

EDPA
B 299 de
2004



**UNIVERSIDAD METROPOLITANA DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
FACULTAD DE FILOSOFIA Y EDUCACION
DEPARTAMENTO DE EDUCACION PARVULARIA**

**BASES PARA EL DESARROLLO DE LA IMAGEN
CORPORATIVA DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACION
PARVULARIA DE LA U.M.C.E.**

**SEMINARIO PARA OPTAR AL TITULO DE:
EDUCADORA DE PARVULOS**

ALUMNAS:

OLGA COLLAO ARAYA

PAMELA DIAZ OPAZO

DANIELA GUTIERREZ CARDENAS

FRANCISCA MORAGA ROJAS

TATIANA MORALES VARAS

CAROLINA TORRES VERGARA

PROFESOR GUIA: SR. SERGIO SALDES BAEZ

2004



AGRADECIMIENTOS

A mi hija Sofia y familia, por su apoyo.

OLGA COLLAO ARAYA.

Agradezco a mis padres, a mi familia, y a mi pololo, por su apoyo y comprensión en el transcurso de mi carrera.

DANIELA GUTIERREZ CÁRDENAS.

**A Miguel Pinto, a mis padres y a mis hermanos, Fanny y Felipe,
por su comprensión y apoyo.**

FRANCISCA MORAGA ROJAS.

**A mis Padres, a mi hermana Estefanía, a Cristian Bustamante,
por su comprensión y apoyo.**

CAROLINA TORRES VERGARA.

INDICE

PRESENTACIÓN	5
I. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	7
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
III. OBJETIVOS	13
IV. MARCO METODOLÓGICO	15
V. MARCO TEÓRICO	19
A. EL SER Y HACER DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN PARVULARIA DE LA U.M.C.E.	20
1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN PARVULARIA DE LA U.M.C.E.	20
2. PROCESO DE ACREDITACIÓN E INFORME DE AUTOEVALUACIÓN Y PLAN DE DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN PARVULARIA.	22
2.1 ¿CÓMO SURGE EL PROCESO DE ACREDITACIÓN Y EL PLAN DE DESARROLLO?	22
2.2 ÁREAS QUE CUBRE EL PLAN DE DESARROLLO	24
2.3 FORTALEZAS Y DEBILIDADES GENERALES POR ÁREA	24
2.4 NECESIDADES CONCRETAS DE IMPLEMENTACIÓN EN EL ÁREA DE EXTENSIÓN	27
B. CONCEPTO Y COMPONENTES DE LA IMAGEN CORPORATIVA	28
1. NECESIDAD DE UNA IMAGEN CORPORATIVA	28
2. DEFINICIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA	30
3. EL SISTEMA DE LA IMAGEN CORPORATIVA	31

4.	EL VECTOR POLIVALENTE DE LA CULTURA CORPORATIVA	39
5.	PREMISAS PARA UNA IMAGEN CORPORATIVA POSITIVA	41
6.	IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA	41
7.	FUNCIONES DE LA IDENTIDAD VISUAL	43
8.	SIGNOS IDENTIFICADORES BÁSICOS	43
 VI. ESTUDIO DE OPINIÓN: PERCEPCIÓN DE LA COMUNIDAD INTERNA Y EXTERNA RESPECTO DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN PARVULARIA DE LA UMCE		 46
1.	DISEÑO DE LA ENCUESTA	47
2.	PERCEPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN EN LA COMUNIDAD INTERNA DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN PARVULARIA	48
3.	PERCEPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN EN LA COMUNIDAD EXTERNA DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN PARVULARIA	67
4.	TRIANGULACIÓN	81
5.	CONCLUSIONES	86
 VII. PROPUESTAS		 92
A.	CREACIÓN DE UNA OFICINA DE AYUDANTES MERITANTES	93
B.	PROYECTO ANUAL CORPORATIVO	96
C.	SITIO WEB DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN PARVULARIA DE LA UMCE	99

D.	RITUALES DE LA COMUNIDAD DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN PARVULARIA DE LA U.M.C.E.	102
E.	CONVENIO CON EDITORIALES RELACIONADAS CON EDUCACIÓN	108
F.	PANELES INFORMATIVOS	112
G.	CREACIÓN DE UN AFICHE Y/O ISOTIPO	116
H.	CREACIÓN DE UN TRÍPTICO	124
	BIBLIOGRAFÍA	127

PRESENTACIÓN

A fines del siglo XX, el mundo en que vivimos está experimentando profundas transformaciones sociales, económicas, políticas y culturales. Es por esto, que las Instituciones deben tener una visión amplia y global de la vida, de la sociedad y la cultura, siendo co-inventores del siglo XXI, pasando invariablemente por las nuevas rutas de la Información y las Comunicaciones.

En este mundo global de cambios y transformaciones, es donde tenemos que antepoernos a las nuevas aplicaciones tecnológicas y las redes de información. Lo cierto es que nos encontramos ante un fenómeno real y categórico que se ha instalado en el centro de nuestras vidas.

Debemos entender que la comunicación es, por sobre todo, el modo como las personas nos relacionamos e interactuamos cada día; expresando afectos, deseos, expectativas, ideas y esperanzas, estableciendo acuerdos o marcando diferencias. Como parte de esta Institución y alumnas del Departamento de Educación Parvularia, esto es lo queremos, **marcar la diferencia en el ámbito nacional.**

La comunicación es sinónimo de vida, de comunidad y de proyectos en común.

De ahí la importancia de comprender como Institución y Departamento, que hoy tenemos que avanzar, hacia nuevos desafíos en el desarrollo de proyectos como éste, que nos ayudarán a crear las bases para generar una Imagen Corporativa, la cual, nos consolidará a través del reconocimiento de la comunidad interna y externa.

Es nuestra esperanza que aquella Imagen Corporativa e Identidad Visual que deseamos proyectar, se transforme en la mejor herramienta para enfrentarnos con

éxito ante una sociedad cambiante y un mundo intercomunicado, global y en proceso continuo, donde la imagen juega un rol protagónico, que también refleja la calidad de la Institución y sus componentes.

Nuestro objetivo es determinar las bases conceptuales de la Imagen Corporativa del Departamento de Educación Parvularia de la U.M.C.E. También nos hemos propuesto contribuir, con algunas propuestas a la formulación de políticas, que sirvan para generar una Imagen Corporativa.

A partir de una serie de interrogantes que nos formulamos al inicio del estudio, emergieron dos ejes que, en definitiva, orientaron la investigación. Ellos fueron comprender **cómo se constituye** y **cómo se construye** una Imagen Corporativa. Ambos ejes nos permitieron investigar y reflexionar acerca del tema. Una de las elaboraciones a que dio lugar esta investigación fue la reconceptualización de la Unidad. A partir del análisis e interpretación de la información recabada, sustentamos cuáles son las debilidades y fortalezas que presenta la Unidad, las que aparecen expresadas por la propia comunidad, en el entendido que como Institución-U.M.C.E. e integrantes del Departamento de Educación Parvularia debemos proyectarnos, expandiendo nuestros servicios académicos, realizando proyectos, propiciando una relación directa y enriquecedora entre profesores, alumnos y administrativos, entre otras tareas.