



# IDENTIDAD DE LAS ORGANIZACIONES

PROF. SUSANA SOBRINO

# CONTENIDO

01

## CONCEPTOS

Significados de los términos más importantes

02

## RELACIONES

Diferencias y relaciones entre los conceptos analizados

03

## IDENTIDAD CORPORATIVA

Construcción de la identidad corporativa

**01**

**CONCEPTOS**



## RASGOS PROPIOS

Podemos identificar a una persona a través de sus rasgos físicos, pero también por su manera de hablar y de moverse.

Así también, la **identidad** de una organización se define a través de sus rasgos propios: las características que permiten diferenciarla de otras.



## TIPOS DE IDENTIDAD



## ¿QUE SIGNIFICA?

Es lo que sus miembros perciben, sienten y piensan de la organización. Lo que perciben que es central, distintivo y duradero en ella.

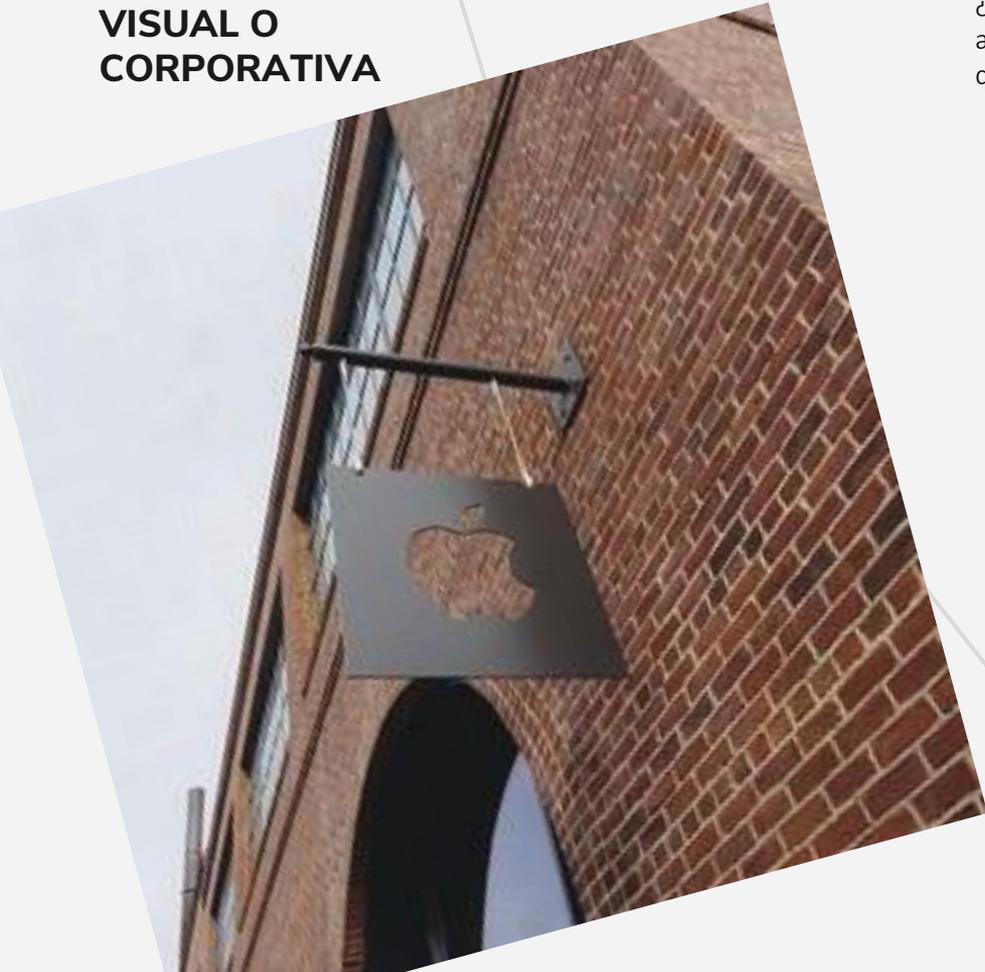
## PERSONALIDAD

La identidad organizacional es, en definitiva, su personalidad, lo que la hace única y diferente.

Es el conjunto de sus valores, cultura, filosofía, estrategia y misión. Determina cómo se relaciona con los demás, cómo hace las cosas, qué postura adopta frente a ciertas situaciones.



## IDENTIDAD VISUAL O CORPORATIVA



¿Qué te viene a la mente al ver el cartel que aparece en la foto? ¿Podés identificar a quién pertenece?

La identidad corporativa o identidad visual según la Wikipedia “es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los **aspectos visuales** de la identidad de una organización.”

La identidad visual permite identificar una organización. Para ello usa varios elementos: el nombre, el logotipo, la tipografía, los colores adoptados, la decoración de los edificios, el vestuario de los empleados.

Observa la fotografía.

¿Crees que el uniforme, los colores y las letras bordadas son elegidos porque sí? ¿El diseño podría ser cualquiera y daría igual?

La identidad corporativa, es más que un nombre, logo y colores. Es el conjunto de características, valores y principios que una organización adopta y transmite intencionalmente a través de aspectos visuales para **destacar** ante la competencia.

## IDENTIDAD VISUAL O CORPORATIVA



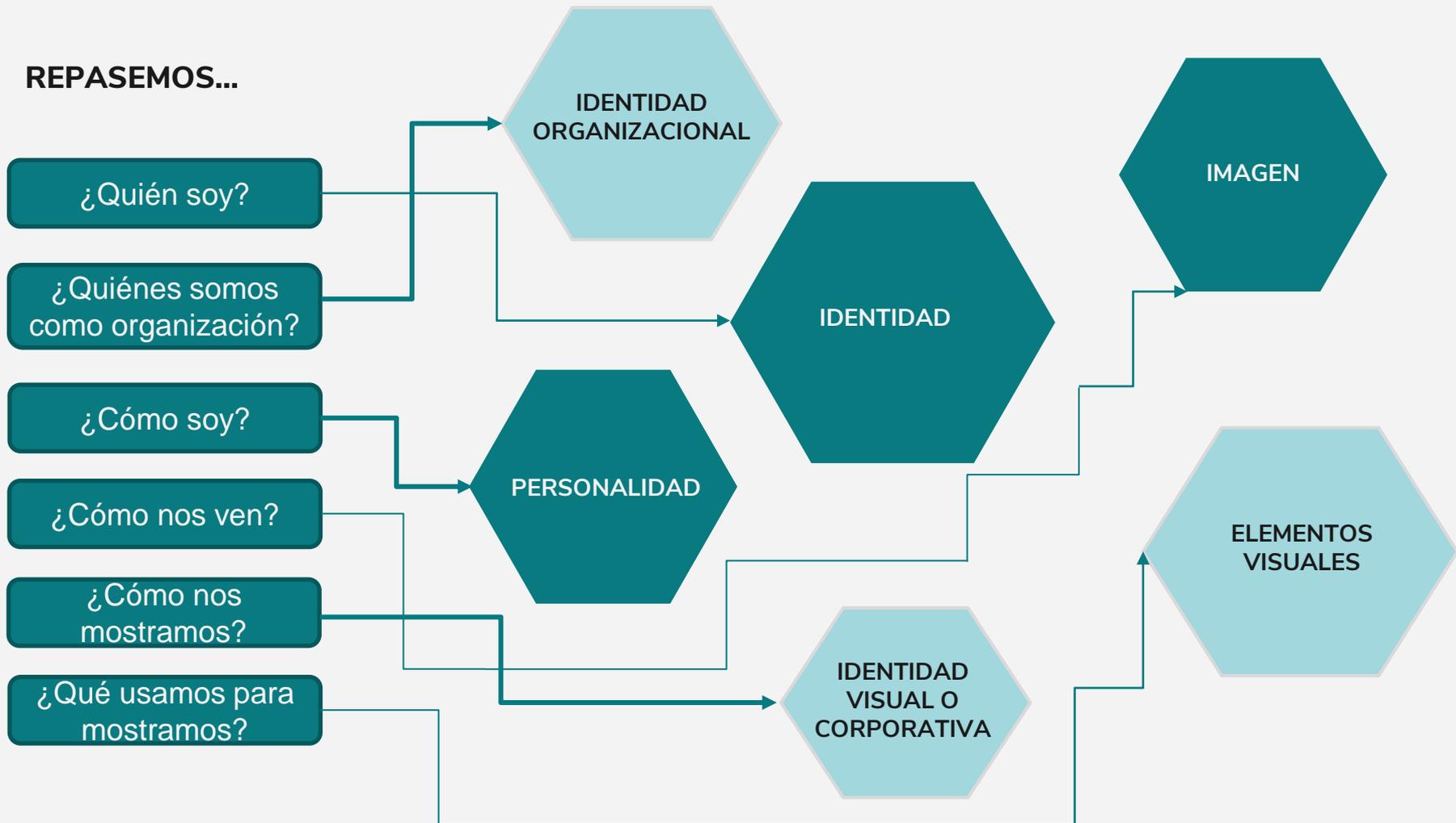
## IMAGEN CORPORATIVA



La imagen corporativa es la suma de creencias, actitudes e impresiones que el público tiene sobre la organización y está relacionada con sus diferentes atributos físicos y conductuales.

Son los sentimientos y creencias sobre la compañía que existen en la mente del público.

## REPASEMOS...



**Unir con el que corresponda**

¿Cómo nos ven?

¿Quiénes somos  
como organización?

¿Quién soy?

¿Cómo nos  
mostramos?

¿Cómo soy?

¿Qué usamos para  
mostramos?

ELEMENTOS  
VISUALES

IDENTIDAD  
ORGANIZACIONAL

IDENTIDAD  
VISUAL O  
CORPORATIVA

IDENTIDAD

PERSONALIDAD

IMAGEN



**02**

**RELACIONES**

## IDENTIDAD E IMAGEN



La manera como nos mostramos a los demás (nuestra imagen) está íntimamente relacionada con quiénes somos y con qué nos identificamos.

Nuestro corte de pelo, la ropa que usamos e incluso la forma que actuamos en público nos caracterizan, nos identifican.

La empresa se muestra a través del logo, los slogan publicitarios, los locales de venta, el diseño de sus productos.

Así va construyendo su **imagen corporativa**, que es la manera en que la ven los demás.

Tiene que haber coherencia entre la identidad corporativa y la esencia de la organización. No se puede mantener una **imagen falsa**. Si se hace lo contrario a lo que se dice, la gente se dará cuenta y será contraproducente.

## DIFERENCIA ENTRE IDENTIDAD CORPORATIVA E IMAGEN CORPORATIVA

### IDENTIDAD CORPORATIVA

Es el conjunto de elementos, percepciones y conceptos, de una marca o empresa, que se **transmiten** al exterior, para mostrar su identidad.



*¿Qué imagen  
tienen de  
nosotros?*

### IMAGEN CORPORATIVA

La manera en que cada detalle, mensaje y acto de la organización es **percibido** por el público determina la imagen corporativa, que es lo que la gente cree que es la organización.

*¿Qué imagen  
queremos  
transmitir?*

Una empresa va  
construyendo su propia  
**identidad organizacional** de  
acuerdo a su visión, su  
misión y valores, y en la  
manera que son percibidos  
por sus integrantes.  
Según lo que cree y piensa  
de sí misma...

*¿Cómo pensamos  
que somos?*



## COMO SE CREA LA IDENTIDAD CORPORATIVA

*¿Cómo queremos  
que nos vean?*

y diseña su **identidad corporativa** en función de cómo desea ser percibida por su público.

¿QUE CONCEPTO REPRESENTA  
MEJOR ESTA IMAGEN?

EJERCICIO



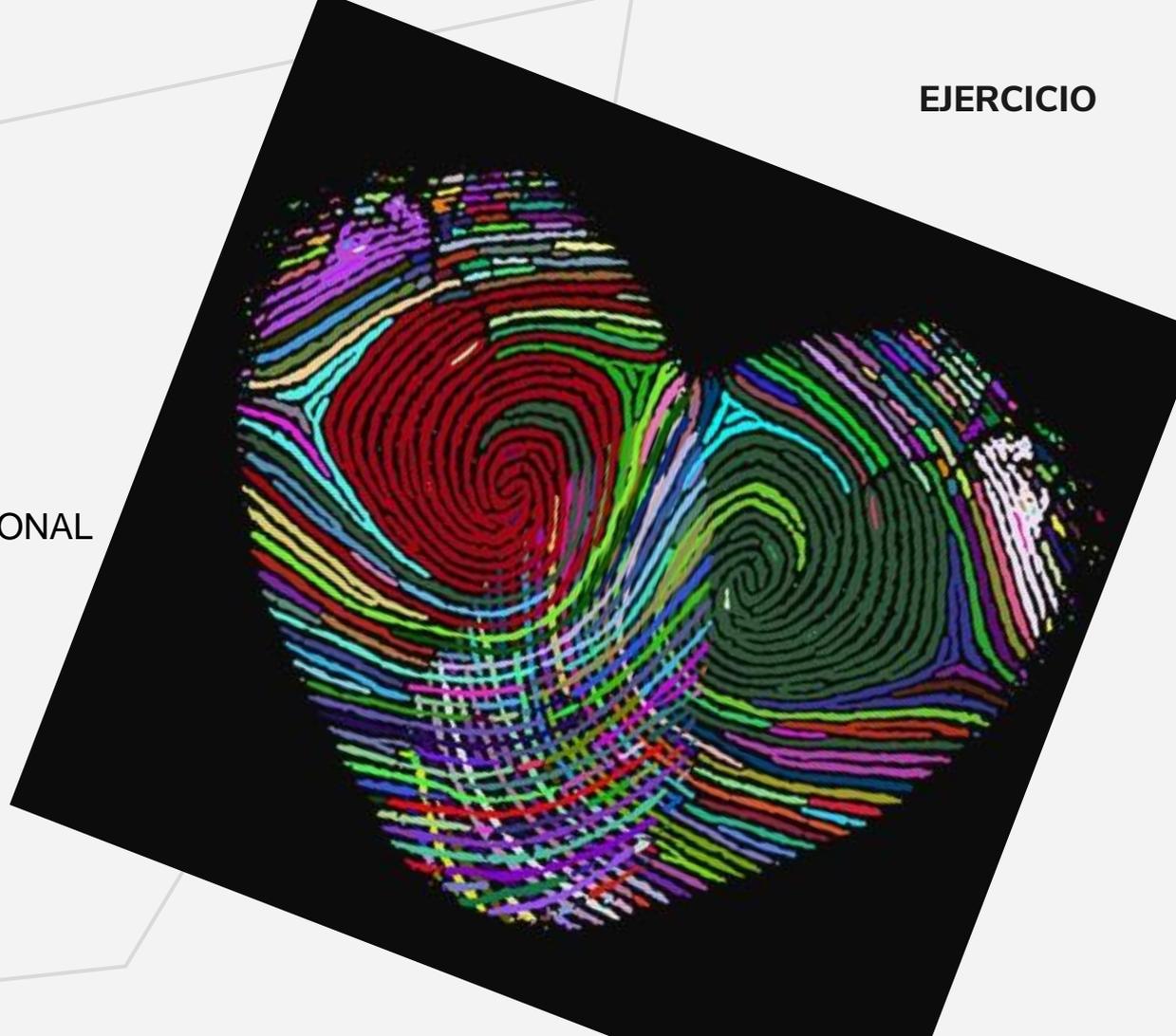
IDENTIDAD VISUAL



IDENTIDAD



IDENTIDAD ORGANIZACIONAL



## Clave de respuestas

### Si elegiste Identidad Visual

La identidad visual o corporativa son los **aspectos visuales** (logo, colores, tipografía) que la organización elige para reflejar su esencia y ser identificada por el público. A menos que este sea el logo de una organización, no puede ser la identidad visual.

### Si elegiste Identidad

La identidad es el conjunto de rasgos propios: las características que permiten diferenciar a una persona u organización de las otras. La imagen puede asociarse con la identidad (por las huellas dactilares). Pero agrega un sentimiento (el corazón), o sea, además expresa lo que se siente por esa persona u organización.

### Si elegiste Identidad organizacional

La identidad organizacional es su personalidad. Consiste en aquello que sus integrantes sienten y piensan que es la organización. El corazón representa una emoción (lo que sienten) y las líneas son huellas dactilares (asociado con la identidad). Como son de muchos colores podría decirse que no son de una persona sino de un grupo de personas (organización).

# ¿CUÁL DE LOS ELEMENTOS FORMAN LA IDENTIDAD VISUAL?

Colores

Etiquetas de  
sus productos

Estilo de  
vestir

Clientes

Limpieza



# Respuesta

Todos los elementos mencionados, excepto “Clientes”, forman la identidad visual.

El público se fijará en todos esos aspectos para formarse una imagen del negocio.

# 03

## CONSTRUYENDO LA IMAGEN CORPORATIVA





## COMUNICACIÓN

La identidad corporativa se transmite mediante cualquier acto comunicacional de la empresa. Por ejemplo, la folletería, las publicidades, el *packaging*, su participación en campañas solidarias, su atención al cliente, etc. muestran cómo es la empresa y qué valores apoya. Así se va creando una imagen.

## IMAGEN CORPORATIVA

Mediante todas las formas de comunicación de la empresa se forja la imagen corporativa, que es la manera en que la perciben los demás.



## ELEMENTOS



### ASPECTOS VISUALES

Son más que un simple diseño, son un valioso instrumento para comunicar y deben ser capaces de reflejar la identidad corporativa



### LOGOTIPO

El logotipo es el símbolo creado o adoptado que representa visualmente los valores de la compañía.



### TIPOGRAFÍA

La tipografía consiste en las fuentes (tipos de letras) que serán utilizadas.



### PALETA DE COLORES

Los colores que serán utilizados en todos los materiales de la empresa, ya sea material gráfico, online o incluso en los edificios

## UNIR CON SU ÍCONO

### ASPECTOS VISUALES

Son más que un simple diseño, son un valioso instrumento para comunicar y deben ser capaces de reflejar la identidad corporativa

#### LOGOTIPO

El logotipo es el símbolo creado o adoptado que representa visualmente los valores de la compañía.

#### PALETA DE COLORES

Los colores que serán utilizados en todos los materiales de la empresa, ya sea material gráfico, online o incluso en los edificios

#### TIPOGRAFÍA

La tipografía consiste en las fuentes (tipos de letras) que serán utilizadas.



# ASPECTOS VISUALES



# VENTAJAS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

## MEJORA EL POSICIONAMIENTO

Según la percepción que tengan los consumidores será su comportamiento repercutiendo en los ingresos de la compañía

## TRANSMITE LOS VALORES Y LA FILOSOFÍA

Una identidad corporativa sólida no solo transmitirá una imagen de marca sino también los ideales de la empresa.

## ATEMPORALIDAD

A pesar de que pase el tiempo las personas sabrán qué esperar de la empresa.

## RÁPIDA IDENTIFICACIÓN

Los aspectos visuales permitirán identificar de inmediato los productos y servicios ligados a la marca.

IDENTIDAD CORPORATIVA

=

Cómo la empresa quiere ser  
reconocida



## CONCEPTOS CLAVE

Lo que los miembros de la organización creen que son los aspectos clave, distintivos y que permiten diferenciarla.

**IDENTIDAD ORGANIZACIONAL**

Es el modo en que la organización se presenta a sí misma, a través del simbolismo, la comunicación y el comportamiento planificados.

**IDENTIDAD VISUAL O CORPORATIVA**

Elementos elegidos por la empresa para comunicar su imagen: logotipo, colores, tipografía.

**ASPECTOS VISUALES**

**IMAGEN CORPORATIVA**

Sentimientos, creencias y actitudes que tiene el público sobre una organización

**COMUNICACIÓN**

Proceso de transmisión de mensajes. Puede emplearse dentro de la organización o hacia el exterior. La comunicación puede ser formal o informal.

## BIBLIOGRAFÍA

Duque, E. y Carvajal, L. (2015). “La identidad organizacional y su influencia en la imagen: una reflexión teórica” en *Suma de Negocios (SUMNEG)*.

<https://www.elsevier.es/es-revista-suma-negocios-208-articulo-la-identidad-organizacional-su-influencia-S2215910X15000178> [consulta 22 de setiembre de 2020].

Pérez, Rafael. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, ISSN 1870-1582, Nº. 7, 2010, pags. 9-34.

Identidad corporativa. En Wikipedia. Recuperado el día 22 de setiembre de 2020 de

[https://es.wikipedia.org/wiki/Identidad\\_corporativa](https://es.wikipedia.org/wiki/Identidad_corporativa)