



Identidad e Imagen Corporativa

Una nueva perspectiva publicitaria

José L. Barletta, M.S.
Presidente Barnews Research Group
Editor Ejecutivo NegociosUSA
Vicepresidente Congreso Hemisférico

Independientemente del tamaño de cualquier tipo de organización, ya sea una empresa, una universidad o una institución sin fines de lucro, su Identidad e Imagen Corporativa posee una fuerza muy especial y de gran dinamismo que la identifica, la presenta en sociedad y en el mundo de los negocios y por tal razón, requiere una dedicación continua para que se pueda adaptar a tiempo a las condiciones de este mercado tan cambiante en el que vivimos.

Cuando dentro de una organización, cualquiera fuese su tamaño, se trata el tema de Identidad e Imagen Corporativa, con especial interés, con gran entrega, profundidad y profesionalismo, se aprecia que esto no significa sólo contar con un logotipo o una marca, sino con un conjunto de elementos que hacen a todas las comunicaciones que es necesario realizar para cumplir su visión y misión y ocupar un lugar de preferencia en el sector en el que se opere.

Como fundador y presidente de Barnews Research Group, empresa creada ya hace más de 18 años, puedo afirmar que desde nuestros primeros pasos en el mundo de los negocios y de la mano de la Internet, nos dedicamos a brindar servicios a las más diversas organizaciones, que giran en torno a esta Identidad e Imagen Corporativa.

Estos servicios que se relacionan con la creación de los elementos que conforman el llamado "Communications Kit" para estas organizaciones, no son otra cosa que el diseño de logos e identidades como un primer paso y seguidamente el estudio de marcas, la creación de los mensajes más adecuado, de folletos, de volantes, de dípticos o trípticos, de sobres y papelería

en general, los comunicados de prensa, la creación de catálogos, de brochures, de calendarios, de anuarios, de newsletters y finalmente y en especial el diseño e implementación de páginas web, y su relación con diversas redes sociales.

El reto al cambio es el quehacer diario de Barnews, en su trato continuo con la mayoría de clientes y sus más de 250 websites activos que ha desarrollado a través del tiempo, en especial en estos días en que enfrentamos lo que se da por denominar la Generación iPad.

Cada uno de estos websites viene acompañado de lo que podríamos decir, un primer paso que es la creación de su "Identidad", es decir la forma cómo se desea que sea vista esta organización.

El segundo paso es la "Imagen" propiamente dicha, y es todo lo que se hace y que representa la forma de cómo es percibida realmente esta organización.

Identidad e Imagen son dos conceptos que van de la mano, son distintos, son importantes y no compiten entre si, sino que son aliados, ya que juntos dan la fuerza que necesita cualquier tipo de organización para irrumpir en el mercado.

La identidad corporativa abarca tanto aspectos tangibles como son el diseño del logotipo y el diseño gráfico corporativo (su representación visual), su símbolo o logotipo, tipografías, colores, papelería corporativa, los elementos de comunicación externa e interna, publicidad y protocolo.

Todo cambia en materia de publicidad, y la forma de llegar a los clientes. Hoy en día, con el advenimiento de los iPhones y otros sofisticados teléfonos inteligentes, la inserción en el mercado de las tabletas y los innumerables y variados apps, hacen que ya los mensajes, las imágenes y los websites se difundan cada vez más y las empresas no pueden dejar de lograr una remarcada presencia en la Internet, en las redes sociales y en especial, obtener un lugar de preferencia en los buscadores más reconocidos.

El cómo lograr un buen website, el cómo vincular el nombre de la organización con el dominio más adecuado, el cómo asegurar que una vez diseñado y puesto en operación este site sea visitado por la mayor cantidad de potenciales clientes, el cómo lograr una presencia destacada en las redes sociales, son interrogantes que hoy es importante buscar las respuestas

mas adecuadas para asegurar una presencia proactiva en el mercado.

Ahora se habla de generación Web 2.0 o también de Cultura 2.0 y esto tiene que ver con la posibilidad de lograr interactividad, con los actuales y potenciales clientes y crear un lazo entre ellos que mantenga activa una interrelación.

En busca de la identidad e imagen más adecuada.

Identidad Corporativa

Es muy importante tratar de entender prácticamente esa diferencia mencionada entre estos dos términos (Identidad e Imagen) que juntos abren las puertas a una organización, empresa, institución, o universidad, en el escenario en que se deba interactuar.

Es todo el conjunto de unidad e igualdad entre todos los elementos que constituyen una Organización. Es la unidad entre su perfil interior y exterior.

La identidad es en cierta medida la representación física del concepto, la idea y el conjunto de unidad de la organización. Es importante destacar que a través del diseño gráfico es que se trata de transmitir la visión de una empresa a través de sus servicios y sus productos.

Identidad representa la forma de cómo deseamos que nos vean. Como deseamos

presentarnos, como explicamos lo que hacemos y en especial lo que ofrecemos. Los colores seleccionados, la forma, los mensajes, la simplicidad, son todos elementos claves ya que con los mismos, tenemos que ser capaces de informar, de atraer, de cautivar y de motivar.

Según Wikipedia "La identidad corporativa o identidad visual (IVC) es la manifestación física de una marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad corporativa está relacionada directamente con los siguientes atributos:

- Historia o trayectoria de la empresa, proyectos y cultura corporativa, es decir, cómo se hacen las cosas y que es lo que se ofrece, ya sean productos o servicios. En general incluye un logotipo y un mensaje o slogan, elementos de soporte, coordinados por un grupo de líneas maestras que se recogen en un documento denominado "Manual Corporativo".

La identidad de una organización no es otra cosa que un conjunto de atributos y valores que posee ella o sus creadores: su personalidad, su razón de ser, su conocimiento, su experiencia, su espíritu o alma. Todos estos elementos le permitirán a la organización identificarse de las demás, y colocarse en mayor o menor escala dentro del ámbito donde operan. La organización se dará a conocer a través de sus propias normas y comportamientos, la cultura de la empresa.



g r a p h i c

D E S I G N

3D
Presentations

Todas las organizaciones emiten en forma continua mensajes a su alrededor y la identidad, su imagen visual es uno de los medios prioritarios, que más se utilizan para mostrarse al público y en especial a sus clientes.

Identidad corporativa es el conjunto de unidad e igualdad entre todos los elementos que constituyen una empresa. Es la unidad que se logra entre un perfil interior y uno exterior.

Hay que tener muy en cuenta que la identidad de una organización debe abrirse por sí sola al mercado, debe incursionar y además motivar a la gente. La identidad es la base y un primer paso para asegurar lograr la mejor imagen posible.

Imagen Corporativa

La imagen corporativa es la forma de cómo nos ven, como nos perciben en base al comportamiento en el mercado, a los principios que reflejamos, a las políticas de comercialización, al comportamiento, a la forma de tratar de mostrar algún tipo de poder diferenciador, a la fama que nos hacemos a través del tiempo. La imagen se apoya en la Identidad y ambas son parte clave para lograr el éxito esperado.

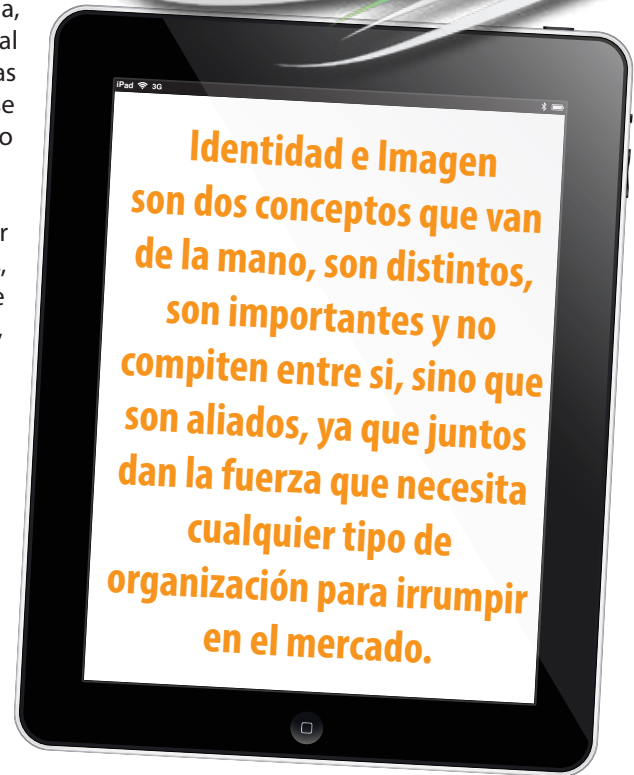
Normalmente la Imagen Corporativa se compone de cuatro elementos bien determinados:

- **Primero:** El diseño de la Identidad que está representada por su logo, la forma, los colores y en especial un mensaje bien atractivo.
- **Segundo:** La comunicación (Todo lo que tenga que ver con publicidad, banners, avisos, relaciones públicas, contactos con las cámaras de comercio relacionadas con los servicios y productos ofrecidos, etc).
- **Tercero:** La presencia en los Medios (Internet, redes sociales, foros, blogs, RSS y otros)
- **Cuarto:** El comportamiento corporativo (Sus principios, sus normas, sus valores, sus costumbres, su poder diferenciador y sus políticas).

Queda claro que no se trata sólo de un logotipo y mensaje que se logra en la primera parte mencionada, sino que es lo que transmite al exterior y la representación que las personas como espectadores se hacen de la organización o empresa y sus representantes.

La imagen está representada por una serie de aspectos intangibles, que entre otros son, la filosofía de la propia organización o empresa, su misión y sus valores.

Las organizaciones necesitan dar pasos bien concretos en materia de publicidad que les permitan crear una imagen de ellas atractiva y muy moderna. La imagen debe estar sin duda socialmente muy comprometida.



**Desarrollo de Seminarios
Misiones Comerciales
Edición de Revistas de Negocios**



*"Cómo hablar en Público" - "Negociaciones y Ventas"
"El Ejecutivo y la Empresa del Futuro"*

www.miamiportunidad.com

Logotipos, Websites, Flyers, Postcards,
Revistas, Catálogos, Layouts para Facebook,
Servicio de Imprenta, Banners, e-commerce,
Apps, Estudios de Mercado, Planes de Negocio,
Planes de Acción, Brochures, Manuales,
Marca País y Ciudad, y mucho más...

Communication Kits



7536 W Treasure Dr
North Bay Village, FL 33141
Tel: 305-867-1661
www.barnews.com
barletta@barnews.com



Website



Personal



My Message

