



## **MANUAL DEL CCA El Paseillo® V IMAGEN CORPORATIVA DE LA PEQUEÑA EMPRESA.**

Son muchas las variables que determinan el éxito de una pequeña empresa, no obstante, hay una que es muy importante: la identidad, la imagen corporativa. La buena imagen se relaciona con la calidad, buen servicio, poder, capacidad, efectividad, etc.

En los mercados actuales existe una masiva oferta de productos muy parecidos. Esto dificulta a las empresas el hecho de poder diferenciarse de sus competidores a partir de una característica que dé valor añadido al producto.

Por eso, es muy importante que las empresas desarrollen su identidad e imagen corporativa como factor determinante para la diferenciación en su mercado y como elemento de impulso a su proyección de futuro.

### **Identidad o Imagen Corporativa.**

La imagen corporativa es la transmisión de ideas e informaciones no visibles de uno o varios agentes específicos, a través de una imagen visible, para conseguir una diferenciación e identificación frente a la competencia.

Es un sistema de signos visuales que tiene como fin distinguir, diferenciar y reconocer a una empresa de las demás, apoyando su crecimiento y posicionamiento en el mercado, mediante el conjunto de aspectos que conforman la personalidad de la empresa. Es la que trata de responder cuestiones del tipo ¿quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿Por qué lo hacemos?, ¿Cómo lo hacemos?, ¿Dónde queremos llegar?

En la pequeña empresa la relación con la Identidad Corporativa es la misma que existe en cualquier gran empresa, la única diferencia es el tamaño de la organización.

### **Situación en la Pequeña Empresa**

La pequeña empresa cree o ha creído, hasta hace poco, que crear su propia identidad o imagen corporativa no era necesario o no estaba hecho para ellas, o que en realidad no lo necesitaban. Nada más lejos de la realidad y de la necesidad: las pequeñas empresas tienen que pensar e implantar una imagen corporativa que las identifique y que las diferencie.

Trabajando la identidad corporativa mejorará:

- La imagen de su empresa para sus clientes y para el mercado en general.
- Diferenciará a la empresa de las de su sector.
- Posicionará al establecimiento en su mercado local
- Invitará a sus clientes a entrar en el establecimiento.
- Transmitirá una imagen renovada del punto de venta.
- Le otorgará una singularidad y personalidad comercial propia.
- Influirá positivamente en su entorno más inmediato.

Hay que tener en cuenta:

La Identidad: es el conjunto de características propias que definen a un concepto, marca, persona o empresa, que terminan distinguiéndola de las demás.

La Imagen: es el conjunto de las representaciones mediante las cuales el público identifica y recuerda un producto, un servicio o una marca.

La Identidad Corporativa: es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir y facilitar el reconocimiento a una empresa u organización de las demás, posicionándola en la mente de los consumidores.

Por lo tanto, tras todos estos conceptos y reflexiones llegamos a una conclusión: La Identidad o Imagen Corporativa le permite crear y dar a las empresas y al establecimiento una personalidad singular.

#### Imagen Corporativa de un Establecimiento

La imagen corporativa de un establecimiento tiene que transmitir, a través de sus signos, la filosofía de la empresa, quién es la empresa en cuestión, qué ofrece, cómo lo ofrece, a qué público van dirigidos sus productos o servicios, etc.

Todo esto tendrá que comunicarlo a través de una identidad corporativa fiel a sus intenciones, de forma que se logre diferenciar y posicionar una empresa concreta frente a una fuerte competencia.

La imagen de cada establecimiento, bien sea de productos o servicios, tiene que estar adaptada a las nuevas modas y tendencias producidas por los deseos, necesidades y expectativas del consumidor.

La imagen de un punto de venta debe ser coherente con los productos que vende o servicios que presta, ya que todo ello entra a formar parte de la dinámica de la imagen.

Muchas empresas se preguntarán para qué se necesita una imagen corporativa. Pues bien, si queremos obtener grandes ventajas frente a nuestros competidores, debemos ponernos a su altura proyectando una imagen reconocida, ya que sin el reconocimiento de los clientes no llegaremos muy lejos.

Nuestra imagen debe ser fuerte para atraer a un número más elevado de clientes y éstos a su vez, mediante el sistema boca-oreja, atraigan a otros. Esta es la mejor publicidad que nuestros consumidores puedan dar de nuestra empresa.

Con una imagen consolidada nuestra empresa obtendrá mayor prestigio y credibilidad y esto dará lugar a un aumento en las ventas y a un crecimiento económico.

La imagen corporativa de la empresa puede ser aplicada a elementos de promoción para la empresa: bolsas, tarjetas, papelería, bolígrafos, obsequios (calendarios, llaveros, etc.)

Un último aspecto a tener en cuenta es la propiedad de nuestra imagen corporativa. Nuestro nombre, nuestro logotipo, nuestros distintivos, si no se encuentran registrados por nosotros, si no son de nuestra propiedad, nos pueden ser arrebatados en cualquier momento; por lo tanto, si una vez que hemos creado nuestra identidad corporativa no apostamos por adquirir su propiedad a través de los registros legales oportunos, correremos el riesgo de que nos quiten nuestra propia personalidad.

Debemos tener en cuenta que crear un nombre en un mercado y que éste sea distintivo de calidad, servicio y buen hacer es un esfuerzo importante, por lo tanto, tener la propiedad de las señas de identidad que nos diferencian es un valor añadido fundamental en el activo de nuestra empresa.

#### Como empresario, debo reflexionar y mejorar

- ¿Tengo una marca o nombre comercial que identifique la actividad de la empresa?
- ¿Dispone mi empresa de un logotipo u otras señas de identidad que permita su identificación de forma rápida por el consumidor?
- Si dispone de un logotipo y una marca ¿he realizado los trámites oportunos ante la Oficina Española de Patentes y Marcas para adquirir su propiedad?

- ¿Tiene mi punto de venta una imagen corporativa claramente definida?
- ¿He conseguido mediante la imagen corporativa de su punto de venta una diferenciación e identificación frente a la competencia.
- ¿Cuido habitualmente aspectos que influyen en la imagen de mi empresa como son: la posición de los productos en el establecimiento, la iluminación, un escaparate que por sí sólo "venda", la atención al público, los envoltorios de los productos, la formación del personal, la limpieza, etc.?
- Mis señas de identidad, además de aparecer en el rótulo del establecimiento, ¿se reflejan en otros soportes que refuerzan la imagen de marca como son el papel de regalo, regalos de promoción, papelería, tarjetas de visita, etc.?