



DOCUMENTOS PLANNING

Publicación periódica coleccionable

LOS VALORES CORPORATIVOS

Por Carlos Alberto Mejía C.
Consultor /Gerente

¿QUÉ SON LOS VALORES CORPORATIVOS?

Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios.

Específicamente estamos hablando de conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos o pensamientos que la empresa asume como normas o principios de conducta o que se propone tener o lograr como una característica distintiva de su posicionamiento y/o de sus variables competitivas.

Las empresas tienen, por sí mismas, características que las hacen diferentes a sus competidores. Elementos tales como: el tamaño, la propiedad, la imagen institucional, la ubicación geográfica, la estructura de su organización, etc., son aspectos que diferencian unas empresas de otras, aún dentro del mismo ramo.

Ahora, cuando hablamos de valores corporativos, nos referimos a características que se desarrollan como ventajas competitivas. En algunas industrias, por ejemplo, el tamaño es una variable que genera reconocimiento, pero si su empresa lo tiene pero el público no lo sabe o no lo reconoce como tal, usted no tiene una verdadera ventaja competitiva. Esta surge sólo cuando el mercado en general lo percibe y los clientes lo reconocen como un valor y lo aprecian. Los clientes, en particular, lo distinguen como algo diferente que desean "tener" como parte de la oferta de valor de la compañía.

Cuando una compañía define su posicionamiento estratégico competitivo, intrínsecamente está determinando los elementos que se convertirán en su mezcla única de valor, lo cual la hará diferente en el mercado, es decir, está en el fondo definiendo sus valores corporativos. Aquello que quiere ser y hacer, en lo que confía y cree como su forma de conducta y la manera como quiere ser reconocido y aceptado por los clientes y la comunidad.

Hay empresas que se apoyan en la tecnología, por ejemplo, como opción de valor corporativo para elevar su competitividad. Otras empresas, se comprometen con un servicio de excepcional calidez y calidad, más que con las características de su producto. Las hay con un avanzado nivel de innovación y otras, con procesos certificados y altos estándares de calidad, aunque no sean muy innovadoras. Cada empresa debe definir dónde están sus opciones para ser competitivo, a través de sus valores corporativos.

www.planning.com.co

Calle 33A No.76-141 TEL: (574) 4120600 Fax 4131095 Medellín - Colombia



LA ESTRATEGIA
DEL CONOCIMIENTO

Lo importante es que los valores correspondan con la estrategia, no puedo pregonar en la estrategia que quiero ser una empresa con gran liderazgo en servicio y ni siquiera tengo un área de servicios al cliente, ni mido la aceptación del cliente por mi servicio. Hay empresas, por ejemplo, que postulan como producto fundamental el producto X, pero al momento de interrogarlos sobre la evolución de ese producto, no son capaces de describir sus ventas y sus utilidades. En otras, por el contrario, postulan como un valor esencial el ser muy flexibles y adaptables a su cliente, pero, el cliente las destaca como inflexibles. La distancia entre el postulado y la realidad, es gigante.

¿CÓMO SE DETERMINAN LOS VALORES CORPORATIVOS?

Como hemos visto, los valores corporativos se componen de tres elementos:

1. El deseo o la voluntad

Es el deseo legítimo del empresario por ser reconocido de una manera u otra, depende de su concepción de negocios, sus inclinaciones y sus aspiraciones.

2. La estrategia

Cuál es la orientación de su negocio, cómo quiere competir y posicionarse en la mente de los consumidores y de los competidores.

3. El compromiso

Las cosas que se deciden con la voluntad o con la reflexión, ¿cómo se desarrollan en la realidad?

No basta disponer, entonces, de un listado de supuestos valores corporativos, si posteriormente no se construyen y se vuelven parte de la cultura y la vida cotidiana de la empresa, hasta ser reconocidos, valorados por los clientes y percibidos por los competidores. Lo frecuente es ver el listado de enunciados, lo poco frecuente es ver que sí se cumplen. La pregunta clave es: ¿Los valores corporativos se miden y se trabaja para lograrlos?

TIPOS DE VALORES CORPORATIVOS

Existen varios tipos de valores corporativos:

1. De la empresa

Algunos valores corporativos se refieren a la empresa como institución. Por ejemplo, si un compañía emplea como argumento competitivo su solidez, este es un hecho que corresponde más a la voluntad y decisión de sus dueños que a la actuación de sus empleados. En esta categoría estarían valores tales como: la transparencia, la solidez, la liquidez, la estructura corporativa, el liderazgo ante la comunidad, los códigos de buen gobierno, etc.

2. De sus empleados

Otros valores corporativos corresponden estrictamente a normas de conducta o maneras de actuación de su empleados. Referencias tales como: la confidencialidad, la lealtad, el trabajo en grupo, la honestidad y la responsabilidad, entre muchos otros, son algunos de los ejemplos más comunes.

3. Del producto o el servicio

Se refiere a características relacionadas con el producto y su desarrollo. Por ejemplo, conceptos tales como: la marca, la tecnología empleada, la calidad, la oportunidad, el precio, la diversidad de medios de distribución, el cumplimiento, los procesos certificados, el excelente servicio posventa, etc., son algunos entre muchos.

Cada empresa debe tener sus propios valores corporativos y volverlos cultura, costumbre y realidad para que el mercado los reconozca y los aprecie como parte de la identidad de la empresa, de sus productos o de sus empleados. Estos formarán parte de su mezcla única de valor.

Planning S.A.

Copyright © Planning S.A. Todos los derechos reservados.

Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios

Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los links:

▪ [Consultoría](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Monitor](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Planner](#) ▪ [Otras publicaciones](#)



Recomienda a un amigo

Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.

www.planning.com.co