

Universidad Central de Venezuela  
Facultad de Humanidades y Educación  
Escuela de Comunicación Social

### **Cambio de personalidad corporativa de Telcel**

(Estudio de caso de las estrategias de comunicación utilizadas en identidad e imagen, en el año 2005 en Venezuela)

Tutora: Andrea Hoare Madrid

Br. Karen Bernal Echeto

#### **RESUMEN**

En la historia reciente de nuestro país pocas organizaciones han realizado procesos de cambio radicales. Por lo que se considera necesaria una investigación que aborde, sistematicamente y sirva de guía para estudiantes y profesionales del área de Comunicaciones y Relaciones Públicas en este tema. Es por ello que esta investigación ahonda en la estrategia utilizada por el Grupo Telefónica, a través de su marca Movistar, para suplir Telcel. En ese sentido, se estudia el plan estratégico que sirvió de base para que una organización ya consolidada en Venezuela, por más de una década, se convirtiera en una nueva mediante el cambio de los elementos que conforman la personalidad corporativa: imagen e identidad. Esta investigación es considerada de tipo documental y de campo, al poder contar a lo largo de su desarrollo con las bases bibliográficas y el apoyo de asesores y profesionales en Relaciones Públicas de nuestro país, para dar a conocer las estrategias utilizadas por aquella organización en el año 2005.

**Palabras claves:** Relaciones Públicas, organización, personalidad, personalidad corporativa.