



IDENTIDAD CORPORATIVA

IMAGEN CORPORATIVA

MERCADOTECNIA Y COMERCIO INTERNACIONAL

IDENTIDAD CORPORATIVA



- La **identidad corporativa**, también conocida como **imagen corporativa**, es el conjunto de aspectos visuales que le dan a una empresa una identidad, una personalidad, un concepto o un estilo definido y propio.



IDENTIDAD CORPORATIVA

Abarca dos aspectos:
INTERNOS Y EXTERNOS



Aspecto interno

Incluyen la forma en que están ubicados los exhibidores, la distribución del mobiliario, los colores de la fachada y de las paredes, la ambientación y la decoración del local, etc.



IDENTIDAD CORPORATIVA

Abarca dos aspectos:
INTERNOS Y EXTERNOS



Aspecto externo

Incluyen el logotipo, la tipografía, y los colores de la empresa, los cuales son utilizados en los letreros, carteles, folletos, catálogos, tarjetas, páginas web, cartas, emails, comprobantes de pago, uniformes, artículos publicitarios etc.



Contar con una identidad corporativa bien definida le permite a una empresa:

- Ser fácilmente reconocida y recordada por los consumidores.
- Vincular la identidad corporativa con algún aspecto positivo (por ejemplo, con una buena atención al cliente).
- Realzar la publicidad (por ejemplo, al difundir la identidad corporativa a través de artículos publicitarios).
- Darle un mayor valor a su marca (al ser la manifestación física de ésta).
- Distinguirse visualmente de la competencia.





Un aspecto que ayuda a definir la IDENTIDAD CORPORATIVA de una empresa son sus colores corporativos.





Los colores estimulan los sentidos y permiten crear asociaciones, de ahí su importancia al momento de definir la identidad corporativa de una empresa, y la importancia de elegir los colores adecuados.



Significado psicológico de algunos COLORES

El rojo representa energía, fuerza, pasión, aunque también peligro, violencia. En el caso de una empresa podría transmitir un mensaje de energía, aunque también un mensaje de peligro. En cuanto al marketing algunas empresas lo utilizan para llamar la atención y estimular la mente de los consumidores.

El azul representa seguridad, confiabilidad, responsabilidad, serenidad. En el caso de una empresa podría transmitir un mensaje de confianza, seguridad y madurez.

El verde representa frescura, naturalidad, serenidad, crecimiento. Suele ser utilizado por empresas relacionadas con la naturaleza o con el cuidado del medio ambiente.



Significado psicológico de algunos COLORES

El amarillo representa alegría, entusiasmo, optimismo, vitalidad, juventud, suele relacionarse con el sol y con la luz. En el caso de una empresa podría transmitir un mensaje de creatividad, alegría y juventud.

El naranja representa exhuberancia, diversión, juego, vitalidad, sociabilidad. Suele ser utilizado por empresas relacionadas con el entretenimiento o la comida.

El rosado representa feminidad, romance, amor, pasividad, paz. En el caso de una empresa podría transmitir un mensaje de afecto. Suele ser utilizado por empresas orientadas a un público femenino joven



Significado psicológico de algunos COLORES

El púrpura representa prosperidad, riqueza, sofisticación, sabiduría, espiritualidad, misterio. En el caso de una empresa podría transmitir un mensaje de exclusividad o de alto estatus.

El marrón representa estabilidad, durabilidad, amistad, naturalidad. En el caso de una empresa podría transmitir un mensaje de madurez, aunque también podría transmitir un mensaje de suciedad –

El blanco representa simplicidad, pureza, verdad, limpieza, higiene. De ahí que sea utilizado por empresas relacionadas con la salud, y por aquellas que quieran proyectar simplicidad



Significado psicológico de algunos COLORES

El negro representa poder, valentía, elegancia, sobriedad. En el caso de una empresa podría transmitir un mensaje de seriedad. En cuanto al marketing algunas empresas lo utilizan para enviar un mensaje de exclusividad, de estatus, de alta calidad, y también para añadir un toque de misterio

