

# MODELO DE RELEVAMIENTO

Este es un modelo de Relevamiento, igual al que tienen que realizar por grupos para la próxima clase del 8/10.

Como verán se ha tomado una empresa constructora como modelo y se muestra el desarrollo de los 7 puntos del pedido.

## 1.

**Perfil de la institución (repetir aquí el perfil dado con las ampliaciones que consideren convenientes y necesarias).**

Es una empresa argentina dedicada a la construcción de obras de infraestructura grandes y medianas (carreteras, autopistas, diques, naves industriales, edificios para vivienda, escuelas, redes cloacales, etc.) para clientes privados y el estado.

Alta experiencia en desarrollo y gestión de obras, seriedad, confianza, respaldo.

Actualizada en los procesos y maquinaria. Staff técnico muy capacitado.

Sus principales audiencias y destinatarios de la comunicación son: directivos de empresas, funcionarios de gobierno, prensa especializada, políticos.

Sometida fuerte competencia: hay más de 15 empresas que tienen una oferta similar en el país.

## 2.

**Imágenes de las marcas de las empresas competidoras directas o de instituciones homólogas.**

					
					
					
					
					

3. Imágenes de las marcas de empresas e instituciones de similares características (competencia indirecta).



4. Detectar 9 muy buenas marcas del rubro por su calidad y rendimiento gráfico, que operen en nuestro país o no (puede completarse con marcas de sectores próximos o similares).



5.

Hacer un listado completo de las piezas de comunicación que utilizará la institución en su actividad corriente.

Tarjetas	Página web	La identificación de:
Sobres	Intranet	Vehículos
Papel carta	Folleto institucional	Maquinarias
Carpetas	Memoria y balance	Cascos
Planillas de obra	Avisos en prensa	Indumentaria
Facturas	Merchandising	Vallas de obras
Recibos	Regalos empresarios	Carteles de obra
	Pin de solapa	Edificio corporativo
		Oficinas
		Stands en ferias

6.

Indicar cuáles son, dentro de dichas piezas, las que tiene mayor importancia en la comunicación e identificación (piezas clave).

Página web  
Carteles de obra  
Cascos, vehículos y maquinarias  
Edificios y oficinas

7.

Definir brevemente las necesidades de la futura marca en los siguientes parámetros:

Estilo: puro, neto, estable, sólido, racional.

Grado necesario de llamado de atención: fuerte, pero sin trasgredir el estilo descripto.

Tipo recomendado: logotipo con fondo

Singularidad requerida: debe diferenciarse de sus competidores, sin salirse del estilo.