

El espejo y la telaraña...

"No se puede hacer una imagen que trabaje provechosamente en beneficio de una organización hasta que no se realice una investigación que determine cómo es vista la organización por sus diferentes públicos claves" (Kotler)

Es latoso, en medida exagerada, para muchos abrir el tema controversial de Identidad / Imagen, con particular intencionalidad en las organizaciones culturales donde convergen hoy y van tomando fuerza de forma sinuosa y a veces agresiva, rasgos, valores, modos y conductas éticas y estéticas que se alejan de nuestra razón de ser, generando percepciones distorsionadas de nuestras instituciones y sus trabajadores.

Los esfuerzos que se realizan en el mejoramiento constructivo de las instalaciones y en la adquisición de un equipamiento técnico de avanzada no resuelven el problema de la imagen si no se acompaña de una estrategia comunicacional en sistema y de una dosis elevada y volitiva de adquisición de conocimientos y habilidades.

Definir la identidad corporativa de nuestro sistema institucional es una urgencia...

Interrogantes y respuestas han de andar de la mano, ¿quiénes somos, cómo somos, qué hacemos, cómo lo hacemos, qué queremos comunicar, cómo nos comunicamos?.

Asumir objetivamente el conocimiento de los rasgos y atributos que nos definen, visibles o no, la percepción que tenemos sobre "nosotros", la historia de la organización, nuestras creencias, el tipo de tecnología que utilizamos, la personalidad y estilos de dirección de nuestros dirigentes, los valores éticos culturales que compartimos y el compromiso de todos con una misión compartida, **...tiene que ser el preludio para la transformación definitiva de la Identidad actual en la Identidad deseada.**

Tendrán que ser las estrategias de gestión comunicativas que diseñemos y apliquemos herramientas eficaces, eficientes y efectivas, contextualizadas y sistemáticas, cuyo fin inmediato sea la concreción de nuestras aspiraciones.

Proyectarnos hacia fuera desde adentro es la única manera de estar presentes; es nuestra huella en el tiempo y en la vida de los demás, con la absoluta y definitiva intención de **hacerlo bien y hacerlo saber...**

No es tarde, ¡ojo con la imagen!

La Imagen corporativa, según manuales de Gestión es el conjunto de creencias que una persona o grupo mantiene de un objeto, la que tiene un determinado público sobre una empresa u organización y que estará determinada por todo lo que haga dicha empresa y por la interpretación diferente de cada uno de sus públicos de los mensajes de la misma.

Es un fenómeno de opinión que profesan los diferentes públicos respecto a una empresa u organización como resultado de la apreciación y la información que se ha acumulado en un período de tiempo. Este efecto acumulativo permite que los públicos identifiquen y diferencien las organizaciones, sus productos o servicios de otros similares y tomen sus propias conclusiones... Implica pues, que la **gestión de la imagen corporativa es una tarea permanente.**

Siempre hay un ojo que te ve...y lo sufre

Resulta peligroso seguir el tema si de imagen se trata, una granada expandida de justificaciones aparece si emplazamos a ciertos personajes muy típicos, en particular los que como moscas pululan en las salas de espera o vestíbulos junto a la recepción...los burócratas que siempre están apurados, o atorados, los mal humorados, los chistosos de mal gusto, los que todo le sale mal por culpa de los demás y... sin palabras.

Para nada debe caracterizarnos la falta de profesionalidad, el mal gusto, la vulgaridad, el maltrato a los públicos, la frialdad y apatía ante los problemas de los trabajadores y de la Institución, el empleo peyorativo de nuestro idioma y una vestimenta que ni hablar, la casi extinción de palabras mágicas, **buenos días, permiso, gracias, disculpa, cómo están, tienes razón, me equivoqué** y tantas y tantas otras que ayudan a vivir;... pero me niego a pensar se hayan convertido en unicornios...

La cultura organizacional será el rostro de nosotros mismos

¿Necesitamos cirugía?

Lic. Caridad Dávila Fernández.