Carlos Arturo García Lupercio

Comunicación organizacional 2

100 años de juventud de identidad Corporativa

y

Reflexiones sobre el estudio de la Identidad Corporativa

Estas lecturas nos hablan de un caso muy particular en Alemania, que sin duda alguna es un ejemplo muy claro de lo que muchas veces pasa dentro de las empresas, resulta que en una empresa decidieron contratar a un diseñador y a un sociólogo, esto para mejorar o simplemente formar la identidad corporativa que será en muchos casos la que nos dará la primera impresión de la empresa, dada esta situación muchos de los que ya trabajaban en la empresa cuestionaron la decisión y muchos otros hasta se molestaron por dicha acción, estas personas comenzaron a armar un plan de trabajo ya que eran especialistas en su rama, después de ver los resultados efectivos las demás personas aceptaron que fue una decisión muy buena.

Hoy en día las empresas contratan personas que les reparan por decirlo de alguna manera la forma en la que trabajan, esto para generar mejor vínculo con los clientes y de esta manera obtener resultados capitalizados, dichos empresarios o patrones ven la manera de invertir en ese servicio que puede generar la identidad corporativa, lamentablemente todavía hay empresas que creen que no son necesarias estas consultorías pero en poco tiempo al ver los resultados terminaran por solicitarlas.