

Un marco conceptual para la comunicación corporativa

La identidad corporativa es lo que la empresa expresa por medio de lo que es desde adentro, cómo está compuesta, por quiénes, hacia dónde quiere ir, qué y cómo hace cada proceso, es muy importante tener claro desde un principio éstos elementos para poder definirse como una empresa bien estructurada, pareciera no tener tanta importancia el tener en cuenta todos éstos detalles que van desde la limpieza del lugar, los uniformes de los empleados, la señalética del lugar y el buen estado de las instalaciones, la importancia radica en esa imagen que darás como empresa ante posibles compradores o asociados que te tomarán incluso más en serio.

Pero para entender mejor el concepto de identidad corporativa se debe iniciar por comprenderla identidad y otros aspectos como lo son:

- El comportamiento desde un punto funcional, como lo son los productos o servicios que ofrecen y el procedimiento que lleva cada uno de ellos.

Algo muy importante como lo es el control de calidad, desde los insumos utilizados hasta las herramientas y espacios de trabajo tienen que estar en óptimas condiciones.

- La cultura corporativa, que no es más que los valores que hacen de la organización y la hacen formar esa identidad.

Son los que se deben de establecer desde un principio para que nunca se pierda el concepto rector de tu organización y sean siempre respetados sus valores, ideologías y no se pierda esa coherencia necesaria.

- La identidad visual, cada elemento gráfico que la represente visualmente ante las demás.

Lo que hará que los clientes y próximos integrantes se unan a la organización y logren captar la atención de los demás.

La imagen corporativa es un punto muy importante para una organización, es la que la da a conocer y reconocer afuera y ante las demás, por lo mismo hablamos de que es un proceso muy largo y complicado para que se obtenga un óptimo resultado que llegue a impactar y lograr un posicionamiento. Un punto muy importante es que no sólo la imagen es lo más importante, no basta con que se vea muy bien por fuera sino que refleje lo que es por dentro y eso hará de su identidad algo uniforme y coherente. Es como las cadenas de comida rápida que tienen muy establecidos sus valores principales y son iguales en cualquier lugar donde estén colocadas, siguiendo los mismos lineamientos.

Otro aspecto importante dentro de la imagen corporativa es todo lo que se debe tomar en cuenta para que esa visualización misma se lleve a cabo como lo son los 4 tipos de imagen.

- La imagen esencial, es la vista desde adentro de la organización, como lo son sus valores, la misión y la visión.
- Imagen contextual, refiriéndose al contexto donde se desarrolla la organización y la hace ser quien es, su lugar de origen, hacia quién va dirigida, con qué comulgan y otros factores que la forman.
- Imagen factual, el resultado de las conductas que tenga la organización basándose en la esencial y la contextual.
- Imagen conceptual, lo que eres como imagen y cómo te das a conocer ante las demás.

Por último la reputación que si bien no lo vemos como algo tangible visualmente hablando se convierte en uno de los más importantes porque es la valoración que se da en la organización refiriéndose a su forma de actuar y si es coherente con lo que dice y después hace, teniendo muy bien cuidada la reputación es de donde la organización puede llegar hasta lo más alto o caer hasta lo más bajo.

En conclusión la imagen corporativa es algo esencial para cualquier organización y que por lo mismo de su importancia no es algo que se realice de la noche a la mañana, es un proceso largo ya que de ahí puede depender la estabilidad y consolidación de la misma, no se debe dejar ningún detalle por más mínimo que parezca en el olvido, se debe cuidar cada aspecto que ayude a que la organización esté completa, desde la limpieza y orden de un lugar hasta tener definido primordialmente qué es lo que quieres y cómo lograrlo para que así se logre esa unificación que se busca sin perderse en el camino, ahora con la tecnología hemos visto como más y más organizaciones y empresas van adaptándose a éstos cambios como lo son el auge de las redes sociales en general donde buscan abrirse campo para no quedarse fuera pero nunca dejan de tener claro y en mente qué son y a dónde van, logrando así un impacto muy importante en el público que tiene acceso a esas herramientas por internet, lo que demuestra que se pueden ir adaptando a este tipo de cambios pero sin olvidar su identidad.