



IMAGEN PÚBLICA

**LICENCIATURA EN
IMAGOLOGÍA®**

Fundamentos de Imagología®

Cátedra 5

Esencia Institucional



Es la **base** y **sustento** para construir una imagen institucional

- Al igual que en las personas, la esencia de una institución es **única e irrepetible**
- No existen instituciones sin **personas**, y éstas configurarán su esencia
- Cada empresa tiene su propio **ESTILO***
- La esencia institucional es el resultado de la visión y personalidad de sus fundadores, de sus logros, sus avances, sus errores y sus adversidades

Esta esencia estará contenida en el
MANUAL DE FUNDAMENTOS

MANUAL DE FUNDAMENTOS

- Documento que señala las **reglas del juego** de la empresa o institución
- Lo deben conocer todos los miembros
- Es el equivalente a un **Código Genético** que determina las características que deben tener los "hermanos laborales"
- La manera de pensar, sentir, comportarse, etc., se debe de **compartir**



- ¡95 de cada 100 empresas no lo tienen!
- Es lo primero que debemos hacer sin importar el tamaño, eficiencia y antigüedad de la empresa
- El Manual de Fundamentos debe incluir:

VISIÓN

PRINCIPIOS

MISIÓN

FILOSOFÍA

LEMA

NORMAS DE CONDUCTA Y APARIENCIA

VISIÓN



- ¿A dónde queremos llegar?
¿Hacia qué nos conducimos?
- Es la **meta** a alcanzar, el objetivo final y puerto de destino
- Fijar la visión es ubicarse en el **futuro** ¿Dónde nos gustaría estar?
- Sirve de **guía** para reconocer que nos desviamos del objetivo final

- Fijada la visión el trabajo consiste en **alcanzarla**
- **Riesgo:** Fijar una meta tan **alejada** que sea imposible de lograr (se pierde el aliento para empujar)
- Se deben señalar **metas cercanas** e ir las cumpliendo en diferentes tiempos:
 - **Corto Plazo:** 3 años
 - **Mediano Plazo:** 5 años
 - **Largo Plazo:** 10 años
- No hay nada más **motivante** que cumplir los objetivos
- Debemos ser muy **específicos** en la descripción de las metas

PRINCIPIOS

- Principios morales y valores humanos que guiarán nuestra actuación profesional
- Hoy más que nunca podemos detectar grandes fracasos empresariales producto de la carencia de principios y ética
- La tendencia mundial es regresar a lo básico y recuperar los principios morales
- Reconocidos los principios tenemos una guía para enfrentar los problemas éticos



- Para escribirlos se necesita un ejercicio de **introspección**
- Reconocer íntimamente en lo que creen
- Los principios **personales** se entretajan con los **institucionales**
- Escribir los que verdaderamente se puedan y vayan a cumplir
- La **credibilidad** y reputación se acabará cuando sus actos no respalden sus palabras

MISIÓN

- Es el **compromiso** de **servir**
- El encargo de **satisfacer** una necesidad humana
- Deja en claro:

**Qué hacemos,
Cómo lo hacemos y
Por qué lo hacemos**

Recomendaciones para escribir la Misión:

- **Ser Específicos:**
- Es fácil perderse en generalidades. Ej: "Nuestra misión es dar el mejor servicio posible al mejor precio posible"
- Hay que enfocarnos en las características que hacen **diferente** a nuestra empresa, en nuestro **valor agregado** y las características que nos hacen **mejores**

Hablar en tiempo presente:

- Conjugar en **futuro** da la impresión de que es lo que deseamos en el futuro y aún no podemos ofrecer

Que sea inspiracional:

- Debe reflejar los principios y servir de inspiración para que todos realicen mejor su trabajo

Que sea honesta y precisa:

- No incluir algo que no se cumpla
- Si el fin es ganar mucho dinero, díganlo, no lo disfracen con frases como: "con el fin de aumentar el nivel de vida de nuestros empleados"

Enfocarse en las necesidades humanas:

- Una buena misión es la que identifica la necesidad de sus clientes y se **compromete** públicamente a satisfacerla

FILOSOFÍA

- Es un **extracto** de la **misión** y los **principios**
- En unas cuantas palabras dejar claro qué hace la empresa
- Sirve para **diferenciarnos** y **posicionarnos**

LEMA

- Es la **síntesis total**
- Es un gran reto creativo
- Es la **conclusión** del desarrollo y análisis de todos los elementos del manual de fundamentos

Normas de Conducta y Apariencia



- **Reglas** que todos deben cumplir para mantener una buena imagen
- Se deben **especificar** hasta los más pequeños detalles

Recomendaciones para el Manual:

- Que sea breve:

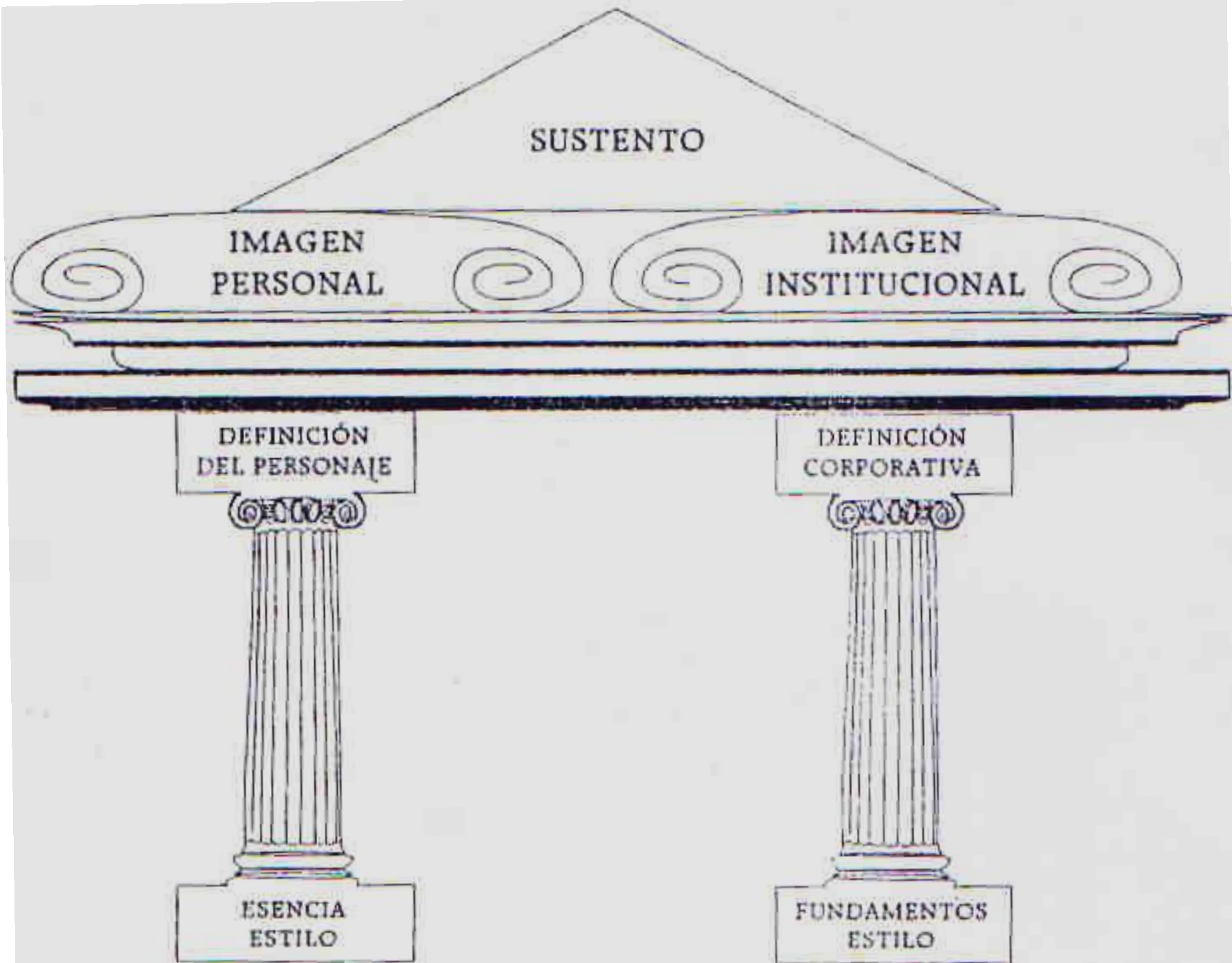
Hacerlo largo es una invitación a no leerlo

- Que sea claro:

Lenguaje y términos sencillos

- Que tenga un formato atractivo

- Finalmente se debe **repartir** entre todos los miembros y leerse periódicamente para **memorizarlo**. A su vez debe **actualizarse**



SUSTENTO

IMAGEN
PERSONAL

IMAGEN
INSTITUCIONAL

DEFINICIÓN
DEL PERSONAJE

DEFINICIÓN
CORPORATIVA

ESENCIA
ESTILO

FUNDAMENTOS
ESTILO