

Identidad Corporativa

Arcella Sánchez De la Torre

Karen Siordia Díaz

Comunicación Organizacional II

Estudiar la identidad corporativa es cada vez más importante en la estrategia de las organizaciones, ya que se producen cambios de manera constante; como la aparición de nuevas tecnologías, nuevos mercados, entre otros factores que modifican la identidad de las organizaciones. Para poder salir con éxito de estos cambios tienen que modificar la forma en la que los clientes las ven, tienen que expresar una imagen que le permita diferenciarse entre las demás empresas y tratar de ser reconocida dentro del mercado competitivo.

Lo importante son las características que distinguen a la organización ante el público. La dirección de la imagen corporativa es una combinación de dos actividades: la gestión integral del diseño y la DirCom.

Para tener una buena identidad corporativa es expresar las características de la organización con la que el público pueda identificarse con la misma organización, ya que "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" (J.C. Arranz, 2000).

La identidad corporativa se ha convertido en un elemento fundamental en las organizaciones, que les permite saber hacia dónde va a dirigirse a partir de sus características, y esto propicia el logro de planificar con éxito a largo plazo.

La identidad corporativa también puede convertirse en un problema complejo ya que es difícil identificar algo que no es visual. Se podría decir que la cultura de la organización va ligada de la identidad de la misma. La cultura se desarrolla y se afirma como un modo propio de ser y hacer.

Toda organización es única y su identidad sale desde el interior de la misma, con su personalidad, sus fortalezas y debilidades. No se limita solo a aspectos aislados, sino que puede proyectar todo lo que la organización hace y dice, deja de hacer o deja de decir.

Cada organización debe tener una identidad que refleje fielmente su filosofía y forma de trabajo, debe proyectar su personalidad y elegir la manera de estar presente ante su público,

de esta manera el público puede saber lo que se puede esperar de la empresa, en el producto, servicio y precio, y lograr que permanezcan fieles a la organización.