CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Debido al crecimiento que la empresa Gari_Co Confecciones de Texmelucan S.P.R. de R.I. pronostica en los próximos años, es necesario contar con una identidad gráfica bien definida y actualizada que refleje en realidad lo que es la empresa, para que la imagen que ésta refleje concuerde con lo que realmente es y pretende ser, logrando así mejor presencia y posicionamiento competitivo en el medio de las empresas maquiladoras.

1.2 La importancia del tema para las ciencias de la comunicación

El tema de la comunicación ha adquirido mucha importancia dentro de las organizaciones. La importancia del comunicólogo radica en la necesidad de introducir un sistema de identidad como parte de la comunicación, en el que se logre que los empleados participen en actividades que los hagan sentir copartícipes de la empresa, logrando un incremento en la productividad y una mejor interacción con el sector industrial y futuro desarrollo de la misma empresa.

1.3 Justificación

Hoy en día hay gran competitividad entre todas las empresas en cuanto a servicios y calidad, pero no es solo esto lo que los clientes buscan. También se necesita que la imagen que la empresa tiene, sea llamativa y principalmente que la empresa refleje lo que en realidad es, por ello surge el interés de rediseñar la identidad gráfica de la empresa maquiladora Gari_Co Confecciones de Texmelucan S.P.R de R.I.

En base a los componentes de la cultura organizacional (misión, visión, valores, filosofía, etc.) de la empresa, se hará un análisis para verificar si los elementos de la identidad concuerdan con lo que la empresa es, para finalmente tener como resultado una mejora en la identidad gráfica de la empresa maquiladora .

1.4 Objetivo general

Diseñar un manual de identidad gráfica para la empresa maquiladora Gari_Co Confecciones de Texmelucan S.P.R. de R.I. buscando incrementar la productividad y calidad de la empresa.

1.5 Objetivos específicos

- Detectar los componentes de la cultura organizacional (misión, visión, valores y filosofía) que servirán de base para el diseño del manual de identidad corporativa de la empresa maquiladora Gari_Co Confecciones de Texmelucan S.P.R de R.I.

- Identificar los puntos en los que se debe intervenir para rediseñar el logotipo de la empresa.

- En base a la recopilación de la información sobre los puntos en los que se debe intervenir, se elaborará el manual de identidad gráfica para la empresa.

Este capítulo muestra las razones por las que se estudia el caso de la maquiladora Gari_Co Confecciones de Texmelucan S.P.R. de R.I. señalando la importancia que tiene el estudio del tema para las ciencias de la comunicación. Se plantean los objetivos específicos y el objetivo general de la investigación para determinar los alcances y limitaciones de la misma.

Los siguientes capítulos dan a conocer desde la historia de la maquiladora para que el lector conozca los avances e información organizacional con la que cuenta en estos momentos la empresa. El capítulo tres incluye el marco teórico en donde se definen los términos que son la base en el desarrollo del tema, se define lo que es la comunicación para después definir la cultura organizacional, identidad e imagen corporativa.

En el capítulo cuatro se explica la metodología que se utilizó durante la investigación del tema, presentando los objetivos del capítulo, el tipo de estudio, la población y las herramientas que se emplearon en la medición y evaluación. El capítulo seis muestra los resultados y su análisis, para poder hacer las recomendaciones necesarias y concluir la investigación.