

## *El papel de los valores en el desarrollo de la identidad corporativa.*

*Contar con una identidad como organización es vital, no se puede tener buena productividad sin tener una identidad corporativa, y para que esto se logre satisfactoriamente es necesario tener en cuenta los valores, los cuales son vitales para poder tener en cuenta los principios básicos de cualquier organización por ejemplo: misión, visión, valores, políticas, objetivos y estrategias; los cuales deben ser diseñados y difundidos entre los miembros que la conforman para lograr un alto nivel de identificación y por ende una cultura e identidad corporativa sólida.*

*Existen dos tipos de valores los cuales son de mucha importancia para lograr una buena identidad corporativa: los valores terminales y los valores instrumentales aunque existen otros autores quienes los clasifican en tres o hasta cuatro tipos.*

*Desde este análisis se considera que la identidad abarca cuatro componentes perfectamente diferenciados 1. Los principios básicos: misión, visión, valores, políticas, objetivos y estrategias. 2. El comportamiento: estructura, tipo de gestión, procedimientos, motivación, liderazgo, tema de decisiones, poder, calidad, conflicto etc. 3. La Identidad audiovisual o simbolismo: logotipo, emblema, colores, slogan, etc. y 4. Las comunicaciones: proceso, políticas, estrategias, objetivos, planes, programas, tipos de comunicación, medios y mensajes.*

*Por esto, La Identidad Corporativa es el conjunto de símbolos; comunicación y comportamiento de una empresa basada en los principios básicos: la misión, la visión, los valores de la misma; es decir es la personalidad de la organización que en conjunto con estos tipos de valores hacer de ella una organización productiva y eficaz.*

## ***Planeación estratégica de la Imagen corporativa.***

*Para toda empresa el público es vital, pues la imagen de la empresa se forma en ellos. Para poder realizar una actuación efectiva sobre los públicos de la organización por medio de la comunicación corporativa, es prioritario investigar cómo se forman los públicos, lo cual nos permitirá conocer cómo se relacionarán y actuarán con la organización, así como los resortes*

*Nombres: Nancy Esmeralda Murillo Fausto, Jesús López Hurtado.*

*Materia: Comunicación Organizacional II Universidad Guadalajara Lamar*

*La identidad corporativa es la personalidad de cualquier organización, gracias a esta se ponen en orden todos los principios básicos de la empresa y se logra tener en cuenta a los públicos establecidos y saber diferenciarlos y sobre todo lograr también que la empresa hable a través de su identidad y su imagen.*

*básicos sobre los que organizan la recepción e interpretación de la información. De allí que nuestra perspectiva se centre en una orientación hacia los públicos, ya que son ellos quienes procesan la información sobre la empresa y se forman la imagen de la misma.*

*Y como en toda empresa u organización debe existir una relación entre público y organización, y también cada uno de ellos deberá tener un rol que sabrá identificar, es decir una organización al saber diferenciar sus públicos, no está diferenciando a diversos grupos de personas sino que identifica las posiciones y la importancia que tienen para la organización ese tipo de personas.*

*Es por esto la importancia de los públicos dentro de toda organización, así se podrá avanzar más y mejor para poder logra una buena identidad e imagen corporativa.*

**Nombres:** Nancy Esmeralda Murillo Fausto, Jesús López Hurtado.

**Materia:** Comunicación Organizacional II Universidad Guadalajara Lamar

La identidad corporativa es la personalidad de cualquier organización, gracias a esta se ponen en orden todos los principios básicos de la empresa y se logra tener en cuenta a los públicos establecidos y saber diferenciarlos y sobre todo lograr también que la empresa hable a través de su identidad y su imagen.