

## Tarea 2 "SUSTENTO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA"

En las dos lecturas habla más que nada de los valores que tienen las organizaciones ya que estas son capacidades soportadas por la misma organización, porque pueden ser adquiridos y desarrolladas mediante el cimiento de la virtud.

Todo esto de los valores en las empresas es una responsabilidad de los directivos de dicha empresa la cual necesita establecer un liderazgo para poder hacer que los valores suban de niveles en la conciencia de todo el personal de la organización.

En la actualidad son escasas las empresas que cuentan con directivos conscientes de su responsabilidad al desarrollar una identidad corporativa, ya que esto constituye una gran agotamiento la cual está relacionada con la ausencia de valores. Como todas las demás actividades del ser humano, la identidad corporativa nos puede llegar a implicar un comportamiento que nos garantice un sentido de renovación que comprometa a los valores sociales para que interactúen con los valores deontológicos, organizacionales e individuales.

El papel de los valores tanto en el desarrollo de la identidad corporativa como en la imagen nos dice que estas tienen tres momentos o etapas de la identidad corporativa. Las cuales con la etapa del diseño y la de la difusión de los (PBO); el simbolismo o Identidad Visual y el comportamiento organizacional.

Es importante para toda identidad corporativa el tener en cuenta que el marketing y la publicidad es algo que les ayudara a obtener mejor resultado para que todos esos valores de dicha institución se ejerzan y tengan valor ante el público que pueda llegar a tener.