

Primer Coloquio Bi-Institucional de Posgrados UPAEP-UIC

Identidad y Comunicación Organizacionales. Factores claves para la transformación y gestión empresarial

Mtro. Jaime Humberto Lara Guerra
Universidad Intercontinental
jaime.lara@universidad-uic.edu.mx

Resumen

Actualmente nos encontramos ante un mundo globalizado que ha cambiado en la forma de mantener la comunicación, la forma de comunicarnos entre todos los que estamos involucrados con entes sociales, organizacionales, políticos, etc., situación que lo vuelve cada vez más complejo con el objetivo de eliminar barreras que provoquen un aumento en la competitividad y para que las organizaciones se mantengan en el mercado compitiendo entre sí, buscando además la apertura de nuevos negocios y porque no, aprovechar la tecnología a nivel nacional e internacional. La comunicación en las organizaciones se vuelve una necesidad diaria, una acción de mejora continua sin perder de vista que es el intangible de mayor valor porque es transversal debido que cruza por toda la empresa convirtiéndola en un pilar imprescindible como una de las estrategias de la organización, proporcionando coherencia entre los objetivos y planes que los directivos, socios, mandos medios y colaboradores desean lograr, sin dejar de lado que al final es la imagen que se transmite al exterior. La presente investigación tiene por objeto realizar un análisis de la gestión de la comunicación organizacional que, como estrategia, logre fortalecer el sentido de pertenencia e identidad de los colaboradores de ciertas empresas que decidieron por fines de competitividad en su sector, fusionarse para unir esfuerzos, mejorar procesos, obtención de mejores resultados, reducción de costos, obtener una mejor imagen y posición con sus clientes, avances tecnológicos, ampliar su campo de acción, diversificarse y la obtención de más y mejores ganancias.

Palabras clave: Organización, comunicación, identidad, colaboradores