INTRODUCCIÓN

Hoy en día vivimos en un mundo consumista en donde constantemente somos bombardeados por imágenes que se apoderan de nuestra mente lo que provoca de forma importante la toma de decisiones al elegir o no un producto o servicio determinado.

La comunicación ha crecido enormemente en el contexto de la globalización y se ha obligado a las empresas a actualizarse para obtener un lugar entre la competencia y avanzar en forma paralela a la tecnología. El desarrollo y modernización de las empresas implica, entre muchos otros, en la renovación de su identidad corporativa de forma que el cliente identifique de manera clara los productos y servicios que la empresa ofrece de forma congruente con su misión y filosofía.

Por lo tanto es muy importante que las empresas desarrollen una identidad corporativa que permanezca en la mente del cliente, emitiendo un mensaje positivo que provoque en el cliente una acción determinada. Para que una identidad corporativa alcance de manera eficaz sus objetivos es necesario realizar una compleja investigación sobre la empresa.

Gari_Co Confecciones ha logrado una importante penetración en el mercado gracias a la calidad que maneja en sus productos, sin embargo la gerencia general de la compañía, está consciente de que aún hay mucho mercado por captar y sobretodo cimentar solidamente la presencia de su producto, por lo que busca aunar a la calidad del producto una imagen de la empresa que sea atractiva para el cliente y refleje lo que en realidad es, ya

que tan importante es tener los mejores productos como lograr que los clientes lo perciban de esta forma.

Por ello y por el importante crecimiento que la empresa maquiladora tiene, surge el interés de rediseñar la identidad gráfica de la maquiladora Gari_Co Confecciones de Texmelucan, esto a partir de realizar un análisis en los componentes actuales de la cultura organizacional (misión, visión, valores, objetivos, filosofía, etc.) de la empresa para verificar si los elementos de la identidad gráfica (nombre, logotipo, signo icónico, tipografía, colores, etc.) concuerdan con la misma, y así lograr que la imagen sea atractiva e impacte en los clientes.

Con el rediseño de la identidad gráfica se busca que la maquiladora proyecte y refleje su esencia, transmitiendo confianza y credibilidad, tratando con esto, sobresalir de su competencia.

La empresa puede manifestarse también a través de varios instrumentos que harán que la identidad corporativa pueda concebirse y analizarse de mejor manera; los vehículos, facturas, membretes y anuncios con los que la empresa cuenta, pueden ser algunos de los instrumentos utilizados y disponibles para analizarse. En el caso de la empresa Gari_Co Confecciones, es importante mencionar que no cuenta con los instrumentos necesarios, por lo que también se trabajará sobre ello.