

la marca es la clave para identificar el producto, un aval que garantiza su calidad y la base para que los consumidores confíen en la empresa.

Por eso, la imagen del producto y de la marca tienen que estar muy estudiadas y meditadas, una vez se establezcan, las siguientes decisiones tendrán que basarse en la estrategia de imagen de la firma.

Porque cambiar esta estrategia supone un gran gasto económico y de recursos, además de un riesgo que no siempre es conveniente correr.



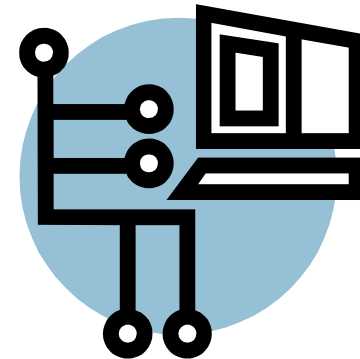
**Imagen corporativa**

La imagen de marca es la percepción que tiene el público o los consumidores sobre lo que proyecta la firma mientras que la identidad son los elementos que

## EMPRENDIMIENTO

*Formando para la paz y el empleo*

## La marca del producto



**I.E.MARCO FIDEL SUAREZ**

# LA IMAGEN

---

Es el conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa, institución u organización, como ser las marcas, logotipos, impresos, colores, uniformes, etc.

La identidad corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente a la sociedad; de esta identidad dependerá su imagen pública.

## LOS COLORES

### INSTITUCIONALES



Como parte fundamental de la imagen de empresa y como elemento que la identifica están los colores institucionales, una adecuada selección de ellos realza el mensaje y cumple la función de diferenciarnos ante parecidos.

Otro tema de vital importancia es el efecto psicológico de los colores y cómo afectan y transmiten uno u otro sentimiento, además de crear con el conjunto disposición-color un estado

receptivo en el usuario que le impulsa a identificar a la institución.

Todo el mundo relaciona a su equipo de fútbol por "el color del equipo" la presencia de estos colores en la imagen general de la empresa ayuda a dar coherencia y solidez a la marca que los utiliza.

El uso repetido de un color o combinación de ellos refuerza notablemente la identidad, y desde el proceso de cambio.