

"IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA"

Hoy por hoy se presenta escases de organizaciones que cuentan con directivos conscientes de la identidad corporativa. Esto se debe a que no manejan los valores esenciales como; misión, visión, valores, políticas, objetivos y estrategias, los cual es una obligación ser diseñados y difundidos entre los miembros. Cuando se logra construir realmente, los mismos empleados la reconocen como el ethos de la organización.

En cambio la imagen corporativa se crea a raíz de *Comunicar la Identidad y la Diferencia de la Organización*, por medio de la transmisión de información, de carácter simbólico, a todos los públicos.

La identidad corporativa es según Costa (1986), la presentación, que hacen las cosas y los seres de la naturaleza, de sí misma, en sus propia materialidad, total y directamente con su sola presencia a partir de la unidad integrada entre sustancia, función y forma. Mientras que la Imagen Corporativa esta cimentada sobre una combinación adecuada de *Hacer* y *Decir*, esto significa que toda Imagen Corporativa surge no solo por el *Decir*, o solo por el *Hacer*, si no tienen que estar a la par *para que* comuniquen lo mismo, y no se produzca una falta de concordancia a nivel de las expectativas generadas.

Por otro lado, han existido muchos autores que se interesaron por explicar la importancia de los valores en una organización, como Rokeach, García y Dolan, Guedez, Etkin y López de Llergo. Sin embargo, la mayoría coincide en que los valores que se requieren para desarrollar una Identidad Corporativa pueden dividirse en: universales (trascendentes e inmanentes) y valores terminales (trascendentes e inmanentes).

La Identidad Corporativa tiene tres principios básicos; misión, visión y valores, por lo tanto se considera mas que la identidad audiovisual.

Es importante destacar que los valores tienen tres momentos o etapas: Etapa del diseño, de la difusión de los componentes y de identificación.

Desde mi perspectiva, coincido en que la puesta en acción de los valores es una responsabilidad de la alta directiva principalmente, pero para que una empresa sea realmente exitosa tiene que ser capaz de equilibrar todos los valores, tanto de orden superior o macro con los de orden micro, sino no tendría sentido.

Precisamente por eso, es fundamental que la organización se conozca; es decir, se autodefina para después hacerse conocer, reconocer y memorizar que es en última

instancia lo más importante, porque de eso depende que el público te escoja a ti y no a otro más.

Sucede casi lo mismo con la Imagen Corporativa, ya que es una problemática estratégica también del más alto nivel de la organización, ya que implica decidir hacia dónde va la compañía y cuál es la dirección, por ende debe estar totalmente relacionada con este departamento.

Sin duda alguna, la identidad e imagen corporativa son fundamentales en una empresa, simplemente te definen tal cual eres y es lo que manifiestas al exterior, y de esto dependerá si el mercado te elige, pasar desapercibido o hasta puede llegar a rechazarte rotundamente.