

Valores corporativos de tu empresa, ¿cómo definirlos?

<https://retos-directivos.eae.es/valores-corporativos-de-tu-empresa-como-definirlos/>



Las empresas, al igual que las personas, tienen una serie de elementos que las definen y las distinguen del conjunto de organizaciones. Estos elementos se engloban en una categoría denominada **valores corporativos**.

Es bueno aclarar que estos valores no se expresan únicamente a través de aspectos como el logo, el eslogan, los colores, las tarjetas de presentación y demás recursos de la **imagen corporativa**. Son sólo algunas de sus expresiones, pero no las únicas. También están presentes en el modelo de organización, el tipo de liderazgo, la comunicación de sus miembros y, en definitiva, en el corazón de la cultura corporativa.

¿Por qué es importante definir los valores de mi empresa?

Una buena parte de los emprendedores cree que desarrollar su propia idea de negocio es una cuestión que se fundamenta en dos elementos: el capital inicial y el producto o servicio que se ofrezca a un público determinado.

Y no les falta razón. Sin embargo, hay un tercer componente que no podemos olvidar en este proceso: **definir quiénes somos como empresa**. Es decir, establecer de forma clara cuáles son los principios que nos rigen como organización.

Los valores corporativos no pueden ser, por tanto, el producto en sí mismo; éste es, más bien, una expresión de aquellos. Lo verdaderamente importante es lo que está implícito en el producto e incluso más allá del mismo. Si tu producto es lo único que te define como marca, ¡es necesario emplearte a fondo en esta cuestión! Un valor es aquello que sustenta la actividad productiva en una organización y sienta las pautas de comportamiento entre sus integrantes y entre ésta y los consumidores o clientes. Son **líneas de acción, mapas de desempeño, directrices en las cuales se enmarca el sentido de nuestra actividad comercial**.

Desarrollar una idea de negocio rentable y que dé respuesta a una necesidad específica no es suficiente para triunfar en el mercado. Hace falta diferenciarse y saber cuáles son los principios que le dan vida a nuestra marca.

¿La misión y la visión de una empresa son valores corporativos?

Cuando hablamos de **valores corporativos**, también es habitual que se nos vengan a la mente dos elementos recurrentes de la comunicación corporativa: **la misión y la visión de una empresa**. Sin embargo, ¿esta idea es acertada?

En realidad, la misión y la visión no son valores en sí mismos: el primer concepto se refiere a la actividad que desarrolla la empresa y a las necesidades que pretende cubrir; el segundo, por el contrario, son aquellos objetivos o metas que nos trazamos a corto, mediano o largo plazo como marca.

Lo que sí podemos afirmar es que existe una relación directa entre misión y visión y los **valores corporativos** de una empresa, pues éstos se definen basándose tanto en lo que hacemos como en lo que nos proponemos a futuro.

Valores corporativos: cinco pasos básicos para su definición

Ahora bien, eso no quiere decir que definir los **valores corporativos** de una empresa sea una tarea sencilla.

Muchas empresas tardan bastante tiempo en definirlos y, a veces, no son capaces de fijarlos del todo y pasan a convertirse en valores relativos.

Los **valores corporativos** no tienen por qué ser inmodificables o estrictamente rigurosos. La experiencia nos ha demostrado en no pocas ocasiones que la cultura organizacional de una compañía debe adaptarse a determinados contextos y, por ello, replantearse los principios que motivan su actividad.

Sin embargo, eso no quiere decir que sean de usar y tirar. Las empresas deben ser coherentes a la hora de introducir cualquier cambio en su filosofía corporativa y, en la medida de lo posible, mantenerse dentro de las mismas directrices éticas.

La pregunta entonces es: ¿cómo definirlos? ¿De qué manera se fijan los valores a la filosofía corporativa de una empresa? ¿Qué valores encajan mejor con lo que hacemos? Tomemos como referencia estos cinco pasos:

1) Definir las cosas importantes para nuestra empresa:

Puedes empezar elaborando una lista con las cosas más importantes para tu negocio. Por ejemplo, si te dedicas a la mensajería y la paquetería, sin duda que la puntualidad, la responsabilidad y la rapidez deben formar parte de dicha lista. Estas cosas casi siempre se definen en función del cliente o de procesos internos que consideremos indispensables para alcanzar resultados.

2) Establecer prioridades:

De esta lista es necesario subrayar los elementos más significativos. Recuerda que en un negocio no todo tiene la misma importancia. Es posible que la rapidez sea para ti el elemento de más valor, mientras que otra empresa que se dedica a lo mismo prefiera priorizar la responsabilidad. De eso se trata: de saber qué nos importa más como empresa.

3) Reducir o eliminar las contradicciones:

Ojo, revisa al detalle tus prioridades. Quizá encuentres contradicciones en ellas que puedan ocasionar problemas a la hora de definir tus valores corporativos. Elimínalas o redúcelas al máximo. Recuerda que los valores no pueden anularse los unos a los otros ni generar ambigüedad. La filosofía corporativa se expresa a través de un discurso compacto, sólido y coherente.

4) Hábitos que respalden las prioridades:

El siguiente paso consiste en determinar qué hábitos o prácticas diarias pueden ayudarnos a fomentar los valores que hayamos elegido. Puede ocurrir que se nos ocurran un montón de ideas. Pero también puede pasar que un determinado valor no pueda llevarse a la práctica porque es inconsecuente con el modelo de organización. También esto habrá que tenerlo en cuenta.

5) Identificar rasgos distintivos:

Finalmente, otra forma de identificar los valores corporativos más adecuados es a partir de aquellos elementos, aspectos o rasgos que nos hacen diferentes al resto de empresas del mercado. Por ejemplo, si contamos con la tecnología más avanzada del sector, un valor que puede ir aparejado a ello será la eficiencia de los procesos. Los rasgos distintivos, que también reciben el nombre de ventajas competitivas, se convierten en valores si sabemos explotarlos a nuestro favor.

Cualquiera que sea el área de desempeño o la actividad productiva en la que quieras incursionar, no dejes de repasar estos pasos. Los **valores corporativos** son mucho más que meros conceptos; son los que expresan tu forma de entender los negocios.

<https://retos-directivos.eae.es/valores-corporativos-de-tu-empresa-como-definirlos>