

Patricia Elizabeth Ramírez Alfaro 8°LCC 1981  
Comunicación Organizacional II

“100 años de juventud de identidad Corporativa” y “Reflexiones sobre el estudio de la Identidad”

En estas lecturas se habla acerca de la imagen corporativa y lo importantes que es en una empresa, para que su desarrollo sea óptimo.

En la otra habla mucho de historia y de los comienzos de las imágenes, es decir cómo se puede hacer referencia a ciertas cosas, principalmente a la identidad.

En uno nos habla de cómo las mujeres juegan un papel importante, en cómo se desarrollaba, como por la imagen se trataban, es decir a una mujer mayor o anciana las catalogaban como sabias por sus experiencias, en relación con la otra lectura se rescata que una imagen dice mucho, habla de dar confianza de ver sabiduría, y que realmente sea algo invite al cliente, a comprar o invertir en nuestra empresa.

También es importante rescatar el cómo con el paso de los años las ideas, creencias y estilos de vida, por como en la historia se fue catalogando a la mujer y como los científicos y observadores analizaban las apariencias, como se comportaban y eso en cierta forma marco el cómo se perciben las cosas.

Ejemplo: podemos ver a alguien completamente desalineado cayendo al piso, y todos a su alrededor correrán a auxiliarlo, en cambio si vemos a un vagabundo en la misma situación, cambia el concepto las personas a su alrededor no le harán caso, lo ignoraran aun si él estuviera muriendo.

Tomando en cuenta lo anterior y como marcan nuestra forma de ser vistos y tratados, es importante que una empresa, tenga firmes sus creencias, imagen e ideas, para que los mensajes emitidos sean los correctos y el cliente nos concediere como una buena opción.