

## Identidad corporativa

La **identidad corporativa** o **identidad visual (IVC)** es la manifestación física de la 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. En general incluye un logotipo y elementos de soporte, generalmente coordinados por un grupo de líneas maestras que se recogen en un documento de tipo Manual Corporativo.

La edición de un **manual de identidad** responde la necesidad de asegurar la correcta colocación de todos los elementos gráficos de la organización o evento para el que fue diseñada la identidad (marca las reglas).

La normatividad grafica debe servir como guía para alcanzar una identidad visual homogénea y diferenciada de la corporación.



[http://es.wikipedia.org/wiki/Manual\\_de\\_identidad\\_corporativa](http://es.wikipedia.org/wiki/Manual_de_identidad_corporativa), Fecha de Consulta: Abril de 2012

El manual debe tener **capítulos o secciones** (técnicas graficas). Debe ser fácil de transportar, consultar, comprender, debe ser distinto a otras (original), debe ser útil no solo bonito. Puntos básicos de un manual:

- Carta de presentación (persona responsable de la corporación)
- Historia de la compañía ( antecedentes: primeros símbolos, evolución, modificación, símbolos similares existentes, símbolos que actúan en el mismo sector)
- Justificación de la necesidad del manual (¿porque el manual?: fusión, renovación, unificación, cambio directivo, etc).
- Creadores de la nueva identidad (empresa encargada, historia profesional y trabajos realizados, fecha de edición de la identidad así como foto mecánica e imprenta).
- Introducción que sea fruto de las conjunciones y conclusiones alcanzadas tras la fase de estudio de la organización. Justificación del trabajo.
- Diseño del logo marca, imago tipo (Imagen que identifica la empresa) al diseñarlo se debe estudiar al público receptor al que se dirige tomando en cuenta su segmentación: ámbito socio económico, sector demográfico, medio gráfico.
- Verificar posicionamiento de la organización en el mercado tomando en cuenta la competencia, ver cual es su forma gráfica con la que se presentan al mercado.

## **Papelería Corporativa:**

- Tarjetas de presentación (visita)
- Tarjetón
- Hoja membretada (Con membrete)
- Hoja de Fax
- Sobres membretados (Además: Bolsas, Oficio, Carta, Radiografía, etc.)
- Carpetas corporativas
- Invitaciones (Juntas)
- Uniformes

[http://es.wikipedia.org/wiki/Manual\\_de\\_identidad\\_corporativa](http://es.wikipedia.org/wiki/Manual_de_identidad_corporativa), Fecha de Consulta: Abril de 2012