

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA DIRECCIÓN GENERAL DE
EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA INSTITUTO TECNOLÓGICO DE
TUXTLA GUTIÉRREZ

Nombre del proyecto

**IMPLEMENTACIÓN DE UN MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA EN
LA EMPRESA ARTECONMEX EDIFICACIÓN S.A. DE C.V.**

**INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
INFORME TÉCNICO DE RESIDENCIA PROFESIONAL**

PRESENTA:

David fragoso Vargas

ASESOR INTERNO:

Naghieli de Jesús Pascacio Solórzano

ASESOR EXTERNO:

Claudia Sáenz Carrasco

PERIODO:

ENERO – JUNIO 2019

JUSTIFICACIÓN

Elegí a esta constructora porque es una líder en edificación en nuestro país ha sido una de las mejores decisiones, ya que realizar la residencia profesional en ARTECONMEX edificaciones me ha brindado diversos conocimientos y crecimiento como profesionista. Decidí realizar mi estadía en dicha empresa ya que es un constructora que nace en la ciudad de México. De igual forma poder aplicar los conocimientos aprendidos durante mi preparación como ingeniero en Gestión Empresarial en el área imagen en línea de productos y en los servicios fortaleciendo su identidad de la empresa.

porque y para que se eligió realizar un trabajo de implementación de un manual de identidad corporativa en la empresa arteconmex edificación s.a. de c.v.

para la empresa ARTECONMEX ; para identificar cual es la situación actual de la marca en su forma de imagen e incluso de los competidores. ¿cómo está posicionada? ¿qué falta por hacer? ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas? todo en el ámbito de identidad corporativa manejando especialmente el sistema operativo que se implementó.

OBJETIVOS

- Incrementar los proyectos de edificación y los productos para poder Incentivar las compras, para poder obtener más ventas.
- Aumentar visibilidad de la marca: Dar a conocer la marca entre el público objetivo necesita darse a conocer y aumentar su visibilidad.
- Captar nuevos clientes: Lograr incrementar la base de clientes de la empresa. Los descuentos y las ofertas son las herramientas clásicas para conseguirlo.
- Analizar el mercado objetivo de la empresa, en el sector industrial y de servicio.
- Identificar las competencias reales y directas basándose con un estudio de mercado.

PROBLEMAS A RESOLVER PRIORIZÁNDOLOS

- **Dar a conocer a la empresa en el sector:** Es uno de los problemas en el área de mercadotecnia en especial en sectores donde hay una gran oferta y competencia, como por ejemplo las demás constructoras en licitaciones con información apócrifa y llevándose el fallo.
- **Segmentar nuestro mercado:** Conocer específicamente quien es nuestro mercado potencial nos permite hacer publicidad y promociones adecuadas para cierto sector el cual es sector educativo preescolar, primaria, secundaria, media superior, no obstante plazas comerciales, franquicias, etc.

Implementar el impacto también en redes sociales: Internet es hoy en día un medio que puede ser muy rentable para la promoción de nuestro servicio y producto, las Redes Sociales son la herramienta perfecta, la clave es dar contenidos útiles y sobre todo ser constante.

- **Realizar contenido de imagen para su venta de mejor calidad:** Crear publicidad nueva, dinámica y actual tiene como resultado mayor atención del público, con ello se lleva más impacto nuestro servicio y producto.

PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

Realizando la segmentación de seguidores en la identidad se pudo conocer qué tipo de personas son las que nos siguen. En el cual se segmentó por tres factores, personas que ya cuentan con un trabajo, estudiantes universitarios. Posterior a ello con los datos obtenidos de la segmentación realizada y con una idea más clara de quienes son nuestros seguidores, se fueron haciendo actividades y dinámicas para la interacción con el público y el aumento de seguidores.

- Recopilación de datos históricos en la empresa implementando un sistema para su mejora, y no obstante un diseño para su logo de identificación tanto en productos como en servicios.
- Manejo constante de sistema en seguimiento de cliente.
- Realización de imágenes publicitarias para la identidad corporativa y para diversos eventos realizados en la empresa.