

## Introducción

En el mundo la competencia es demasiada así que las organizaciones requieren, innovarse ya que las nuevas tecnologías los pueden perjudicar y hacer quedarse atrás en los nuevos consumidores que se les presentan, ya que no solo la necesidad, servicio y producto es lo que hace que estén dentro de su mercado. La imagen día con día se hace más esencial para todo tipo de personas ya sean los públicos internos (empleados) o los públicos externos (el consumidor, los competidores) es importante que todos posean una imagen que les recuerde o sea adecuada de la organización.

## Resumen

Hoy en día las empresas están cuidando las características que tienen en su organización y marca para los servicios o producto que ofrecen sean exitosamente duraderos en el mercado para que la competencia no imite sus formas de vender en el mercado. Así mismo asimilando el marketing con su imagen, identidad, personalidad, comunicación diferenciándose con sus características centrales, perdurables y distintivas que cada institución tiene en este caso su cultura corporativa que son el cuerpo y alma que tiene la organización, como su historia, trayectoria, filosofía, misión, visión, identidad como la responsabilidad que tiene la empresa de contribuir al bienestar de la sociedad y el crecimiento de sus empleados, de manera interna y externa sea pública o privada.

Además de que hoy las marcas de los productos están siendo un gran éxito ya que la mayoría de las empresas de conocen por medio de sus productos no de su institución, el servicio que ofrecen, la innovación que eso da impacto al público y se hacen consumidores ya sea por moda, calidad, estatus social, entre otros. Aunque la saturación de mensajes que transmites en sus comerciales es un beneficio para ser reconocidos en las personas, es por eso que las nuevas tecnologías han sido un gran beneficio para la mayoría de las empresas, porque pueden atrapar a más cantidad de individuos y que sean consumidores de su mercado, aunque deben de contar con credibilidad y confianza al momento de lanzarse en sus comerciales, que los avale y su imagen que lograra dar el conjunto de significados por lo que se dará a conocer el objeto (empresa) y a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan con su vida diaria llevando el producto a ser una necesidad.

## Conclusión:

Creo que la Comunicación corporativa, junto con la imagen son un recurso necesario para que de manera interna y externa se den a conocer en un mercado, ya que es como el cuerpo de toda la institución para que funcione con éxito, sus características que hacen

diferenciarse entre la competencia, su personalidad que otras empresas a pesar de vender el mismo producto no coinciden con sus creencias, misiones, valores, objetivos y actitudes que logran a través del tiempo que llevan en el mercado. Y tomando un punto importante es de manera esencial innovarse ya que no siempre se cuenta con la misma misión, imagen por que la empresa va creciendo y se tiene que ir poniendo metas, al igual que los años pasan y la imagen llama la atención en el producto si se innova porque da a entender que siempre están al pendiente de su público y cambian para complacerlos en sus necesidades.