

ORIGEN Y DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

La identidad corporativa es el conjunto de atributos que definen a una organización y como la misma palabra define completamente la dirección que lleva la organización.

La identidad así como su concepto es muy grande y lleno de cualidades; siempre habrá subconceptos y uno de ellos que tiene gran importancia es la identidad visual, todo aquello que la organización comunica mediante imágenes, colores etc...

En una forma aún más concreta la identidad visual hace referencia a la representación gráfica de la identidad corporativa, en forma de símbolos y señales como marcas, logotipos, decoración, estilo corporativo, vestuario del personal.

Las palabras claves que se conciben la identidad corporativa son "comunicación", "comportamiento", "simbolismo" en que la empresa se representa o proyecta a sí misma.

En algunas conceptualizaciones se entiende a la identidad corporativa como el ethos de la empresa, y cómo éste se representa y manifiesta; exclusivamente a los modos que tiene la organización de representarse a sí misma.

Imagen es la total suma de las cualidades funcionales y atributos psicológicos que existen en la mente del consumidor. Imagen de la empresa es la resultante de múltiples y diversos mensajes que, acumulados en la memoria colectiva, configuran una globalidad significativa capaz de influir en los comportamientos y determinarlos.

En nuestro tiempo actual, con el descubrimiento de la complejidad todo cambió y todo se globalizó. Y de la disciplina de la identidad exclusivamente visual o gráfica que se había expandido por el mundo, hemos pasado al concepto de Imagen Global. El cambio es de calado, porque en el sistema global de la Imagen, la parte gráfica es sólo uno de sus cinco

En nuestro tiempo actual, con el descubrimiento de la complejidad todo cambió y todo se globalizó. Y de la disciplina de la identidad exclusivamente visual o gráfica que se había expandido por el mundo, hemos pasado al concepto de Imagen Global. El cambio es de calado, porque en el sistema global de la Imagen, la parte gráfica es sólo uno de sus cinco vectores.

Después de analizar detenidamente los conceptos de identidad e imagen, hay que tener en cuenta que entre ellos existe una relación estrecha. Es la naturaleza interdependiente de esa relación gracias al papel desempeñado por la cultura organizacional.

Retomando la globalización de la imagen e identidad no podemos limitar sólo a lo gráfico un concepto tan complejo y una experiencia tan profundamente psicológica como es la Imagen Global de una empresa o de una marca sentida por el público y la sociedad.

Si en un artículo precedente celebrábamos los “cien años de juventud de la Identidad Corporativa”, localizada en Alemania y en la empresa AEG, ahora tenemos que celebrar otro acontecimiento europeo que tenía lugar en Italia, en el mismo año 1908: la fundación de la firma Olivetti , en Ivrea, pionera del concepto y la praxis del diseño global .

El espíritu y la cultura de una empresa es a menudo el estilo que le infunden personas con una clara visión de futuro y especialmente dotados de un espíritu creativo.

Imagen corporativa desde la visión de los principales autores. Mensajes planificados y no planificados. Fuentes de creación de la imagen. Articulación y componentes de la imagen. Esquema relación identidad, comunicación e imagen. Reputación e imagen.¹

Crear una imagen exterior de la empresa coherente con la identidad organizacional, que favorezca su posicionamiento en el mercado y logre una adaptación permanente a los cambios del entorno mediante el conocimiento actualizado de la competencia; constituye una de las preocupaciones latentes del sector empresarial en los albores de la sociedad de la información, y también tomando en cuenta la imagen que se proyecta es la mejor manera

CONCLUSIÓN

En manera que nosotros tengamos en cuenta la importancia de la imagen y la identidad dentro de las organizaciones, impulsa la percepción que se tiene de la misma organización y refleja tanto las virtudes y defectos de ella.

¹ <http://umanagementsuisse.ch/index.php/es/executive-programs/32-comunicacion-e-imagen-corporativa>