

“SUSTENTO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA”

EL PAPEL DE LOS VALORES EN EL DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

- misión, visión, valores, políticas, objetivos y estrategias; los cuales deben ser diseñados y difundidos entre los miembros que la conforman para lograr una alto nivel de identificación y por ende una cultura e identidad corporativa sólida.
- Los valores de competencia (cultura, flexibilidad, dinero, lógica, iniciativa, entre otros).
- Afirma que no existe correspondencia entre valores finales e instrumentales, ya que un modo de conducta puede ser instituido para el logro de varios fines existenciales a la vez.
- permanentes (de carácter universal) tienden a ser estables y trascendentes garantizan la esencia humana.
- Influyentes (organizacionales), están asociados a los valores que genera la organización en su cultura pues dan lugar a las creencias y conductas que la diferencian de otra.
- Emergentes (temporales), afloran en momentos determinados y tienden a responder a las circunstancias que representa el enfrentarse a los cambios.
- Recurrentes, aquellos que en un momento fueron influyentes y perdieron vigencia a causa de estrategias internas o condiciones del entorno organizacional que han resurgido.
- En la 1era etapa intervienen los valores éticos: Justicia (al imponer unos principios ideados por todos y no por una élite). Participación, e y retroalimentación(al propiciar el dialogo como método de intercambio de ideas, Democracia, al fomentar la franca opinión desde abajo hacia arriba.
- En la 2da etapa intervienen los valores éticos comunicación patentado en: actitud comunicativa, el proceso en general, estrategias y medios aplicados; solidaridad, fraternidad, libertad expresados en: respaldo a todos los integrantes de la organización y cumplimiento con el derecho a estar informado), bienestar común, participación, intercambio y equilibrio manifiesto en: la reciprocidad de la información y el conocimiento; motivación y sensibilidad y trascendencia de los estados de conciencia de los miembros.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA IMAGEN CORPORATIVA

- “nuestra imagen es fundamental para nuestro negocio”
- Homogenización de los productos: las características cada vez se parecen más debido a la reducción de los cortes de acceso a la tecnología, a las innovaciones tecnológicas los productos.
- Buscan establecer sus relaciones de credibilidad y confianza con las organización productora.

“SUSTENTO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA”

- Una de las premisas fundamentales de esa concepción de la comunicación podría expresarse de la siguiente manera: en una empresa todo comunica.
- La imagen corporativa adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible estadístico de la misma, ya que si una organización crea una imagen en su público.
- “Ser o no ser”, ya no se basa solo en comunicar, ahora hay que existir para los públicos, ocupar un espacio en la mente de los públicos, estar presente para ellos.
- Además de existir, esa existencia debe ser valiosa para los públicos, debe tener valor diferencial con respecto a las otras organizaciones que existen en la mente de los públicos,, que nos elijan que existamos para ellos.
- La existencia de la imagen corporativa fuerte permitirá que las personas tenga un esquema de referencia previo, sobre el que podrán asentar sus decisiones.
- El fabricante tendrá un poder de negociación superior con el distribuidor, ya que la gente elige un determinado producto o servicio en algún punto de venta.

CONCLUSION:

Los valores se hoy en día se han convertido en uno de los principales puntos de importancia para las empresas, ya que esto hace que exista el respeto y un buen ambiente de trabajo tanto para los clientes como para los empleados de las organizaciones. Dentro de la lectura nos dice que unos son más sobresalientes que otros, pero todos de la misma importancia, principalmente la cultura es algo que hace que los valores sobresalgan y sean reconocidos en las organizaciones y con esto lograr que los clientes se sientan cómodos y parte de la misma. Así como la imagen de las corporaciones es importante ya que ahora no solo debe de ser reconocida, si no mantenerse en la mente de las personas y logrando posicionarse entre las mejores empresas. La imagen que dan los empleado, así como la limpieza, y el buen trato forma parte importante de las organizaciones