EDNA SARAHI SERRANO AVILA

UNIVERSIDAD GUADALAJARA LAMAR

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL II

**100 años de juventud: Identidad Corporativa (Joan Costa)**

Cuando hablamos de identidad corporativa principalmente estamos mencionando la imagen de la empresa, que fue lo que realizo AEG ya que crearon un estilo propio, una cultura y la imagen única de la empresa, es así como crearon un concepto corporativo y una identidad única, hoy en día la mayoría de las empresas se basan en esta técnica para obtener el éxito y así les funcione correctamente su organización.

No solo se necesita tener algo grafico para mantener una identidad de una empresa, sino una buena actividad global e institucional y la mayor perfección y calidad en el producto que se ofrece, originalidad pero sobre todo buena comunicación, la imagen corporativa nos habla sobre la identidad de una empresa que sería por ejemplo su logotipo relacionado con un buen y único diseño gráfico, la publicidad que manejan y en los sitios que exponen su producto ya sea en campañas, medios impresos, promocionales, programas, folletos o catálogos, cabe destacar que estos servicios tienen previa planeación y preparación, esto no se podría llevar acabo sin una buen relación externa ya que se necesita líderes de opinión, una buen función en la identidad de una corporación se lleva a cabo con una buenas administración para mantener un buen control de los presupuestos y un orden en la compra y en las ventas.

Actualmente ya no solo es una identidad visual o gráfica, si no se ha pasado al concepto de Imagen Global que sería la actitud que se da desde los pensamientos, la acción y la comunicación, coherencia con la personalidad, buenas organización y coordinación   
  
una buena comunicación en una empresa se lleva mediante la comunicación ambiental, buena información, hacer saber sobre la identidad, y buena comunicación publicitaria.

En conclusión la identidad corporativa es un conjunto de atributos, valores y personalidad que toda empresa debe tener, siempre y cuando tengas claro el objetico y que es lo que se pretende comunicar ya sea con su logotipo y todo lo que se pretenda y sea claro y preciso

La Dirección de Imagen Corporativa es un concepto original en Olivetti y lo que mencione anteriormente son estrategias que ha realizado esta empresa para mantenerse y seguir siendo lo que es.