

Jonathan Madrigal Ramírez
Comunicación Organizacional II
Universidad Guadalajara Lamar

Debido a la competencia del mercado actual las empresas están en la búsqueda exhaustiva de una identidad corporativa para cuidar su imagen su organización y su producto para dar solución a estos temas se han creado nuevas áreas de estudio como por ejemplo el marketing corporativo esta área de estudio va enfocada directamente con la identidad la imagen la personalidad el branding o la comunicación refiriéndose

ala organización

en base a esto los investigadores han creado la manera de estudiar la relación entre los principales elementos de marketing corporativo la identidad y la imagen corporativa estas investigaciones y análisis también van enfocados a los trabajadores con el fin de generarles la idea que la empresa quiera dar a entender de esta reacción surge el concepto de interdependencia por que consideran que la imagen de la organización influye directamente en la misma pero desgraciadamente es muy poco tomada en cuenta por los directivos de la empresas o administradores de los negocios por que el error mas grande es preocuparse mas por como se ve la empresa desde el exterior que por como esta por dentro para esto se crea un concepto llamado identidad visual

esta identidad visual va enfocada en la identidad corporativa en función a los símbolos y señales que podrían ser los logotipos o marcas como dice en el texto la identidad corporativa tiene una fuerte decisión sobre la empresa en todos los aspectos como internos y externos también denota los valores y creencias ms importantes de una organización u empresa

también se hace mención que en este proceso la identidad corporativa crea nuevos conceptos como por ejemplo el enfoque de diseño o el enfoque organizacional el enfoque organizacional esta basado en algo mas extenso que el de la identidad corporativa donde se suman todos los atributos fundamentales y asume una marca como propias y al final se distingue de las demás Capriotti lo define como la personalidad de la organización pero otros autores lo explican como que la

organización corporativa es el ser de la organización yo considero que estos dos conceptos son complementarios dentro del enfoque organizacional el enfoque de diseño define la identidad corporativa como la representación icónica de la organización la cual manifiesta sus particularidades y características básicamente es lo que se de una organización es muy interesante este problema que regularmente se pueda de apreciar en todas las empresas que sin duda alguna se de ve de estudiar de manera exhaustiva dentro de las empresas u organizaciones