

La Imagen Corporativa

La imagen corporativa es la idea que el público obtiene a partir de conocimientos, experiencias, creencias, sentimientos e impresiones extraídos de su propia experiencia, acerca de una empresa.

Esta imagen se construye en la mente del receptor de acuerdo con el contacto que tiene con la organización.

Elementos que forman la imagen corporativa

La imagen corporativa está formada por distintos elementos que pueden ser intangibles y también tangibles, estos elementos se dividen en tres aspectos que son: la cultura corporativa, la identidad corporativa y la identidad visual de la organización, que en conjunto crean la imagen corporativa y permiten conocer y evaluar a una organización.

A continuación, explicaremos cada uno de ellos.

Cultura corporativa

Es uno de los elementos intangibles que conforman la imagen corporativa, está conformada por las personas y sus ideas, los directivos de la empresa son los encargados de crear la cultura corporativa transmitiendo sus experiencias, valores y creencias a las de la organización y compartiéndolas con los empleados.

La cultura corporativa consiste en un grupo de normas, valores y conductas compartidas que rigen a todos los miembros de una organización, reflejándose en su comportamiento.

La Imagen Corporativa

Este elemento se representa por escrito y de manera formal, y lo podemos apreciar en el comportamiento de los integrantes dentro de la empresa, cuando estos obedecen las normas y respetan los valores adoptándolos como propios.

Identidad corporativa

Forma parte de la personalidad y esencia de la empresa, y es la manera en la que los fundadores de la organización la ven y como les gustaría que otros la percibieran, proyectándose mediante cuatro preguntas: **¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos? ¿Cómo lo hacemos? y ¿A dónde queremos llegar?**

La identidad corporativa se construye con elementos únicos como: la historia de la organización, su filosofía, visión, misión, objetivos y su conducta, los cuales la definen, identifican y diferencian de las demás organizaciones, a continuación, veamos cada uno de ellos

La filosofía. Es el concepto general de la organización y se establece para alcanzar los objetivos y metas de la empresa, responde a las preguntas ¿quién soy? y ¿qué hago?

La misión. Indica la razón de ser de la empresa, nos dice la definición y la descripción del negocio, define lo que hace la empresa y cómo lo hace.

La visión. Indica un estado futuro que se desea lograr, indica hacia donde se quiere llegar como objetivo final, este elemento debe ser transmitido a todo el personal a manera de estímulo y guía a seguir.

La Imagen Corporativa

Los objetivos. Son los propósitos generales que se desean alcanzar a diferentes plazos, siempre tomando en cuenta la misión y los valores y creencias de la organización.

Los valores. Están formados por las creencias de la organización, guían el comportamiento de todos los integrantes para poder alcanzar las metas de la empresa.

Todos estos elementos se representan en un manual de identidad con la intención de definir y dar a conocer la organización.

Identidad visual

Está conformada por un sistema de signos que diferencian e identifican a una empresa de otras, asociando ciertos signos y transmitiendo elementos gráficos que definen lo que la organización desea transmitir.

Es un elemento tangible, ya que lo podemos ver, palpar y analizar relacionándolo con una empresa en común.

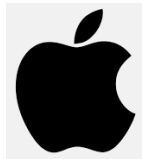
La identidad visual está formada por un nombre comunicativo, un símbolo, un logotipo, colores, tipografía, slogan, creando un diseño único que debe proyectar los valores, atributos y la razón de ser de la organización.

La Imagen Corporativa

- **El nombre comunicativo.** Es el nombre con el que se presenta la organización, su denominación.

Televisa

- **El símbolo.** Es la marca visual que describe o representa a la organización, suele estar representada de manera gráfica y es representativo de las cualidades de la organización.



- **El logotipo.** Es el nombre de la organización compuesto por las iniciales o el deletreado, tiene un diseño específico con rasgos que identifican a la organización, puede estar compuesto por siglas o letras y sílabas obtenidas de un conjunto de palabras con la cual se puede obtener otra palabra (anagrama), reduciendo el nombre largo.

BBVA

(Banco Bilbao Vizcaya)

- **El logo símbolo.** Es la unión del símbolo con el logotipo formando una sola imagen. Varía dependiendo de la empresa, ya que algunas solo construyen su identidad visual con un símbolo, con un logotipo o con ambos.



La Imagen Corporativa

- **La gama cromática.** Es la agrupación de colores que incluye el símbolo y logotipo, cuya función es distintiva identificando visualmente a la empresa, su objetivo es atraer la mirada de la gente.
- **La tipografía.** Es la forma en que la empresa escribe su propio nombre en el logotipo, es el tipo de fuente de letra elegida que le da un estilo característico y propio.
- **El slogan.** Es la frase distintiva establecida según el giro, valores y filosofía de la organización. Por ejemplo, la empresa NIKE usa el slogan **JUST DO IT**.

Referencia:

Licona, M. (2006). Elementos básicos para crear el plan de imagen corporativa. Tesis de licenciatura. Recuperado de:
<http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/bitstream/handle/231104/606/Elementos%20plan%20de%20imagen%20corporativa.pdf;jsessionid=20FC95C74B381898E0ED960379D0A593?sequence=1>