



Glasfirma es una fábrica y exportadora de productos de vidrio y PVC, especializados (pero, no limitados) a canicas y pelotas. Sus productos incluyen artículos promocionales, artículos de decoración y productos de vidrio industriales.

Ausencia de
identidad
corporativa

Ignorancia de la
importancia de
definir la filosofía
corporativa

No hay filosofía
corporativa

Falta de interés de
los directivos

Adquisición de
empresas ya
establecidas

Los identificadores
no fueron
estructurados
correctamente

Carencia de
estructura en los
proyectos

Jefes no saben lo
que quieren hacer
para alcanzar su
objetivo

No hay una
planeación
adecuada

**LA IMAGEN
CORPORATIVA
NO ES SÓLIDA,
NI ESTÁ
DEFINIDA**

Athziry Alvarado
Liliana Franco
Gabriela Herrera
Francisco Infante

Comunicación Organizacional II
Universidad Lamar

LA IMAGEN CORPORATIVA NO ES SÓLIDA, NI ESTÁ DEFINIDA

No hay canales de comunicación efectivos establecidos

Falta de capital

Ausencia de educación a los directivos de la importancia de la imagen

Indisposición de los directivos y subordinados

Desinterés de los directivos por la imagen de la empresa

Falta de comunicación

No hay un responsable de la imagen corporativa

Athziry Alvarado
Liliana Franco
Gabriela Herrera
Francisco Infante