

Comunicación Organizacional II

Patricia Elizabeth Ramírez Alfaro 8°LCC

2° Parcial Actividad 2.- El papel de los valores en el desarrollo de la Identidad Corporativa” y “Planeación estratégica de la Imagen Corporativa”.

En esta lectura se habla de cómo en las instituciones se han dado cuenta que el tener una Identidad corporativa es importante, ya que sin ella se tienen debilidades, que harán que su empresa se pierda durante el camino.

Los valores y principios básicos de la empresa, forman parte de su identidad, con lo que van a ir trabajando a lo largo del desarrollo y es importante conocer cuáles son sus principios, para que, sí la empresa va por el camino equivocado se pueda dar cuenta y retomar el camino correcto.

En complemento con el otro artículo, ambos hablan de cómo se generan la identidad y como es necesaria en una empresa, tanto para el público interno, así como el externo.

El conocer como identifica el público externo a la empresa, es importante para saber que alcance se tiene, conocer si los mensajes que se emiten son los correctos, o saber si lo comunicado no alcanza su objetivo.

La identidad se construye como un instrumento, que le da valor a una empresa, es como la base de la misma, ya que con ella se logra dar a conocer e informar quienes son; el estudiar al público es importante siempre que se maneja información de este tipo.

Es necesarias ambas partes para lograr un estatus y posicionamiento adecuado, dentro del segmento de mercado deseado, conocer las preferencias del público, conocer las raíces de la propia empresa, para poder innovar y complementar la empresa sin perder de vista los objetivos principales