

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

Y

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Las instituciones requieren de una identidad corporativa la cual debe de ser sólida, la cual define a la empresa ya sea por sus características centrales, perdurables y distintivas. Las cuales tratan de cómo se define la institución de otras empresas, su estilo, logo, palabras clave que usan, entre otros. Las capacidades por naturaleza que se adquieren mediante su crecimiento como empresa, cuando ya el público sin necesidad de ver un logo o un frase reconocen a la institución por el tiempo que lleva de cimiento a lo largo de su trayectoria, por su etapa de diseño (logo) el simbolismo o identidad visual (cambio de color) y el comportamiento organizacional (detalles que lo identifican entre otras empresas) estos 3 puntos en práctica permiten la identificación que esto le llamamos identidad corporativa.

Relacionado este punto con la siguiente lectura las empresas necesitan una imagen corporativa sea privada o pública ya que hoy en día es fundamental para un negocio identificarse ante la competencia, ya que no solamente es vender un producto, porque de igual manera es lo mismo ej.: **la leche** porque tendremos que fijarnos en comprar la marca y no el producto como tal? Esto se debe a la promoción que maneja y es más enriquecedora para los clientes, además de que los productos tienen un cierto ciclo de vida, no todos son duraderos y la mayoría son consumidos por moda, el posicionamiento del producto también depende de cuantos mensajes son enviados al público, ya que si son excesivos se pierden entre otro tipo de institución, al igual que los nuevos medios de comunicación que se les puede presentar ya afectar a su organización.

Las empresas no se deben de fijar solo en una porción o segmento de mercado, ese es el error principal ya que para ser exitosos se debe de abarcar la mayoría de público para que la organización tenga o siga teniendo ese crecimiento que ha llevado a cabo durante años como una empresa que solo se dedica a vender vino blancos porque es lo que más se consume entre el sector juvenil ya que le da más ganancia y a la vez está perdiendo a su público adulto porque ellos consumen más vino tinto, dejándolos a un lado solo por obtener ganancias, es un gran error como organización, ya que los consumidores deben de dejar de ser solo clientes y necesitan convertirse en sujetos de opinión, para que de acuerdo a sus necesidades las empresas conozcan sus gustos, modo de vida que les brindara a crear y satisfacer sus exigencias y sigan teniéndolos como consumidores de su marca.

Además de los productos que vende la empresa, todo lo que comunica a su público, que quiere decir esto no solamente su eslogan, logo, colores (símbolos) lo identifican y transmiten eso, sino que también su conducta la manera en cómo se comporta la empresa y los receptores entienden de ella, la personalidad que adoptan de acuerdo a

²Daniel Martínez Guerrero – C.Organizacional II – Universidad LAMAR

las experiencias que han tenido, los valores, años que ha dado dichos servicios, productos, a la sociedad que se ha vendido, crear un valor de identidad corporativa que va dirigido a la mente del público el cual adoptara sus vidas.

Conclusión:

La identidad de una empresa es muy importante tanto para ellos como para el público ya que es un identificador que hace diferenciarse entre otras empresas, el ofrecer el producto no solo es una parte de ganarse a los consumidores, si no el comportamiento que hacen y logran transmitir a los receptores que van conociendo la marca. El cambiar algún identificador depende para que la empresa siga funcionando o pierda personas y es de acuerdo al concepto que tiene más valor como la escuela el quitar Universidad Guadalajara LAMAR, y hoy en día empezarla a llamar Universidad LAMAR no ha perdido valor por que LAMAR es su concepto más fuerte por el cual vende, o quitarle el delfín sería también un impacto para el público y podrían perder clientes, es por eso que se debe de aprender como empresa que fichas mover para que sigan estando posicionados en el mercado.