

CiPS

Diagnóstico Institucional y
Programa de Identidad Visual Institucional

Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI)
Junio 2003

CiPS

Diagnóstico Institucional y
Programa de Identidad Visual Institucional

Autor: Erick Ginard Córdoba

Tutoras: D.I. Gisela Herrero

Lic. Alicia Puñales

Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI)

Junio 2003

Introducción

El presente proyecto ha surgido a partir del interés del Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS) de realizar la creación de los signos de su identidad visual. El encargo, enmarcado en un proceso de cambios estructurales y de redefiniciones de funciones que en la actualidad atraviesa la Organización, tiene como objetivo contribuir a favorecer la imagen de la misma en el nuevo contexto en que ha de desarrollarse.

Materializada la solicitud al Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI), el presente trabajo constituye la respuesta que el mismo ha elaborado, colocándolo en la categoría de Trabajo de Diploma.

Después del estudio y análisis de la necesidad, y de su verdadera dimensión e importancia, se determinó redefinir el encargo en la realización de un programa de Identidad Visual Institucional que, enmarcado en el ya mencionado proceso, constituya la base para que sean organizadas las comunicaciones de la Institución, en función de que tributen eficientemente a la imagen que desea transmitir en un futuro inmediato.

Para la eficiente complementación del proyecto se ha necesitado partir de un Diagnóstico Institucional que permitiese definir una base conceptual y estratégica lo suficientemente sólida sobre la cual trabajar con mayor acierto.

Metodología del Estudio

- Problema**
- ¿Qué atributos y rasgos de estilo deberán estar presentes en la Identidad Visual Institucional del Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS)?
 - ¿Cómo deben ser organizadas las comunicaciones del CIPS para que tributen eficientemente a la imagen a que aspira la Institución?

- Objetivos**
- Realizar un Diagnóstico Institucional que permita caracterizar el estado actual del CIPS con respecto a su Realidad, su Identidad, su Imagen, y sobre todo, sus Comunicaciones.
 - Conceptualizar los elementos esenciales de la Identidad Visual Institucional del CIPS.
 - Desarrollar soluciones de diseño de la Identidad Visual Institucional del CIPS.
 - Esbozar un grupo de recomendaciones dirigidas a organizar las comunicaciones de dicha Institución.
-

Para organizar mejor el proyecto y hacer viable su desarrollo en el tiempo establecido en que se enmarca el Trabajo de Diploma, se dividió en las etapas que se relacionan a continuación:

Etapas del proyecto

Etapa Investigativa

- .Solicitud
- .Estudio de la necesidad
- .Definición del problema y trazado de los objetivos
- .Confección del cronograma de trabajo
- .Elección de las técnicas de investigación y construcción de los instrumentos
- .Decisiones muestrales
- .Levantamiento de información (aplicación de los instrumentos para la recopilación de datos)
- .Análisis, interpretación y procesamiento de la información
- .Elaboración del informe de investigación

Etapa Conceptual

- .Trazado de las estrategias de identidad
- .Definición de atributos genéricos
- .Definición de atributos específicos
- .Elección de los atributos a comunicar
- .Definición de los rasgos de estilo

Etapa Proyectual

- .Creación de los signos de la Identidad Visual Institucional
 - .Creación del manual de identidad
 - .Esbozo de recomendaciones dirigidas a organizar las comunicaciones de la Institución
-

Etapa Investigativa

Diagnóstico Institucional

El Diagnóstico Institucional no es más que la evaluación realizada en un momento concreto a una institución, con vistas a generar su estrategia de comunicación, de identidad e imagen. Para ello se realiza una investigación estructurada sobre la base de las siguientes dimensiones: Realidad, Identidad, Comunicación e Imagen Institucional.

El Diagnóstico, por tanto, precede el desarrollo de soluciones de diseño y constituye una etapa imprescindible para la adopción de decisiones estratégicas en materia de Comunicación Institucional.

La primera etapa del presente proyecto, para dar cumplimiento a los objetivos propuestos, estará encaminada a caracterizar el estado actual del CIPS con respecto a su Realidad Institucional, su Identidad Institucional, su Imagen Institucional, y sobre todo, sus Comunicaciones.

Fuentes de información para el diagnóstico

- . La documentación de la Organización (Organigrama, informes institucionales, estudios realizados con anterioridad en materia de comunicación, etc.)
 - . Los directivos
 - . Los soportes gráficos de comunicación y la infraestructura material
 - . Soportes audiovisuales y multimediales
 - . Estudios existentes sobre la Institución y/o sus públicos
 - . Público interno y público externo de la Institución
-

Métodos y técnicas ha emplear

- . Entrevista a directivos
 - . Cuestionario a público interno
 - . Guía de Observación Estructurada para la evaluación del Sistema del Entorno
 - . Entrevista a público externo
-

Realidad Institucional

Es el conjunto de rasgos y condiciones objetivas de la Institución. No debe entenderse como un estado, sino como un proceso. Son hechos institucionales concretos, no sólo los presentes, sino también los históricos y los que constituyen ya una prospectiva segura: misión, función y escenarios en que actúa, tipo de actividad, estructuras organizativas y operativas, recursos materiales, humanos y financieros, a quien dirige sus servicios, etc.

En el Diagnóstico la finalidad de este campo es la de detectar aquellas características objetivas de la Organización que puedan influir, tanto negativa como positivamente, en la imagen de la misma; de forma tal que queden claras las plataformas sobre las cuales se sustentará el programa de imagen y comunicación.

La Institución; su misión

El Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS) es una institución jurídicamente reconocida como integrante del sistema de instituciones investigativas pertenecientes al Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente de la República de Cuba. Está adscrito al Consejo de Ciencias Sociales y a la Agencia de Ciencia y Tecnología de dicho Ministerio. Es "Institución Auspiciadora" de la Academia de Ciencias de Cuba.

El CIPS tiene como misión ofrecer una imagen de la sociedad cubana, mediante rigurosas investigaciones que aportan un cúmulo de conocimientos espe-

cializados e interdisciplinarios de carácter teórico y aplicado. Genera además modelos explicativos y tecnologías para el cambio orientados al perfeccionamiento de los procesos, relaciones sociales y la subjetividad humana.

El Centro suministra elementos para los procesos de toma de decisiones que contribuyan a una propuesta de desarrollo económico y político de carácter socialista basada en el bienestar material y espiritual de los diferentes grupos sociales con equidad, justicia, participación popular y soberanía de la nación.

Función

Aunque en un primer momento sólo se le confirió a la Organización una función científico-investigativa, actualmente pueden catalogarse de dos formas los resultados científicos y servicios que produce la Institución.

Actividades científico-investigativas

El CIPS realiza investigaciones inter-disciplinarias, con perfil preferentemente psicológico y sociológico, que combina las perspectivas metodológicas macro y microsociales, cuantitativas y cualitativas, de carácter teórico y aplicado.

Su actividad, en este sentido, se concentra en 25 áreas del conocimiento:

- . Aprendizaje en las Organizaciones
 - . Cambio Organizacional
 - . Creatividad para la Transformación Social
 - . Desarrollo de Competencias
 - . Desarrollo Local
 - . Dimensión Social del Medio Ambiente y el Desarrollo Sustentable. Percepción medioambiental
 - . Estructura Social y Desigualdades
 - . Estudios de la Tercera Edad
 - . Estudios del Trabajo y Empleo
 - . Estudios sobre Expresiones Religiosas Actuales
 - . Estudios sobre Participación
 - . Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología
-

- . Estudios Socio-Religiosos
- . Estudios Teórico Metodológicos sobre Religión
- . Familia
- . Juventud y Relaciones Generacionales
- . Liderazgo y Trabajo de los Cuadros
- . Métodos reflexivos creativos: PRYCREA
- . Percepciones Sociales
- . Proyectos de Vida. Desarrollo Personal y Profesional
- . Religión
- . Subjetividad Social y Complejidad
- . Teoría y Metodología de la Investigación Social
- . Transformación Comunitaria: Líderes Barriales
- . Violencia Intrafamiliar

Servicios científico-técnicos

Además de su actividad científico-investigativa el CIPS brinda servicios especializados relacionados con las temáticas acordadas y entre los que se incluyen: asesorías, capacitación y formación de Recursos Humanos, conferencias, consultorías, cursos nacionales e internacionales, diplomados, encuestas, entrenamientos, publicaciones especializadas, resultados de investigación, tutorías de Diplomados, Maestrías y Doctorados, e información especializada en el Centro de Documentación del que dispone la Institución, el cual se ocupa fundamentalmente de reunir sus resultados de investigación en la colección "Papeles del CIPS", que cuenta con más de 400 títulos y constituye su principal valor.

Contexto histórico y socio-económico de su fundación

El surgimiento del CIPS como Institución constituyó un proceso extendido por varios años.

El 10 de Octubre de 1983 se fundan, como una división del Instituto de Ciencias Sociales, los departamentos de Psicología, Sociología y Estudios Socio-Religiosos. Aunque, desde un primer momento, estos departamentos fueron atendidos por el ya mencio-

nado Instituto, su actividad con relación a este último los fue de cierta manera independizando del mismo y uniendo más entre ellos; a tal punto, que cuando por el acuerdo 1984 del Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros, con fecha 24 de Marzo de 1986, se modifican las dependencias de la Academia de Ciencias de Cuba y se dispone la extinción del Instituto de Ciencias Sociales, se crea, a partir de la unión de dichos departamentos, el Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas.

Posterior a esa fecha y casi de manera simultánea hasta 1989 fueron creados los restantes departamentos del Centro.

Entre los años 1989 y 1990 la Organización refleja una etapa de crecimiento, condicionada por la desintegración del Instituto de Investigaciones Fundamentales del Cerebro y la absorción de parte de su personal por la Institución. Hasta ese momento el CIPS sólo poseía un local que funcionaba como su única sede y que se ubicaba en el reparto Siboney, en los perímetros de Ciudad de la Habana. Este crecimiento de su personal, de forma tan repentina, posibilitó la asignación al CIPS de otro local que funcionaría como una subsele del mismo y que se ubicaba en la calle Lombillo No. 904, Nuevo Vedado, Ciudad de La Habana; dicho local aún hoy en la actualidad sigue perteneciendo al Centro.

El 9 de Diciembre de 1993, por la resolución No. 273, el Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas es reconocido como la unidad presupuestada del mismo nombre por la Presidenta de la Academia de Ciencias de Cuba, y como tal por la resolución No. 831, del 12 de Octubre del mismo año, del Presidente de la Comisión Nacional del Sistema de Dirección de la Economía.

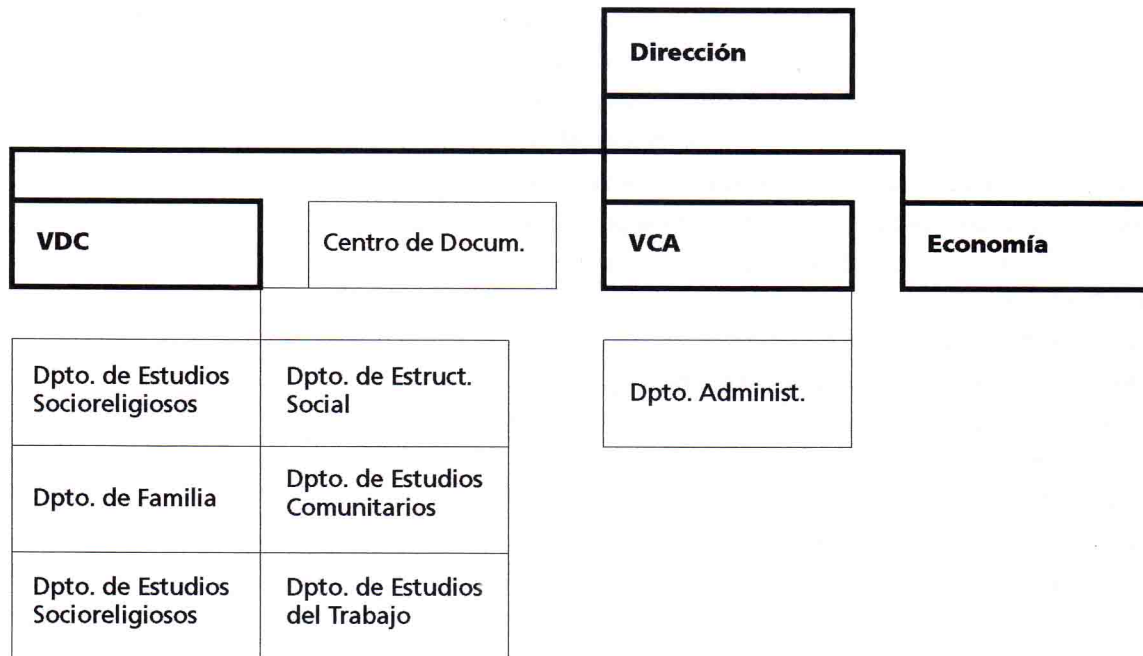
Es entonces la Institución jurídicamente reconocida como integrante del sistema de instituciones investigativas pertenecientes al Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente de la República de Cuba. En el año 1995, después de varias permutas, el CIPS

establece su sede principal en un antiguo inmueble de la calle B No.352, esquina 15, Vedado, Ciudad de la Habana; sede que en estos momento mantiene junto a la otra ya antes mencionada.

Aunque a través de estos años la misión del CIPS en esencia no ha variado, no es hasta el año 2002 que se precisa su objeto social, acción que justifica de cierta manera la afirmación inicial.

Estructura

Internamente el CIPS está estructurado de la siguiente forma:



Como se puede apreciar a la Dirección del Centro se le subordinan un grupo de Economía, la Vice-Dirección Científica y la Vice-Dirección Administrativa, y a estas últimas se le subordinan los departamentos existentes. Los departamentos son la base de esta estructura, estos a su vez, pueden contener uno o varios grupos de trabajo.

Cada departamento posee un Jefe de Departamento que supervisa la actividad de todos los grupos de

trabajo que contenga el mismo y que puede ser a la vez jefe de uno de estos grupos; cada grupo tiene, por tanto, un Jefe de Grupo.

Los grupos que conforman un departamento funcionan independientes entre sí, por proyectos; los departamentos por su parte, funcionan idénticamente: muy independientes entre sí, cada uno se encarga de los proyectos correspondientes a sus áreas de trabajo, los que tengan que ver con sus campos de conocimientos.

Pero ...

¿qué es en sí un proyecto?

Es la unidad administrativa, organizativa y económica del proceso de producción de conocimientos del Centro. Su razón de ser.

Cada proyecto del CIPS tiene una duración promedio de 2 años, aunque algunos pueden prolongarse hasta 2 años más y otros solo durar unos meses.

Cuando en la segunda mitad de la década del 80 se establecieron las bases de esta estructura, se pensó que garantizaría la convivencia de varios departamentos e investigadores en un mismo proyecto, siempre que este así lo solicitara; la realidad, sin embargo, fue otra. Como es apreciable en la actualidad esta forma de organización más que unir y promover el trabajo conjunto en el Centro, como era su objetivo en un principio, ha incentivado quizás ayudada por erradas prácticas directivas, la desunión e individualización de los departamentos durante el transcurso del tiempo. A través de los años, los integrantes de cada departamento han siempre conformado grupos de trabajo dentro del mismo departamento, muy ocasionalmente ocurría que compartían algún proyecto con otro grupo de trabajo que pertenecía a otro departamento.

Sólo en los últimos tiempos y porque la realidad así lo ha impuesto, se ha hecho más regular la convivencia de varios departamentos en un solo proyecto, dada por el

hecho de que los proyectos, hoy día, se han diversificado y requieren más que nunca la intervención de especialistas de diferentes campos de conocimiento.

Este fenómeno ha influido notablemente en el desarrollo de un proceso de cambios que, a nivel institucional, se ha venido gestando con más fuerza durante este último año; y que propone, en ese sentido, una reestructuración interna del CIPS.

Las características de dicho proceso serán analizadas más adelante.

Recursos Humanos

Los Recursos Humanos constituyen la mayor fortaleza de la Institución, su mayor valor. Su situación, sin embargo, es muy delicada.

Cuenta el CIPS con una plantilla aprobada de 107 trabajadores y una plantilla cubierta de sólo 89. Fluctuaciones regularizadas durante los últimos años han ido creando en el personal del Centro un déficit que, por las difíciles condiciones de trabajo y la ausencia de un apropiado sistema de estimulación, amenaza con aumentar incluso dentro del personal científico.

El potencial científico de la Institución es actualmente de 35 investigadores, de ellos:

- . Titulares 5
- . Auxiliares 12
- . Agregados 11
- . Aspirantes 7

Es este, según opiniones de los propios trabajadores, el personal más valioso del Centro.

Algunos de los investigadores del CIPS constituyen centros de referencia internacional en sus áreas de conocimiento y ocasionalmente hasta líderes de opinión a nivel mundial en los temas que dominan. Sin duda alguna, constituyen la mayor fortaleza de la Organización.

A pesar de que estos personajes son en su mayoría fundadores del CIPS, existen otros también muy importantes que han ingresado al Centro en fechas

posteriores. Las vías de ingreso de investigadores a la Institución han sido siempre y son muy selectivas:

- . Ascenden de la Reserva Científica (actualmente compuesta por 8 adiestrados), a la cual han sido asignados por sus excepcionales resultados académicos al egresar de carreras universitarias de humanidades, después de pasar 2 años de adiestramiento en el CIPS con resultados positivos.

- . Solicitan el ingreso a la Institución con la presentación de un aval científico (una alta calificación profesional) que así lo amerite, y que ha de evaluarse por un riguroso comité científico compuesto por los investigadores de más alta calificación en el Centro.

Como es deducible, la alta calificación profesional de investigadores y personal de apoyo a la investigación ha de influir de manera muy positiva en la calidad de los resultados científicos y de los servicios que el CIPS como Institución produce. Sin embargo, quizás debido a la falta de una institucionalidad conscientizada en este personal, los resultados obtenidos han prestigiado desproporcionadamente más a los autores de las investigaciones, que al CIPS como Organización a la cual pertenecen.

Quizás en la actualidad ese prestigio alcanzado por algunas de esas ya reconocidas personalidades, podría utilizarse de manera muy eficiente para engrandecer la imagen de la Institución de la cual forman parte.

Recursos financieros

La situación financiera actual del CIPS es también sumamente delicada; pues la Institución se encuentra en medio de un proceso durante el cual ha de pasar de entidad presupuestada del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente a entidad autofinanciada.

Partiendo de la base de todos los cambios ocurridos en el nivel de organización económico-institucional del país y del propio Ministerio en particular; el proceso en cuestión está encaminado en este sentido, a

legalizar la comercialización de las actividades científicas y de servicios en general que el CIPS realiza, con vistas a obtener ingresos.

Existen ciertos objetivos que, con carácter prospectivo, han sido definidos para implementar esta nueva política comercial, y entre los que se incluyen:

- .La armonización de propósitos estratégicos macrosociales con otros específicos solucionadores de problemas comercializables

- . El desarrollo de temas con objetivos duales económicos y científicos.

- . El incremento de la elaboración de tecnologías comercializables.

- . El fortalecimiento y desarrollo de la internacionalización del trabajo de la Institución (proyectos conjuntos, búsqueda de financiamiento, publicaciones y eventos internacionales).

Los resultados derivados de la aplicación de esta nueva política urgen en el CIPS, pues en este período de transición su situación económica es muy difícil. Actualmente el Centro no

cuenta con un capital propio de fuerza, ya que además de no contar con un presupuesto ministerial que cubra otros gastos que no sean los derivados del salario básico del personal, sus vías de ingreso son insuficientes. No posee el CIPS en estos momentos, publicación periódica alguna y los beneficios que puedan aportar sus servicios de docencia y pregrado, u otros servicios en general, son muy limitados y sólo se materializan, en la mayoría de los casos, en moneda nacional.

Sin embargo en los 3 últimos años, y a raíz de varias propuestas de proyectos realizadas a instituciones internacionales, el Centro ha obtenido diversos tipos de financiamiento que, aunque están condicionados y destinados exclusivamente al aseguramiento material del proyecto para el cual se han concedido, han permitido a la Institución hacerse de una tecnología y un equipamiento muy necesarios para su posterior eficiente desempeño una vez terminado el(los) proyecto(s) en cuestión. No obstante esto no es capaz de opacar el estado técnico-constructivo de las instalaciones del Centro ni las insuficientes atenciones para con su personal.

La actual situación financiera general del CIPS habrá de mejorar sin dudas, una vez concluido el proceso ya antes mencionado.

Recursos tecnológicos

A raíz de los financiamientos internacionales obtenidos para varios de sus proyectos en estos tres últimos años, el CIPS ha adquirido cierto equipamiento que, por su diversidad y actualidad, se adecua de manera muy conveniente al desempeño actual y futuro de las principales funciones de la Institución. Sin embargo el desconocimiento de esta tecnología por la mayor parte del personal del Centro conlleva a que la misma sea, en la mayoría de los casos, subutilizada; de aquí se deriva que más de la mitad de los trabajadores considere que la infraestructura tecnológica del Centro es inadecuada. A esto también contribuye la,

para nada equitativa, distribución de este equipamiento por los diferentes departamentos dentro de la Institución. No obstante, el contar hoy día con estos recursos, constituye uno de los puntos en que puede considerarse parcialmente fuerte a la Organización. Aspecto en el que la Dirección del CIPS, a pesar de todas las limitaciones económicas que existen, ha prestado un especial interés. Actualmente se realiza la instalación de la

Intranet del Centro, ya en fase terminal en sus sedes, lo que posibilitará una mayor comunicación interna a nivel institucional; también traerá aparejado la posibilidad de acceder a Internet desde cualquier área de trabajo, cosa que sólo era posible desde una sola máquina en todo el Centro.

Estas acciones del órgano directivo de la Institución están orientadas, en primera instancia, a establecer una infraestructura tecnológica totalmente adecuada en la Organización que contribuya a lograr que la misma, en un futuro, pueda estar más apoyada en procesos informatizados.

Escenarios en los cuales despliega su actividad

Existen 2 escenarios establecidos en los cuales el CIPS despliega su actividad, y que se han definido como el escenario nacional y el escenario internacional.

Escenario nacional

En este primer ejemplo, se desarrolla el Centro en un ámbito de extrema responsabilidad y compromiso con la dirección del país y con el pueblo cubano en general, pues su vinculación con organismos tales como el Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros, la Dirección Nacional de la CTC, el Comité Nacional de la UJC y la Dirección Nacional de la FMC por sólo mencionar algunos, sugiere que los resultados de las investigaciones relacionadas con los mismos habrán de tener un gran impacto social a nivel nacional. Por tanto, su actividad en este ámbito siempre ha sido, y ha de ser prospectivamente, una prioridad.

Escenario Internacional

A pesar de mantener el CIPS estrechos nexos de colaboración e intercambio con instituciones de más de 11 países, la política ha desarrollado en este escenario durante el año en curso y el siguiente, tiende a aumentar dichos vínculos y a desarrollar paralelamente estrategias comerciales que contribuyan a lograr en el CIPS cierta estabilidad económica a partir de sus incursiones en este ámbito.

Principales Usuarios

A nivel nacional los principales usuarios del CIPS están conformados por las siguientes instituciones:

- . Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros
- . Dirección Nacional de la CTC
- . Comité Nacional de la UJC
- . Dirección Nacional de las FMC
- . Oficina de Asuntos Religiosos del Comité Central del Partido
- . Centro de Estudios de la Juventud
- . PCC de Ciudad de La Habana
- . Escuela Superior del Partido Níco López
- . CEADEM
- . Poder Popular (municipio Plaza, Ciudad de La Habana)
- . ETECSA
- . ONAT

Las instituciones que a nivel internacional constituyen los principales usuarios del CIPS son las siguientes:

- . ONG Save the Children (Reino Unido)
- . ONG Alternatives (Can.)
- . Hampshire College Massachusetts (EUA)
- . ONG APN (Noruega)
- . Departamento de Estudios Cubanos de la Universidad de Harvard (EUA)
- . Comité Francés contra el Hambre y para el Desarrollo

Logros obtenidos

A pesar de las serias limitaciones materiales que, como otras organizaciones del país, ha tenido que afrontar el CIPS en estos años de Período Especial, y de las dificultades económicas por las que actualmente atraviesa, muchos son los logros que desde su fundación hasta la fecha ostenta la Institución, los que serían prácticamente imposibles de relacionar de manera conjunta, por razones de espacio, en este documento. Entre los resultados de investigación obtenidos

por el colectivo del Centro se destacan por su novedad en el contexto de la producción nacional de las Ciencias Sociales, entre otros, los siguientes:

- . Componentes socio-clasistas (Premio Nacional, quinquenio 1986-90)
- . Relaciones Intergeneracionales (Premio Nacional, quinquenio 1986-90)
- . Características y tendencias de la familia cubana (Premio Nacional, quinquenio 1986-90)
- . Religión y lucha ideológica (Premio Academia de Ciencias, 1990)
- . Religión y juventud (Premio Academia de Ciencias, 1992)
- . Posibles impactos del Período Especial en la familia (Premio Academia de Ciencias, 1992)
- . Iglesia Católica. Tendencias (Premio Nacional, 1993)
- . El problema de la anticipación en la psicología (Premio Academia de Ciencias, 1994)
- . La familia cubana. Cambio, actualidad y retos (Premio Nacional, 1995)
- . Integración social de la juventud (Premio Nacional, 1997)

Planes en curso

A partir de las variaciones que en los últimos años han ocurrido en el nivel de organización económico-institucional del país y del propio Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, se ha comenzado a desarrollar desde hace algún tiempo y con más fuerza durante el año 2002 y el año en curso, un proceso que de manera organizada ha de posibilitar la conversión de la Unidad Presupuestada denominada Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas, en la Unidad Autofinanciada del mismo nombre.

Dicho proceso, como es de suponer, habrá de generar grandes cambios en la organización interna de la Institución; cambios que antes de ser aplicados habrán de ser aprobados por la instancia superior (Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente).

Muchos pasos se han dado y muchas decisiones han sido ya tomadas en este sentido.

Aprovechando la coyuntura del cambio y porque la realidad así lo exige, la Dirección del CIPS ha elaborado y propuesto a dicho Ministerio una nueva forma de estructurar internamente el Centro. La nueva estructura, ya en las fases finales de su total aprobación, ha de ser implantada en un futuro inmediato. Condicionada su futura implantación por la propia dinámica de la Organización, la nueva estructura, mucho más funcional y flexible que la actual por departamentos, traerá aparejado una nueva forma de organización por Proyectos y Grupos de Trabajo y la extinción de los departamentos existentes.



Con esta forma de organización los Grupos de Trabajo se crearán y desaparecerán según las demandas de cada Proyecto en particular; y el personal que conformará estos grupos podrá variar o rotar según las exigencias de los mismos.

Desde el punto de vista comercial, puesto que el CIPS ha de generar ingresos producto de la comercialización de sus actividades científicas y de servicios en general, se ha hecho imprescindible para dicha entidad contar con las licencias comerciales para realizar todas sus funciones oficiales y avalar las operaciones económicas con la legalidad requerida. Este proceso demandó la aprobación de su objeto social, elemento no definido en ninguna de las resoluciones que alguna manera dispusieron en

fechas anteriores, su creación como Institución.

En respuesta a esta demanda y como parte de este proceso de cambio, en Noviembre del 2002, a solicitud de la Ministra de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, se emite la resolución No. 638/02 del Ministro de Economía y Planificación que precisa el objeto social del Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas, así como la inclusión oficial en su denominación de la forma abreviada CIPS.

El objeto social del CIPS ha quedado, por tanto, precisado de esta manera: El Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas es un centro de investigaciones que tiene como Misión, la realización de investigaciones científicas psicológicas y sociológicas y de servicios científico-técnicos orientados a los procesos, estructuras, relaciones sociales e individuos así como a la subjetividad humana, mediante las siguientes actividades económicas:

. Elaborar, dirigir y ejecutar proyectos de investigación científica y de desarrollo relacionados con las áreas claves del Centro.

. Comercializar en ambas monedas y en forma mayorista y minorista, los resultados de la investigaciones que realiza la Institución.

. Comercializar en forma mayorista y minorista, en ambas monedas, publicaciones científico-técnicas especializadas; sobre distintos soportes.

. Brindar servicios científico-técnicos, consultorías y asesorías especializadas, en ambas monedas.

. Brindar servicios de capacitación y formación de recursos humanos, acorde con las regulaciones establecidas.

. Organizar y desarrollar eventos científico-técnicos nacionales e internacionales, en ambas monedas, sobre las temáticas que desarrolla el Centro.

. Brindar servicios de alquiler de locales y equipos para la realización de reuniones, conferencias y eventos acorde con la legislación vigente.

. Brindar servicios de reprografía, fotocopias y fotografía de forma minorista, en moneda libremente convertible, acorde con las legislaciones establecidas.

. Brindar servicios de cafetería y comedor para sus trabajadores, en moneda nacional.

Conclusiones Realidad Institucional

Como es apreciable estamos en presencia de una institución investigativa, con aproximadamente 20 años de fundada, subordinada al Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente; cuyo desarrollo en esta última década ha estado limitado por la difícil situación económica por la que atraviesa el país. En estos momentos se encuentra inmersa en un complejo proceso de cambio estructural y de redefinición de funciones, donde se ha reajustado su misión y ha quedado definido su objeto social, con el objetivo final de pasar de Unidad Presupuestada del ya mencionado Ministerio a Unidad Auto-financiada.

La Organización cuenta con un personal altamente calificado, de gran experiencia, prestigio en su medio y con un gran compromiso social, lo que constituye su principal fortaleza. La situación del mismo, sin embargo, es muy delicada.

A pesar de que la situación financiera de la Institución es también muy delicada y que sus recursos tecnológicos son, aunque suficientes, en su mayoría subutilizados; el Centro produce resultados científicos de gran calidad, avalada por los muchos importantes premios obtenidos, generadores por lo general de un gran impacto social.

Por otra parte, es evidente que la Institución tiene bien definidos los escenarios en los que actúa y en ellos despliega todo su potencial estratégico; y aunque su actividad en este sentido le ha proporcionado cierto reconocimiento, tanto dentro como fuera del país, trabaja para alcanzar una posición e imagen pública como Centro de referencia nacional e internacional.

Identidad Institucional

Es el conjunto de rasgos (atributos) que la Institución adopta, conscientemente o no, como forma de auto-representación. Es además la percepción que poseen los miembros de la Institución sobre la misma; es un fenómeno de conciencia y a su vez un proceso de identificación-diferenciación, dado por el sentido de pertenencia necesario de sus integrantes, que se materializa a través de cada uno de los modos de existir y actuar del sujeto institucional.

Es el grupo de atributos que son asumidos como propios y constituyen el discurso de identidad que se desarrolla en el seno de la Institución.

Para la evaluación de este variable se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

- . ¿Cómo es percibida la Institución por su público interno?; y nivel de reconocimiento y opiniones que el mismo posee sobre los atributos de su identidad visual.

- . ¿Cómo creen que son percibidos como Institución por su público externo a partir de los resultados científicos y servicios que producen?

Estas preguntas fueron destinadas a indagar sobre el nivel de reconocimiento del público interno en aspectos tales como: funciones de la Institución y su cumplimiento, atributos institucionales, signos de identificación y la posición de dicho público sobre un cambio de identificador.

Se diseñó otro grupo de preguntas dirigidas a conocer las opiniones de los trabajadores sobre cómo creen

que es en la actualidad la Institución y cómo creen que debería ser; se indagó además sobre cómo piensan que es reconocido el Centro por su público externo y cómo son evaluados los resultados científicos y servicios que producen con relación a los de sus homólogos.

El método de recopilación de información empleado en la evaluación de esta variable fue la encuesta (a público interno).

Para la selección de la muestra se realizó un estudio censal de un universo de 89 trabajadores; de los cuales se excluyeron 28, personal administrativo y de servicios mayoritariamente, que por razones personales y de otras índoles ajenas a la Dirección del Centro, no pudo ser encuestado. Quedando de esta forma una muestra representativa de 61 trabajadores (el 68,5 % de la plantilla cubierta), de los cuales:

- . 6 son Directivos
- . 27 son Investigadores,
- . 12 son Auxiliares de Investigación,
- . 6 son Trabajadores administrativos
- . 10 son Trabajadores de servicios.

Con el objetivo de llegar a conclusiones más específicas en algunas de las preguntas, se decidió segmentar las encuestas en 5 estratos según las categorías ocupacionales antes mencionadas.

Total de encuestados: 61
(68,5 % de la plantilla cubierta)

Dirigentes: 6 (9,8 % del total de encuestados)

Investigadores: 27 (44,3 %)

Auxiliares de investigación: 12 (19,7 %)

Trabajadores administrativos: 6 (9,8 %)

Trabajadores de servicios: 10 (16,4 %)

Análisis de resultados

Pregunta 1

¿Conoce Ud. las funciones principales del Centro?

Para responder esta pregunta dirigida a conocer el sentido de pertenencia a la Institución experimentada por su público interno, fueron confeccionadas dos alternativas de respuestas donde se incluyeron todas las respuestas obtenidas.

Resultados

El personal del CIPS, en su mayoría, tiene gran conocimiento de las funciones principales del Centro; lo que habla positivamente acerca del nivel de información y la claridad que, sobre las líneas de trabajo, posee la mayor parte de los integrantes de la Organización. (Ver Anexo 2, Tabla 1).

Pregunta 2

Si fuera a evaluar la Institución a la cual pertenece diría que es: profesionalmente competente, tecnológicamente de avanzada, eficiente, de mucha experiencia, rápida, organizada, económicamente estable.

Para responder esta pregunta fueron brindadas tres alternativas de respuesta (sí, parcialmente y no) que permitiesen arribar a conclusiones más exactas.

Resultados

Profesionalmente competente y de mucha experiencia resultaron los calificativos más señalados por los integrantes de la Institución al evaluar positivamente la misma (con un 77,0 % y un 75,4 % respectivamente); calificativos que sin dudas constituyen en ese sentido, sus puntos más fuertes según la opinión de su personal.

Los aspectos relacionados con la infraestructura tecnológica, la rapidez y la situación económica del Centro, resultaron los más señalados de forma negativa; ejemplificando lo que el personal cree que constituyen las mayores deficiencias de la Organización. (Ver Anexo 2, Tabla 2).

Pregunta 3

A su juicio las principales limitaciones del Centro son de carácter: material, económico, tecnológico, de dirección, de recursos humanos, organizativas, otras. ¿Cuáles?

Resultados

De alguna manera corroborando los resultados de la pregunta anterior, fueron señaladas como las principales limitaciones del Centro aquellas de carácter material, económico, tecnológico y organizativo, en ese orden de prioridad.

Otras limitaciones que, según los trabajadores del Centro, impedían el eficiente accionar del mismo, las constituían:

- . La dependencia extrema del organismo superior en todos los campos.
- . El sobrecontrol al que están sometidos por parte de organismos del entorno social.
- . Las problemáticas relaciones con el Ministerio.

Como es apreciable, todas las opiniones expresadas en este sentido, tienen que ver con la relación que actualmente existe entre el CIPS y el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente al cual se subordina. (Ver Anexo 2, Tabla 3).

Pregunta 4

Acorde a su criterio, las ventajas de trabajar en este Centro son: buenas condiciones de trabajo, estimulación material, buen salario, acceso a tecnología de avanzada, buenas relaciones entre compañeros, buenas relaciones entre jefes y subordinados, posibilidades de superación, reconocimiento social, tiempo para hacer otros trabajos adicionales. Otras. ¿Cuáles?

Resultados

Según las opinión de los trabajadores encuestados, las buenas relaciones entre compañeros resultan la principal ventaja de trabajar en el CIPS (un 93,4 % así lo ratificó), quedando también con significativa importancia en un segundo y tercer lugar, las posibilidades de superación que ofrece la Institución y las

buenas relaciones que en su seno existen entre jefes y subordinados. Sin dudas a las relaciones interpersonales dentro del Centro se le confiere una gran importancia.

Las opciones de respuestas relacionadas con aspectos materiales y económicos ratificaron los resultados obtenidos en las dos preguntas anteriores.

Otros aspectos que, según los trabajadores de la Institución, constituían ventajas de trabajar en el CIPS fueron:

- . La realización que como profesionales experimentan trabajando en el Centro. (4 respuestas; 6,6 %)
- . El hecho de que constituye el CIPS uno de los más importantes y prestigiosos centros de investigación de su tipo a nivel nacional e internacional. (3 respuestas; 4,9 %). (Ver Anexo 2, Tabla 4).

Pregunta 5

Mirando hacia el futuro diría Ud. que el CIPS es un centro que:

- . Tiene muchas posibilidades de sobresalir y desarrollarse
- . Debe esforzarse mucho para poder mantener su actual nivel
- . Tiene limitadas posibilidades de éxito

Resultados

Más de la mitad del personal (el 57,4 %) cree que el CIPS tiene, en un futuro, muchas posibilidades de sobresalir y desarrollarse, lo que demuestra el conocimiento que la mayor parte de los trabajadores tiene de lo que son como Institución y de lo que pueden llegar a ser como tal; evidencia además la confianza que esta parte del personal ha depositado en los resultados del proceso por el cual atraviesa la Institución. (Ver Anexo 2, Tabla 5).

Pregunta 6

Intente caracterizar al CIPS (Emplee al menos tres adjetivos).

- a) El CIPS es ...
-

b) El CIPS debería ser ...

Resultados

Para el análisis de esta pregunta en el inciso a), se han dividido en dos grupos las respuestas obtenidas atendiendo a su connotación positiva y negativa. Dichos grupos incluyen sólo las respuestas más representativas en cada caso, aquellas que más se repiten.

a) Adjetivos que caracterizan al CIPS en la actualidad

Adjetivos de connotación positiva

- . Experimentado
- . Competente
- . Científicamente avanzado
- . Riguroso
- . Dinámico en la investigación
- . Unido
- . Valiente

Adjetivos de connotación negativa

- . Feo
- . Pobre
- . Desorganizado
- . Lento
- . Desconocido
- . Ineficiente
- . Atrasado

Aunque de manera general las opiniones con respecto a lo que la Institución es en la actualidad varían y se dividen, más o menos en igual número, las de connotación positiva y negativa, es apreciable como las primeras están referidas casi en su totalidad a la actividad principal que realiza la Organización (la investigación científica); mientras que en el segundo grupo predominan aquellas relacionadas con aspectos de carácter material, económico y organizativo.

b) Según las opiniones del personal encuestado, el CIPS debería ser, en ese orden de prioridad:

- . Más eficiente
 - . Más organizado
 - . Económicamente estable
-

- . Estimulante
- . Bonito
- . Más rápido en sus gestiones
- . Más agradable como lugar de trabajo
- . Acogedor
- . Más desarrollado materialmente
- . Rentable
- . Mejor atendido por el Ministerio
- . Autónomo

Las opiniones expresadas en este sentido, no distan mucho de lo deducible según los resultados obtenidos en preguntas anteriores.

Pregunta 7

En relación con los resultados y servicios que el CIPS produce, considera Ud. que los usuarios de los mismos se sienten: muy satisfechos, satisfechos, ocasionalmente satisfechos, insatisfechos, muy insatisfechos.

Resultados

A partir de los resultados y servicios que el CIPS produce, un 55,8 % de los trabajadores del Centro considera que los usuarios de los mismos se sienten, por lo general, satisfechos; lo que demuestra que el público interno de la Institución está consciente de la calidad del trabajo que realiza. El número de opiniones que en ese sentido reflejó algún grado de insatisfacción, es despreciable. (Ver Anexo 2, Tabla 7).

Pregunta 7a)

Piensa Ud. que los resultados científicos que el CIPS produce:

- . son suficientemente conocidos
- . son parcialmente conocidos
- . son insuficientemente conocidos

Pregunta 7b)

Piensa Ud. que los resultados científicos que el CIPS produce:

- . son convenientemente utilizados por los introductores
-

- . son parcialmente utilizados por los introductores
- . no son utilizados por los introductores

Resultados 7a) y 7b)

El mayor número de respuestas obtenidas, según los niveles en que eran conocidos y utilizados los resultados científicos que el CIPS produce, reflejó en cada una de estas preguntas la opinión general de que dichos resultados sólo son parcialmente conocidos y parcialmente utilizados por aquellos encargados de aplicarlos. (Ver Anexo 2, Tablas 7a y 7b).

Pregunta 8

A su juicio, aquellos que se vinculan habitualmente con el CIPS, lo evalúan como:

- . el mejor entre todos los centros de investigación que prestan servicios de este tipo
- . entre los mejores de su tipo
- . uno más entre tantos
- . uno de los peores
- . el peor

Resultados

El análisis de esta pregunta, dirigida a conocer como cree el público interno que es percibida la Institución por aquellos con los que habitualmente se vincula, evidenció que un 68,9 % del personal del Centro cree que el mismo es percibido como uno entre los mejores de su tipo; dato que refleja la importancia, significación y prestigio que los trabajadores le atribuyen a su Organización. (Ver Anexo 2, Tabla 8).

Pregunta 9

Cree Ud. que en el medio científico el CIPS es: muy conocido, poco conocido, desconocido.

Resultados

La opinión de un 73,8 % de los integrantes de la Organización, quienes creen que en el medio científico el CIPS es muy conocido, está en total concordancia con los resultados obtenidos en la pregunta anterior. (Ver Anexo 2, Tabla 9).

Pregunta 10

Considera Ud. que los objetivos de trabajo de su centro se cumplen: totalmente, parcialmente, no se cumplen. ¿Por qué?

Resultados

A partir de los resultados obtenidos en las preguntas 2 y 3, se pueden deducir las causas que provocan que el 77,0 % de los encuestados considere que los objetivos de trabajo de su Centro sólo se cumplen parcialmente. (Ver Anexo 2, Tabla 10).

Pregunta 11

Las desventajas de trabajar aquí son:

- . malas condiciones de trabajo
- . estimulación material deficiente
- . bajo salario
- . infraestructura tecnológica inadecuada
- . escasas posibilidades de superación
- . malas relaciones entre compañeros
- . malas relaciones entre jefes y subordinados
- . bajo reconocimiento social
- . ocupa el trabajo demasiado tiempo
- . otras. ¿Cuáles?

Resultados

Los resultados más significativos derivados del análisis de esta pregunta, mostrando que la deficiente estimulación material y el bajo salario constituían las principales desventajas de trabajar en el Centro, eran deducibles de los obtenidos en las preguntas 2, 3 y 4. Su acción fue corroboradora. (Ver Anexo 2, Tabla 11).

Pregunta 12

¿Qué posibilidades de superación le brinda su trabajo? (Muchas, algunas, ninguna)

Pregunta 13

¿Se superó en el último año?

Pregunta 14

¿Cómo evalúa la superación recibida? (muy útil, relativamente útil, inútil)

Resultados 12, 13 y 14

Aunque muchos profesionales del CIPS poseen una muy alta calificación y no existen a nivel nacional programas adecuados par su superación, un 44,2 % del personal del Centro considera que la Institución brinda muchas posibilidades de superación; un 49,2 % opina, quizás justificado por lo antes expuesto, que estas sólo se limitan a algunas. Estas posibilidades, por lo general, parecen ser bien aprovechadas, pues en el último año se superó el 69,5 % de los integrantes de la Organización.

La superación recibida fue considerada por el 78,0 % de los trabajadores beneficiados, como muy útil. (Ver Anexo 2, Tablas 12, 13 y 14).

Pregunta 15

¿Recibe información actualizada de lo que ocurre en su centro de trabajo?

Pregunta 16

¿Conoce sobre los proyectos que se plantean emprender y las metas que se esperan alcanzar?

Resultados 15 y 16

El análisis de las preguntas 15 y 16 indicó que, por lo general, el público interno de la Institución recibe información actualizada de lo que ocurre en su Centro de trabajo; lo que reafirma el hecho de que el 62,3 % de ellos conozca en todo momento sobre los proyectos que la Organización se plantea emprender y las metas que se esperan alcanzar. (Ver Anexo 2, Tablas 15 y 16).

Pregunta 17

¿Generalmente puede Ud. consultar a su jefe en caso de que le resulte necesario por su trabajo?

Resultados

Los resultados derivados del procesamiento de esta pregunta, arrojaron que un 95,1 % de los encuestados generalmente podía consultar a su jefe en caso de que le resultara necesario por su trabajo; lo que co-

robora el hecho de que constituían las buenas relaciones entre jefes y subordinados una de las principales ventajas de trabajar en el CIPS. (Ver Anexo 2, Tabla 17).

Pregunta 18

¿Cómo calificaría el clima de las relaciones interpersonales en su trabajo?

Resultados

El hecho de que un 88,6 % del personal encuestado calificara el clima de las relaciones interpersonales en su trabajo como generalmente favorable fue un resultado deducible. (Ver Anexo 2, Tabla 18).

Pregunta 19

¿Considera Ud. que sus opiniones son tenidas en cuenta cuando se adoptan decisiones que lo atañen?

Resultados

Que más de la mitad de los trabajadores (un 54,1 %) considere que sus opiniones son generalmente tenidas en cuenta cuando se adoptan decisiones que los atañen, habla por sí sólo de los niveles de democracia y unidad, que de forma interna, existen en el Centro. (Ver Anexo 2, Tabla 19).

Pregunta 20

Diría Ud. que se siente:

- . totalmente satisfecho de pertenecer a este Centro
- . parcialmente satisfecho de pertenecer a este Centro
- . insatisfecho de pertenecer a este Centro

Resultados 20

Del análisis de esta pregunta, dirigida a conocer el sentido de pertenencia a la Institución experimentado por su público interno, se pudo conocer que alrededor de la tercera parte de los trabajadores del Centro (el 32,8 %) se sienten totalmente satisfechos de pertenecer a la Organización; sin embargo el 60,7 % considera que su satisfacción en ese sentido es sólo parcial, y ha de estar condicionada por las limitaciones que con carácter material, económico y

organizativo constituyen las principales desventajas de trabajar en el Centro. (Ver Anexo 2, Tabla 20).

Pregunta 21

¿Ha pensado Ud. en cambiar de trabajo?

- . lo he valorado y deseché la idea
- . lo estoy valorando
- . no he pensado en cambiar de trabajo

Resultados 21

El hecho de que el 24,6 % del personal del Centro haya valorado en algún momento la posibilidad de cambiar de trabajo, y que el 32,8 % la esté actualmente valorando, habla por sí sólo del peligro que esto representa para una Institución cuyo principal valor lo constituyen sus Recursos Humanos.

Más si se tiene en cuenta que el 33,3 % de los directivos y el 44,4 % de los investigadores se incluyen en este último grupo. (Ver Anexo 2, Tabla 21).

Pregunta 22

¿Conoce el identificador (logotipo y/o símbolo) que utiliza el Centro?

Pregunta 22a)

Puede describirlo en cuanto a:

- . elementos que contiene
- . colores

Resultados 22 y 22a)

Aunque un 78,7 % del personal encuestado afirma conocer el identificador del Centro, sólo un 18,1 % puede describirlo correctamente en cuanto a los elementos que contiene y un 13,1 % en cuanto a los colores que el mismo posee. El desconocimiento del identificador en este sentido, habla del bajo nivel de pregnancia que, debido al exceso de formas complejas, posee el mismo incluso para el público interno de la Institución. (Ver Anexo 2, Tablas 22 y 22a)

Pregunta 22b)

¿Le gusta?

Resultados

Los resultados del análisis de esta pregunta arrojaron que sólo el 18 % del total de encuestados se siente comprometido de alguna manera con el actual identificador; mientras que un 50,8 %, donde se incluyen el 83,3 % de los directivos, el 48,1 % de los investigadores y el 58,3 % de los auxiliares de investigación, considera que el mismo no es de su gusto y ha de experimentar cambios. El 31,2 % de los integrantes de la Organización no quiso comprometerse en este sentido. (Ver Anexo 2, Tabla 22b)

Pregunta 22c)

¿Le gustaría cambiarle algo? ¿Qué?

Resultados

El 49,2 % del personal encuestado sugirió posibles cambios que podrían aplicarse al símbolo actual. A continuación relacionamos los que en mayor número fueron solicitados:

- . Cambiarlo todo, sustituirlo por otro (20 respuestas)
- . Que a través del isotipo se expusiera más información de lo que hace el Centro, de su trabajo (5 respuestas)
- . Eliminar la reja (5 respuestas)

(Ver Anexo 2, Tabla 22c)

Pregunta 22d)

¿Generalmente donde aparece?

Resultados

El 68,9 % de los trabajadores reconocieron la aplicación del símbolo vigente, de manera única, en piezas de la papelería institucional.

Conclusiones Identidad Institucional

Como es apreciable, el público interno conoce las principales funciones de la Institución; sin embargo perciben que estas no se cumplen en su totalidad. Según los resultados obtenidos, se pudo comprobar que el Centro posee serias limitaciones de carácter material, económico y organizativo que dificultan, consecuentemente, su eficiente accionar. Debido a esto, el concepto que de forma general posee el público interno acerca de la Institución encierra un conjunto de valores mayormente negativos en ese sentido que, por consiguiente, dista de su idea sobre “lo que debe ser” que define su perfil óptimo. De aquí puede deducirse que el sentido de pertenencia que experimenta este personal con respecto a la Institución se está viendo notablemente afectado; su restauración, por tanto, ha de ser inmediata, pues los daños en este sentido aún pueden ser mayores y resultar fatales para el futuro desempeño de la Organización.

No obstante, las opiniones sobre la actividad fundamental que realiza el Centro (la investigación científica) tienden a ser muy positivas, de aquí se deriva que más del 50 % de los trabajadores evalúen al CIPS como entre los mejores de su tipo y crean ser, en similar proporción, percibidos como tal por su público externo.

En cuanto a la evaluación del identificador, las opiniones son variadas; a pesar de que más de un 50 % de los encuestados desearía algún tipo de cambio para el símbolo actual, existe un pequeño grupo que se siente comprometido con el mismo, y otro significativamente mayor que no ha querido tomar partido ante esta disyuntiva. Lo que demuestra, que más allá de un análisis cuantitativo de las opiniones y de un análisis estético del símbolo, el público interno se siente identificado con la Institución y cualquier cambio que se produzca en su identidad visual sería, por lo general, positivamente asimilado.

Comunicación Institucional

Conjunto de mensajes emitidos (conscientemente o no; voluntariamente o no) por los miembros de la Organización.

Esta dimensión tiene un carácter objetivo, o sea, está constituida por el conjunto de mensajes y modos de producirlos con que cuenta la Institución; y conjuntamente con la Identidad Visual puede ser dirigida a conveniencia.

Las Comunicaciones se expresan en tres sistemas:

- . Sistema de las Comunicaciones (se expresa gráficamente)
- . Sistema del Entorno (se expresa gráficamente)
- . Sistema de las Actuaciones (se expresa con hechos personalizados)

Para dar cumplimiento al objetivo fundamental del presente trabajo, se evaluará en primer orden y con mayor profundidad el Sistema de las Comunicaciones; los resultados obtenidos develarán el estado actual de las mismas a nivel institucional. Se analizará además el Sistema del Entorno y el de las Actuaciones con la finalidad de ofrecer las recomendaciones pertinentes.

Sistema de las Comunicaciones

Denominación

Aunque al crearse legalmente en 1986, la Unidad Presupuestada denominada Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas, adoptó sólo esta forma de denominación oficial, la Institución ha sido a través de estos años y es en la actualidad, nombrada

de dos formas diferentes:

. Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas
. CIPS

La primera de estas variantes de denominación, como ya ha sido mencionado, fue oficializada en el propio 1986 y es de tipo descriptiva; constituye una enunciación sintética de los principales atributos de Identidad de la Institución.

La segunda es una forma abreviada de la denominación oficial y responde a una construcción por contracción que parte de las iniciales de las palabras que conforman el primer ejemplo.

Analicemos ambas variantes más detalladamente.

Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas

Ejemplo de denominación de tipo descriptiva, constituye la única denominación oficializada al crearse legalmente la Institución en 1986. Actualmente, según la información recopilada a través de la observación estructurada al Sistema de las Actuaciones y de las entrevistas a los directivos del Centro, es la denominación coloquial menos empleada a nivel institucional. Debido a su gran extensión ha actuado por muchos años, y actúa en la actualidad, como genérico en convivencia con otros signos de identidad en los diferentes soportes utilizados por la Institución para implementar sus comunicaciones. Por constituir esta su actuación de mayor relevancia será analizado como tal.

CIPS

Esta variante de denominación constituye la denominación coloquial predominante tanto dentro como fuera de la Institución; según datos obtenidos en la observación estructurada al Sistema de las Actuaciones, donde entre otros aspectos se analizaron la atención y servicios al público, las acciones de relaciones públicas y las presentaciones institucionales y profesionales. La reunión de estos datos con otros obtenidos a través de entrevistas a directivos de la Institución, demostró el alto nivel de posicionamiento que

ha llegado a alcanzar esta forma de denominación dentro del público interno de la misma, donde muchos de sus integrantes se autodefinen como "Ciperos". Aunque es sólo en el año 2002 que se reconoce oficialmente, esta versión abreviada del nombre, logotipada en más de una ocasión, ha estado presente desde hace muchos años en la papelería institucional y administrativa del Centro, en las comunicaciones electrónicas, en los escasos recursos promocionales, en el parque móvil e incluso constituye el único ejemplo de identificación exterior presente en una de las dos sedes institucionales.

CIPS como nombre es eufónico, breve y de fácil pronunciación, ya sea en Español, Inglés u otros idiomas donde no aparecen ni se le atribuyen significados específicos. Posee además un alto grado de pregnancia, de recordabilidad, y la característica de la sugestividad, es decir, es capaz de evocar significados que pueden establecer una relación sutil con la Institución (sus atributos), sus servicios o productos. Entre sus connotaciones más convenientes se pueden incluir: modernidad, actualidad, rapidez, precisión y seguridad. No obstante estos aspectos que sin dudas constituyen beneficios implícitos en la utilización de esta nomenclatura por la Organización, han sido detectadas, tanto en el ámbito nacional como internacional, nomenclaturas similares que a nivel oral podrían ocasionar en nuestra lengua, confusiones en el reconocimiento de la Institución; más si se tiene en cuenta que el vocablo CIPS concluye en una sílaba trabada (terminada en sonido consonántico) que pudiera provocar interpretaciones erradas en este sentido si, en un momento dado, no se pronunciara con cuidado. Entre las denominaciones detectadas en este caso se incluyen las siguientes:

- .CIP, Centro de Investigaciones Pesqueras (Cuba)
 - .CIS, Centro de Investigaciones Sociológicas (España)
 - .CIC, Central Internacional de Congresos (Cuba)
 - .CIT, Centro de Investigaciones Textiles (Cuba)
- por solo mencionar algunas.
-

Identificador

Desde su fundación y hasta la fecha el CIPS ha carecido de un sistema de signos identificatorios capaz de identificar y hacer satisfactoriamente reconocible a la Institución y a su discurso de identidad. Muchas han sido las soluciones arbitrarias que, con un grado mayor o menor de eficiencia, han sido concebidas por el personal del Centro, a través de los años, para tratar de llenar este vacío de identidad.

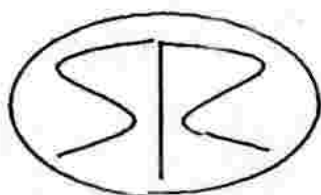
Los departamentos en su errado afán de individualizarse dentro de la Institución mucho contribuyeron con este proceso; tal es el caso del departamento de Estudios Socio-Religiosos, para el cual su personal en el año 1990, concibió un símbolo que sin criterio de organización alguno fue, y aún es, aplicado irregularmente en la papelería u otros soportes internos de dicho departamento.

Entre 1996 y 1998, a propuesta de una trabajadora del CIPS, fue creado por el Ingeniero Wilfredo Po-mares, contratado para la ocasión, el identificador que con mayor frecuencia y relativa organización ha sido utilizado de manera general por la Institución en estos últimos cinco años. Existió un intento, por parte de dicho ingeniero, de crear paralelamente al identificador del Centro un documento que de cierta manera pautara su implementación. Aunque el documento en sí distaba mucho de los requerimientos de un manual de identidad (pues no definía códigos cromáticos, tipografías u otros elementos esenciales e imprescindibles para implementar una eficiente estrategia de comunicación, de identidad o imagen), constituyó un intento válido, el único, por organizar en parte las comunicaciones del CIPS.

No existe por tanto en estos momentos, manual alguno en el Centro que pauté o regule las aplicaciones de un isotipo, logotipo o genérico.

Más por constituir este identificador el ejemplo de mayor importancia, será analizado más detalladamente.

Está conformado por tres elementos:



Identificador del Departamento
de Estudios Socio-Religiosos



Identificador



Isotipo

Isotipo: reproducción casi íntegra de la reja que guarda la entrada de la sede principal de la Institución.

Logotipo: denominación abreviada de la Institución, logotipada a partir de un efecto de condensación aplicado a la tipografía y de la inclusión de una sombra, que en perspectiva, proyecta la misma.

Genérico: denominación descriptiva de la Institución.

Para un análisis más completo, estos elementos serán evaluados por separado.

Isotipo

Este elemento concebido en color negro guarda, en su concepción formal, estrechos vínculos con la sede del CIPS situada en la calle B, esquina 15; pues como se puede apreciar es un intento por reproducir gráficamente y dar un carácter simbólico a la reja que guarda la entrada principal a dicho inmueble.

La elección de este elemento arquitectónico como un elemento de gran importancia para la identificación de la Institución, según la información recopilada, responde más a un capricho de una trabajadora del Centro, que a una decisión bien pensada y analizada en términos de diseño; pues no se ha encontrado hasta el momento alguna fundamentación de peso que avale dicha elección.

Ya evaluando la solución, es deducible que la reproducción gráfica de la reja no ha sido la más conveniente, ya que todas sus formas y ornamentos han sido copiados casi con la misma exactitud; es decir, posee un prácticamente nulo nivel de síntesis que afecta exageradamente sus niveles de pregnancia, sus posibilidades de reducción y sus facilidades de reproducción.

Es también apreciable que al concebir esta solución no se ha tenido en cuenta que el CIPS está conformado por dos inmuebles, posee dos

sedes institucionales, que aunque se encuentran en la misma ciudad, están geográficamente separadas y presentan dos infraestructuras arquitectónicas totalmente diferentes. Por tanto lo que se tomó como un elemento arquitectónico identificador de una de las sedes resulta que es un elemento significativamente nulo para la otra. Evidentemente no ha sido esta una solución muy apropiada, más si se tiene en cuenta que el CIPS ha cambiado en varias ocasiones anteriores de local y esto podría repetirse en un futuro, perdiendo así este isotipo, la significación y simbolismo que se le quiso atribuir atendiendo a su función de acceso a la sede principal de la Institución.

Por otra parte, según los resultados de las entrevistas a los directivos del CIPS, el Centro debería ser visto como una Institución moderna, de avanzada, actualizada, renovadora, flexible; nada más apartado de las connotaciones que este elemento pudiera transmitir.

Logotipo

Este compuesto este elemento por la palabra (CIPS), que constituye la versión abreviada de la denominación de la Institución y que ha sido logotipada a partir del efecto ya antes descrito, y la sombra, que en perspectiva, proyecta esta. Concebida la solución original en un azul no definido con exactitud, en la actualidad puede encontrarse en la mayoría de los soportes sólo en color negro; el color de la sombra proyectada vaga por toda la gama de los grises.

Al no estar establecido un código tipográfico institucional, ni definida siquiera una familia tipográfica que regule las aplicaciones del logotipo, es común encontrarlo en los diferentes soportes, expresado con las más insospechadas tipografías; se aprecia sin embargo un predominio de las Sans Serif con un efecto de condensación como elemento invariable en todas las soluciones. El interletrado no es constante pero tiende a ser muy pequeño, lo que provoca frecuentes



Logotipo

empastelamientos en escalas incluso no muy reducidas, donde se afectan enormemente sus niveles de lectura. Presenta, por tanto, escasas posibilidades de reducción.

No se ha podido encontrar una significación válida que atribuirle a la sombra proyectada.

Isotipo y Logotipo (Isologo)

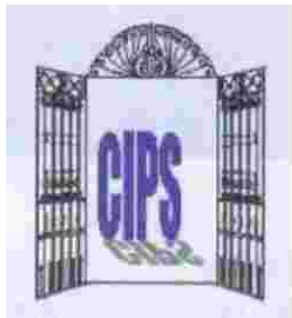
Ya en convivencia Isotipo y Logotipo conforman un Isologo; denominación técnica con que se define el tipo de acoplamiento que impide la actuación de uno de estos elementos separado del otro. No obstante ambos elementos en este ejemplo se combinan de un modo nada armónico y esto puede atribuírsele a que responden por separado a conceptos semánticos y formales totalmente diferentes, lo que además es la causa de que sea prácticamente imposible lograr con ellos posibilidades compositivas eficientes.

Por este desajuste compositivo, por los ineficientes niveles de síntesis y por la complejidad general de la solución, se puede asegurar que el isologo presenta muy bajo nivel de pregnancia y escasas e ineficientes posibilidades de reducción y reproducción; lo que trae aparejado un muy bajo rendimiento de este elemento en los distintos soportes de comunicación empleados por el Centro.

Cabe señalar además que la caducidad de los códigos empleados en la concepción de esta solución atenta contra el discurso de identidad que desea comunicar la Institución; sin dejar de mencionar que con este modo de representación se han obviado elementos esenciales de la Organización como pudieran ser sus actividades, el corte de sus especialidades, la alta calificación de su personal y la calidad de sus resultados científicos por sólo mencionar algunos.

Genérico

Como ya se ha mencionado anteriormente, la variante de denominación de tipo descriptiva Centro de



Isotipo y Logotipo



Genérico

Investigaciones Psicológicas y Sociológicas ha actuado y actúa como genérico en convivencia con los otros signos de identidad, en los diferentes soportes utilizados por la Institución para implementar sus comunicaciones. Como tal, explica en alto grado la razón social de la Organización.

Como componente del identificador en cuestión fue concebido en color azul, y aunque no se ha definido un código tipográfico que pauté o regule sus aplicaciones, tiende a representarse con tipografías Sans Serif. Su interletrado es variable pero tiende a ser muy pequeño.

En la mayoría de los soportes su ubicación es vertical lo que, unido a su gran extensión, su escaso interletrado y el perjudicial efecto de condensación que, por lo general, se le aplica a la tipografía, provoca que su lectura se haga un hecho muy difícil.

En convivencia con el isologo, se aprecia en el genérico un sobrepuntaje, concebido para aumentar sus niveles de lectura, pero que atenta, ayudado por la ubicación vertical del mismo, contra un acople efectivo de ambos signos.

Identificador

Analizando el identificador como un todo único integrador, se resume en que constituye una mezcla de estilos con una evidente ruptura visual y una marcada desarticulación entre sus componentes.

Este desmembramiento, esta falta de unidad entre los signos de identidad, así como el exceso de elementos y sus ineficientes niveles de síntesis, dificultan su capacidad memorística; es decir, atentan contra la simplicidad y el nivel de pregnancia que exige un identificador para ser fácilmente percibido y memorizado.

Todos estos elementos lo limitan considerablemente en cuanto a las reducciones de tamaño y a su rendimiento en diferentes soportes y materiales; incluso hacen que sean muy escasas sus posibilidades de resistir condiciones de enmascaramientos y de movimiento.

Por otra parte su estructura no se respeta, está sujeta a

la mayor libertad de cambios y deformaciones, y el carecer de una estrategia para su efectiva aplicación y difusión son aspectos que en este sentido afectan la imagen de la Organización.

En conclusión, el identificador actual del CIPS (el más difundido) no representa eficientemente la personalidad de la Institución (sus atributos); no transmite lo que la Institución es y pretende ser.

Soportes y objetos promocionales. Análisis de las piezas de mayor relevancia

Las piezas institucionales, por los antecedentes de comunicación antes mencionados, evidentemente no presentan una matriz de comunicación. Las estrategias y discursos institucionales desde la óptica de la identidad, y partiendo desde el símbolo, están desarticulados y no poseen un sistema de base que pauten o regule el espectro de aplicaciones tanto internas como externas que ha de cubrir el Centro.

Aunque el repertorio de las piezas de comunicación resulte insuficiente, analicemos algunos ejemplos:

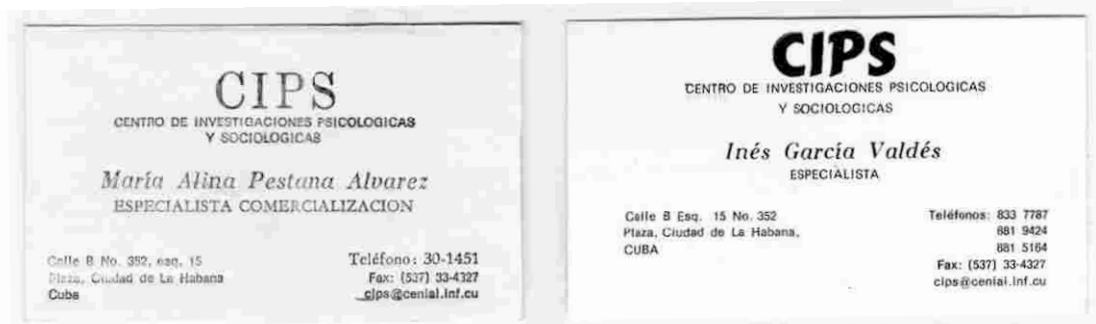
Tarjetas de presentación (Papelería institucional)

Como se puede apreciar, existen en este caso, diversas versiones de una misma pieza concebidas con un solo fin.

a) Es deducible que este primer ejemplo se incluye dentro de las piezas, que de cierta manera fueron pau-



a)



b)

c)

tadas por el Ingeniero Wilfredo Pomaes entre los años 1996 y 1998. Sin embargo, el identificador en este caso, ya experimenta cambios con relación al original, tanto en sus proporciones como en la tipografía empleada para expresar el genérico.

Quizás constituya este ejemplo el que mejor represente el bajo nivel de rendimiento que posee el identificador actual al ser aplicado en soportes que demandan una reducción del mismo; ya que el contar con tantos elementos complejos (detalles de la reja, sombras, etc.), provoca que los mismos al ser reducidos se empastelen a tal punto que resulta prácticamente imposible reconocer el símbolo y leer el nombre; a lo que también contribuye el escaso interletrado con que se ha expresado este

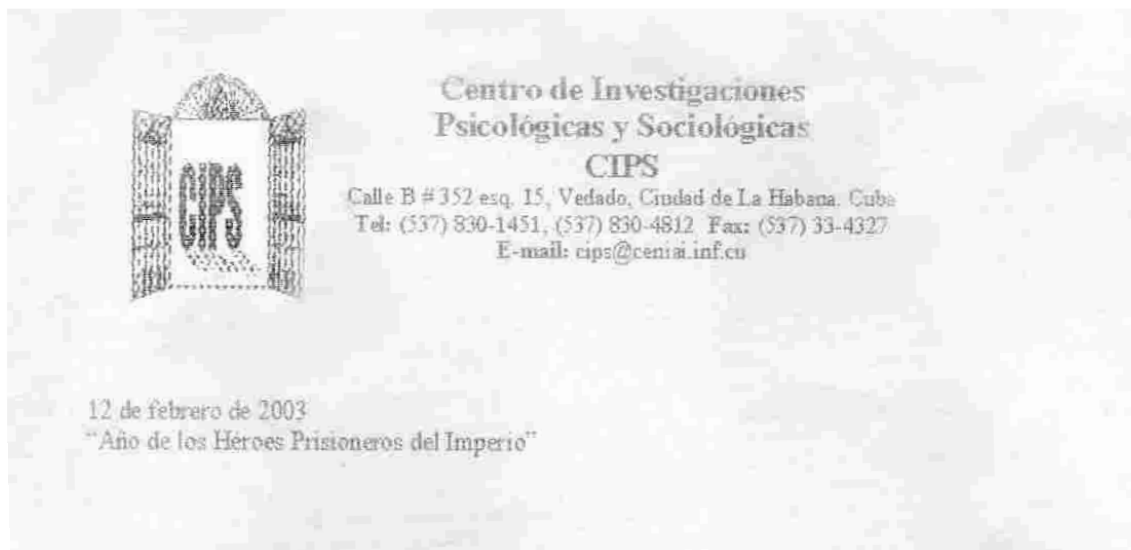
último.

Por otra parte, la distribución de los textos y los énfasis tipográficos no siguen criterios lógicos de jerarquización, y la inserción de unos planos de color como elementos de apoyo, más que apoyar constituyen ruidos, por su injustificada organización, en la eficiente lectura de los mensajes de la pieza.

b, c) Estas variantes constituyen ejemplos concebidos, por iniciativa propia de algunos trabajadores del Centro, entre los años 2001 y 2003. Vale señalar más allá de un análisis crítico de las mismas, donde lo más representativo resultaría el diverso espectro tipográfico empleado para logotipar la denominación CIPS, que interpretaciones como estas conviven actualmente dentro de la Institución en una proporción aproximada de 3 a 1 con la pieza que constituye el primer ejemplo.

E-mail (Comunicaciones electrónicas)

Constituye este un ejemplo donde se ha interpretado de un modo muy peculiar la aplicación de los signos de identificación institucional y donde además se hace evidente, por las características ya anteriormente explicadas, el bajo rendimiento que también poseen el




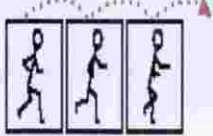
isotipo y logotipo actuales en soportes electrónicos. Es notable la ubicación horizontal, sin dudas más eficiente, que se le ha dado al genérico. Sin embargo el mismo, y por lo general toda la información restante, se ha expresado en una familia tipográfica que nada tiene que ver con la expresada en la versión original del identificador. Por otra parte es criticable la repetición injustificada del nombre (CIPS), más si se tiene en cuenta su ubicación, por demás, también injustificada. La proporción y convivencia del isologo con relación al genérico y la información que le acompaña es otro aspecto que, en este caso, deja mucho que desear.

Plegables (Recursos promocionales y publicitarios)


Los recursos promocionales dentro del CIPS sólo se han materializado en los últimos años a través de muy escasos, y no por eso, eficientes ejemplos. Aunque a partir de 1998 se trataron de concebir sueltos y plegables que de manera general promocionaran la actividad del Centro, sólo se cuentan desde esa fecha y hasta el 2002, ejemplos como el del plegable concebido por el Grupo Cambio Humano, que respondían más a los intentos individualistas de grupos y departamentos de dar a conocer su actividad como tal, que a los intereses propios del CIPS como Institución. No puede existir por tanto pieza con mayor grado de asistematicidad, conceptual y visual, que la de este ejemplo; donde los resultados, ni desde la óptica más abierta, pueden ser asociados con los resultados del CIPS.

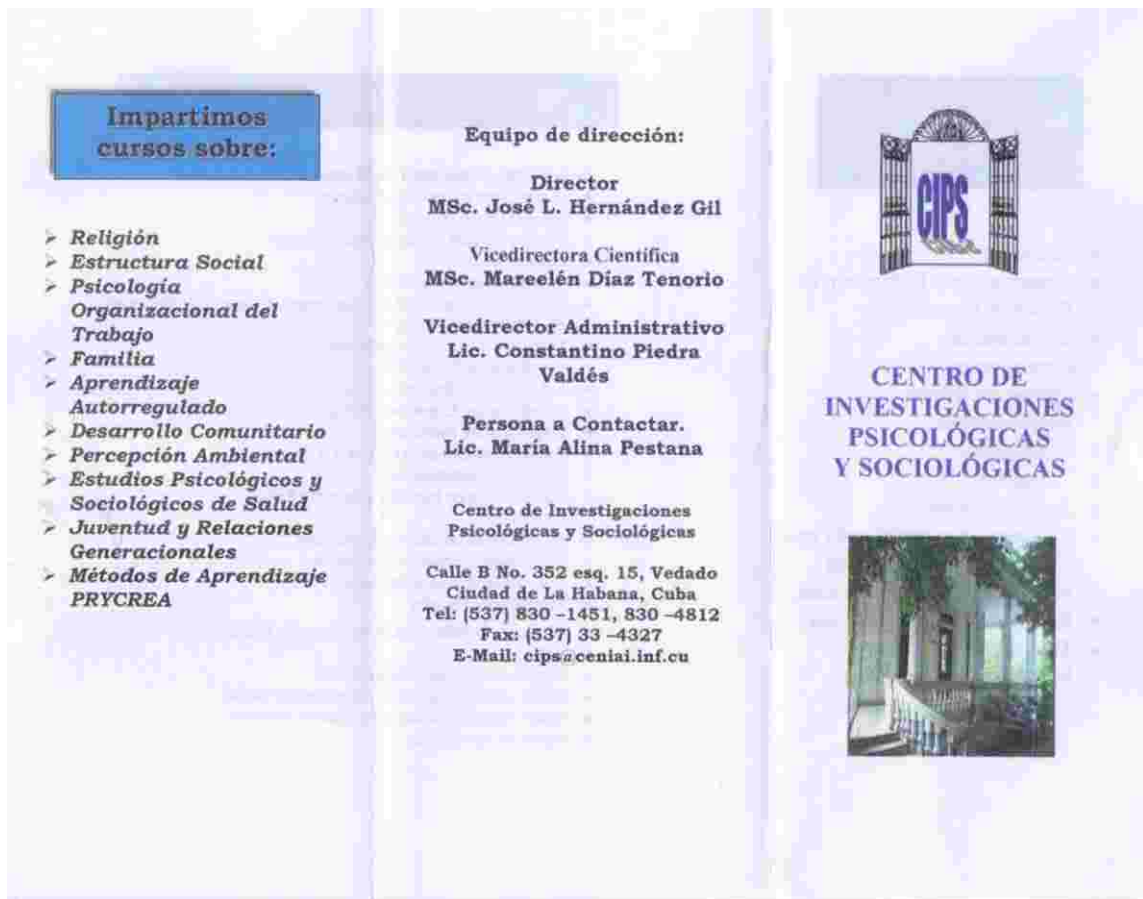
Los desaciertos en la concepción de esta pieza, más allá de una idea no bien analizada y materializada en términos de diseño, son evidentes.

El plegable promocional con que actualmente cuenta la Institución fue concebido en el último trimestre del año 2002. La aplicación de los signos que conforman el identificador en este caso, difiere de la forma en que han sido aplicados anteriormente; pues el genérico ha sido segmentado en cuatro líneas y ha sido justificado al centro de la página, justo debajo del isologo; y aunque

<p>Contáctenos:</p> <p>Grupo Cambio Humano</p> <p>Lombillo 904 e/Panorama y Bellavista Nuevo Vedado. C. Habana CUBA</p> <p>Telf/Fax: (537) 881 4598 Otros teléfonos: (537) 881 5164 881 9424 Email: arenas@infomed.sld.cu</p> 	<p>Impartimos Cursos Cortos sobre:</p> <p>Dirección por Valores Comunicación Empoderamiento</p> <p>... y todas las temáticas que hemos referido</p> <p>Favorecedoras para <i>hacer poderosas</i> a las Personas, los Grupos y la propia Organización</p> <p>Somos especialistas, que poseemos conocimientos y experiencia práctica en la problemática humana en las Organizaciones.</p> <p>¡Diseñamos el servicio según sus necesidades!</p>	<p>Grupo Cambio Humano</p> <p>Por el mejoramiento....</p> <p>de su EMPRESA y de SUS TRABAJADORES</p> 
---	--	---

Plegable promocional Grupo Cambio Humano

<p>Fuera del agua se nada muy bien... pero...</p> <p>son los múltiples contactos, las incertidumbres, las urgencias... las que conforman la realidad de cada día e inciden sobre las decisiones</p> <p>Por eso...</p> <p>lo asistimos y cooperamos en su contexto para aumentar la</p> <p>comunicación, confianza, responsabilidad, ayuda mutua, creatividad,</p> <p>en función de lograr los objetivos propuestos</p>	<p>Facilitamos:</p> <p>PROCESOS ORGANIZACIONALES,</p> <p>especialmente los de:</p> <p>CAMBIO APRENDIZAJE GERENCIA DEL CONOCIMIENTO EMPODERAMIENTO CLIMA Y CULTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ Mediamos en soluciones de conflicto. ↳ Facilitamos reuniones. ↳ Potenciamos a los grupos: <ul style="list-style-type: none"> ↳ de Dirección, ↳ de Especialistas, ↳ de Trabajadores, ↳ Comisiones de Trabajo. 	<p>Entrenamos a: Personas y Grupos</p> <p>Asesoramos a Líderes para:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apertura al Cambio ✓ Mejoramiento del Desempeño ✓ Ampliación de la Comunicación y Cooperación ✓ Reuniones Efectivas ✓ Establecimiento de Estrategias y Objetivos ✓ Aumento de la Motivación e Implicación con la Organización ✓ Solución de Problemas y Creatividad ✓ Liderazgo Personal y de Dirección ✓ Planificación del Tiempo ✓ Inteligencia Emocional 
--	---	--



la ubicación horizontal resulta, con respecto a la ubicación vertical de la versión original, sumamente beneficiosa para la lectura de dicho genérico, esta se ve afectada por tal segmentación y por el escaso interletrado asignado a la Times New Roman en caja alta con que se ha expresado el mismo.

Isotipo y logotipo, como ya se ha explicado en acá-pites anteriores y como se hace evidente ya prácticamente en todos los soportes observados, presentan en este caso también muy bajos niveles de rendimiento, pues aún a esa escala los

empas-telamientos por el exceso de elementos y prácticamente mínimos valores de interletrado en una tipo-grafía por demás Condensed, son frecuentes.

La fotografía utilizada a pesar de representar parte del inmueble principal de la Institución, ha sido tomada de un ángulo que no favorece al mismo, además la baja calidad con que se ha realizado la impresión atenta enormemente contra su reconocimiento.

La distribución de la información en ambas caras del plegable resulta monótona y elemental. Se hace deducible en este sentido la ausencia de criterios de selección tipográfica y de composición, concientizados de manera coherente con el carácter seductor que ha de poseer, por su propia naturaleza, la pieza en cuestión.

SERVICIOS CIENTÍFICOS TÉCNICOS

Asesorías
 Capacitación y Formación de
 Recursos Humanos
 Conferencias
 Consultorías
 Cursos nacionales e internacionales
 Diplomados
 Encuestas
 Entrenamientos
 Información especializada en el
 Centro de Documentación
 Publicaciones Especializadas
 Resultados de Investigación
 Tutorías de Diplomados, Maestrías y
 Doctorados

LINEAS DE INVESTIGACIÓN

Su actividad se concentra en 25 áreas del conocimiento:

- Aprendizaje en las Organizaciones
- Cambio Organizacional
- Creatividad para la transformación Social
- Desarrollo Local
- Desarrollo de Competencias.
- Dimensión Social del Medio Ambiente y el Desarrollo Sustentable.
- Percepción Medioambiental.
- Estructura Social y Desigualdades
- Estudios de la Tercera Edad.
- Estudios del Trabajo y Empleo
- Estudios sobre Expresiones Religiosas Actuales.
- Estudios sobre Participación
- Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología
- Estudios Sociorreligiosos
- Estudios Teórico Metodológico sobre Religión
- Familia
- Juventud y Relaciones Generacionales
- Liderazgo y Trabajo de los Cuadros
- Métodos reflexivos creativos: PRYCREA
- Percepciones Sociales
- Proyectos de Vida. Desarrollo Personal y Profesional
- Religión
- Subjetividad Social y Complejidad
- Teoría y Metodología de la Investigación Social
- Transformación Comunitaria. Líderes Barriales
- Violencia Intrafamiliar

Las piezas existentes de la emblemática institucional presentan los mismos síntomas de asistematicidad; y el identificador, los mismos problemas de rendimiento.



Sitio Web (Recursos multimediales)

Es este el único ejemplo en el cual el identificador de la Institución habría de convivir con el identificador del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, y el de otra entidad (CCFD) que financia el sitio. Sin embargo, como se hace visible, sólo aparecen en la pantalla principal las formas de denominación institucional.

La organización del menú principal a pesar de responder a principios muy simples logra una cierta asepsia visual, dada por el austero tratamien-to

tipográfico, no logrado en las otras piezas observadas. Su diferenciación de las mismas, en este sentido, es notable. Aunque es de señalar que pudieron haberse concebido composiciones más eficientes con el objetivo de jerarquizar con mayor eficacia los diferentes niveles de información.

La austeridad y la sobriedad gráfica presentes en esta primera pantalla son mantenidas en el resto de las pantallas, donde una interfase simple garantiza una fácil interacción con el usuario. Es de destacar el efectivo tratamiento de las imágenes, las cuales enmascaran de una manera muy eficiente el deplorable estado de conservación de las instalaciones del Centro.



Sistema del Entorno

Está compuesto por toda la infraestructura material y espacial de la Institución, escenarios de actuación de los sujetos, objetos o equipamiento en general.

Cuenta actualmente el CIPS con dos sedes institucionales, ambas situadas en Ciudad de La Habana; la primera de ellas, localizada en la calle B No. 362 esquina 15 (Vedado), constituye la sede principal de la Institución; la segunda, conocida como “El Laboratorio” por gran parte del personal del Centro, radica en la calle Lombillo No. 904 entre Panorama y Bella Vista (Nuevo Vedado). Para un análisis más detallado de las mismas, serán evaluadas por separado.

Sede de la calle B No. 362, Vedado (Sede Principal)

Estado técnico-constructivo de las instalaciones
Ubicada en una de las zonas más céntricas de Ciudad de La Habana, la instalación que alberga la sede principal del CIPS, donde se alojan la Dirección, la Vice-Dirección Científica y la Vice-Dirección Administrativa de la Institución, responde a un estilo arquitectónico ecléctico de mediados de la década del 20.

Posee dos vías de acceso, una entrada principal para el personal en la calle B y otra para vehículos y personal de servicios en la calle 15.



Sede Principal del CIPS



Jardines y enrejados de la instalación

En un área total de 200 m² existen grandes espacios de áreas verdes, los cuales podrían articularse muy armónicamente a las instalaciones si estas no estuvieran tan deterioradas y si los mismos jardines no estuvieran tan abandonados. El inmueble en su conjunto se encuentra en un deplorable estado de conservación. De no ser esto así, el mismo, tanto por su ubicación como por su infraestructura arquitectónica, podría condicionar de manera muy eficiente la realización de todas las funciones del Centro.

El deterioro de la instalación es perceptible aún sin haber entrado en ella; pues en el muro exterior de la misma se han combinado de manera criticable los restos de una envejecida verja, perteneciente a la construcción original, con un enrejado criollo que trata de enmascarar con muy poco efecto el gran número de grietas y fisuras que posee dicha construcción.

Afortunadamente la fachada del inmueble resulta uno de los elementos que mejor ha resistido el paso del tiempo y que más atención restaurativa se le ha prestado; en la misma se hace eficientemente visible la palabra CIPS, único ejemplo existente de identificador exterior; el cual se ha tallado en madera con una apreciable calidad de realización y se ha pintado de un verde con un alto porcentaje de negro que provoca un magnífico contraste con el color blanco de dicha fachada.

Ya en el interior de la instalación, a pesar de encontrarse en muy malas condiciones las paredes (despintadas) y los pisos (levantados y con pérdidas de fragmentos), es apreciable la limpieza de la misma y la distribución de los locales (departamentos y oficinas) es muy lógica y acertada.



Levantamiento de los pisos en el interior del inmueble

Señalética

No existe actualmente en el inmueble ejemplo alguno de señalética interior o exterior. No se pudo constatar la existencia de algún sistema señalético en fechas anteriores.

Mobiliario

Aunque está ajustado a las dimensiones espaciales de las instalaciones, y dentro de las posibilidades, a las funciones que ha de desempeñar, el mobiliario a nivel institucional, es bastante incoherente con el discurso de identidad que trata de transmitir la Institución. Incoherencia atribuida fundamentalmente a la evidente desarticulación de sus piezas, dada por la diversidad formal y estilística que existe entre ellas y el lamentable estado de conservación en que se encuentran las mismas.



Ejemplo del mobiliario institucional

Como es apreciable, en un mismo espacio conviven de manera no armónica tanto piezas antiguas como modernas; y como mismo se hace injustificable la presencia de algunas de ellas en un local determinado, se hace también inaceptable la ausencia de otras de mayor importancia.

El mobiliario en su conjunto es muy escaso, lo que conspira unido a los otros factores que se acaban de mencionar, para dar la imagen de una institución muy pobre y sin recursos.

Estos ruidos en el sistema han de deberse sin dudas a la delicada situación financiera por la cual atraviesa la Institución.

Iluminación

La iluminación natural juega un importante papel particularmente en esta edificación, donde las grandes dimensiones de puertas y ventanas permiten el aprovechamiento de la misma en gran medida. De no ser esto así, el Centro estaría prácticamente en penumbras, pues la iluminación artificial con que cuenta, mayoritariamente fluorescente, es escasa e insuficiente.

Incoherentes con el entorno arquitectónico en que están ubicadas, las lámparas de sólo 20 W fijadas bien próximas al techo de esta construcción de puntal alto, están totalmente desajustadas a las necesidades reales de la Institución.

Efectos decorativos

Como la del mobiliario, la presencia de objetos decorativos a nivel institucional es muy austera; limitándose a los objetos personales que por propia iniciativa de los trabajadores del Centro adornan sus locales de trabajo, y a un reducido número de cuadros y affiches que tratan de hacer más agradable la recepción y algunas oficinas; pero que, sin criterio alguno de coherencia y sin un adecuado estado de conservación, nada positivo aportan al discurso de identidad.

Parque móvil

El parque automotor de la Institución está compuesto por 2 vehículos de las siguiente denominación:

. Panel (Renault, modelo Express)

Ambos vehículos fueron adquiridos recientemente por el Centro con un financiamiento que con ese fin le fue otorgado por una ONG internacional; pues los vehículos que anteriormente poseía el CIPS están actualmente discontinuados.



Ambos ejemplos carecen de la aplicación de los signos de identidad institucional

Indumentaria institucional

No existe una indumentaria institucional establecida a no ser las batas blancas, que por reglamento, han de llevar los pantristas del Centro, y que usan de manera irregular.

No existen normativas específicas para su uso, y ni siquiera alguna que en cierta medida regule el uso de algún otro tipo de indumentaria para el personal de limpieza, de protección o de otras áreas en particular.

No existe por supuesto, en este aspecto, ajuste alguno a los requerimientos de la identidad formulada.

Montajes efímeros

El CIPS se ha interesado especialmente por diseminar sus resultados científicos a través de numerosos eventos nacionales e internacionales, que con relativa frecuencia ha auspiciado o coauspiciado y entre los que se destacan: el I y II Encuentro Internacional sobre familia (La Habana, 1993 y 1996), el I y II Encuentro Internacional sobre Religión (La Habana, 1995 y 1998), los Talleres CIPS y el Encuentro Mundial de Sociología y Estudios del Trabajo (Puerto Rico, 1996), por sólo mencionar algunos.

Investigadores del CIPS participan sistemáticamente en congresos internacionales como son los de ALAS (Asociación Latinoamericana de Sociología del Trabajo), LASA e ISA.

Es obvio que aunque estos eventos pueden distanciarse mucho entre unos y otros, suelen sucederse con cierta periodicidad, y podrían ser aprovechados por el Centro para fortalecer su imagen como Institución, cosa que hasta ahora no se ha realizado de modo consciente y organizado.

Como es de suponer, no existe nada pautado o concebido en materia de identidad e imagen para estos casos; no existen soportes establecidos, ni siquiera aplicaciones de un determinado signo de identidad concientizadas con ese fin.

La misma suerte en ese sentido corren los talleres CIPS, el evento interno más importante del Centro, que

con carácter anual es convocado con el fin de evaluar los resultados científicos producidos de año en año por los investigadores de la Institución. En estos eventos intervienen también investigadores de otras instituciones nacionales y foráneas, y se requiere en los mismos, la participación de

introdutores de diferentes entidades nacionales; que son los encargados de aplicar los resultados científicos producidos por el CIPS.

Sin embargo la escasa e insuficiente divulgación que existe de este evento, sólo materializada a través de cartas dirigidas, y a nivel oral dentro del Centro, provoca vacíos de información que se traducen en ausencias notables a estos congresos.

Sede de Lombillo No. 904, Nuevo Vedado (“El Laboratorio”)

Estado técnico-constructivo de las instalaciones

La instalación que alberga a esta subsele del CIPS, donde de alojan los Departamentos de Estructura Social, de Estudios del Trabajo y el Centro de Documentación, responde a un estilo arquitectónico moderno y racionalista de principios de la década del 50. Resulta verdaderamente contrastante las evidentes diferencias que, en relación al estado de conservación, esta posee con respecto a la edificación que alberga la sede principal de la Organización. No existen en sus aproximadamente 105 m² señales notables que en ese sentido, indiquen que se está en presencia de una Institución con una situación financiera difícil.

La instalación en su conjunto, ya sea por su beneficiosa ubicación, por su adecuado estado de conservación o por su conveniente infraestructura arquitectónica, ha de dar cobertura eficientemente a todas las funciones propias de la Institución que allí se realizan.

A pesar de contar con pocos metros de áreas verdes, el apreciable cuidado de las mismas contribuye a realzar la imagen exterior del inmueble. Ya en el interior del mismo es de señalar la adecuada limpieza y la lógica y acertada distribución de los locales.

La ausencia de un identificador exterior viene a constituir el único aspecto negativo de fuerza a señalar que atenta contra un eficaz reconocimiento de la edificación como parte de la Institución (CIPS) a la cual pertenece.

Señalética

Su análisis coincide con el de la sede principal

Mobiliario

Aunque como en el inmueble de B y 15, el mobiliario se ajusta en este caso a las dimensiones espaciales de las instalaciones, y dentro de las posibilidades, a las funciones que ha de desempeñar, a nivel institucional está por lo general, en concordancia con el discurso de identidad que trata de transmitir la Institución.

Iluminación

Aunque posee características similares a la ya analizada en la sede principal, la infraestructura arquitectónica del inmueble en cuestión (su puntal bajo), no hace que sea inadecuada en este caso, la iluminación artificial con que cuentan las instalaciones.

Efectos decorativos

Su análisis coincide con el de la sede principal.



Vista de la recepción del "Laboratorio"

Sistema de las Actuaciones

Para la evaluación de este sistema, que se expresa a través de hechos personalizados, se han tenido en cuenta fundamentalmente las actuaciones, tanto internas como públicas, de los sujetos de la Institución.

Aunque no es el objetivo de esta evaluación criticar modos específicos de actuar, si lo es el analizar como ciertas manifestaciones de este tipo, pueden ajustarse o no a los requerimientos de la imagen que la Institución desea transmitir.

Atención y servicios al público

Una manifestación negativa en este sentido se materializa en la recepción de la sede principal de la Organización, particularmente en el actuar de la recepcionista, a quien apenas se le distingue la voz. Su saludo al visitante a menudo falta; no es capaz de identificarse ni de identificar a la Institución; la misma, sobrecargada de tareas, ha de atender el teléfono, llevar mensajes telefónicos a otros trabajadores, repartir la prensa por todo el Centro, entre otros muchos quehaceres. Su lenguaje en cualquier medio es siempre informal.

Es este, sin dudas, un ejemplo que sin agravarlo más, ensombrece la imagen de la Institución, más si se tiene en cuenta que la recepcionista constituye una de las principales caras de la misma.

Ya dentro del inmueble los servicios al público, dentro de las posibilidades, son adecuados.

Presentaciones institucionales y profesionales

Aunque el CIPS como Institución carece de un lenguaje y estilo institucional que lo particularicen, han sido encontrados en las formas de presentación, tanto institucionales como profesionales de su personal, elementos comunes que de cierta manera unifican tan variadas manifestaciones.

La mayor parte de su personal, ya sea en actividades internas como externas, se presenta como parte del CIPS. El público interno del Centro se ha apropiado en

gran medida de esta forma de denominación, lo que favorece desde cualquier punto de vista, un eficaz reconocimiento oral de la Institución por parte de su público externo.

Ha sido este el elemento positivo de mayor peso encontrado a partir de la observación estructurada de hechos como los antes descritos.

Datos como estos han de conocerse, analizarse y tenerse muy en cuenta a la hora de definir un lenguaje que de manera formal, escrita, verbal y/o comportamental se institucionalice a través de una práctica coherente y sistemática, en apoyo al discurso de identidad que desea transmitir la Institución.

Conclusiones Comunicación Institucional

El Sistema de las Comunicaciones constituye uno de los aspectos donde la Institución presenta problemas de mayor envergadura:

- . Consta de una Identidad Visual desactualizada que vaga por varios símbolos gráficos, lo que imposibilita un reconocimiento efectivo y positivo de la Organización por parte de sus públicos interno y externo.

- . La presencia de diferentes versiones del identificador, concebidas arbitrariamente en los diferentes soportes institucionales observados, provoca ambigüedades y confusiones en ese sentido. De estas versiones, la más utilizada, sin caer en críticas más honradas, no representa eficientemente la personalidad de la Institución, además de soportar continuamente cambios y deformaciones a la hora de ser aplicada.

- . Las piezas promocionales arrastran los mismos problemas de comunicación al carecer de una matriz conceptual-formal que sirva de guía para la confección de una imagen institucional sólida y coherente.

- . El repertorio de piezas de comunicación, en su conjunto, es insuficiente y la ausencia de un manual de identidad impide tanto unificar rasgos comunes en cada una de las piezas existentes, como lograr eficientes articulaciones entre ellas; lo que se traduce en altos niveles de asistematicidad y heterogeneidad.

Por lo antes expuesto se puede concluir en que el Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS) presenta grandes dificultades para construirse, en el sentido antes explicado, un adecuado discurso de identidad.

En el Sistema del Entorno también es percible una clara desarticulación de todas sus piezas. Síntomas como el de la no-pertinencia se hacen evidentes cuando, por su propia naturaleza, dichas piezas no se ajustan a los contenidos del discurso de identidad que desea transmitir la Organización.

El gran abandono que en general padecen las instalaciones, dado por la sensible situación financiera por la que atraviesa el Centro, dependerá para su solución de la

propia gestión del Órgano Directivo de la Institución. En el Sistema de las Actuaciones se aprecian tanto manifestaciones negativas como positivas, que de manera conjunta, conforman la imagen que proyecta el Centro. Fueron detectados por ejemplo, ciertos tipos de actuaciones, que de forma interna y pública, atentan contra la imagen que desea comunicar la Institución. Por otra parte se pudo comprobar como el apropiamiento de la forma abreviada de denominación (CIPS) por el personal del Centro resulta una manifestación sumamente beneficiosa, que tanto en presentaciones institucionales como profesionales, contribuye a que de manera oral se solidifique la imagen del CIPS como Institución.

Imagen Institucional Es el registro público de los atributos identificativos de la Institución. Es una representación ideológica y está dada por la interpretación de los mensajes institucionales que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o espontáneo.

Es la lectura que de una organización hace su público interno.

Para la evaluación de esta variable, la investigación estuvo orientada hacia los siguientes aspectos:

- . Lectura de la Identidad de la Institución por parte de su público externo.
- . Nivel de reconocimiento que dicho público posee de los signos de Identidad Visual de la Institución.

Las preguntas diseñadas en esta etapa estuvieron dirigidas a conocer las opiniones que el público externo tiene de la Organización con respecto a sus Recursos Humanos, resultados científicos y posibilidades de desarrollo de cara al futuro.

Otro grupo de las mismas se dirigieron a conocer cómo cree dicho sector que es la Institución en la actualidad y cómo, en su opinión, debería ser.

Fue confeccionada una última pregunta orientada exclusivamente a indagar sobre el grado de satisfacción, de las necesidades y expectativas de este público, que le pueden haber proporcionado los resultados científicos y/o servicios producidos por el Centro.

Los métodos empleados en este caso fueron la entrevista a directivos o personal encargado de con-

tactar con el CIPS en aquellas instituciones que constituirían sus usuarios o que de cierta manera estaban relacionadas con el Centro (instituciones homólogas e instancias superiores), y la encuesta que a los mismos les fue aplicada por E-mail, de constituir sus instituciones, organizaciones internacionales sin representación en el país.

Para conformar la muestra del público externo que actuaría como fuente de información en esta etapa del diagnóstico se tuvo en consideración:

- . La duración del vínculo (antiguo / reciente)
- . Estabilidad del vínculo (permanente / intermitente)
- . Importancia del vínculo para la Institución

Para medir este último aspecto se tuvo en cuenta fundamentalmente la importancia del vínculo desde el punto de vista que garantizara un gran impacto social de los resultados producidos por el Centro, y la importancia del vínculo desde el punto de vista que reportara ingresos a la Institución. En este último grupo se incluyeron aquellas organizaciones que financian periódicamente o que están financiando en la actualidad proyectos del CIPS.

Se incluyeron también en la muestra instituciones que a nivel nacional constituyeran homólogas del CIPS y fueron además tenidas en cuenta entidades que a nivel ministerial constituían instancias superiores que de alguna forma tenían que ver con el Centro; Ej. Delegación del CITMA, C.H. y el propio Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente.

(Ver Anexo 3, Tabla 1).

Al no ser respondidas en el tiempo establecido para la realización de este trabajo ninguna de las encuestas aplicadas por E-mail, a continuación sólo se reflejan los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas (11).

Análisis de resultados

Pregunta 1

¿Qué vínculo(s) ha tenido o tiene con el CIPS?

Resultados

En realidad todas las entidades analizadas han estado relacionadas de una manera u otra con los departamentos que aún hoy existen en el CIPS, en dependencia de las exigencias de los proyectos que han mediado su relación.

Pregunta 2

¿Cómo caracterizaría al CIPS en la actualidad?

Resultados

Muchos resultaron los adjetivos empleados por los entrevistados para caracterizar al CIPS en la actualidad. A continuación mostramos aquellos que fueron repetidos con mayor frecuencia y que han sido separados de acuerdo a su connotación positiva o negativa.

Adjetivos de connotación positiva (No. de respuestas obtenidas)

- . Calificado (11)
- . Sólido en sus investigaciones (9)
- . Competente (7)
- . Serio (7)
- . Prestigioso (5)

Adjetivos de connotación negativa (No. de respuestas obtenidas)

- . Lento (5)
- . Desmaterializado (3)

Evidentemente las opiniones que el público externo posee sobre la Institución en la actualidad tienden a ser positivas. Estas reflejan que aquellas características que el público interno consideraba fortalezas de la Organización, son percibidas de igual manera por su público externo.

Pregunta 2a)

¿Cómo evaluaría a la Institución en cuanto a la preparación de sus investigadores y en cuanto a los resultados científicos que produce?

Resultados

El 100 % de los entrevistados considera al CIPS una organización de avanzada, entre las mejores de su tipo, en cuanto a la preparación de sus investigadores y a la calidad de los resultados científicos que produce.

Pregunta 2b)

¿Cuáles considera que son los principales logros del CIPS en la actualidad?

Resultados

En la opinión de su público externo, los principales logros de la Institución en la actualidad los constituyen:

- . El haber producido y producir en estos momentos resultados científicos generadores de un gran impacto social.
- . El haber mantenido, a pesar de los elevados niveles de fluctuación de investigadores que ha soportado en los últimos años, la calidad de sus resultados científicos.
- . El haber obtenido, a partir de dichos resultados, gran prestigio nacional e internacional.

Pregunta 2c)

¿Qué posibilidades le confiere a la Institución de cara al futuro?

Resultados

Para el análisis de esta pregunta fueron confeccionadas 3 alternativas de respuestas, dentro de las cuales fueron traducidas todas las respuestas obtenidas.

Del conocimiento que de la difícil situación por la que atraviesa el CIPS, tiene el 81,8 % de los entrevistados, puede deducirse el que igual por ciento de su público externo considere que la Institución debe esforzarse mucho para poder mantener su actual nivel.

Pregunta 3

¿Cómo cree que debería ser?

Resultados

Con relación a como, según la opinión de su público externo, debería ser en un futuro la Institución, se obtuvo la siguiente información: la Institución debería ser más dinámica, más rápida y habría de generar mayor número de soluciones a corto plazo; por otro lado debería de estar mejor equipada materialmente y habría de darse más a conocer, de hacerse más publicidad. Como era deducible, los resultados obtenidos del análisis de esta pregunta vienen a complementar de cierto modo los obtenidos en la pregunta 2.

Pregunta 4

¿Conoce el identificador (símbolo, logotipo) del CIPS?

Resultados

Esta pregunta estuvo orientada a conocer el nivel de posicionamiento que, en el público externo del CIPS, tiene su identificador. Para ello fue confeccionada una muestra que contenía 3 ejemplos de identificadores, y donde sólo uno constituía el símbolo actual del Centro.

(Ver Anexo 3, Muestra de Identificadores).

De las dos personas que respondieron afirmativamente la interrogante, una seleccionó el ejemplo a) y la otra el ejemplo b); de lo que se puede concluir en términos cuantitativos, que aunque el 18,2 % de los entrevistados afirmó desde un principio conocer el identificador del CIPS, sólo el 9,1 % pudo reconocerlo de manera satisfactoria dentro de los 3 ejemplos que constituían la muestra; lo que unido al hecho de que el 81,8 % del público externo admitiera desde un primer momento no conocer el ya mencionado símbolo, habla por sí solo del nivel de reconocimiento que dicho público posee de los signos de Identidad Visual de la Institución.

(Ver Anexo 3, Tablas 2 y 3)

Pregunta 5

¿En que medida los resultados científicos y/o servicios que el CIPS produce satisfacen sus necesidades y expectativas?

Resultados

Para exponer mejor los resultados obtenidos del procesamiento de esta pregunta fueron confeccionadas 3 alternativas dentro de las cuales se incluyeron todas las respuestas obtenidas.

Aunque los resultados en este caso se polarizan con respecto a una satisfacción total y parcial; el que el 45,5 % de los entrevistados haya seleccionado la segunda alternativa está más relacionado con el extenso lapso de tiempo en que fueron producidos los resultados científicos y/o servicios en cada caso, que con la calidad de los mismos.

(Ver Anexo 3, Tabla 4).

Conclusiones Imagen Institucional

A manera de conclusión se hace apreciable que el público externo posee más criterios positivos que negativos sobre la Institución; sus opiniones en ese sentido, coinciden en destacar favorablemente aquellas características que fueron definidas por el público interno como las principales fortalezas de la Organización.

Las opiniones negativas de cierta manera también coinciden con las del público interno y constituyen las causas de que el 50 % de los usuarios considere que sus necesidades y expectativas sólo se satisfacen parcialmente.

Por otra parte se comprobó que el público externo no reconoce en su mayoría los signos de Identidad Visual de la Institución, y sólo se ratificó, como elemento positivo, el posicionamiento de la forma de denominación CIPS en dicho público, ejemplificado por la recurrente inclusión del vocablo como elemento común en todas las respuestas.

Por tanto, es evidente después del análisis anterior, la urgente necesidad que posee la Institución de una implantación organizada y sólida de su Identidad Visual; aparejada a la utilización planificada de las piezas de comunicación que han de filtrarse a través de la misma dirigidas hacia este sector.

Conclusiones del Diagnóstico

En resumen, la Institución ha acumulado errores en el manejo de los componentes de su Identidad Visual desde su fundación hasta la fecha.

El análisis anterior es muestra de lo imprescindible que resulta para dicha Organización la implantación suficientemente clara, coherente y organizada de su Identidad Visual y todas las piezas de comunicación que la misma requiera; con el fin de borrar definitivamente, aprovechando la coyuntura que brinda el proceso de reestructuración por el cual atraviesa, todas aquellas imprecisiones que hoy presenta.

Etapa Conceptual

Estrategias y Lineamientos para la creación de la Identidad Visual Institucional

La Identidad de una organización es el engranaje de diversos atributos y actitudes propias que son comunicados para expresar conceptos, estrategias y líneas de trabajo como medio de autorepresentación y diferenciación hacia el entorno. La Identidad Institucional pone a la vista la estrategia de una organización, su accionar, sus proyecciones futuras, sus servicios, su espíritu y su cultura; apoyada en atributos autóctonos que anclan a la institución en el espacio deseado.

La Identidad es por lo general una manifestación de la institución en su conjunto.

Es precisamente por ello que la estrategia que se ha de definir en términos de Identidad Institucional debe estar en correspondencia con la estructura funcional de la Institución, sus atributos, su proyección económica y comercial, o sea, debe ser una traducción de su realidad.



Análisis de los homólogos

El análisis de los homólogos tanto dentro como fuera del país, tiene como objetivo conocer los paradigmas de identidad de las instituciones del sector para, partiendo del análisis de estos datos, definir una posición estratégica de identificación para la Institución que favorezca su diferenciación con respecto a las demás y por consiguiente, garantizar su distinción y reconocimiento.

De manera general no existen en el entorno nacional, ni en el internacional, patrones de identificación visual lo suficientemente notables que particularicen a este tipo de organizaciones. Las identidades visuales se expresan en estos casos, en todas sus estructuras (isotipo-logotipo-genérico; isologo-genérico; logotipo-genérico), en proporciones cuantitativamente similares. Sin embargo, existen rasgos que de manera común pueden unificar tan variadas manifestaciones:

. Las nomenclaturas, casi en su totalidad, responden a una construcción por contracción que parte de las iniciales y/o fragmentos de palabras de lo que constituyen sus denominaciones descriptivas, alusivas a su razón social.

. La mayor parte de los nombres se expresan en caja alta (MAYÚSCULAS), aludiendo quizás a la calidad del trabajo que realizan, su prestigio o fortalezas características de cada una de ellas.

. La diversidad cromática y tipográfica que muestran en su concepción todas las soluciones, constituye ambiguamente otro elemento unificador que indefina patrones guías en este sentido.



the Center for Latin American Studies
university of california, berkeley

Estrategias de Identidad

Estrategia de identidad

Para el trazado de la estrategia de identidad se ha partido en primer lugar de la nueva estructura que, en un futuro inmediato, ha de adoptar la Institución.

Esta estructura, más horizontal y centralizada que la actual, propone una organización por Proyectos y Grupos de Trabajo; donde estos últimos habrán de crearse y desaparecer según las exigencias de cada proyecto, y donde, de manera muy directa, estarán subordinados a la Dirección General del Centro; de lo que se deriva que cualquier grado de libertad o autonomía que en términos de identidad pudieran poseer dichos grupos, haya quedado descartado.

Por otra parte, la notable ausencia de una estrategia definida por el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, que establezca algún tipo de reglamentación visual en la concepción de los mensajes que todas aquellas instituciones investigativas que se le subordinan pudieran transmitir empleando un lenguaje ministerial, conlleva a que la Organización emplee en sus comunicaciones sólo un lenguaje em-presarial, respondiendo a su carácter de empresa.

Tras este previo análisis y con la ayuda de los resultados e información obtenida a partir de la investigación realizada, se diseñan para la Institución, y hablamos en este caso del Centro con sus dependencias como un todo indivisible, las siguientes estrategias para la actuación de su Identidad Visual Institucional:

La Organización ha de poseer una estructura monolítica

. La Institución deberá comunicar a través de un sistema global de identificación, el cual implica el sím-bolo y todos los atributos de identidad pertinentes. En este sentido la Organización utilizaría un nombre y estilo visual únicos en todas sus manifestaciones, articulando sus piezas de comunicación de un modo indisoluble.

. Estos elementos de identificación deberán ser pro-

pios de la Institución y reveladores del espíritu, el “modus operandi” y todas las características intrínsecas de la misma.

. Los conceptos y estilo visual seleccionados deberán ser consultados cada vez que la Institución sea emisora de algún mensaje para sus públicos, teniendo en cuenta su coherencia con el discurso de identidad visual definido.

. En los casos de crecimiento o separación de algunas de las partes de la Organización, o de fusión de la misma con otra entidad, deberán analizarse los impactos que esto habría de generar en la identidad del Centro.

La Institución debe mantener su denominación actual (CIPS)

Aunque cualquier determinación con relación al nombre y genérico había sido ya acotada, con fines estratégicos, por la Dirección del Centro; el constituir esta variante de denominación la de mayor pertinencia y posicionamiento tanto dentro como fuera de la Institución viene de cierta manera a justificar tal decisión, en completo acuerdo con nuestra opinión.

Proyección de los componentes de la Identidad Visual

La categoría de identidad monolítica, seleccionada para la Institución en todo su conjunto se analizó, basada en los resultados obtenidos en la investigación previa, teniendo en cuenta las siguientes estructuras:

Isotipo

Nombre

Genérico

Isotipo-Nombre (Isologo)

Genérico

Como se hace evidente este análisis obvió la variante de un sistema de identificación institucional sobre

bases tipográficas pues, a pesar de que en un principio esta idea fue valorada, el hecho de contar la actual denominación con un considerable posicionamiento tanto en el público interno como en el público externo de la Organización, resultó un aspecto insuficiente para sustentar esta propuesta ya que, como anteriormente se ha explicado, existen tanto dentro como fuera del país, incluso dentro de las instituciones homólogas, nomenclaturas muy similares a la de la Organización que a nivel oral podrían afectar el efectivo reconocimiento de la misma.

Después de esta consideración y de la previa evaluación de cada una de las propuestas definidas se arribó a la conclusión de que la estructura de mayor funcionamiento, en este caso en particular, era la primera.

La identidad requerirá de un isotipo

Esta determinación responde a los siguientes propósitos:

. Apoyar, junto con la actual forma de denominación, el efectivo reconocimiento de la Institución a partir de la inclusión en su identidad de un signo coherente con su forma de estructuración, su accionar, sus atributos; que contribuya a transmitir lo que la Institución es y pretende ser, y que inequívocamente, por sus características particulares, sea relacionado con la misma, descartando cualquier confusión en su lectura y en la de la identidad de la Institución.

. Establecer, aprovechando la etapa de transformación en la que está inmerso el Centro, una ruptura definitiva entre la nueva Identidad Visual y la que de manera parcial existe actualmente.

Creación de la plataforma conceptual

Es de vital importancia para definir los puntos claves que conducirán a la efectividad del programa diseñado, la coherencia de estos con los resultados expuestos en el diagnóstico estratégico ofrecido por la Organización.

La creación de la plataforma conceptual ha sido estructurada en ese sentido, de la siguiente forma:

- . Se precisaron en primer orden aquellos Atributos Genéricos que pudieran definir a cualquier centro de investigación de las características del CIPS, que pudieran atribuirse a cualquier centro de este tipo.
- . En segundo lugar se determinaron aquellos Atributos Específicos del CIPS que lo particularizaban y constituían elementos de diferenciación de la Institución; y a partir del análisis de estos se definieron aquellos que deberían ser comunicados en su Identidad Visual Institucional.

Atributos Genéricos (que pueden atribuirse a cualquier Centro de Investigación de las características del CIPS)

- . El trabajo científico que despliegan responde o satisface demandas sociales.
- . El trabajo científico exige alta calificación de los Recursos Humanos.
- . Sus resultados científicos pueden tener gran impacto social y por lo general manejan información sensible.
- . Suelen especializarse en ciertas disciplinas y áreas de conocimiento.

A través de un trabajo conjunto con los directivos del Centro, y partiendo de los resultados obtenidos en la investigación preliminar, fueron analizados los intereses de la Institución con respecto a los Atributos Específicos de la misma que deberían ser comunicados visualmente, definiéndose la potencialización de los siguientes:

Atributos Específicos (que particularizan al CIPS y que

deberán ser comunicados en su Identidad Visual Institucional)

. Recursos humanos de elevada experiencia, competencia, prestigio en su medio y con un gran compromiso social.

. Alta calidad de sus resultados científicos, avalada por importantes premios obtenidos.

. Centro de referencia (carácter rector) a nivel nacional e internacional en determinadas áreas de conocimiento de su competencia.

. Aspira a funcionar integrado como sistema, con cierta flexibilidad estructural y funcional.

Rasgos de estilo

Los rasgos de estilo constituyen la traducción a códigos visualizables de los atributos a comunicar.

La denominación

Del análisis de este componente de identificación de la Institución en acápite anteriores, se concluyó en que la variante de denominación de mayor pertinencia la constituía la contracción CIPS. No obstante su orden de actuación, junto al de la variante de tipo descriptiva, había sido ya predeterminada por la dirección del Centro.

Ambas variantes, coincidiendo con nuestra opinión, actuarán de la siguiente forma:

. Se colocará en primer plano la clasificación por contracción

. En segundo lugar irá dispuesta la descriptiva

A pesar de lo lógica que resulta esta organización, la composición ha de ser estudiada en:

. Sus relaciones de puntajes

. La utilización de las versiones tipográficas

. La relación entre las mayúsculas y las minúsculas

. La extensión de los textos

. El atributo del color, y

. El atribuir algún significado agregado (icónico) a alguna de las partes

El isotipo

. Su construcción debe formularse preferentemente, sobre la creación de formas abstractas que no den a conocer de forma explícita los conceptos de base.

.La forma debe desarrollarse como protagonista, independientemente del atributo del color; esto garantizaría un mayor rendimiento de la misma en un elevado número de piezas de comunicación. Su actuación en blanco y negro ha de ser óptima.

.No deben desarrollarse soluciones intemporales, y se trabajará sobre las concepciones neutras y funcionales.

. Debe ser un isotipo construido sobre formas sólidas, articuladas, simples y visibles (no transparentes); sintético para su fácil reconocimiento y eficacia en términos visuales.

. El atributo del color debe funcionar como complemento de la estructura.

El logotipo

Se trabajará la partícula CIPS con las siguientes funciones: diferenciación y desmontaje de la lectura de siglas.

Se construirá de forma paralela al isotipo para garantizar su articulación con el mismo.

. Se desarrollará sobre la base de una familia tipo-gráfica escogida, la cual tendrá las siguientes características: ha de ser una tipografía Sans Serif, sus trazos serán de grosores uniformes y se evitarán las curvas o acuerdos en trazos terminales. No deben ser además caracteres de mucha amplitud en su estructura.

. El nombre ha de hacerse bien visible, por lo que se requerirá de una familia tipográfica de trazos más bien gruesos o de otra, sin estas características, en su versión "Bold". Preferentemente en caja alta (MAYÚSCULAS) para apoyar los conceptos de carácter rector y prestigio definidos en la plataforma conceptual.

. Como no es descartable su actuación en algún contexto, separado del isotipo, podrá tener un tratamiento icónico que lo particularice y diferencie, a la vez que refuerce los conceptos a comunicar.

. Se evitarán en la tipografía las versiones "*Itálica*" y

“Fina”, así como los recursos de contorneado (Out-line).

. Las versiones realizadas no deben establecer una marcada diferencia hacia la tipografía de letra que servirá de base.

El genérico

. Debe estar conformado por la tipografía escogida para los elementos de identificación institucional; preferentemente una familia Sans Serif, cuyos caracteres no posean una estructura demasiado amplia, para así reducir su extensión.

. Se estudiarán los niveles jerárquicos de frases o palabras, y las relaciones de puntaje para con el logotipo.

. Evitar a la vez, la versión “*Itálica*” y el recurso del contorneado (Outline).

El identificador

La articulación de los elementos que lo componen (isotipo, logotipo y genérico) conforman la Identidad Visual de la Organización; el orden predeterminado de los mismos requerirá el estudio de sus proporciones. La composición debe ser estable y equilibrada, sin que esto implique el no utilizar las diagonales como estructura base de la composición; pero tendrá una base, virtual o no, bien definida.

El código cromático

La gama cromática deberá responder a los atributos de identidad a comunicar. Podría apoyarse en cromas cálidos muy específicos que connoten distinción, seriedad, prestigio, y que a la vez contribuyan a humanizar de cierta manera las posibles estructuras del isotipo y del logotipo. Esto no indica que no puedan ser escogidos otras cromas más acertados para la solución final.

El código tipográfico

Deberán utilizarse a nivel institucional dos familias tipográficas: una de tipo Sans Serif y otra con Serifes,

que serán empleadas de manera organizada según los requerimientos y el carácter de los mensajes que habrá de transmitir la Institución.

Las familias tipográficas habrán de ser lo suficientemente amplias en sus variaciones para poder ser utilizadas como cuerpos de texto, titulares y resaltados.

Lineamientos para la implantación de la Identidad Visual

La efectividad de un programa de identidad no sólo radica en el proceso de creación, sino también en el modo de comunicarlo a los diferentes públicos. Tan importante como el proceso de investigación, conceptualización y proyección de la Identidad Visual lo es también la manera de dar a conocerla, de comunicarla. La gama de soportes de esta Institución, en cierta medida, ha de ser común a la de otros centro de su tipo; los signos de identificación del nuevo sistema han de experimentar su actuación en parte de las piezas ya existentes y en otras más específicas que habrán de crearse como sustitución de algunas que en ese sentido, resultan ineficientes en concordancia con los intereses de la Organización. La complejidad de la implementación de los nuevos signos de identificación estará regida fundamentalmente por el espectro de piezas (existentes y que han de crearse) y el mantenimiento que de las mismas debe cubrir la Institución para garantizar el éxito.

La implantación de la nueva identidad ha de estructurarse, en correspondencia con los recursos financieros de la Institución y la prioridad que tengan los mismos, de la siguiente forma:

Implantación de los signos de identidad en los soportes de mayor efectividad en el público externo

Papelería

- . Diagnosticar el estado de la papelería actual y efectuar la recogida de la misma. Realizar simultáneamente la distribución del nuevo sistema.
- . Comenzar por el personal de mayor contacto con el público externo (es recomendable la implantación en los directivos de primer nivel).
- . El material que se obtenga del cambio podrá reciclarse y ser utilizado para otros fines.

Parque automotor

. Por constituir este tipo de soporte de adquisición reciente (exentos de toda huella de signos de identidad visual anteriores), podrá el nuevo sistema ser aplicado inmediatamente.

. Se debe prohibir la colocación de signos de marcas comerciales, anuncios publicitarios y mensajes de otro tipo (ornamentos) en la pieza ya una vez implantada la identidad.

Entorno institucional

. Para el montaje de las piezas en este caso (identificadores exteriores y/o anuncios), se debe tener en cuenta el acondicionamiento de la caja arquitectónica o la estructura que servirá de base. Esta aplicación no debe ser ejecutada sobre soportes deteriorados.

Por otra parte, debe brindarse información sobre el proceso de cambio a los directivos de organismos que constituyen instancias superiores, instituciones homólogas, y de aquellas que conforman sus usuarios. Esto podrá efectuarse por los medios habituales de comunicación. Aunque las anteriores aplicaciones tendrán una incidencia directa en el público interno, es necesario dar a conocer con la mayor efectividad y precisión posible, el cambio; esto podrá realizarse de la siguiente manera:

. Confección de plegables o sueltos informativos para todo el personal (de contarse con los recursos suficientes).

. Colocación en la intranet del Centro del documento (Manual de Identidad) para las consultas que se precisen.

. Dotar del tema Identidad a los directivos de la Institución a través de cursos y/o conferencias.

. Una vez comenzada la implantación del nuevo sistema, no autorizar y velar estrictamente la fabricación de piezas de comunicación que no sean filtradas por el Manual de Identidad, como son: papelería de todo tipo, banderas, regalos o toda información que se produzca tanto interna como externa.

Etapa Proyectual

Manual de Identidad

Este manual reúne todas las normas para la correcta implantación de la Identidad Visual del CIPS. En él se podrán hallar explícitas las soluciones fundamentales propuestas a las especificidades de las comunicaciones visuales de la Organización.

Sólo puede garantizarse la coherencia y la solidez de la Identidad Visual asegurando que las normas desarrolladas sean reproducidas con sistematicidad y coherencia. De este modo, toda aquella persona que fuese a aplicar los signos de identidad del Centro a cualquier soporte deberá consultar las pautas aquí recogidas, pues este documento resulta una pieza esencial para la construcción adecuada del Discurso de Identidad de la Institución.



El Isotipo

El isotipo ha sido construido bajo una concepción abstracta de la articulación de las partes y funciones de la Institución.

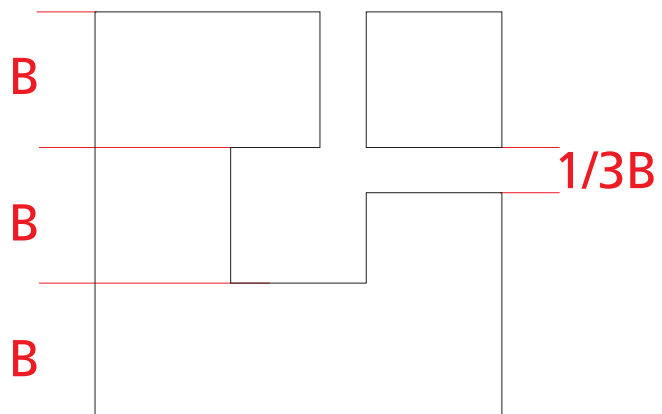
Tomando, por sus características geométricas, como punto de partida un cuadrado, ha sido utilizada la relación $1/3$ como base para la construcción de toda la estructura de este signo de identificación institucional. La simpleza y organización matemática de sus componentes tributan a la concepción de una forma pregnante que ha de desarrollarse como protagonista, independientemente del atributo del color. Este último, como punto final de la forma construida tiene en este caso una doble función: humanizar la sólida estructura del símbolo haciendo más notable la vinculación social de la Institución; y reforzar a la vez, la transmisión de los atributos que, ya anteriormente definidos, deberían ser comunicados.

El croma escogido ha sido Pantone S10-3 CVS, color muy específico dentro de los cálidos, capaz de producir connotaciones muy convenientes como pudieron ser distinción, seriedad y especialización. Para fondos blancos u otros pautados, se han dejado transparentes el cuadrado interior justo en el centro de la estructura y las secciones que desde sus bordes separan al cuadrado ubicado en la esquina superior derecha de la misma.

Desarrollado sobre formas sólidas, articuladas y simples, el isotipo en su conjunto presenta lecturas y connotaciones bien precisas: estas comienzan en la visualización del cuadrado mayor que delimita la forma y que por su propia naturaleza es portador de connotaciones tales como la estabilidad, la cohesión y la propia solidez; posteriormente se dirigen simultáneamente a la visualización de una “C” y una “I”, que en síntesis acotan la razón social de la Organización (Centro de Investigaciones), y a la articulación de sus componentes.

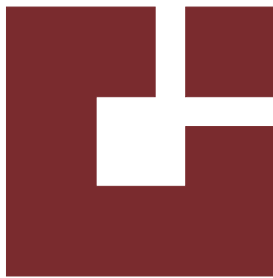
El hecho de encontrarse justo en el centro de la estructura, un cuadrado formalmente y proporcionalmente asociado a otro similar, ubicado en la esquina superior derecha de la misma, sugiere un movimiento ascendente en esa diagonal, que relaciona las perspectivas macro y micro y connota a la vez desarrollo y cierta flexibilidad en una estructura con una base muy estable.

Tomando, por sus características geométricas, como punto de partida un cuadrado, ha sido utilizada la relación $1/3$ como base para la construcción de toda la estructura de este signo de identificación institucional.





Variantes cromáticas



Variantes cromáticas

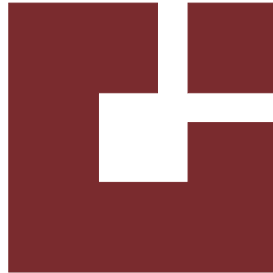


Positivo / Negativo





Reducción mínima: 0,5 cm
para soporte digital: 10 px



Reducción mínima: 0,5 cm
para soporte digital: 10 px



0,5



Reducción mínima: 0,5 cm
para soporte digital: 10 px



CIPS

EL Logotipo

El logotipo ha sido confeccionado apoyándose en una de las versiones de la familia tipográfica Frutiger, la Frutiger 55 Roman en soporte magnético, utilizada en este caso en su versión más gruesa.

La opción de un tipo (letra) Sans Serif, de trazos limpios, grosores uniformes y terminaciones sobre base cuadrada, elementos socialmente codificados como connotadores de modernidad, y en caja alta de prestigio y carácter rector, resulta muy apropiada para la representación de esta Organización.

La partícula CIPS, logotipada, cumple dos funciones fundamentales: verbal y de singularización.

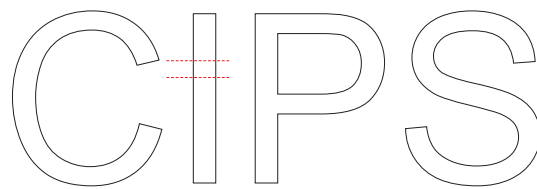
. La primera está implícita en el fonema mismo y se refuerza su función tratándose dicha tipografía en su versión gruesa (**Bold**), haciendo la partícula más visible.

. La segunda función (icónica) peculiariza al nombre añadiéndole rasgos característicos del isotipo, con el objetivo de lograr una eficaz articulación entre los dos componentes de identificación. Para ello fueron trabajadas las terminaciones de cada carácter (letra), aplicándoles cortes de 90 grados, únicos ángulos presentes en la construcción del isotipo.

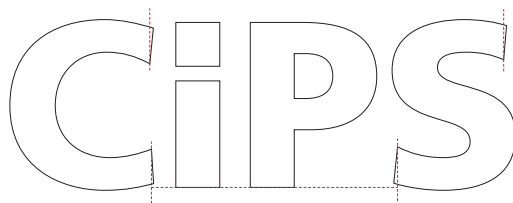
Tomando como guía el cuadrado ubicado en la esquina superior derecha del símbolo y la proporción de los espacios que lo separan del resto de la estructura (1/3),

se ha convertido la (l) mayúscula en (i) minúscula, trabajo que va dirigido a desviar la lectura de si-glas y a lograr con el mismo elemento del isotipo, en armonía con este, cierta flexibilidad en la también sólida estructura formal del logotipo.

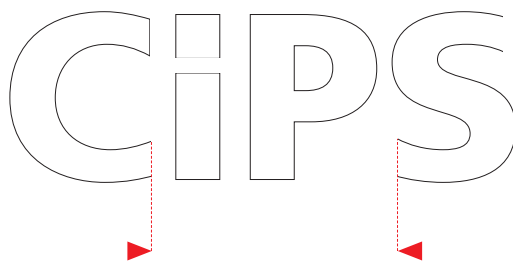
El color escogido (Pantone S323-4 CVS) presenta, por sus connotaciones y composición física, una evidente coherencia con el del símbolo, que contribuye al efectivo acoplamiento de ambos signos.



CIPS



CIPS



CIPS



CIPS

Variantes cromáticas

CiPS

Variantes cromáticas

CiPS

Positivo / Negativo

CiPS



Reducción mínima: 0,5 cm
para soporte digital: 10 px

CiPS

0,5 **CiPS**
CiPS
CiPS

El genérico

El genérico presenta un valor denominativo en la articulación con los otros componentes de identificación (isotipo y logotipo).

Se trabajó con la tipografía escogida en su versión normal, en coherencia y contraste con la manera en que fue trabajado el nombre.

Se requirió la separación del mensaje en dos líneas debido a su gran extensión.

La caja baja y el color fueron pautados para lograr una más eficiente articulación con los signos anteriores.

**Centro de Investigaciones
Psicológicas y Sociológicas**

Código tipográfico

Frutiger 55 Roman

Tipografía corporativa;
utilizar además en la confección
de mensajes técnicos.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890!¿?

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890!¿?

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890!¿?

Garamond

Utilizar en la confección de
certificaciones que manejen un
lenguaje de mayor institucionalidad.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890!¿?

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890!¿?

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890!¿?

Código cromático



Pantone S10-3 CVS

C: 10	R: 191	Para vinilos:	Para pintura
M: 20	G: 166	991 QM	de exteriores
Y: 65	B: 51		RAL 1027
K: 15			



Pantone S323-4 CVS

C: 60			
M: 100	R: 76	Para vinilos:	Para pintura
Y: 100	G: 0	923 QM	de exteriores
K: 10	B: 0		RAL 3004

Articulación de los tres componentes de identificación
Variante concebida para lograr dentro de la sólida
articulación de los elementos, cierto dinamismo en-tre
ellos; expresando a la vez el nivel jerárquico de ca-da
uno de estos componentes.



Variantes cromáticas



Negativo



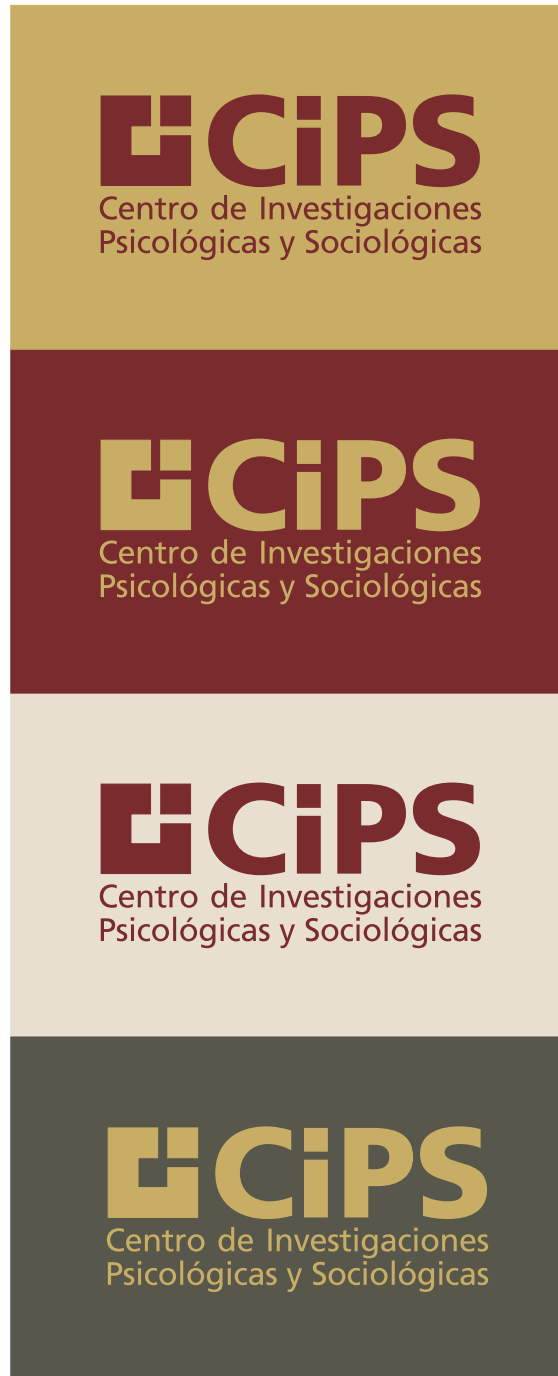
Reducción mínima: 0,5 cm
para soporte digital: 15 px



Área mínima de invasión
(La distancia del identificador
hacia los límites corresponde
a la longitud de una de las
caras del isotipo)



Otras variantes de color



Actuación del identificador sobre fotos.

Se recomienda el uso de un tipo de fotografías coherentes con el discurso de identidad que se trata de transmitir, teniendo en cuenta el tratamiento del color y la temática de las mismas.



Restricciones

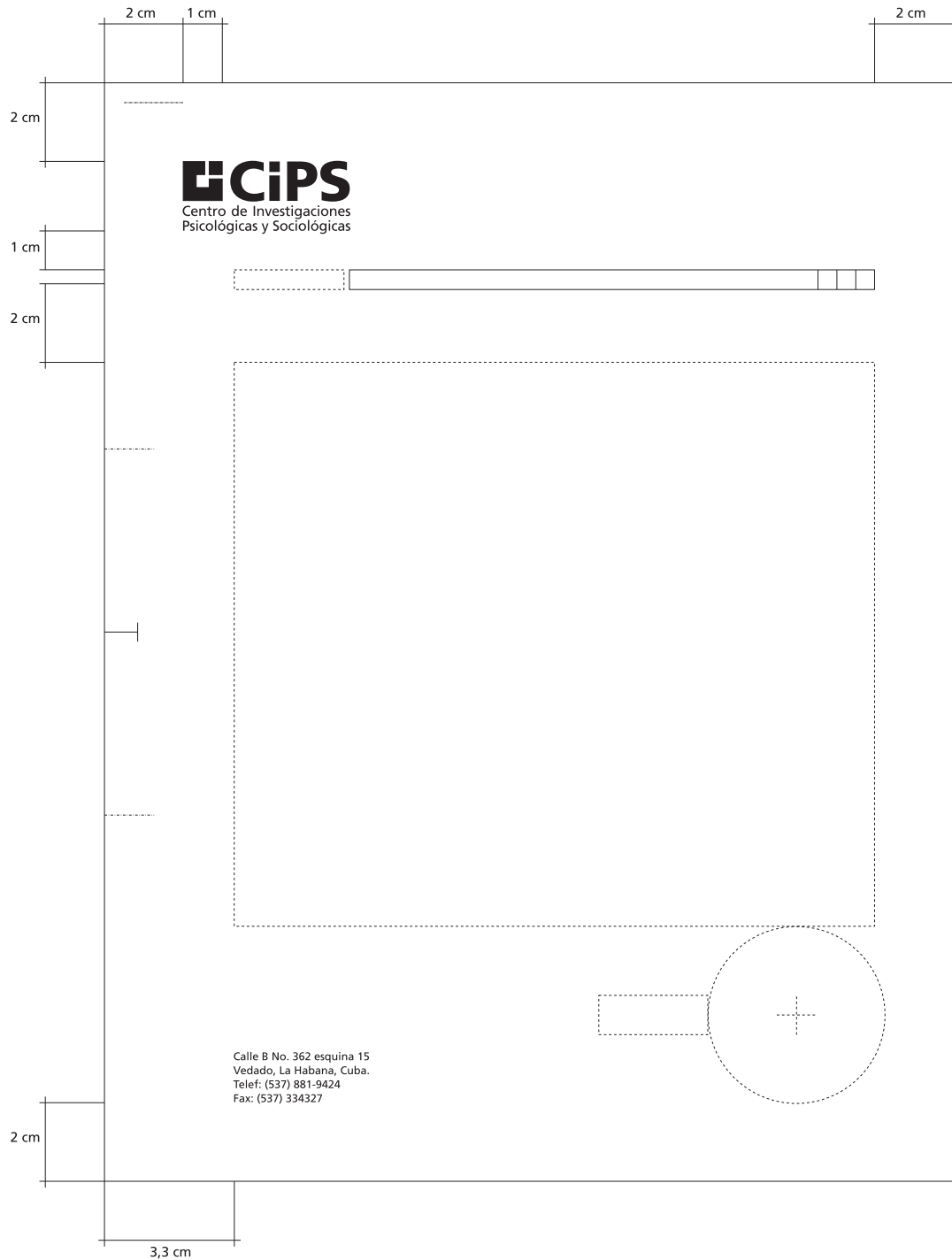


Soportes institucionales

Papelería institucional

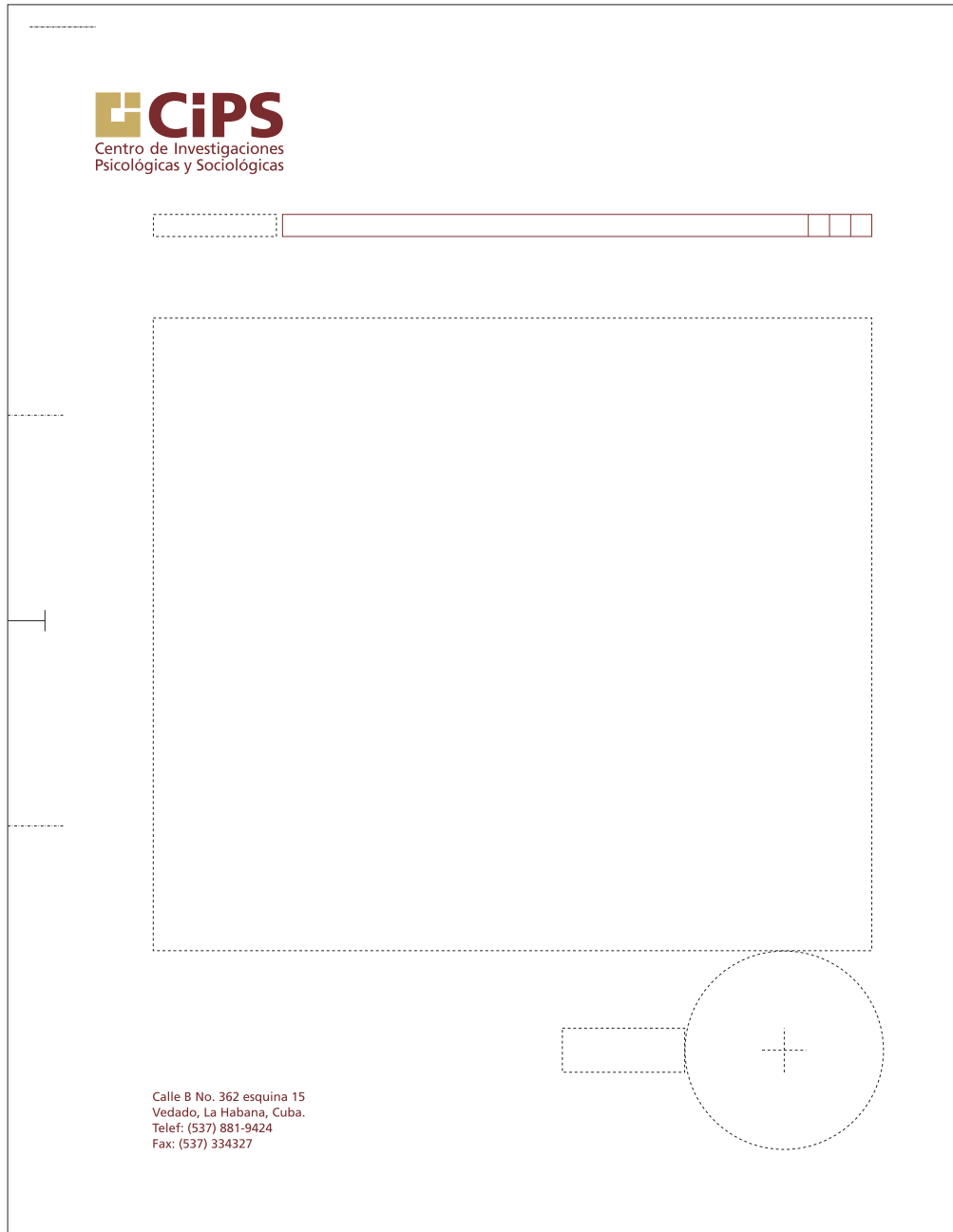
Papel timbrado para carta (hoja primera)

Formato Letter (reducido proporcionalmente)



- Marca para el presillado
- Marca para el plegado
- |— Centro de página
- Marca para firma
- + Marca para el cuñado

Papelería institucional
Papel timbrado para carta (hoja primera)
Formato Letter (reducido proporcionalmente)



Papelería institucional
Papel timbrado para carta (hoja primera)
Formato Letter (reducido proporcionalmente)



Direcc. General Dirección Administrativa 09/11/03

Ciudad de La Habana
"Año de los Héroes Prisioneros del Imperio"

A/To:
De/From:

Para el cuerpo de texto se empleará la tipografía Garamond en sus versiones normal, negrita o cursiva, siempre a 12 puntos y justificando las líneas a la izquierda.

Los títulos o enunciados se destacarán en negrita.

Entre párrafo y párrafo irá una línea de cortesía.

Para toda la información fuera de la caja de texto la tipografía será la Frutiger 55 Roman a 10 puntos.

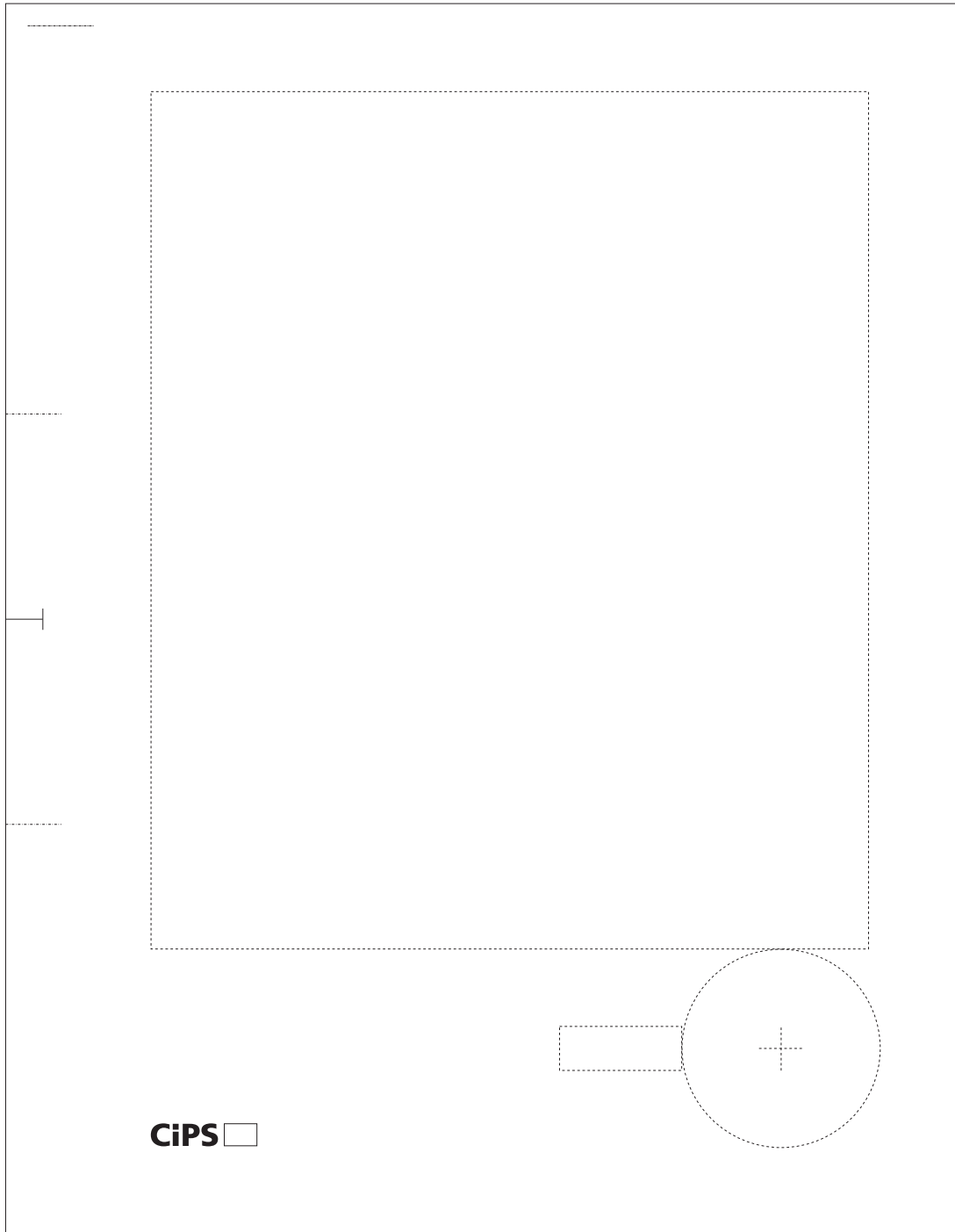
Para destacar una frase o un fragmento en el cuerpo de texto se escogerá la versión cursiva de la Garamond para así lograr puntos de interés en la composición.

Calle B No. 362 esquina 15
Vedado, La Habana, Cuba.
Telef: (537) 881-9424
Fax: (537) 334327

Eginard



Papelería institucional
Papel timbrado para carta (hoja segunda)
Formato Letter (reducido proporcionalmente)



Papelería institucional

Papel timbrado para carta (hoja segunda)
Formato Letter (reducido proporcionalmente)

Para toda la información fuera de la caja de texto la tipografía será la Frutiger 55 Roman a 10 puntos. Para el cuerpo de texto se empleará la tipografía Garamond en sus versiones normal, negrita o cursiva, siempre a 12 puntos y justificando las líneas a la izquierda.

Todos estos son textos falsos donde no se han corregido ni la redacción, ni la ortografía.

Entre párrafo y párrafo irá una línea de cortesía. Para toda la información fuera de la caja de texto la tipografía será la Frutiger 55 Roman a 10 puntos. Por todo lo anteriormente explicado se diseñan, y hablamos en este caso de la Organización en todo su conjunto, las siguientes estrategias para la actuación de su Identidad Visual Institucional. La Institución debe poseer una estructura monolítica; debe mantener su actual denominación, y requerirá de un isotipo.

Para toda la información fuera de la caja de texto la tipografía será la Frutiger 55 Roman a 10 puntos. Para el cuerpo de texto se empleará la tipografía Garamond en sus versiones normal, negrita o cursiva, siempre a 12 puntos y justificando las líneas a la izquierda.

CiPS 021

Eginard



Papelería institucional
Papel timbrado para fax
Formato Letter (reducido proporcionalmente)

The diagram shows a rectangular page with dimensions: 2 cm on the left margin, 2 cm for the first header box, 1 cm for the second header box, and 1 cm for the third header box. The page contains the following elements:

- Logo:** **CiPS** (Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas)
- Contact Information:**
Calle B No. 362 esquina 15
Vedado, La Habana, Cuba.
Telef: (537) 881-9424
Fax: (537) 334327
- Title:** **Hoja de Fax**
- Form Fields:**
Organización:
Págs:
- Content Area:** A large dashed rectangular box for the main body of the fax.

Papelería institucional
Papel timbrado para fax
Formato Letter (reducido proporcionalmente)



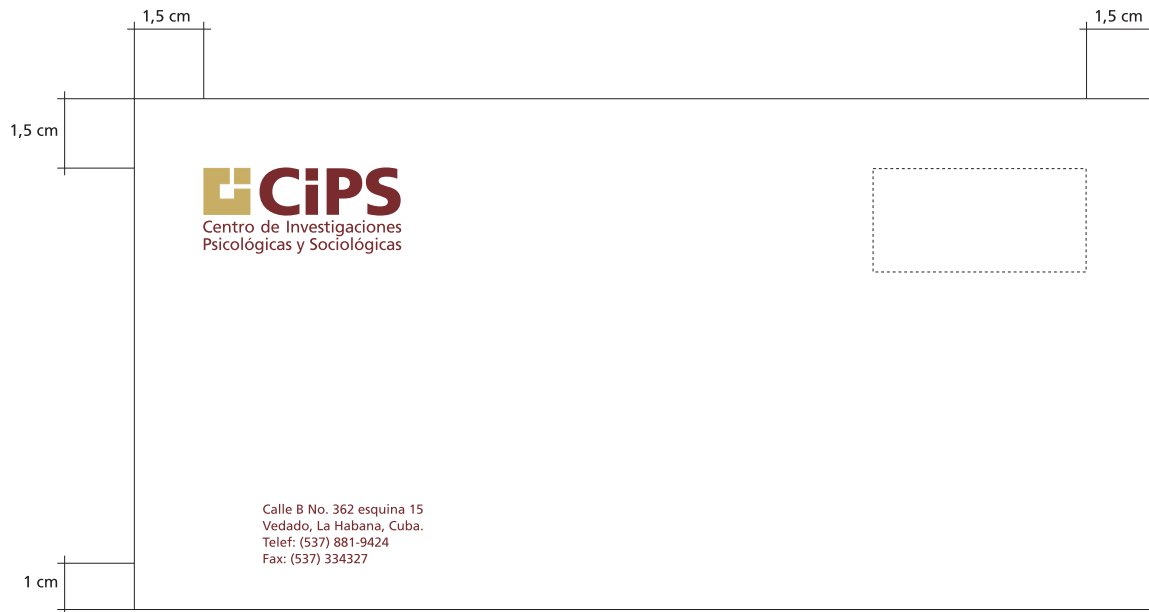
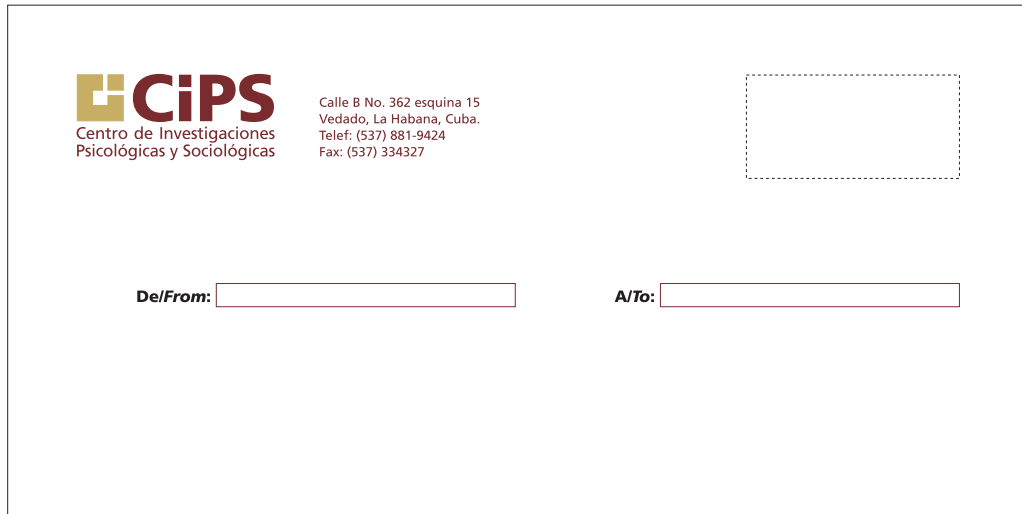
Calle B No. 362 esquina 15
Vedado, La Habana, Cuba.
Telef: (537) 881-9424
Fax: (537) 334327

Hoja de Fax

Organización: **Págs:**

A/To:
De/From:

Papelería institucional
Sobres timbrados para carta
11 x 22 cm (reducido proporcionalmente)



Papelería institucional
Sobre timbrado para documento
32,2 x 25,4 cm (detalle)


Centro de Investigaciones
Psicológicas y Sociológicas

Calle B No. 362 esquina 15
Vedado, La Habana, Cuba.
Telef: (537) 881-9424
Fax: (537) 334327

Papelería institucional
Papel timbrado para memorándum
Formato ½ Letter (reducido proporcionalmente)



Memorándum

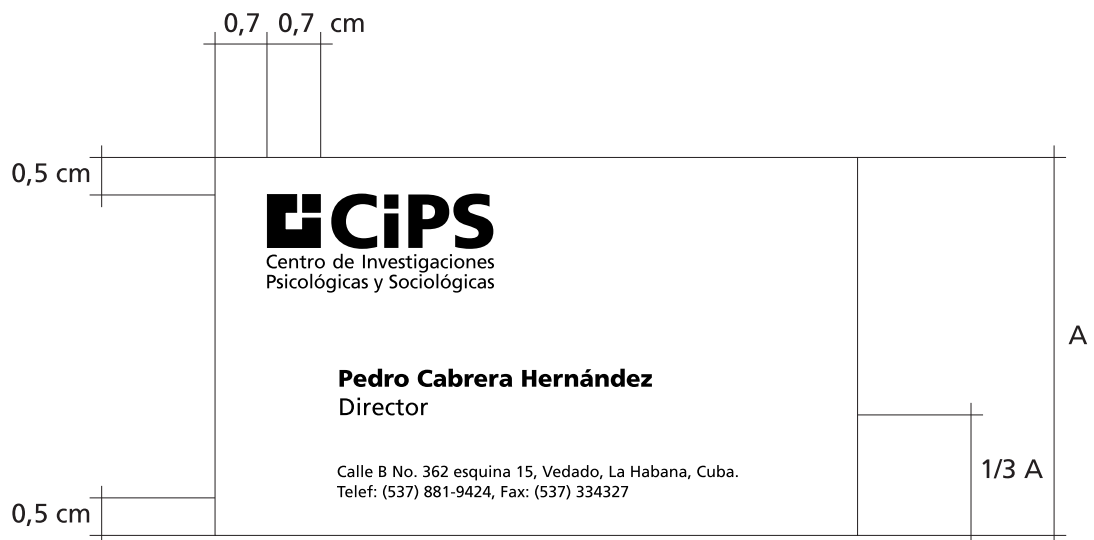
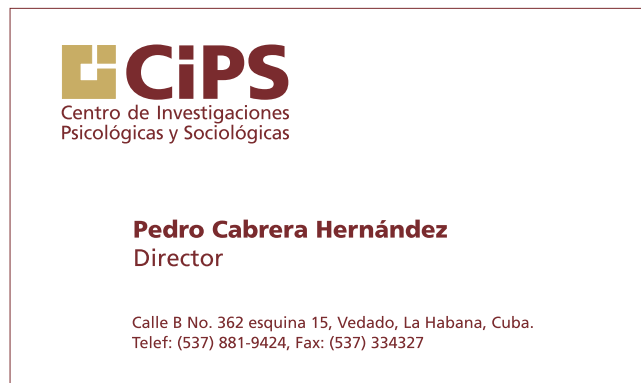
03|03|03 Hora: 23|00

A:

De:

Asunto:

Papelería institucional
Tarjeta de presentación
5 x 8,5 cm (100%)



Papelería institucional

Carpeta institucional

22 x 29,5 cm (reducido proporcionalmente)



Emblemática

Diploma

Formato Letter (reducido proporcionalmente)



El Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas
otorga el presente:

DiPLOMA

a:

[Redacted area for recipient name]

en condición de:

Destacado

como reconocimiento al esfuerzo desplegado en el desempeño de su trabajo.

Dado en diciembre del año 2003
"Año de los Héroes Prisioneros del Imperio"



Director General [Redacted area]

[Redacted area] Secretario Sindical

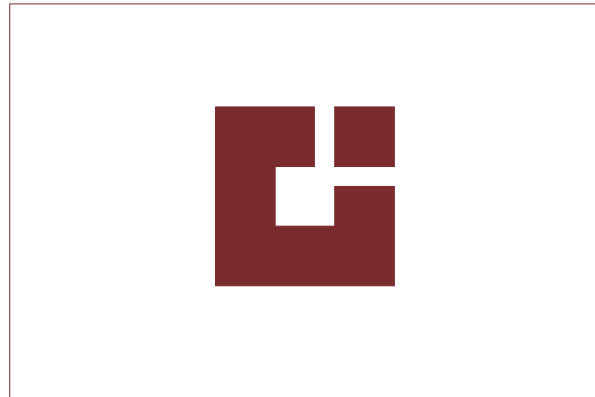
Emblemática
Cuños
(100%)



Emblemática

Banderas

100 x 150 cm (reducido proporcionalmente)



Especificidades
Identificadores

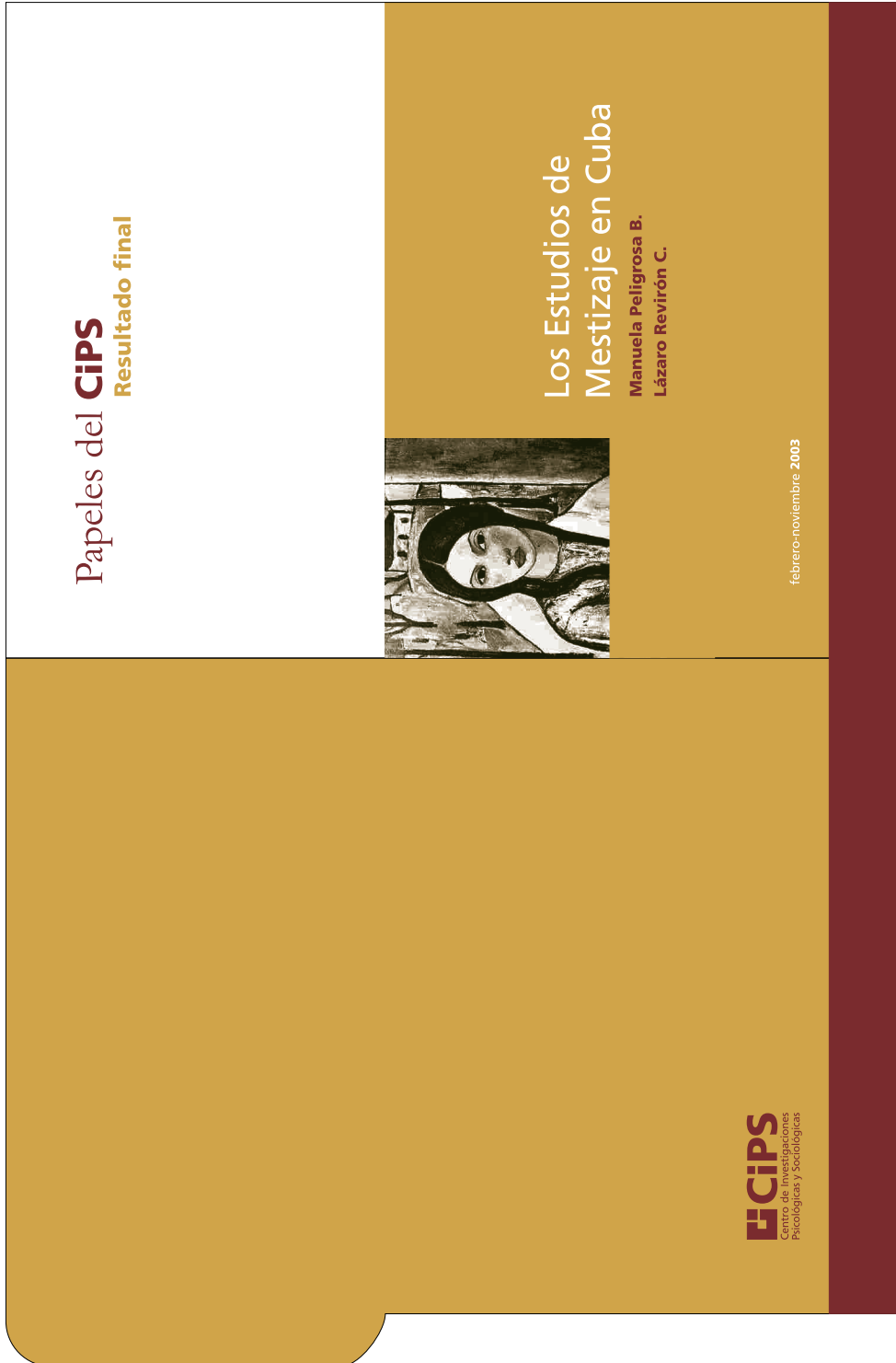
Papeles del **CiPS**

Identificador concebido para la colección del mismo nombre;
construido a partir de las tipografías y colores institucionales;
coherentes en este caso con la naturaleza misma de los
trabajos que allí se recogen.

TALLER**CiPS**

Identificador concebido para los talleres de exposición de resultados,
que con carácter anual tienen lugar en el Centro;
constituirá la base para la posterior promoción de los mismos.

Colección "Papeles del CIPS"
File (reducido proporcionalmente)



Colección "Papeles del CIPS"
File (reducido proporcionalmente)

Papeles del **CiPS**
Resultado final

224
Resultado final



Los Estudios de
Mestizaje en Cuba

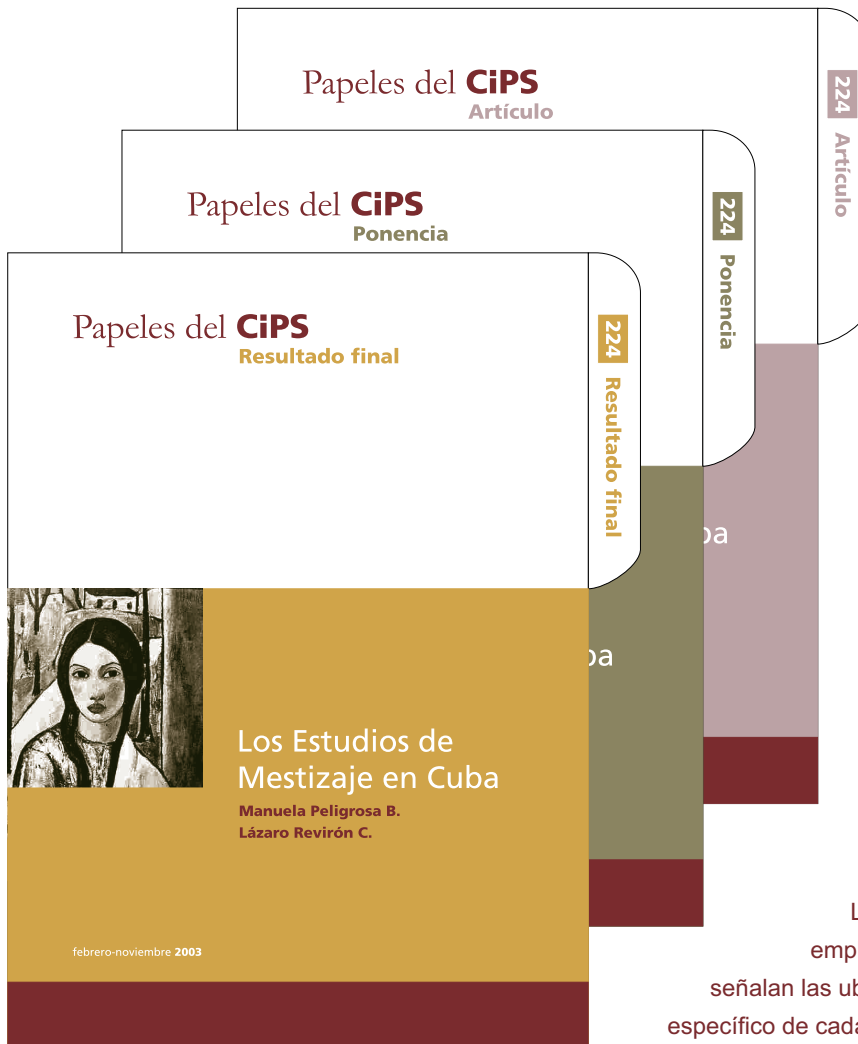
Manuela Peligrosa B.
Lázaro Revirón C.

febrero-noviembre 2003

Colección "Papeles del CIPS"
File (reducido proporcionalmente)

Estos files impresos proponen, sin variar los soportes que aún hoy existen en el CIPS, un realce visual de los mismos, coherentes con la importancia que poseen sus contenidos. Los colores empleados, se han pautado también con fines señaléticos, de tal manera que contribuyan a la inmediata identificación de las líneas temáticas.

Para su selección se tuvieron en cuenta sus niveles de contrastes y armonización con el color rojo institucional, y las connotaciones que pudieran derivarse de sus propiedades físicas.



Los textos y las fotografías empleadas no son reales, sólo señalan las ubicaciones y el tratamiento específico de cada uno de los componentes según sus niveles jerárquicos. Las fotos sólo muestran como las mismas habrán de ser tratadas: a duotonos.

Pauta editorial Colección "Papeles del CIPS"
Formato Letter (reducido proporcionalmente)

Las notas del texto correspondiente a una página serán siempre ubicadas al final de la columna menor, en su orden de aparición. Su justificación será completa y la tipografía a emplear será la Garamond en su versión normal a 10 puntos.

Los títulos se justificarán a la izquierda superior de la columna mayor; para ellos se utilizará la Frutiger 55 Roman en su versión normal a 24 puntos. Los nombres de los autores serán expresados debajo, a la distancia justa de una línea de texto correspondiente al título. Será empleada la misma fuente en su versión "**Bold**" a 12 puntos, y se justificarán también a la izquierda.

Esta línea señala el inicio del cuerpo de texto en la primera página. Se utilizará para el mismo, la tipografía Garamond en su versión normal a 12 puntos. El texto tendrá una justificación completa y ocupará en las páginas restantes toda la extensión de la columna mayor. De poseer un trabajo, acápites que lo seccionen, se dejarán dos líneas de cortesía entre el final de uno y el inicio de otro. El título de los mismos se ubicará en la columna menor, justificado a la derecha, y comenzará siempre en la misma línea donde comienza el texto correspondiente. Se utilizará en el mismo la Frutiger 55 Roman en su versión "**Bold**" a 12 puntos. Para el foliado en el área dispuesta, será utilizada la Frutiger 55 Roman en su versión normal a 12 puntos.

Taller CIPS
Propuesta para suelto promocional
Formato Letter (reducido proporcionalmente)

Convocatoria 2003

TALLERCIPS

Exposición de resultados *del 2 al 6 de julio*

Este texto es explicativo y sólo muestra la manera en que el mismo debe ser ubicado en este espacio: justificado a la izquierda.

La tipografía ha emplear será la Garamond en su versión normal, a 14 puntos.

El contenido del texto será referente a todo lo que tenga que ver con el evento; cómo está organizado, que instituciones además del CIPS lo auspician, cómo serán presentados los trabajos, que temáticas abarcarán, por quienes y cómo serán evaluados, en fin, todo lo que tenga que ver con la cita.

Por otra parte, en el extremo derecho de la pieza se ubicará el programa de trabajo y la distribución de las jornadas por días y horarios. En este caso la tipografía utilizada deberá ser la Frutiger 55 Roman en su versión normal a 12 puntos, dejando la versión "Bold" para los resaltados específicos que requerirá la información según sus niveles jerárquicos.

El texto deberá ser justificado a la izquierda.

Este suelto podrá ser distribuido entre los introductores de aquellas instituciones encargadas de aplicar los resultados científicos que produce el Centro, y en otras que constituyen sus homólogas. Esto podrá realizarse por los canales habituales de comunicación.

Día 2

Inauguración

Reforma económica y proceso de reestratificación.
Cambios socio-estructurales en la agricultura cubana, mexicana y peruana.

Día 3

La problemática del empleo y su reflejo subjetivo. Una primera aproximación a su verdadera esencia.
El sector informal en Cuba y en América Latina.

Día 4

La problemática del empleo y su reflejo subjetivo. Una segunda aproximación a su verdadera esencia.
El sector formal en Cuba y el área del Caribe.

Día 5

Reforma económica y proceso de reestratificación en el área del Caribe.
Cambios socio-estructurales en la agricultura cubana. Las tendencias.

Día 6

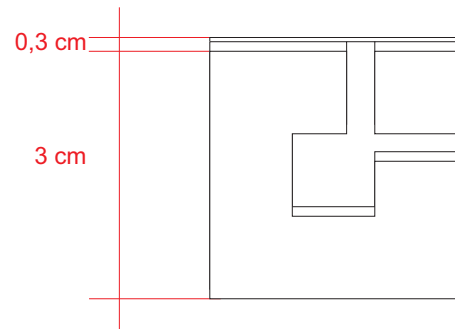
La problemática del empleo y su reflejo subjetivo. Una segunda aproximación a su verdadera esencia.
El sector formal en Cuba y América Latina.

Recursos promocionales

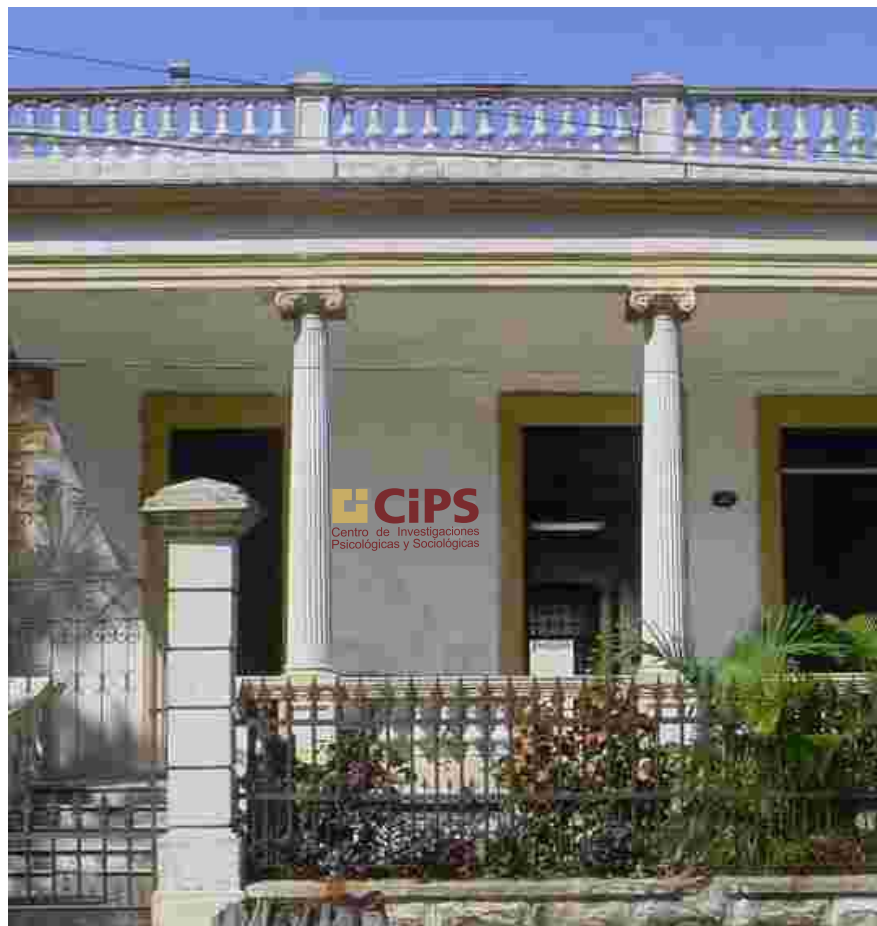


Recursos promocionales

Sello para usar en eventos, congresos, etc.



Identificación de las sedes institucionales



Identificación del parque móvil



El color del identificador en los vidrios será, condicionado por las características reales de los vehículos, el **Pantone S10-3 CVS**



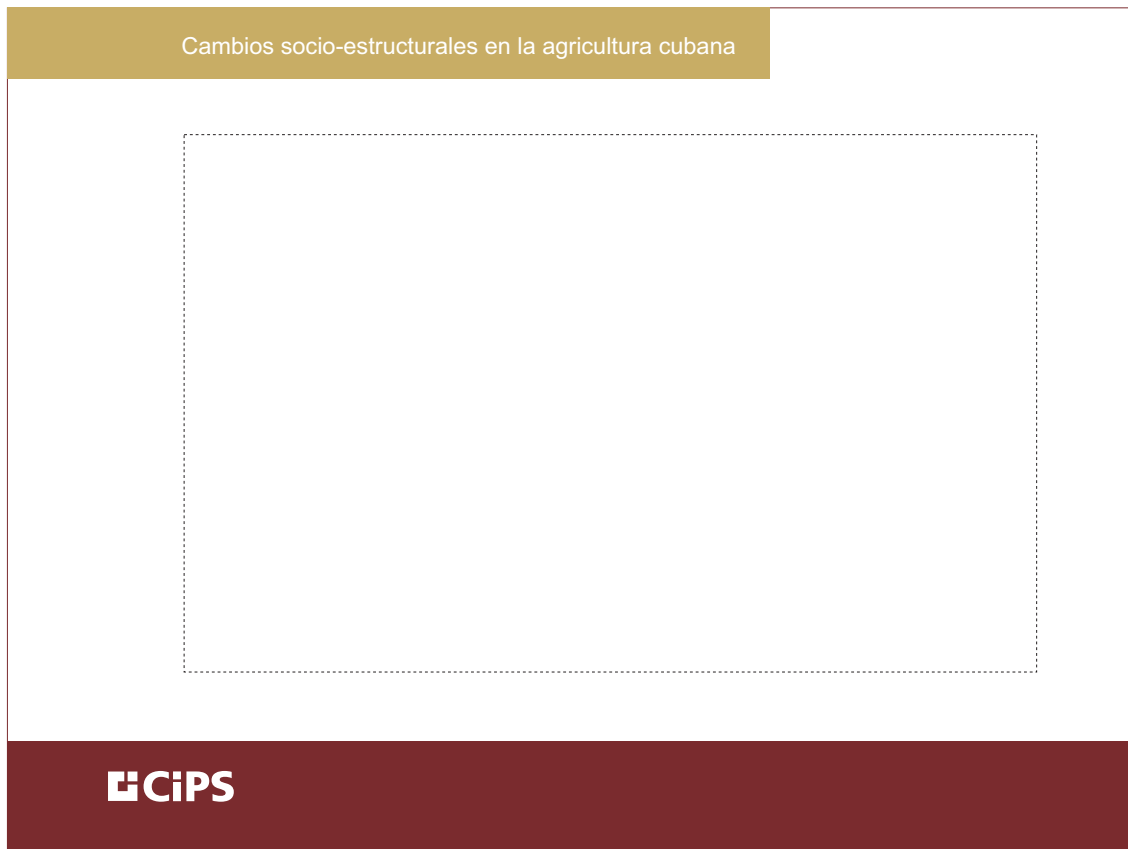
Esbozo de como podría organizarse la información de las presentaciones multimediales del Centro en Power Point u otros programas.
Ejemplo de cuatro pantallas tipos.



Cambios socio-estructurales en la agricultura cubana

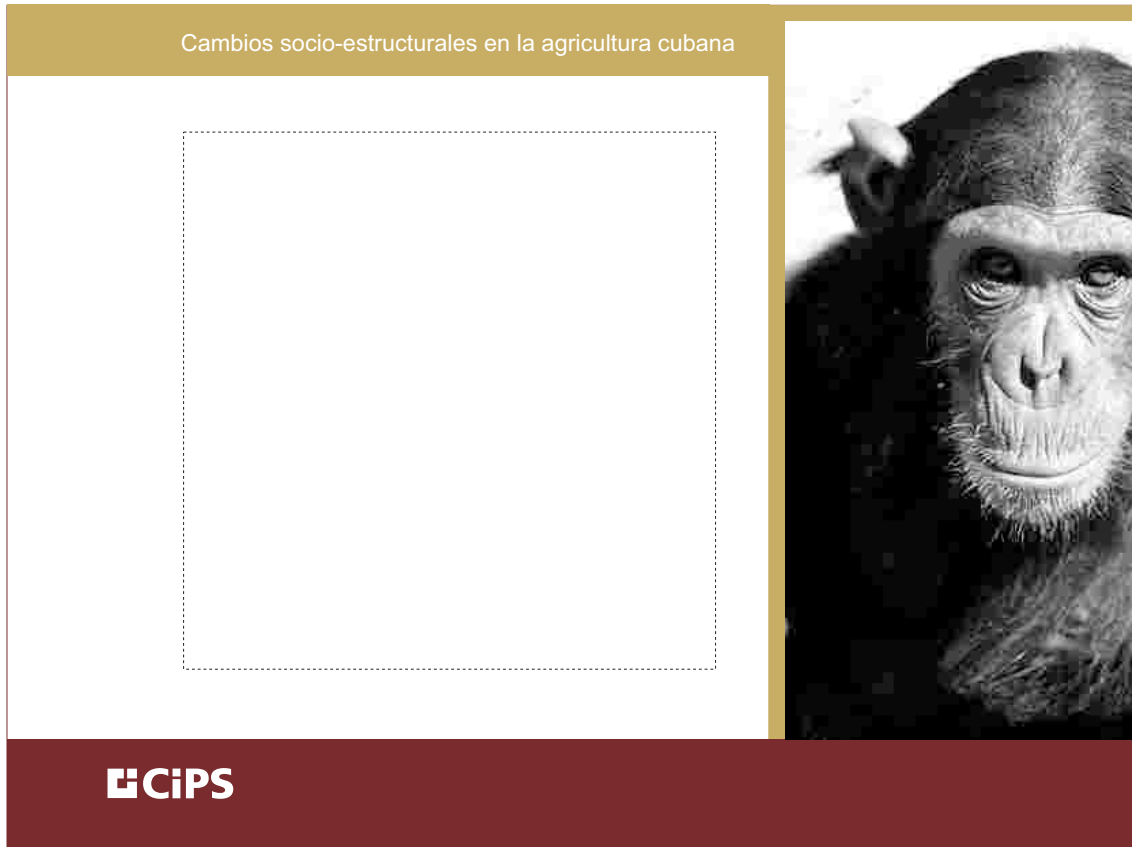
Lic. Manuela Aguirre P.
Lic. Pedro Pérez B.

Pantalla 1. *Presentación*
(incluirá los datos que aparecen en pantalla)
Se empleará la Frutiger institucional para los títulos y autores en las versiones que se visualizan.
El identificador, a todo color, estará ubicado en el extremo superior derecho.



Pantalla 2

Este tipo de pantalla sería utilizada para diapositivas que sólo incluyan textos; los mismos, justificados a la izquierda, serán expresados en la propia frutiger en su versión normal, dejando su versión “**Bold**” para subtítulos y su versión “*Itálica*” para resaltados.



Pantalla 3

Este tipo de pantalla sería utilizada para diapositivas donde se incluyan tablas o imágenes además de los textos; los mismos, justificados a la izquierda, llegarán sólo hasta el límite pautado.



Pantalla 4
Final de la Presentación



Conclusiones del Trabajo

. El Diagnóstico permitió definir los problemas de la Comunicación Institucional, las disfunciones de la Identidad Visual del CIPS e identificar aquellos elementos de la Realidad de esta Institución que favorecen y perjudican la Imagen de la misma.

. La Identidad Visual Institucional que propone el presente trabajo supera los problemas de rendimiento de la versión anterior y se ajusta al Discurso de Identidad construido por los directivos de la Organización.

. La propuesta de los Signos de Identidad y el Manual de Aplicaciones que aquí se presentan, una vez aprobados por el cliente, constituiría el primer paso para la organización y programación de sus comunicaciones, articulando las mismas, en el largo plazo, al propio desarrollo de la Institución.

Por todo lo antes expuesto se consideran cumplidos los objetivos de este Diploma, sin embargo, el trabajo realizado se convertiría en una actuación puntual de no dársele continuidad bajo una concepción estratégica de las comunicaciones, ello requiere instrumentar las recomendaciones que a continuación ofrecemos:

Recomendaciones de
carácter operativo

- . Elaborar un cronograma de trabajo donde se pauten las fechas de comienzo y terminación de las etapas de implantación del sistema de identificación institucional.
 - . Informar al público interno sobre el proceso de cambio de identidad de los signos, cómo fueron concebidos y su significación; para que dicho sector se sienta identificado con los mismos.
 - . Colocar la información relacionada con el tema al alcance de todos.
 - . Mantener un proceso permanente de control con respecto a todas las pautas establecidas en ese sentido.
-

Recomendaciones estratégicas

. Velar por el respeto al discurso de identidad (atributos y rasgos de estilo) establecido por la Organización en todos aquellos soportes o acciones de comunicación que se implementen en el futuro; estas deberán responder a las definiciones estratégicas del CIPS (misión, funciones, escenarios, interlocutores identificados, contenidos que quieren comunicarse sobre la Organización, etc.).

. Partiendo de la totalidad de los posibles programas de trabajo ha implementar, la Dirección del Centro deberá establecer las prioridades ajustándose a los intereses y objetivos estratégicos de la Organización.

. Adoptar un Modelo de Gestión para sus comunicaciones; proponemos un Modelo de Gestión Mixto, a partir de la conformación de un grupo interno propio con asesoría externa especializada.

El grupo interno centraría funciones de:

a) Supervisión y control de los programas implementados en la estrategia.

b) Evaluación y jerarquización de las necesidades concretas de comunicación de las diferentes áreas de la Organización.

c) Elaboración de propuestas a la Dirección acerca del orden de implementación de los programas y de la distribución del presupuesto destinado a comunicaciones.

Posibles Programas ha implementar

Sistema de las Comunicaciones

Diseño de los signos identificadores:

- . nombres
- . símbolos
- . logotipos
- . tipografías
- . colores

Manuales de Identidad de la Institución

Constantes gráficas:

- . identificador
- . retícula de construcción
- . código cromático
- . código tipográfico
- . áreas mínimas de invasión
- . versión negativa
- . versiones no permitidas

Sistemas de soportes identificados:

Papelería institucional

- . papel timbrado para carta, hoja primera y segunda
- . papel timbrado para fax
- . sobre timbrado para carta
- . sobre timbrado para documento
- . memorándum
- . tarjeta de presentación
- . carpeta institucional

Papelería administrativa

- . facturas
- . informes
- . soportes técnico-administrativos

Comunicación electrónicas

- . E-mail
 - . facturas
 - . emblemática
 - . bandera
 - . diplomas
 - . condecoraciones
-

Recursos promocionales y publicitarios

- . bolígrafos
- . folletería
- . agenda
- . obsequios

Recursos de señalización

- . identificador exterior de las sedes institucionales
- . identificador del parque móvil

Imagen de productos y/o servicios:

- . nombres
- . logotipos
- . tipografías
- . colores
- . interfase gráfica

Sistema de publicaciones seriadas:

- . anuarios
- . sueltos, plegables
- . boletines
- . revistas

Sistema de recursos multimediales:

- . CD-ROM
- . sitio web
- . presentaciones multimediales

Sistema del Entorno

Diseño del Entorno institucional:

- . diseño de interiores y exteriores
- . equipamiento
- . mobiliario
- . señales locales

Sistema de las actuaciones

Actuaciones internas y públicas:

Diseño de indumentaria:

- . vestuario
- . Accesorios

- . presentación en eventos
- . presentación en medios de comunicación
- . actividades internas y externas

- Anexo 1 Guía de Entrevista a Directivos del CIPS
- . ¿A partir de que fecha comienza a funcionar esta institución?
 - . ¿Existe algún documento que contenga la misión y visión del CIPS?
 - . ¿Qué cambios ha experimentado en su evolución?
 - . ¿Cómo está estructurada esta institución?
 - . ¿Qué interrelación poseen los distintos niveles de su estructura?
 - . ¿Qué grado de dependencia tienen estos en su funcionamiento?
 - . En cuanto a los Recursos Humanos de que dispone el CIPS:
 - ¿Existe algún mecanismo para su selección?
 - ¿Cuál es su composición para categorías ocupacionales?
 - ¿Qué experiencia tienen dentro de la Institución?
 - ¿Qué posibilidades tiene para su capacitación?
 - ¿Qué mecanismos de estimulación existen en el Centro?
 - ¿Qué estabilidad (fluctuación) tiene esta fuerza de trabajo?
 - . De acuerdo a las exigencias y necesidades de su trabajo:
 - ¿Cómo evalúa la actualidad del parque tecnológico?
 - ¿Cuál es la periodicidad de los cambios?
 - ¿Qué inversiones se han hecho?
 - . ¿Cuáles son las políticas de desarrollo de la Institución?
-

- . ¿Cuáles son los principales logros que han alcanzados?
 - . ¿Qué dificultades han presentados?
 - . ¿Cómo evalúa el funcionamiento actual del CIPS?
 - . En sus comunicaciones al interior de la Organización:
 - ¿Qué medios son los que generalmente emplean?
 - ¿Existe o emplean algún mecanismo para retroalimentarse respecto al nivel de satisfacción de los miembros del Centro?
 - . Con respecto a los signos que identifican al Centro:
 - ¿Los recuerda?
 - ¿Qué colores identifican a la Institución?
 - ¿Le gusta?
 - ¿Piensa que debería ser cambiado? ¿Por qué?
 - ¿Cómo cree que debería ser?
 - ¿Qué aspira que evoque el signo?
 - ¿Conoce el origen del signo actual?
 - ¿Quién lo hizo?
 - ¿Qué se pretendió representar con el identificador en sus inicios?
 - ¿Ha experimentado algún cambio?
 - ¿Cómo y donde se usa?
 - ¿En que documentos?
 - ¿En que eventos?
 - ¿En que otros soportes?
 - . ¿Cómo caracterizaría a la Institución en la actualidad?
 - . ¿Cómo cree que debería ser?
 - . ¿Cómo creen que son percibidos por otros organismos?
 - . ¿Cómo creen que son percibidos por la población?
-

Anexo 2 Tabulación de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada al personal del Centro.

Tabla 1	Conocimiento de las funciones			
Categoría ocupac.	Si	No	N/R	Total (%)
Dirigentes	6	-	-	6 (9,8)
Investigadores	27	-	-	27 (44,3)
Auxiliares de invest.	12	-	-	12 (19,7)
Trabajadores admin.	5	1	-	6 (9,8)
Trabajadores de serv.	6	2	2	10 (16,4)
Total (%)	56 (91,8)	3 (4,9)	2 (3,3)	61 (100)

Tabla 2	Evaluación de la Institución (%)				
	Si	Parc.	No	N/R	Total
Profesionalmente competente	47 (77,0)	10 (16,4)	-	4 (6,6)	61 (100)
Tecnológicamente de avanzada	2 (3,3)	24 (39,3)	26 (42,6)	9 (14,8)	61 (100)
Eficiente	13 (21,3)	28 (45,9)	10 (16,4)	10 (16,4)	61 (100)
De mucha experiencia	46 (75,4)	9 (14,8)	-	6 (9,8)	61 (100)
Rápida	9 (14,8)	19 (31,1)	27 (44,3)	6 (9,8)	61 (100)
Organizada	3 (4,9)	31 (50,8)	15 (24,6)	12 (19,7)	61 (100)
Económicamente estable	1 (1,6)	10 (16,4)	41 (67,2)	9 (14,8)	61 (100)
Total (%)	61 (100)				61 (100)

Tabla 3	
Principales limitaciones	Total de Resp. (%)
Materiales	56 (91,8)
Económicas	53 (86,9)
Tecnológicas	35 (57,4)
De dirección	15 (24,6)
De Recursos Humanos	14 (23,0)
Organizativas	33 (54,1)
Otras	3 (4,9)

Tabla 7	
Nivel de satisfacción de los usuarios según el P. I.	Total de Resp. (%)
Muy satisfechos	13 (21,3)
Satisfechos	34 (55,8)
Ocasionalmente satisfechos	13 (21,3)
Insatisfechos	1 (1,6)
Muy insatisfechos	-
N/R	-
Total (%)	61 (100)

Tabla 4	
Principales ventajas	Total de Resp. (%)
Buenas condiciones de trabajo	-
Estimulación material	-
Buen salario	-
Acceso a tecnología de avanzada	-
Buenas relaciones entre compañeros	57 (93,4)
Buenas relaciones entre jefes y subordinados	31 (50,9)
Posibilidades de superación	39 (63,9)
Reconocimiento social	13 (21,3)
Tiempo para hacer otros trabajos adicionales	12 (19,7)
Otras	7 (11,5)

Tabla 5	
Posibilidades de cara al futuro	Total de Resp. (%)
Tiene muchas posibilidades de sobresalir y desarrollarse	35 (57,4)
Debe esforzarse mucho para poder mantener su actual nivel	22 (36,0)
Tiene limitadas posibilidades de éxito	2 (3,3)
N/R	2 (3,3)
Total (%)	61 (100)

Tabla 7a) Nivel de conocimiento de los Result. Científ. según el P. I.	Total de Resp. (%)
Suficientemente conocidos	7 (11,5)
Parcialmente conocidos	41 (67,2)
Insuficientemente conocidos	12 (19,7)
N/R	1 (1,6)
Total (%)	61 (100)

Tabla 7b) Utilización de los Result. Científ. según el P. I.	Total de Resp. (%)
Convenientemente utilizados	6 (9,8)
Parcialmente utilizados	48 (78,7)
No son utilizados	5 (8,2)
N/R	2 (3,3)
Total (%)	61 (100)

Tabla 8	Como creen ser percibidos por su P. E.					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
El mejor entre todos los de su tipo	-	3	-	-	5	8 (13,1)
Entre los mejores de su tipo	6	21	9	2	4	42 (68,9)
Uno más entre tantos	-	2	2	3	1	8 (13,1)
Uno de los peores	-	-	-	-	-	-
El peor	-	-	-	-	-	-
N/R	-	1	1	1	-	3 (4,9)
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 9	Como creen ser en el medio científico					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Muy conocidos	6	20	8	4	7	45 (73,8)
Poco conocidos	-	6	4	1	3	14 (22,9)
Desconocidos	-	-	-	-	-	-
N/R	-	1	-	1	-	2 (3,3)
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 10	Como se cumplen los objetivos de trabajo					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Totalmente	1	3	2	2	4	12 (19,7)
Parcialmente	5	23	9	4	6	47 (77,0)
No se cumplen	-	-	-	-	-	-
N/R	-	1	1	-	-	2 (3,3)
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 11	Desventajas de trabajar en el CIPS					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Malas condiciones de trabajo	1	24	9	2	6	42 (68,9)
Estimulación material deficiente	6	27	11	6	8	58 (95,1)
Bajo salario	5	14	5	5	5	34 (55,7)
Infraestructura tecnológica inadecuada	6	20	6	1	2	35 (57,3)
Escasas posibilidades de superación	-	-	-	-	-	-
Malas relaciones entre compañeros	-	-	-	-	-	-
Malas relaciones entre jefes y subordinados	-	-	-	-	-	-
Bajo reconocimiento social	1	5	4	-	-	10 (16,4)
Ocupa el trabajo demasiado tiempo	3	4	1	1	-	9 (14,8)
Otras	-	-	-	-	-	-

Tabla 12	Posibilidades de superación					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administr.	T. Servicios	Total (%)
Muchas	3	18	5	1	-	27 (44,2)
Algunas	3	9	7	3	8	30 (49,2)
Ninguna	-	-	-	-	2	2 (3,3)
N/R	-	-	-	2	-	2 (3,3)
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 13	Superaciones en el último año					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administr.	T. Servicios	Total (%)
Si	3	23	11	1	3	41 (69,5)
No	3	2	-	4	4	13 (22,0)
N/R	-	2	1	1	1	5 (8,5)
Total (%)	6 (10,2)	27 (45,8)	12 (20,3)	6 (10,2)	8 (13,5)	59 (100)

Tabla 14	Evaluación de la superación recibida					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administr.	T. Servicios	Total (%)
Muy útil	2	18	8	1	3	32 (78,0)
Relativamente útil	1	5	2	-	-	8 (19,6)
Inútil	-	-	1	-	-	1 (2,4)
N/R	-	-	-	-	-	-
Total (%)	3 (7,3)	23 (56,1)	11 (26,9)	1 (2,4)	3 (7,3)	41 (100)

Tabla 15	Recibo de información actualizada					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administr.	T. Servicios	Total (%)
Si	6	14	2	1	3	26 (42,6)
A veces	-	12	9	4	7	32 (52,5)
No	-	1	1	1	-	3 (4,9)
N/R	-	-	-	-	-	-
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 16	Conocimiento de planes futuros					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Si	6	18	8	1	5	38 (62,3)
A veces	-	9	4	3	5	21 (34,4)
No	-	-	-	2	-	2 (3,3)
N/R	-	-	-	-	-	-
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 17	Posibilidades de consultar con su jefe					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Si	6	25	12	5	10	58 (95,1)
A veces	-	2	-	-	-	2 (3,3)
No	-	-	-	1	-	1 (1,6)
N/R	-	-	-	-	-	-
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 18	Clima de las relaciones interpersonales					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Generalmente favorable	6	24	11	4	9	54 (88,6)
Parcialmente favorable	-	3	1	1	1	6 (9,8)
Generalmente desfavorable	-	-	-	-	-	-
N/R	-	-	-	1	-	1 (1,6)
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 19	Valorización de las opiniones personales					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Generalmente	6	19	3	1	4	33 (54,1)
Sólo en ocasiones	-	7	9	2	6	24 (39,3)
Nunca	-	1	-	1	-	2 (3,3)
N/R	-	-	-	2	-	2 (3,3)
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 20	Sentido de pertenencia a la Institución					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Totalmente satisfecho	3	6	4	1	6	20 (32,8)
Parcialmente satisfecho	3	19	8	3	4	37 (60,7)
Insatisfecho	-	2	-	1	-	3 (4,9)
N/R	-	-	-	1	-	1 (1,6)
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 21	Posibilidad de cambiar de trabajo					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Lo he valorado y deseché la idea	2	6	1	2	4	15 (24,6)
Lo estoy valorando	2	12	3	2	1	20 (32,8)
No lo he pensado	2	9	8	2	5	26 (42,6)
N/R	-	-	-	-	-	-
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 22	Conocimiento del identificador					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Si	6	25	11	2	4	48 (78,7)
No	-	2	1	4	5	12 (19,7)
N/R	-	-	-	-	1	1 (1,6)
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 22b)	Gusto hacia el identificador					
	Dirigentes	Investigad.	Auxiliares	T. Administ.	T. Servicios	Total (%)
Si	1	6	4	-	-	11 (18,0)
No	5	13	7	2	4	31 (50,8)
N/R	-	8	1	4	6	19 (31,2)
Total (%)	6 (9,8)	27 (44,3)	12 (19,7)	6 (9,8)	10 (16,4)	61 (100)

Tabla 22a) Descripción de los elementos que contiene el identific.	Total de Resp. (%)
Respuestas correctas	11 (18,0)
Respuestas parcialmente correctas	18 (29,5)
Respuestas incorrectas	11 (18,0)
N/R	21 (34,5)
Total (%)	61 (100)

Tabla 22a) Descripción de los colores del identificador	Total de Resp. (%)
Respuestas correctas	8 (13,1)
Respuestas parcialmente correctas	14 (23,0)
Respuestas incorrectas	14 (23,0)
N/R	25 (40,9)
Total (%)	61 (100)

Fuente de todas las tablas: Encuesta aplicada al personal del Centro

Anexo 3 Tabulación de los datos correspondientes a la evaluación de la variable Imagen Institucional

Instituciones (muestra de P. E.)	Vínculo	Entrev.	Encuest.	Total
Oficina de Asuntos Religiosos del Comité Central del Partido	Usuario	1	-	1
Dirección Nacional de la CTC	Usuario	1	-	1
Centro de Estudios de la Juventud	Homólogo	1	-	1
PCC (Ciudad de La Habana)	Usuario	1	-	1
ONAT	Usuario	1	-	1
ETECSA	Usuario	1	-	1
Centro de Estudios sobre América	Homólogo	1	-	1
Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente	Instancia Superior	1	-	1
Delegación del CITMA (C. H.)	Instancia Superior	1	-	1
ONG Save the Children	Usuario	1	-	1
ONG Alternatives	Usuario	-	1	1
ONG APN	Usuario	1	-	1
Dpto. de Estudios Cubanos (Harvad)	Homólogo	-	1	1
Comité Católico Francés contra el Hambre y para el Desarrollo	Usuario	-	1	1
Total / 14	-	11	3	14

Tabla 4 Conocimiento del identif.	Total de Resp. (%)
Si	2 (18,2)
No	9 (81,8)
Total (%)	11 (100)

Tabla 5 Satisfacen necesidades y expectativ.	Total de Resp. (%)
Totalmente	6 (54,5)
Parcialmente	5 (45,5)
No las satisfacen	-
Total (%)	11 (100)

Fuente de todas las tablas: Entrevista realizada al público externo del CIPS

- Bibliografía**
- Bustillo, Arturo
Duarte, Elio
Cujae. Identidad Visual Institucional.
ISDI. 2000
- Chávez, Norberto
La imagen corporativa: teoría y metodología de
identificación.
México, G. Gili. 1994
- Costa, Joan
Identidad Corporativa y Estrategia de Empresa.
Barcelona. CEAC. 1992
- Galup, Elio J.
Identidad Visual Institucional: CEDISAC
ISDI. 2000
- Olins, Wally
Identidad Corporativa: proyección en el diseño de la
estrategia ...
Madrid. Celeste. 1991
-