

## "ORIGEN Y DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA"

Un periódico español publica "el secreto para vivir más de 100 años", haciendo referencia a la empresa de electrodomésticos alemana AEG, por su marca personalizada realizada por el diseñador Peter Behrens y el sociólogo Otto Neurath, creando el concepto y la praxis de identidad corporativa.

En conjunto este par no entendían varios de los procesos y se dieron cuenta que su falla se trataba de la cultura y las relaciones internas y externas de la empresa de la cual se encargó el sociólogo y de la forma de los productos, la fábrica, las oficinas y los mensajes el diseñador.

Behrens le dio un estilo único a AEG, un concepto gráfico aplicado a la marca, el material gráfico, las comunicaciones; también a los edificios fábricas, viviendas para empleados, arquitectura efímera; los productos, objetos industriales, electrodomésticos que la empresa fabricaba.

Ambos le dieron a la empresa un sentido global, por primera vez como se pensaba en los productos, la calidad y el negocio, *una organización industrial pensaba en la institución como un todo.*

Fue incluido su estilo único, su estética que distinguía de las demás y su cultura, también se integraron sus interrelaciones humanas internas y externas y la imagen de toda la empresa.

La identidad corporativa con el paso del tiempo gana importancia y hoy en día es notoria gracias al constante cambio, nuevas tecnologías, nuevos mercados, nuevos negocios, mayor competencia, entre otras lo que hace que las organizaciones modifiquen la forma en que los públicos las perciben, deben expresar a través de su imagen su finalidad y objetivos para afrontar con éxito los procesos de cambio y renovación.

*"la gente tiende a comprar imagen además de comprar productos, por lo que la imagen corporativa se convierte en clave de decisión, pasa a ser un producto en sí misma"*

Su cultura, su filosofía, su historia y la de los miembros que la componen son elementos que le dan valor a la identidad corporativa de las organizaciones ya que se pueden comprender los rasgos que la identifican tanto para su público interno como externo, los cuales deben surgir de sus raíces, logrando que en el diseño se muestre la verdadera "razón de ser" de la misma.

La identidad de una empresa se constituye en una imagen ya que "Todo aquello que no puede ser representado o mostrado real, directa y completamente solo puede ser hecho presente por medio de signos y símbolos que para el público tienen un significado, es la única vía posible de hacer imaginable la empresa"

Uno de los elementos más importantes en la conducta de una empresa es la personalidad de los directivos, ya que en la organización, donde la identidad está centrada en el director, la motivación de los empleados encuentra sus inicios en las relaciones entre el líder y cada uno de los miembros de la organización, donde las características de todo líder deben favorecer la relación, para posibilitar y mejorar el desarrollo de la organización de una forma correcta.

Podemos decir que las identidades son múltiples y un tanto complicadas, siempre cambiando por lo que su estudio exige gran esfuerzo y dedicación por parte de la persona encargada de realizar la investigación, ya que debe tomar en cuenta elementos como la cultura organizacional, las relaciones interpersonales, las experiencias y perspectivas de las personas, en busca de un concepto lo más acertado posible de la identidad en la organización.

#### CONCLUSIÓN:

La integración de la identidad y el aspecto que quiero dar a conocer es la imagen corporativa de cualquier organización, y es una estrategia de competencia a nivel mundial, ya que hoy en día ninguna compañía actúa sin una identidad previamente desarrollada y una imagen perfectamente diseñada.

La identidad corporativa se convierte en un elemento fundamental que le permitirá a las organizaciones permanecer en el mercado, saber hacia dónde dirigirse a partir de los objetivos planeados, lo que tendrá como resultado el logro de una planificación con éxito a largo plazo.

Y resulta que el papel que ejercen los directivos es esencial en la creación de la identidad de cualquier organización, ya que pueden jugar un papel muy importante en la evolución de la identidad corporativa al imponer una perspectiva adecuada sobre los empleados de la organización, quienes son parte de la identidad debido a su experiencia en la organización.