



una identidad corporativa exitosa (Parte 1)

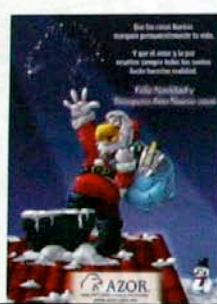


Por Carlos Manuel González Manjarrez
comentarios: cgonzalez@cgdesign.com.mx

(Entrevista a René Zapata, gerente de Mercadotecnia)

Después de analizar teóricamente los valores de la identidad corporativa, Carlos Manuel González aborda un caso práctico de una empresa exitosa en este rubro, dentro del ramo papelerero en México.

Actualmente la imagen corporativa de **Grupo Azor** es recordado por 97% de las personas, con tan sólo 7 años de existencia en el mercado. Sus identidad es reconocida por por todos, mediante la utilización del azor, en cualquier lugar.



Uso del azor como elemento de recordación de marca

Orientación de identidad

Comunicación interna y externa

Parte del éxito de **Grupo Azor**, radica desde el mismo uso del símbolo ave azor, que les permite comunicar una asociación al crecimiento y el alto vuelo. Siendo congruentes con su misión empresarial al buscar un continuo crecimiento hacia lo alto.

Además el ave se asocia a la libertad, siendo también parte de la cultura interna, al no verse limitados en algo; teniendo claramente ciertos lineamientos, pero nunca pensando en que se tienen que hacer las acciones de cierta manera. Permitiendo reflejar flexibilidad e independencia laboral contenidas en su filosofía.

Calidad referida a la imagen actual o por hacer en relación a la competencia existente.

Los clientes de **Grupo Azor** están casados con la marca desde el momento en que al comprar cualquier pro-

ducto, identifican el logotipo que es parte referida de su imagen.

Con respecto a la competencia existente, se maneja el nombre o logotipo de su marca y no el logotipo de la empresa. Teniendo como diferencia la asociación de empresa con producto, permitiendo una orientación clara de identidad.



Lo primero que vemos en sus productos es la asociación de empresa y luego el nombre de producto.

Coherencia visual

El uso del logo de **Azor** es utilizado desde las agendas, eventos anuales, exposiciones y cualquier lugar en donde la empresa esté presente. Pero en ocasiones es confundido el azor, con un águila u otro tipo de aves.

Para evitar esta confusión, existe un manual de identidad corporativa que el diseñador gráfico crea y la empresa tiene para que se conozcan todos los posibles usos correctos o incorrectos posibles al momento de utilizar su imagen.

Por ejemplo al preguntarle a René Zapata si habían tenido algún caso de problemática de coherencia visual, comentó lo siguiente:

"Sí, sobre todo cuando utilizan nuestros logos fuera de la empresa, sin pedir autorización, por lo que luego imprimen el ave como jilgueros, que no tienen nada que ver con el Azor".

También hace 2 años se realizó un estudio de mercado en sesiones de grupo en donde se les preguntaba, inclusive a mamás: ¿Usted ubica este logotipo?. Y contestaban respuestas como:

Con respecto a la competencia existente, se maneja el nombre o logotipo de su marca y no el logotipo de la empresa. Teniendo como diferencia la asociación de empresa con producto, permitiendo una orientación clara de identidad.

Coherencia visual

EL uso del logo de Azor es utilizado desde las agendas de año, eventos anuales, exposiciones y cualquier lugar en donde la empresa este presente. Pero en ocasiones es confundido el Azor, con un águila u otro tipo de aves.

Para evitar esta confusión, existe un manual de identidad corporativo que el diseñador gráfico crea y la empresa tiene para que se conozcan todos los posibles usos correctos o incorrectos posibles al momento de utilizar su imagen.

Por ejemplo al preguntarle a René Zapata si habían tenido algún caso de problemática de coherencia visual, comentó lo siguiente: Cuando se ponen fuera de la empresa a hacer los mismos diseños sin pedir autorización, andan sacando como jilgueros, que no tienen nada que ver con el Azor.

También hace 2 años se realizó un estudio de mercado en sesiones de grupo en donde se les preguntaba, inclusive a mamás: ¿Usted ubica este logotipo?. Y contestaban respuestas cómo: “Son los de los de la aguilita, de los marcadores y pizarrones”. Entonces se veía una asociación en donde también el usuario final razonaba sobre nuestro logotipo.

Técnicas referentes a los medios publicitarios utilizados

Azor tiene una peculiaridad como empresa en un medio publicitario, desde hace muchos años. Debido a que al momento en que pasas por una papelería, en la marquesina ves al Azor. Este medio da un valor agregado en cuanto a imagen.

La adecuada orientación de identidad de Azor, ha permitido en tan corto tiempo, lograr posicionar a una empresa 100% mexicana a nivel competitivo y asociativo. Sumado a la participación en otros medios y un adecuado uso del manual de identidad visual que en el siguiente número se expondrá.