivo de lograr un punto en común; dando como resultado la propuesta de una plantilla enfocada en agilizar el flujo de trabajo en la empresa Cemex y una guía para que los clientes dentro de multivacaciones sepan identificar el programa vacacional y no solamente a decameron.

Al momento de haber establecido el problema y haber planteado la propuesta, se consultó a algunos miembros de las empresas y a los jefes directos para reafirmar la necesidad de la gestión de marca. La respuesta por parte de todos fue favorable, sumado a esto los entrevistados presentaron diferentes aspectos posibles a implementar y/o añadir a la propuesta original para mejorarla.

#### 4.1. Sobre la experiencia a sistematizar

- ¿Qué experiencia se quiere sistematizar?

Se busca sistematizar el cómo a través del diseño se pueden agilizar los procesos de creación de piezas en las empresas Cemex y Decameron y facilitar el proceso inicial de un futuro practicante para así continuar la visibilización de la identidad de la marca paraguas Multivacaciones entendiéndose la estrategia de marca paraguas o familiar, según García, Sanmartín, Pérez, y Fernández, (1999) como: "el lanzamiento de nuevos productos bajo una única denominación de marca, con el fin principal de aprovechar un activo fundamental de la empresa: la marca"

- ¿Por qué es importante sistematizarla?

Es importante sistematizar estas propuestas de diseño para que las empresas puedan tenerlas como referencia para agilizar sus procesos y visibilizar su identidad, haciendo una correcta gestión de marca. También sirve como referencia para otros estudios que se enfoquen en la gestión de marca, la agilización de procesos y la visibilidad de la identidad de marca.

Esto se relaciona con las bases del programa curricular de diseño gráfico, donde se busca una perspectiva holística del diseño gráfico en la Santo Tomas en diferentes campos de acción, sociales, académicos y empresariales, entre otros. En este caso particular, el campo empresarial es el que más tiene peso al momento de guiar la sistematización

- Breve resumen de la experiencia

La experiencia se recolectó durante las prácticas del primer semestre del 2024 en las empresas Cemex Colombia y Decameron por los estudiantes Raul Arias y Santiago Rentería. Dentro de la práctica, el principal objetivo era responder a las necesidades gráficas de cada empresa, y mientras se cumplía con estas necesidades se detectaron oportunidades de mejora en el proceso de cada empresa. Con base en esto, se genera una propuesta de mejora, la cual pretende agilizar los procesos en la empresa Cemex y agilizar el proceso de adaptabilidad, para un futuro practicante, a la identidad de Multivacaciones en Decameron

- Contexto de la situación a abordar y formulación del problema a partir de una pregunta que es el eje de orientación de la reflexión analítica.

La empresa Cemex Colombia tiene un proceso para la elaboración de piezas gráficas, esta consiste en diferentes casos: En la entrega de información y elaboración de piezas, en la entrega de material y corrección de estilo de acuerdo al manual, y por último actualización de identidad debido al cambio de identidad del último año. Dentro de este proceso no hay una regulación para que, en el caso de entrega de material y corrección de estilo, las diferentes áreas tengan unos parámetros claros (de acuerdo al manual de identidad); por lo que al llegar al área de comunicación es necesario hacer las modificaciones pertinentes.

Para el caso de la vicepresidencia de Multivacaciones Decameron se maneja un proceso de creación de piezas con distintos motivos:

Renovación de piezas y videos de alianzas estratégicas en distintos países como Colombia, Ecuador, Perú o Panamá, elaboración de distintos tipos de piezas enfocadas en impresos como pendones, banners o distintos tipos

de insumos para el branding de los hoteles como stands o degustadores, ubicando estos tanto dentro de los mismos hoteles como en las salas de venta o en los puntos para abordar posibles clientes en centros comerciales u otras locaciones con alto flujo de personas, elaboración de montajes para ubicar distintos elementos de branding en los hoteles o para indumentaria del equipo de multivacaciones. Elaboración de piezas y videos con información de promociones ofrecidas por el programa. En el proceso de elaboración de estas piezas se puede observar que en diversas ocasiones la línea gráfica de Decameron sobresale completamente frente a la de Multivacaciones, ocasionando que dentro del colectivo de los clientes no llegue a ser reconocido, esto se puede evitar con una correcta gestión de marca por parte de los diseñadores encargados, sin embargo, la gráfica propia de multivacaciones está en etapas tempranas de implementación por lo que aún puede presentar cambios menores y no se encuentra establecida en el público de Decameron, por lo que debido al corto tiempo en el que permanece un practicante (6 meses) este puede necesitar un apoyo extra, lo ayude a orientarse y a permanecer en la nueva línea establecida por multivacaciones y acoplarse con mayor facilidad a sus labores.

Teniendo en cuenta ambos casos se genera una pregunta detonadora que es ¿cómo podemos mejorar el proceso de creación de piezas y el proceso inicial de los practicantes en las empresas para que en un futuro se logre una mayor visibilidad por medio de una correcta gestión de marca a través del diseño?

Con base en esa pregunta, se crea la propuesta de desarrollar una lista de parámetros a tener en cuenta al momento de desarrollar las piezas y mantener un factor diferencial de la marca, para las diferentes áreas y/o futuros practicantes dentro de las empresas a través de una plantilla y una guía, en Cemex y Decameron respectivamente.

#### 4.2. Sobre el plan de sistematización

-¿Para qué se quiere realizar esta sistematización?

Se busca agilizar los procesos que se generan dentro de la empresa y lograr una correcta adaptabilidad de un futuro practicante al manual de marca para reforzar la identidad en todo el proceso de elaboración de piezas dentro de ambas empresas

- ¿Qué aspectos centrales de la experiencia nos interesa sistematizar?

Es necesario sistematizar la elaboración de piezas y el proceso de adaptación de un futuro practicante, encontrando las falencias actuales para lograr reforzar la identidad estipulada en los manuales de las compañías y los elementos que intervienen dentro de este proceso.

- Qué elementos habría que tomar en cuenta en la recuperación histórica:

Los elementos, en este caso, son los parámetros existentes y el proceso actual dentro de las empresas, para no llegar a generar un retroceso y establecer las necesidades en cada caso, consiguiendo trazar los elementos relevantes al momento de crear la guía y la plantilla

- ¿Qué elementos habría que tomar en cuenta para ordenar y clasificar la información?

Es necesario tener conocimiento de los lineamientos de marca actuales para poder identificar las fortalezas y falencias del proceso actual y así evitar obviar o eliminar un punto a favor al momento de crear las propuestas. Por último, se clasificó y analizó el proceso de una pieza proveniente de otra área mediante la comparación de un antes y después de la implementación del manual, para identificar los mayores cambios y trazar un prototipo.

- ¿Qué elementos interesa abordar en la interpretación crítica?

El elemento de mayor interés es buscar la razón de que se estén generando problemas al momento de seguir el manual de identidad, para así lograr solucionarlos y optimizar la resolución de estos.

- Qué fuentes de información vamos a utilizar y cuáles necesitaríamos elaborar

- Las piezas previas a la llegada del practicante
- El manual de identidad actual
- La experiencia de compañeros de trabajo dentro de la empresa.
- La opinión de los compañeros respecto a la propuesta presentada

- ¿Cómo se va a realizar esta sistematización?

Esta sistematización se va a ver dividida principalmente en 2 fases, la primera, en donde se muestra la problemática y se evidencia como se puede lograr tener una correcta gestión de marca para agilizar los procesos de las piezas y de la adaptación de un futuro practicante. Y la segunda, en la que se hace la propuesta de una plantilla y una guía junto con los elementos identificados a través de la experiencia recolectada por parte de los autores, Raul Arias y Santiago Rentería en ambas empresas, generando una necesidad conjunta para hacer una propuesta colectiva

- Productos que deberían surgir de esta sistematización:

Finalmente, dentro del proceso de sistematización se propone una mejora al proceso de elaboración de piezas con el objetivo de reforzar la identidad de marca en la primera etapa de creación, donde se plantea unas directrices a seguir al momento de crear piezas. También se propone una guía en forma de infografía en la que se plantean las reglas y los procesos para la realización de las piezas editoriales. Como producto final se entregará esa lista de elementos para que las empresas opten por seguirlos.

##### 5. Plazos y cronograma de la recopilación de experiencia a modo de diario de campo

Al principio de la práctica se explicó cómo iba a ser la entrega de trabajo, sería Semanalmente y se solicitaron diferentes productos gráficos dentro de cada práctica para luego ser revisados por el jefe inmediato. A partir del propio análisis por parte de los autores y a la retroalimentación, por parte de sus jefes inmediatos, se evidencia la necesidad de una mejora en la gestión de marca a lo largo del proceso de creación de piezas pues en el caso de Cemex, hay una gran mayoría de piezas en

las que se evidencia la carencia de elementos gráficos propios del manual, que agilizaría todo el proceso; y, por parte de Decameron se piensa en las posibles facilidades a brindar para el futuro practicante en lo que respecta a la identidad propia de Multivacaciones para agilizar el proceso de adaptación.

En el anexo #1,2,3 y 4 se pueden evidenciar las entregas realizadas en los primeros dos meses, las cuales provocaron este análisis, en el anexo 5 y 6 una comparación de un antes y después de la intervención aplicando el manual.

6. Análisis de experiencia. Aprendizaje Significativo Propuesta proyectual y Tema de reflexión y discusiones académicas basado en el análisis de la experiencia y la propuesta que sale de la misma

En el siguiente apartado se unen el aprendizaje significativo y el tema de reflexión y discusión debido a la conexión presente entre ambos temas ya que el tema de reflexión se basa en el análisis de experiencia.

El aprendizaje significativo de la experiencia se centra en el aporte desde el diseño para resaltar una correcta gestión de marca a través del proceso de creación de piezas gráficas y el proceso de adaptación de un practicante nuevo frente a la identidad de instituciones, teniendo en cuenta que según Norberto Chavez (2016) “La institución a través del diálogo permanente con sus interlocutores genera formas de autorepresentación”. Por ende, esta adaptación planteada sólo es posible gracias a la dimensión de las marcas en el imaginario colectivo.

Estos procesos, y en consecuencia, las empresas, se ven beneficiados gracias a la gestión de marca, tal y como lo explica ortegón en su libro “gestión de marca”, debido a que si una marca logra implementar de forma correcta su identidad en sus procesos logrará “Concebir una propuesta de producto única, diferenciada y favorable para protegerla y desarrollarla a través de una marca con el fin de obtener ganancias económicas de la misma” (Ortegón,2014). Partiendo de la necesidad de una correcta gestión es necesario que los diseñadores, actúen como comunicadores visuales, creando piezas gráficas que establezcan una correcta relación entre empresa y público. Tal como lo establece Costa (1995) existen 5 ítems a tener en cuenta al momento de crear una comunicación corporativa: identidad, actividad, cultura y comunicación por parte de la empresa; e imagen por parte del público. La correcta utilización de estos

ítems permite que los trabajadores y aliados de las empresas se sientan parte de ellas, que se genere esta unificación y que el público cree una imagen mental de la identidad de la empresa.

Por lo que, partiendo del manual de identidad de cada empresa se busca tener unos parámetros que funcionen como referencia futura en estas piezas gráficas, para agilizar su creación, guiándose conceptualmente por los ítems propuestos por Costa (1995). Es por esto, que se busca dentro de la propuesta general, una guía que parta de los elementos básicos para un manual, establecidos por Caldevilla (2009); el logotipo(identificado primario), el color y/o colores principales y secundarios(gama cromática) y las tipografías(gama tipográfica).

Los elementos seleccionados por Caldevilla son relevantes para la propuesta de esta sistematización ya que es la base para la elaboración de la cartilla y la guía, como se demuestra en los prototipos presentados en el siguiente punto. Por lo que a continuación se presentará la importancia de estos 3 ítems a través de diferentes autores:

El logotipo(identificado primario): La importancia del identificador primario es esencial tanto como para el público como para los empleados de la empresa, tal como lo expresa Wiedemann (2009) “El componente más decisivo del diseño corporativo que los empleados asocian con la identidad de su empresa está simbolizado por el logotipo”

El color y/o colores principales y secundarios(gama cromática):Según Chang & Lin. (2010) “El color es importante en el proceso de construcción de una marca y tan importante como uno de las primeras comunicaciones percibidas por los clientes” por lo que se recalca su importancia para una correcta remembranza

Las tipografías(gama tipográfica): La funcionalidad de la tipografía al ser planteada por un diseñador “ tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, con su producción y su evaluación”. Frascara, J. (1988)

7. Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo o del aprendizaje significativo, (metodología en el desarrollo del prototipo) evidencias del proceso para la generación de la propuesta

La propuesta de mejora se genera básicamente en dos fases:

La primera fase, después de la recolección de la experiencia propia y opiniones de compañeros de trabajo, consiste en establecer qué es lo mejor para la empresa, teniendo en cuenta la necesidad particular de cada caso frente a la agilidad en la adaptación e implementación de la identidad corporativa; estableciendo autores que puedan guiar conceptualmente la segunda fase de la propuesta.

En la segunda fase se plantea el desarrollo de una guía en forma de infografía en la que se detallan las reglas y los procesos para la realización de las piezas editoriales, con el fin de simplificar el trabajo de los siguientes practicantes a la hora de llevar a cabo dichas piezas, y se propone la implementación de una plantilla en donde se encuentre resumidas algunas características del manual de marca, establecidas por el autor Caldevilla Domínguez. De modo que el proceso se agilice y se logre una correcta gestión de marca, de ser implementadas ambas propuestas; mejorando la eficiencia de la división o área.

La plantilla consiste principalmente en una lista de 3 elementos mínimos basados en el manual de marca de Cemex y sus submarcas (ver anexo 8) para que las diferentes áreas tengan la posibilidad de verificar las características de las piezas o presentaciones previas a la llegada al área de comunicación, logrando agilizar la corrección de estas.

A continuación en las figuras 2, 3 y 4 se mostrarán los primeros prototipos de las propuestas realizados en Adobe Illustrator:

*Figura 2: prototipo #1 Cemex y Regenera*



Tipografía

Outfit thin    Outfit Light    Outfit Regular    **Outfit Bold**    **Outfit Black**

Tipografía alternativa

Arial Regular    **Arial Bold**    **Arial Black**

Paleta de colores principales



Paleta de colores Secundarios



Tipografía

Nunito sans Light    Nunito sans Regular    **Nunito sans Bold**    **Nunito sans Black**

Paleta de color



Fuente: elaboración propia (abril de 2024) basada en: Manual de marca Cemex y Regenera

Figura 3: prototipo #1 Vertua y Futuro en Acción



Tipografía

Avenir Light    Avenir Book    Avenir Medium    **Avenir Black**

Tipografía Secundaria

DIN Next LT Pro Condensed    DIN Next LT Pro Condensed    DIN Next LT Pro Condensed    **DIN Next LT Pro Condensed Black**

Paleta de colores principales



Paleta de colores Secundarios



Tipografía

Outfit thin    Outfit Light    Outfit Regular    **Outfit Bold**    **Outfit Black**

Paleta de color



Fuente: elaboración propia (abril de 2024) basada en: Manual de marca Vertua y Futuro en Acción

Figura 4: prototipo #1 Multivacaciones



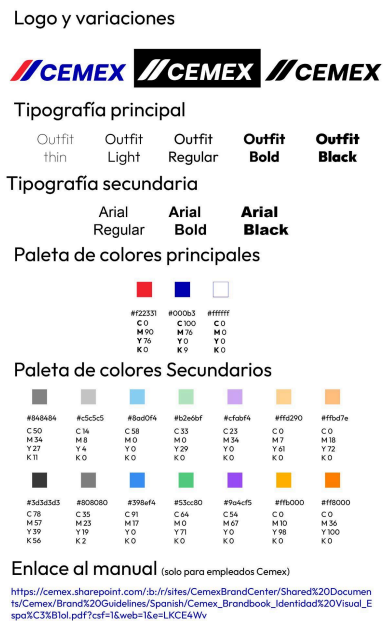
Fuente: elaboración propia (abril de 2024) basada en: Manual de marca Decameron Multivacaciones

8. Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia, al igual que la relación con los autores y referencias consultadas

La propuesta fue presentada a compañeros de la empresa en búsqueda de saber si funciona en el contexto de las instituciones y todas las respuestas fueron positivas. Dentro de las opiniones positivas también se resaltó aspectos a mejorar a tener en cuenta. Como lo son añadir el código hexadecimal y cmyk de los colores para facilitar la utilización de los colores, añadir enlaces directos al manual completo en caso de que el usuario quiera complementar las características de la identidad corporativa y por último, plantear un segundo apartado en la cartilla en el que haya también plantillas de diapositivas para que las diferentes áreas las usen y partan de ahí con los elementos gráficos ya incorporados. Para ver las respuestas transcritas dirigirse al anexo 7

A continuación, en las figuras 5, 6, 7, 8 se presentarán los prototipos luego de los cambios sugeridos:

Figura 5: prototipo #2 Cemex



Fuente: elaboración propia (mayo de 2024) basada en: Manual de marca Cemex

Figura 6: prototipo #2 Vertua

**Logo y variaciones**

**Tipografía principal**

Avenir Light    Avenir Book    Avenir Medium    **Avenir Black**

**Tipografía Secundaria**

DIN Next LT    DIN Next LT    DIN Next LT    **DIN Next LT**  
 Pro Condensed    Pro Condensed    Pro Condensed    **Pro Condensed**  
 Condensed    Medium    Bold    **Black**

**Paleta de colores principales**

|                              |                             |                            |
|------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| #168036                      | #1995c                      | #76ae36                    |
| C 65<br>M 24<br>Y 94<br>K 10 | C 61<br>M 10<br>Y 19<br>K 1 | C 37<br>M 0<br>Y 33<br>K 0 |

**Paleta de colores Secundarios**

|                              |                            |                              |                           |
|------------------------------|----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| #fcd951                      | #f99015                    | #8e27a                       | #74d66                    |
| C 50<br>M 34<br>Y 27<br>K 11 | C 23<br>M 34<br>Y 0<br>K 0 | C 78<br>M 37<br>Y 39<br>K 50 | C 54<br>M 0<br>Y 0<br>K 0 |
| 70% 50% 30%                  | 70% 50% 30%                | 70% 50% 30%                  | 70% 50% 30%               |

**Enlace al manual** (solo para empleados Cemex)  
[https://cemex.sharepoint.com/:b/r/sites/CemexBrandCenter/Shared%20Documents/Vertua/07%20Brand%20Guidelines/Vertua\\_Brand%20Guidelines\\_April%2024.pdf?csf=1&web=1&e=16853h](https://cemex.sharepoint.com/:b/r/sites/CemexBrandCenter/Shared%20Documents/Vertua/07%20Brand%20Guidelines/Vertua_Brand%20Guidelines_April%2024.pdf?csf=1&web=1&e=16853h)

Fuente: elaboración propia (mayo de 2024) basada en: Manual de marca Vertua

Figura 7: prototipo #2 Regenera y Futuro en Acción

**Logo y variaciones**

**Tipografía principal**

Nunito sans Light    Nunito sans Regular    Nunito sans Bold    **Nunito sans Black**

**Paleta de color**

|                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| #6138fd           | #040349              |
| C 82 M 75 Y 0 K 0 | C 100 M 96 Y 39 K 97 |

**Enlace al manual** (solo para empleados Cemex)  
[https://cemex.sharepoint.com/:b/r/sites/CemexBrandCenter/Shared%20Documents/Regenera/05%20Brand%20Guidelines/Regenera\\_Gu%C3%ADa%20de%20Uso\\_Espa%C3%B1ol.pdf?csf=1&web=1&e=EC1Peh](https://cemex.sharepoint.com/:b/r/sites/CemexBrandCenter/Shared%20Documents/Regenera/05%20Brand%20Guidelines/Regenera_Gu%C3%ADa%20de%20Uso_Espa%C3%B1ol.pdf?csf=1&web=1&e=EC1Peh)

**Logo y variaciones**

**Tipografía**

Outfit thin    Outfit Light    Outfit Regular    **Outfit Bold**    **Outfit Black**

**Paleta de color**

|                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| #53cc80           | #0000b3            |
| C 64 M 0 Y 64 K 0 | C 100 M 76 Y 0 K 9 |

**Enlace al manual** (solo para empleados Cemex)  
[https://cemex.sharepoint.com/:b/r/sites/CemexBrandCenter/Shared%20Documents/Futuro%20en%20Acci%C3%B3n\\_Lineamientos%20de%20Identidad%20Visual\\_ES.pdf?csf=1&web=1&e=1a06W6](https://cemex.sharepoint.com/:b/r/sites/CemexBrandCenter/Shared%20Documents/Futuro%20en%20Acci%C3%B3n_Lineamientos%20de%20Identidad%20Visual_ES.pdf?csf=1&web=1&e=1a06W6)

Fuente: elaboración propia (mayo de 2024) basada en: Manual de marca Regenera y Futuro en Acción

Figura 8: prototipo #2 Multivacaciones



Fuente: elaboración propia (mayo de 2024) basada en: Manual de marca Decameron

## 9. Conclusiones

- Es necesaria una correcta gestión de marca para que la identidad prevalezca a lo largo de todos los procesos dentro de las empresas.
- Los 3 mínimos del manual son óptimos para que alguien pueda tener un esbozo de la identidad corporativa. Sin embargo, es necesario incluir una alternativa o enlace para el caso de que una persona quiera ahondar en la identidad.

- En un futuro las empresas pueden implementar la utilización de la guía o la plantilla ya que es necesario agilizar los procesos relacionados a la creación de piezas y adaptación frente a la identidad.

## 10. Referencias Bibliográficas

Acerca de la empresa de cemento CEMEX. (2024). Cemexcolombia.com.

Recuperado el 4 de mayo de 2024, de

<https://www.cemexcolombia.com/nuestra-empresa/acerca-de-cemex>

Ausubel, D. (1983). Teoría del aprendizaje significativo. Fascículos de CEIF, 1(1-10), 1-10.

Brown, T., & Wyatt, J. (2010). Design thinking for social innovation. Development Outreach, 12(1), 29-43.

Chang, W. L., & Lin, H. L. (2010). The impact of color traits on corporate branding. African Journal of Business Management, 4(15), 3344.

Chaves, N. (2016). La imagen corporativa. Editorial Gustavo Gili.

Chavez, N., & Belluccia, R. (2003). La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos.

Costa, J. (1995). Comunicación corporativa y revolución de los servicios. Ciencias Sociales

Costa, j. (2006). El diseño socializa el conocimiento/ Entrevistado por Carlos Guyot. Periodico La Nación.

Caldevilla Domínguez, D. (2009). La importancia de la Identidad Visual Corporativa. Vivat academia, Núm. 103 , p. 1-26. DOI 10.15178/va.2009.103.1-26 <<https://ddd.uab.cat/record/54860>> [Consulta: 22 abril 2024].

Frascara, J. (1988). Diseño gráfico y comunicación.

- García, M. P. P., Sanmartín, E. R., Pérez, F. L., & Fernández, J. M. B. (1999). Marcas paraguas: una aproximación conceptual. In La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés, Logroño (La Rioja), 16, 17 y 18 de junio, 1999 (pp. 167-174). Universidad de La Rioja.
- Mayorga Escalada, S. (2019). Netflix, estrategia y gestión de marca en torno a la relevancia de los contenidos. *AdComunica*, 219–244.  
<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2019.18.11>
- Maza, R. L. M., Guaman, B. D. G., Chávez, A. B., & Mairongo, G. S. (2020). Importancia del branding para consolidar el posicionamiento de una marca corporativa. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 4(2), 9-18.
- Mínguez, N. (2016). Un marco conceptual para la imagen corporativa. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 5(8). <https://doi.org/10.1387/zer.17426>
- Ortegón, L. (2014). Gestión de marca. url. <http://hdl.handle.net/10823/798>
- Preguntas Frecuentes. (2024). Multivacaciones Decameron. Recuperado el 5 de mayo de 2024, de <https://multivacaciones.com/es/co/preguntas-frecuentes/>
- Renteria Blandon, S y Arias Labrador, R. (2023). Stop 'N Party Seguridad y Prevención en Bares y/o Billares.
- Suárez Rosito, F. (2020). El Branding: La importancia de la gestión de la marca. Casos de rebranding en Mc Donald's y GAP (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).url <http://hdl.handle.net/10251/152221>.
- Wiedemann, J. (2009). Logo design vol 2.
- Zátonyi, M. (2002). Una estética del arte y el diseño de imagen y sonido. nobuko.

## 11. Anexos

### *Anexo 1 Cronograma del primer mes (Cemex)*

| <b>Funciones</b>                        | <b>Acciones específicas desarrolladas</b>   | <b>Personas y roles involucrados</b>  | <b>Tiempo de ejecución</b> | <b>Recursos empleados</b>   | <b>Impactos/Resultados obtenidos</b>  |
|---|---|---|----------------------------|---|---|
| Diseño para medios digitales            | Diseño de correo comunicación interna y versión whatsapp                                    | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias<br>Valentina Soto                  | 1 feb-5 feb                | Adobe Photoshop   | Diseño listo para subirlo a eloqua  |
| Toma de video                           | Grabación de video de un directivo  | María Paula Rios<br>Raúl Manuel Arias                                       | 5 feb                      | Cámara Sony, propiedad de la empresa  | Video grabado   |
| Diseño para medios digitales            | Subida del diseño del correo a la plataforma "eloqua"                                       | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez<br>Valentina Soto                  | 6 feb-8 feb                | Plataforma eloqua y diseño previamente realizado  | Correo listo para enviarse en versión responsive y correo pantalla computador |
| Diseño de contenido para redes sociales | Diseño de pieza para instagram edificio ecológico en Cali                                   | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez                                    | 7 feb                      | Adobe Photoshop<br>Imagen proporcionada por la empresa  | Pieza previa a corrección   |
| Edición de videos y motion graphics     | Elaboración de 6 videos para comunicaciones internas y promoción de programas empresariales | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez<br>María Paula Rios<br>Juan Rivera | 7 feb-27 feb               | Adobe premiere<br>Adobe after effects<br>Adobe media encoder<br>Adobe Audition<br>Elevenlabs<br>Videos Sin edición<br>Elementos gráficos previamente elaborados<br>Logos y demás elementos gráficos propios de la empresa | 6 Videos con sus versiones en español e inglés                                |
| Diseño de Comunicaciones internas       | Elaboración Collages imagenes directivo   | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez                                    | 8 feb                      | Adobe photoshop<br>Imágenes de carácter personal y profesional  | Collages listos para usarse en una presentación                               |

|   |   |  |               |  |  |
|---|---|--|---------------|--|--|
|   |   |  |               | proporcionadas por la directiva                              |  |
| Diseño de Comunicaciones internas       | Corrección diapositiva de la empresa                                  | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez                     | 8 feb         | Power point<br>Adobe illustrator                             | Diapositiva lista para incorporar            |
| Toma de Fotografías                     | Captura de reunión directivos   | Raúl Manuel Arias<br>Maria Paula Rios                        | 9 feb         | Cámara Sony, propiedad de la empresa                         | Fotografías para uso en redes                |
| Diseño de contenido para redes sociales | Diseño de pieza para instagram Día mundial de la energía              | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez<br>Valentina Soto   | 14 feb        | Adobe photoshop  | Pieza previa a corrección                    |
| Diseño de Comunicaciones internas       | Actualización de estilo y Traducción de piezas para pasaporte digital | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez<br>Maria Paula Rios | 20 feb-26 feb | Adobe photoshop<br>Adobe Illustrator<br>Piezas previas       | Piezas con estilo actualizado                |
| Diseño de contenido para redes sociales | Diseño de pieza para redes Planta Perú                                | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez<br>Valentina Soto   | 27 feb-29 feb | Adobe photoshop<br>Imágenes<br>Proporcionadas por la empresa | Pieza para uso en redes una vez sea aprobada |
| Diseño de Comunicaciones internas       | Diseño Infografía encuesta de Diversidad                              | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez                     | 29 feb        | Adobe photoshop<br>Adobe Illustrator                         | Pieza para comunicación interna              |

*Anexo 2 Cronograma del primer mes (Multivacaciones)*

| <b>Funciones</b>  | <b>Acciones específicas desarrolladas</b>   | <b>Personas y roles involucrados</b>   | <b>Tiempo de ejecución</b> | <b>Recursos empleados</b>   | <b>Impactos/Resultados obtenidos</b>  |
|---|---|--|----------------------------|---|---|
| Diseño del nuevo Brochure de Bienvenida para los afiliados a Multivacaciones                                    | Diseño de tres propuestas para el refresh de las invitaciones VIP de Multivacaciones                                      | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Su supervisora | Una semana                 | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe InDesign      | Inicio de la identidad gráfica propia de Multivacaciones en contribución con el manual que se creó previamente, pero que no ha sido totalmente aplicado, el Brochure está en proceso debido a que se ha tenido que priorizar otros proyectos más urgentes |
| Renovación de redes sociales para alianzas: Post, Banner, Mailin g, Stoy Y Reel para almacenes JR de San Andrés | Diseño de la renovación de arte en la alianza Almacenes JR de San Andres, contando con Post, Banner, Mailing Story Y Reel | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Su supervisora | Tres Días                  | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, fueron aprobados y se están publicando muy recientemente  |

|  |   |   |            |   |   |
|--|---|---|------------|---|---|
| Renovación de redes sociales para alianzas: Post,Banner,Mailin Y Reel para Mariposas son Colombia            | Diseño de la renovación de arte en la alianza Mariposas son Colombia, contando con Post,Banner,Mailing Y Reel           | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Su pervisorora | Dos Días   | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, están pendientes de aprobación  |
| Renovación de redes sociales para alianzas: Post,Banner,Mailin g Y Reel para Soho Color en Perú              | Diseño de la renovación de arte en la alianza Soho color de Perú, contando con Post,Banner,Mailing Y Reel               | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Su pervisorora | Dos Días   | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, fueron aprobados y se publicaran proximamente   |
| Diseño de aplaudidores y separadores para los afiliados Multivacaciones                                      | Diseño de dos propuestas de aplaudidores y una propuesta de separadores de filas  | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Su pervisorora | Dos Días   | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop                        | El rediseño de aplaudidores y separadores de fila fueron aprobados y se utilizaran próximamente   |
| Diseño de pendón genérico para Multivacaciones   | Rediseño del pendón genérico de Multivacaciones   | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Su pervisorora | 5 horas    | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop                        | El rediseño del pendón genérico utilizado por varios aliados y locaciones de multivacaciones está pendiente de aprobación para su próxima aplicación  |
| Stand para ventas en espacios públicos de Ecuador  | Rediseño del Stand para las ventas en espacios públicos de Ecuador  | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Su pervisorora | 4 horas    | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop                        | El rediseño del stand para puestos de venta en espacios públicos en Ecuador está pendiente de aprobación para su próxima aplicación   |
| Diseño del nuevo Brochure de Bienvenida para los afiliados a Multivacaciones                                 | Diseño de tres propuestas para el refresh de las invitaciones VIP de Multivacaciones                                    | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Su pervisorora | Una semana | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe InDesign      | Inicio de la identidad gráfica propia de Multivacaciones en contribución con el manual que se creó previamente, pero que no ha sido totalmente aplicado, el Brochure está en proceso debido a que se ha tenido que priorizar otros proyectos más urgentes |
| Renovación de redes sociales para alianzas: Post,Banner,Mailin g,Stoy Y Reel para almacenes JR de San Andrés | Diseño de la renovación de arte en la alianza Almacenes JR de San Andres, contando con Post,Banner,Mailing Story Y Reel | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Su pervisorora | Tres Días  | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, fueron aprobados y se están publicando muy recientemente  |
| Renovación de redes sociales para alianzas: Post,Banner,Mailin Y Reel para Mariposas son Colombia            | Diseño de la renovación de arte en la alianza Mariposas son Colombia, contando con Post,Banner,Mailing Y Reel           | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Su pervisorora | Dos Días   | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, están pendientes de aprobación  |
| Renovación de redes sociales para alianzas: Post,Banner,Mailin   | Diseño de la renovación de arte en la alianza Soho color de Perú, contando  | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinad  | Dos Días   | Media Kit<br>Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop                        | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, fueron  |

|   |  |  |          |   |   |
|---|--|--|----------|---|---|
| g Y Reel para Soho Color en Perú  | con Post,Banner,Mailing Y Reel   | ora de Diseño Multivacaciones-Su pervisor  |          | Adobe After Effects                                   | aprobados y se publicaran proxicamente  |
| Diseño de aplaudidores y separadores para los afiliados Multivacaciones | Diseño de dos propuestas de aplaudidores y una propuesta de separadores de filas | Santiago Rentería/Diseñador Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Su pervisor | Dos Días | Media Kit Decameron Adobe Illustrator Adobe Photoshop | El rediseño de aplaudidores y separadores de fila fueron aprobados y se utilizaran proxicamente |

*Anexo 3 Cronograma del segundo mes (Cemex)*

| Funciones   | Acciones específicas desarrolladas  | Personas y roles involucrados  | Tiempo de ejecución | Recursos empleados  | Impactos/Resultados obtenidos  |
|---|---|--|---------------------|---|--|
| Edición de videos y motion graphics                   | Elaboración video para comunicaciones internas y promoción de programas empresariales                 | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias   | 1-06 de marzo       | Adobe Premiere<br>Adobe After effects<br>Adobe media encoder<br>Adobe Audition<br>Elevenlabs<br>Videos Sin edición<br>Elementos gráficos previamente elaborados<br>Logos y demás elementos gráficos propios de la empresa | video con su versión en español e inglés   |
| Diseño de presentaciones                              | Corrección de estilo de acuerdo al manual de identidad de la marca regenera                           | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias   | 5 marzo             | Adobe Photoshop<br>Adobe illustrator<br>power point   | Presentación, que previamente sería modificada por el jefe inmediato   |
| Diseño de presentaciones                              | Corrección de estilo de acuerdo al manual de identidad de la marca Cemex                              | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias   | 4-7 marzo           | Adobe illustrator<br>power point<br>iconos propios de la empresa  | Presentación, que previamente sería modificada por el jefe inmediato   |
| Diseño de presentaciones y diseño de medios digitales | Corrección de estilo de acuerdo al manual de identidad de la marca Cemex y ayuda pieza innovation day | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias<br>Juan Sebastian Serrano<br>Angie vanessa Calderon | 7 marzo             | Adobe illustrator<br>power point  | Cambios a la presentación utilizada en el innovation day y cambios a la pieza previamente elaborada para este mismo evento |
| Edición de videos y motion graphics                   | Edición básica video para comunicaciones internas y promoción de programas empresariales              | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias   | 7-11 de marzo       | Adobe After effects<br>Adobe media encoder  | video con su versión en español e inglés   |

|                                     |  |   |             |   |   |
|-------------------------------------|--|---|-------------|---|---|
|                                     |  |   |             | Videos Sin edición<br>Logos y demás elementos gráficos propios de la empresa  |   |
| Edición de videos y motion graphics | Corrección de formato horizontal a vertical de video para redes                                  | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias  | 11-12 marzo | Adobe After effects<br>Adobe media encoder<br>documento editable de after de la versión horizontal  | Video en formato vertical   |
| Edición de videos y motion graphics | estabilización video para comunicaciones internas y promoción de programas empresariales         | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias  | 12 marzo    | Adobe Premiere<br>Adobe media encoder<br>adobe audition   | Video estabilizado  |
| Edición de videos y motion graphics | Edición básica y corrección de estilo video para para redes                                      | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias  | 13 marzo    | Adobe After effects<br>Adobe Premiere<br>Adobe media encoder<br>Documento editable con estilo a mejorar<br>Logos y demás elementos gráficos propios de la empresa | video listo para su publicación en redes                                      |
| Diseño para medios digitales        | Propuesta diseño página fundación Cemex  | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias<br>Laura Valentina Cardona<br>Pedro Nel Pinzon | 13-14 marzo | Adobe illustrator<br>Imágenes proporcionadas por el área solicitante  | Propuesta de diseño acorde a las opciones existentes                          |
| Diseño para medios digitales        | Corrección de diseño de correo pushy Subida del diseño del correo a la plataforma "eloqua"       | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias<br>Valentina Soto                              | 15-19 marzo | Adobe Photoshop<br>Plataforma eloqua y diseño previamente realizado   | Correo listo para enviarse en versión responsive y correo pantalla computador |
| Toma de Fotografías                 | Captura de evento innovation day   | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian rodriguez  | 15 marzo    | Cámara Nikon, propiedad de la empresa   | Fotografías para uso en redes y comunicaciones internas                       |
| Edición de videos y motion graphics | Edición básica video y audio para comunicaciones internas y promoción de programas empresariales | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias  | 18 marzo    | Adobe premiere<br>Adobe audition<br>Adobe media encoder<br>Video listo para recortar y modificar audio<br>Logos y demás elementos gráficos propios de la empresa  | video con la duración solicitada  |
| Diseño para medios digitales        | Diseño de pieza para comunicación y celebración reconocimiento de la empresa                     | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez<br>Valentina Soto                              | 18 marzo    | Adobe photoshop<br>Logos y demás elementos gráficos propios de la empresa   | Pieza lista para revisión y aprobación en español e inglés                    |

|                              |  |  |             |  |   |
|------------------------------|--|--|-------------|--|---|
| Diseño de presentaciones     | Corrección de estilo de acuerdo al manual de identidad de la marca Cemex | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias | 20-27 marzo | Adobe illustrator<br>power point<br>iconos propios de la empresa | Presentación, que previamente sería modificada por el jefe inmediato          |
| Diseño de presentaciones     | Corrección de estilo de acuerdo al manual de identidad de la marca Cemex | Sebastian Rodriguez<br>Raúl Manuel Arias | 26 marzo    | Adobe illustrator<br>power point<br>iconos propios de la empresa | Presentación, que previamente sería modificada por el jefe inmediato          |
| Diseño para medios digitales | Subida del diseño del correo de vertua a la plataforma "eloqua"          | Raúl Manuel Arias<br>Sebastian Rodriguez | 27 marzo    | Plataforma eloqua y diseño previamente realizado                 | Correo listo para enviarse en versión responsive y correo pantalla computador |

*Anexo 4 Cronograma del segundo mes (Multivacaciones)*

| <b>Funciones</b>   | <b>Acciones específicas desarrolladas</b>  | <b>Personas y roles involucrados</b>   | <b>Tiempo de ejecución</b> | <b>Recursos empleados</b>  | <b>Impactos/Resultados obtenidos</b>   |
|--|--|--|----------------------------|--|--|
| Renovación de redes sociales para alianzas:<br>Post,Banner,Mailin g,Stoy para Laika de Colombia    | Diseño de la renovación de arte en la alianza Laika de Colombia, contando con Post,Banner,Mailing Story          | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Supervisora | Una semana                 | Media Kit Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, fueron aprobados y se están publicando muy recientemente |
| Renovación de redes sociales para alianzas:<br>Post,Banner,Mailin g,Stoy para Inlash de Colombia   | Diseño de la renovación de arte en la alianza Inlash de Colombias, contando con Post,Banner,Mailing Story Y Reel | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Supervisora | Tres Días                  |  | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, están pendientes de aprobación                           |
| Montajes para propuestas del nuevo uniforme  | Se crearon montajes con dos versiones para los nuevos uniformes de multivacaciones I                             | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Supervisora | 4 horas                    | Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects                        | Se creó una presentación y varios montajes para los nuevos uniformes de multivacaciones  |
| Renovación de redes sociales para alianzas:<br>Post,Banner,Mailin g,Story para St.even en Colombia | Diseño de la renovación de arte en la alianza St.even en Colombia, contando con Post,Banner,Mailing Y story      | Santiago Rentería/Diseñador<br>Sandra González/Coordinadora de Diseño<br>Multivacaciones-Supervisora | Tres Días                  | Media Kit Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, están pendientes de aprobación                           |

|  |   |   |            |  |  |
|--|---|---|------------|--|--|
| Renovación de redes sociales para alianzas:<br>Post,Banner,Mailin g,Story para el Museo naval de Cartagena en Colombia | Diseño de la renovación de arte en la alianza Museo naval de cartagena en Colombia, contando con Post,Banner,Mailin g Y story | Santiago Rentería/Diseñador Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Supe rvisora | Dos Días   | Media Kit Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop                        | El rediseño de aplaudidores y separadores de fila fueron aprobados y se utilizaran próximamente  |
| Renovación de redes sociales para alianzas:<br>Post,Banner,Mailin g,Stoy para Laika de Colombia                        | Diseño de la renovación de arte en la alianza Laika de Colombia, contando con Post,Banner,Mailin g Story                      | Santiago Rentería/Diseñador Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Supe rvisora | Una semana | Media Kit Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, fueron aprobados y se están publicando muy recientemente |
| Renovación de redes sociales para alianzas:<br>Post,Banner,Mailin g,Stoy para Inlash de Colombia                       | Diseño de la renovación de arte en la alianza Inlash de Colombias, contando con Post,Banner,Mailin g Story Y Reel             | Santiago Rentería/Diseñador Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Supe rvisora | Tres Días  |  | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, están pendientes de aprobación                           |
| Montajes para propuestas del nuevo uniforme  | Se crearon montajes con dos versiones para los nuevos uniformes de multivacaciones I  | Santiago Rentería/Diseñador Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Supe rvisora | 4 horas    | Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects                        | Se creó una presentación y varios montajes para los nuevos uniformes de multivacaciones  |
| Renovación de redes sociales para alianzas:<br>Post,Banner,Mailin g,Story para St.even en Colombia                     | Diseño de la renovación de arte en la alianza St.even en Colombia, contando con Post,Banner,Mailin g Y story                  | Santiago Rentería/Diseñador Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Supe rvisora | Tres Días  | Media Kit Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, están pendientes de aprobación                           |
| Renovación de redes sociales para alianzas:<br>Post,Banner,Mailin g,Story para el Museo naval de Cartagena en Colombia | Diseño de la renovación de arte en la alianza Museo naval de cartagena en Colombia, contando con Post,Banner,Mailin g Y story | Santiago Rentería/Diseñador Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Supe rvisora | Dos Días   | Media Kit Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop                        | El rediseño de aplaudidores y separadores de fila fueron aprobados y se utilizaran próximamente  |
| Renovación de redes sociales para alianzas:<br>Post,Banner,Mailin g,Stoy para Laika de Colombia                        | Diseño de la renovación de arte en la alianza Laika de Colombia, contando con Post,Banner,Mailin g Story                      | Santiago Rentería/Diseñador Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Supe rvisora | Una semana | Media Kit Decameron<br>Adobe Illustrator<br>Adobe Photoshop<br>Adobe After Effects | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, fueron aprobados y se están publicando muy recientemente |

|  |  |  |           |  |  |
|--|--|--|-----------|--|--|
|  |  |  |           |  |  |
| Renovación de redes sociales para alianzas: Post, Banner, Mailing, Story para Inlash de Colombia | Diseño de la renovación de arte en la alianza Inlash de Colombias, contando con Post, Banner, Mailing Story Y Reel | Santiago Rentería/Diseñador Sandra González/Coordinadora de Diseño Multivacaciones-Supervisora | Tres Días |  | Se crearon los nuevos artes necesarios para dar a conocer/impulsar las alianzas de multivacaciones, están pendientes de aprobación |

*Anexo 5 Comparación entre una slide de una presentación previa a la intervención por parte del practicante e implementación del manual y el después*



*Anexo 6 Comparación entre un landing y la propuesta presentada por el practicante*

*Anexo 7 Transcripción audio respuesta a propuesta por parte de colegas Sandra Milena Gonzalez*

- Soy Sandra Milena González, coordinadora área de diseño gráfico multivacaciones
- Autorizo el tratamiento de este audio con fines educativos

- Multivacaciones Decameron es el plan vacacional o club vacacional de hoteles Decameron.
- Esta marca vendría o está bajo la sombrilla de la parte gráfica de hoteles Decameron
- sin embargo, necesitamos que tengamos una diferencia porque finalmente nuestro cliente es a largo plazo.
- Nosotros estamos con las familias en toda la experiencia vacacional,
- desde la adquisición y los beneficios que se tienen para cada uno de los afiliados.
- Entonces esto se debe transmitir a través de la gráfica, a través de la marca como tal, lo que le queremos dar al usuario como un plus,
- al pertenecer, a este club vacacional o plan vacacional que le otorga básicamente los beneficios
- de poder disfrutar todos los hoteles Decameron y adicional cuenta con unos convenios en los que
- pueden conocer más de 1800 establecimientos en diferentes países. En cuanto al manual,
- de un manual, un multivacaciones Decameron está bajo la directriz de el manual de marca de Cameron. Sin embargo,
- si es viable que nosotros tengamos unos colores, unas tipografías definidas,
- una manera de manejar como tal la marca multi vacaciones que se vea más premium con respecto a la marca de Cameron, es una de las opciones que tiene Cameron para los paquetes que ofrece de Cameron directamente.
- Como lo mencionaba anteriormente, nosotros no sólo vendemos el paquete vacacional,
- sino es una inversión a largo plazo para toda la familia que puede manejarla a diferentes años, en diferentes años,
- en diferentes establecimientos también, porque tenemos beneficios adicionales a temas de alojamiento. Entonces, tenemos que hacer un diferencial, sin embargo,
- Tenemos que ir bajo la sombrilla de Cameron porque es nuestro producto principal.

### **Juana León**

- Mi nombre es Juana León, soy aprendiz sena en el área de diseño en e-commerce en multivacaciones Deameron y autorizo a utilizar este audio con fines educativos.
- Pienso acerca de esta infografía, que será una guía muy útil, ya que es de más fácil lectura y entendimiento del mismo manual de marca, así que ayudaría a los practicantes a ser más eficientes en los diferentes procesos y a trabajar con mayor rapidez.
- También a retener mejor la información y al ser una representación visual con todos estos conceptos, es una herramienta que aportaría a esta área del diseño y aportaría al proceso profesional para los practicantes.

**Sebastian Daniel Rodriguez:**

-Buen día, mi nombre es Sebastian Rodriguez, diseñador gráfico del área de comunicaciones y la región SCAC. Autorizo el tratamiento de este audio con fines netamente educativos.

-Este prototipo representa una herramienta valiosa que puede optimizar significativamente el uso del tiempo en diversas áreas de la empresa, especialmente en la nuestra que es comunicaciones.

-Aunque logro evidenciar que su función principal es facilitar que las demás áreas puedan esbozar borradores y seguir los lineamientos de forma general, considero que su potencial podría maximizarse aún más.

-Actualmente, como área encargada del diseño, recibimos la información necesaria para la elaboración final, mas no las áreas deben desarrollar esas piezas. Sin embargo, propongo que enviemos estos lineamientos, junto con una plantilla diseñada por nosotros y así, de esta manera, las demás áreas podrán desarrollar internamente sus iniciativas y proyectos manteniendo un estándar gráfico adecuado y coherente. Lo que se traduce en tiempo para nosotros cuando nos solicitan intervenir dichos archivos y presentaciones

-Muchas gracias

**Maria Paula Rios**

-Hola mi nombre es Maria Paula Rios, soy practicante del área de comunicación y asuntos corporativos de Cemex, autorizo la utilización de este audio con fines educativos

-Bueno, estoy de acuerdo con el proyecto de Raúl de implementar una plantilla donde se cumplan y se expresen todos los lineamientos de marcas en Cemex. Ya que, como empleada del área de comunicaciones, al diario recibimos muchas peticiones para hacer piezas y realmente la mayoría son muy extensas y al ser muy extensas, adicionalmente no traen los lineamientos. Pueden venir con otros colores que no son del lineamiento de marca, otro tipo de letras, también en la parte de la extensión de textos es muy amplia, entonces este manual nos serviría mucho para: primero capacitar a los empleados en cuanto a la identidad que tiene Cemex ya que, su letra y sus colores todo comunica.

-Entonces, es importante que un empleado o un colaborador sepa que está comunicando Cemex como marca. Por otro lado, también nos ayuda a optimizar el trabajo, a agilizar el número de peticiones que recibimos a diario, y nada, siento que sería un trabajo muy útil dentro de la organización.

### **Juan Sebastian Rivera**

-Hola, mi nombre es Juan Sebastian Rivera, soy el jefe de comunicaciones en Cemex Colombia, autorizo el uso de este audio para fines educativos.

-Respecto al proyecto de grado de Raúl, considero que es una iniciativa que puede aportar muchísimo sobre todo a la agilidad con la que las áreas de diseño, comunicaciones y publicidad pueden trabajar, en la medida que le permite a otras áreas de la compañía tener un conocimiento previo sobre los estándares gráficos y sobre la identidad de la marca.

-En ese sentido Antes de dirigir sus solicitudes al área de comunicaciones en este caso, pueden tener unas nociones básicas sobre cuales son por ejemplo los códigos de color, las tipografías y otros elementos que son esenciales para el buen uso de una marca, en este caso la de Cemex. En esa medida cuando las áreas usuarias tienen ya esas nociones previas sobre el manejo de marca sin tener que remitirse a un manual de marca, que por lo general es extenso. sino a un documento mucho más corto y conciso, pueden hacer solicitudes más precisas que a la vez agilizan el trabajo y facilitan el trabajo e incluso la calidad de las entregas del área de comunicaciones o diseño en este caso

### **Vanessa Calderon**

-Buenas tardes, mi nombre es Vanessa Calderon, autorizo este audio para que sea expuesto con fines educativos. Estoy de acuerdo con el proyecto de Raul. Puesto que es importante que todos los empleados de la compañía Cemex tengan en cuenta los lineamientos de la identidad de marca de Cemex.

-Pero siento que, en lo personal, muchas veces al ver que hay algún manual, que es de pronto algo muy extenso muchas veces pues como que omiten estos pasos y por ende siguen enviando las piezas tal cual como ellos consideran. Mas no siguen estos lineamientos.

-Entonces si es importante que este manual no quede en vano y que pueda ser implementado dentro de la compañía y que sea algo importante para que los demás colaboradores tengan en cuenta a la hora de hacer sus piezas o sus presentaciones estos lineamientos que nos deja Raul en su proyecto. Muchas gracias

*Anexo 8 Manual de marca de decameron, cemex y submarcas*

[Manuales de marca Decameron multivacacion y Cemex-submarcas](#)