

Hablemos sobre tu Imagen Corporativa.

Cuando hablamos de crear una empresa u organización, nos vemos obligados a seguir una serie de pasos para que la Identidad e Imagen Corporativa que la empresa reflejara, sea la que nosotros queremos verdaderamente, que refleje lo que se quiere de una manera clara y que capte la atención de los públicos.

La identidad corporativa es sin más ni más la **Imagen conceptual** que un espectador tiene de una organización o de una empresa, la imagen corporativa es una parte de la identidad corporativa que hace referencia a los aspectos visuales de dicha representación. La identidad corporativa no trata



sólo del **logotipo** de la empresa, la identidad corporativa es la imagen, las sensaciones, las emociones, la filosofía y los valores que la empresa transmite al exterior y por extensión, la representación de todo ese conjunto de elementos que nosotros como espectadores percibimos ella.

Estos son algunos ejemplos de micro y medianas empresas, sobre como han reflejado su Identidad Corporativa tanto interna como externamente.

4. Normas de aplicación en las ferreas.
4.3a. Fachada lateral. Elementos generales. Representación.



2. 5 Colores corporativos.

Colores corporativa para impresión: Colores Pantone para asegurar la correcta aplicación de los colores respectivos del Sistema y del color de fondo, en estas páginas se definen las referencias e códigos cromáticos para poder ser aplicados según los diferentes suportes y medios de impresión.

El sistema de color Pantone es el código universal más fiable que existe y sirve de base y modelo para cualquier sistema cromático y sobre el que se definen las equivalencias para impresiones en cuadrigranulado (CMYK) y visualización en pantalla (RGB). Sirve de referencia para estamperías de color directo, tanto en impresión convencional como de alto flujo, videos, bombazos, pintura industrial, etc.

Azul: Pantone 2738 C
Valor RGB: 42 r, 76 g, 177 b
Conversión cuadrigranulado: 84 c, 70 m, 31 y, 0 k

Amarillo: Pantone 100 C
Valor RGB: 245 r, 227 g, 38 b
Conversión cuadrigranulado: 0 c, 4 m, 78 y, 0 k

2.12 Tipografía complementaria.

El alfabeto Helvética LT Std Condensado refleja una imagen de claridad, precisión y modernidad. En todos los elementos de comunicación de De SYMBO es aconsejable utilizar únicamente esta tipografía.

Todos los textos deberán ser compuestos siempre en caja alta y baja. Cuando se quiera destacar una palabra o frase dentro de un texto compuesto en Helvética LT Std Condensado, se recomienda utilizar la versión bold.

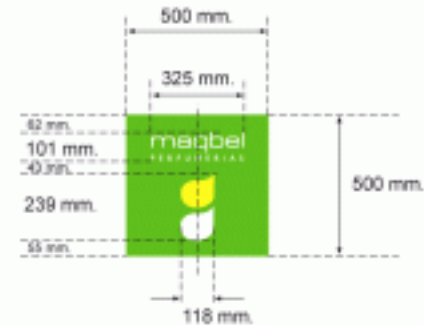
Helvética LT Std Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890

Helvética LT Std Bold Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890

- 3.2. Normas de aplicación gráfica.
- 3.2.2. La bandera luminosa.
- 3.2.2a. Proporciones y medidas del identificador Magbel en relación a la bandera.



“Es un conjunto de características interdependientes de una organización, que le dan especificidad, estabilidad y coherencia y así la hacen identificable”.

– Ramanantso 1985

La identidad corporativa de una empresa abarca aspectos tangibles de carácter

estético como son el diseño del logotipo (su representación visual), el diseño gráfico corporativo (el desarrollo de todos los elementos de comunicación de una empresa), tipografías, colores, papelería corporativa, los elementos de comunicación externa e interna, publicidad, protocolo, arquitectura corporativa, como aspectos intangibles, por ejemplo la filosofía de la propia organización o empresa, su misión y sus valores, además de otros factores claves para la organización como son sus métodos y procesos, etc.

“Son los modos en que una organización revela su filosofía y estrategia a través de la comunicación, el comportamiento y el simbolismo”.

– Kholi 199

Hoy más que nunca, las organizaciones y/o empresas necesitan realizar acciones que contribuyan a crear una imagen **atractiva, moderna y atrayente** pero al mismo tiempo debe ser socialmente comprometida, pues la responsabilidad social corporativa es también un elemento importante a destacar en las organizaciones de

hoy en día que forma parte también del proyecto global de identidad corporativa de la organización.

Anteriormente mostré algunos ejemplos sobre la utilización de la Imagen Visual dentro de micro y medianas empresas, pero ahora toca el turno a una de las grandes. Se trata de Twitter, una de las redes sociales con mayor éxito en los últimos años.



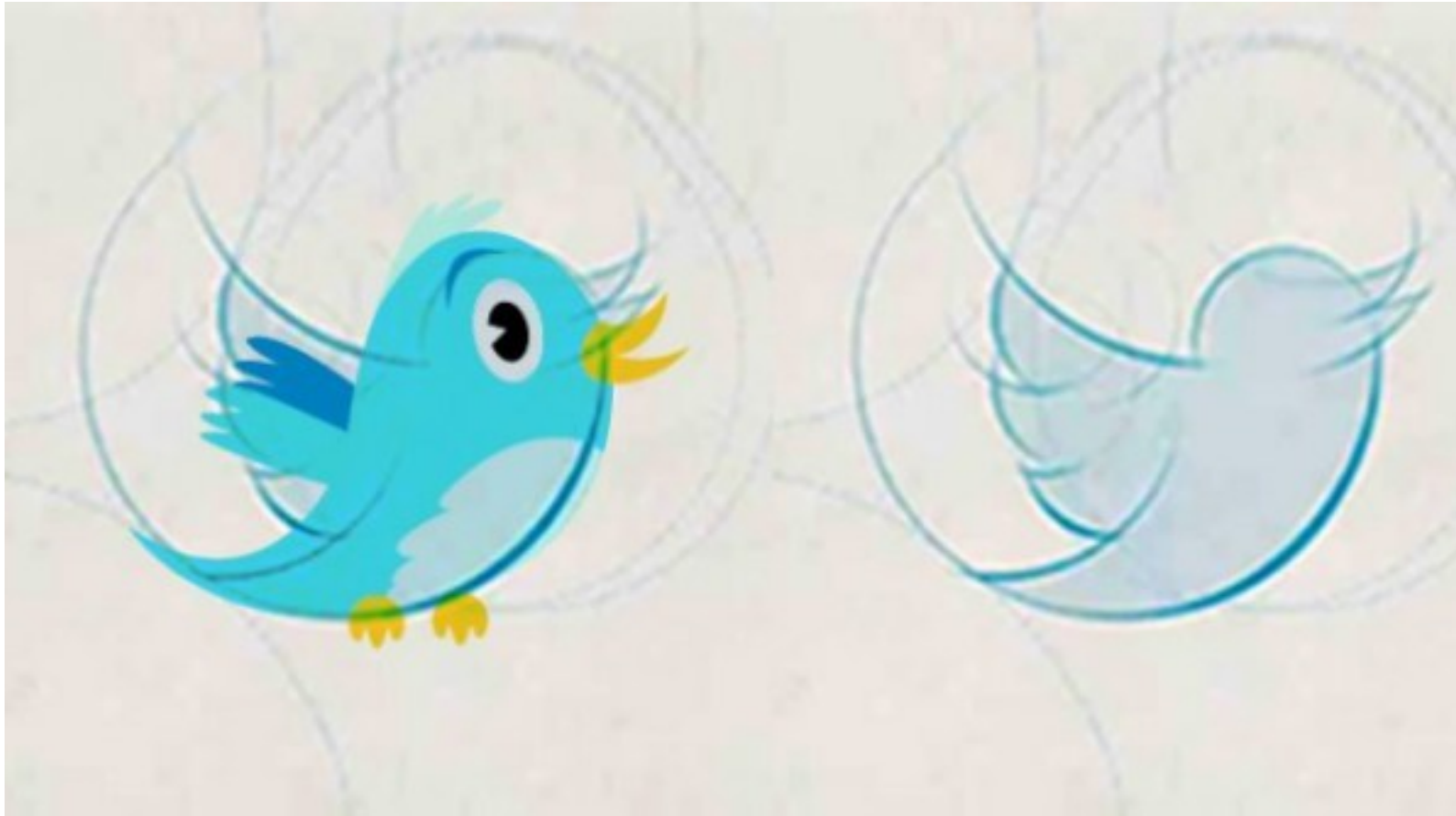
Twitter es una red social de microblogging que permite a sus usuarios enviar y leer mensajes de una longitud máxima de 140 caracteres (denominados “tuits”), y

vincularse a otros usuarios según sus intereses en común. Su uso está muy ligado al móvil y su punto fuerte es el tiempo real.

Hace poco tiempo Twitter presentó su nuevo logotipo, una versión aún más simplificada de su famoso pajarito. Desprendiéndose de esta manera de cualquier otro elemento para hacer del pájaro azul el protagonista absoluto de su identidad.

Desde ahora este pájaro será el símbolo universalmente reconocible de Twitter y ya no habrá necesidad de añadir ningún texto, ni la palabra twitter en su característica tipografía redondeada, ni la famosa “t” minúscula para representar a Twitter.

– Twitter, Inc.



Se trata de un refinamiento más que un cambio radical. Pues desde el surgimiento de Twitter, el pájaro azul, siempre ha sido el protagonista de su Identidad Corporativa.

“Este pájaro se ha hecho a mano únicamente a partir de tres series de círculos que se superponen, de manera similar a cómo son tus redes, intereses e interacciones con tus contactos y amigos”.

– Doug Bowman

Uno de los cambios más significativo es la desaparición del pequeño tupé del pájaro. Además, éste se inclina hacia arriba, expresando un vuelo ascendente en lugar de horizontal y presenta también unas alas más afiladas.

En las primeras etapas el pájaro era simplemente una ilustración complementaria, un elemento de apoyo a la identidad, pero poco a poco, se fue haciendo más y más protagonista. Hoy este pájaro azul se convierte en el símbolo único de la compañía.



<http://youtu.be/Fh20pdCrCAU>

A continuación podrán encontrar algunos ejemplos de Manuales de Identidad Corporativa.

http://issuu.com/jkarlos/docs/manual_beo_final

<http://issuu.com/luisannet/docs/manual-identidad-corporativa-cupagr/41?e=2287055/12586988>

<http://issuu.com/luisannet/docs/manual-identidad-corporativa-luisannet-fc/1?e=2287055/12586913>

Por: Nathalie Nuño