

"SUSTENTO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA"

En todas las organizaciones es importante diferenciar los tipos de objetivos a los que se quiere llegar y la identidad corporativa, como son misión, visión, políticas, valores, objetivos y estrategias, ya que son principios básicos organizacionales. Deben ser diseñados y desarrollados entre los miembros que la conforman y que se encuentran aptos y capacitados para hacerlo todo con el fin de lograr la identificación y una cultura e identidad corporativa sólida y sobre todo propia.

La identidad corporativa es por mencionarlo de alguna manera clara, la cara de una empresa, lo que refleja en sus movimientos y su comportamiento que es planeado y desarrollado por la gente dentro de una empresa y lo que da a conocer al exterior. Para lograr el objetivo de la identidad corporativa es muy importante revisar de manera detallada todos los movimientos incluyendo los resultados que estos nos generen esto será muy importante comprobarlo y compararlo con la reacción del público.

Anteriormente la visión de los receptores era entendida como todas aquellas personas capaces de recibir la información, hoy en día la conocemos como como la idea de destinatarios, aquéllos a los que va dirigido el mensaje y que conservan unas características específicas. Por eso la importancia de analizar a las personas en su interacción con la organización.

Se crearon modelos que se divide en terminales e instrumentales. Terminales es lo que el individuo desea lograr a futuro, como hablar de la misión; mientras que los instrumentales son aquellos que implementa mediante la conducta para lograr los valores, más de la mano con la visión. Para tener un exitoso resultado lograr el resultado es necesario analizar las relaciones organización/individuo, sin dejar de lado el conocimiento del vínculo que establece entre ambos es decir, prestar atención a las reacciones, escuchar los comentarios y sobre todo ser objetivos y hacer algo al respecto de los que se comenta, recordando que todo esto se hace siempre para mejorar.

En conclusión, en las lecturas reafirmamos el concepto de identidad corporativa como el reflejo de los movimientos y el comportamiento de la organización, se debe formar, crear, analizar y sobre todo estructurar cada parte de ella para obtener un resultado favorable del análisis del público, en mis palabras y a mi manera de ver la identidad corporativa es uno de los engranes más importantes de una organización, mientras se haga de manera correcta daremos a conocer y realizar la imagen correcta que queremos dar al público y no un imagen equivocada o errónea de lo que somos y ofrecemos.