

## ANÁLISIS DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA CERVECERÍA GRUPO MODELO

**NOMBRE EMPRESARIAL** - México- Grupo Modelo, S.A.B. de C.V.

### A - LA IMAGEN DE NUESTRA EMPRESA:

**1.1 Justificación** – Nuestra imagen empresarial no es distintivamente nuestro logo, es lo que hace a la empresa funcionar, nuestra identidad que nos respalda, la esencia, el renombre del pensamiento en nuestro público, nuestra imagen empresarial se enfoca en México, se utiliza la fuerza mercantil de la cerveza, dicho país es de los más productores de cerveza a nivel mundial, Modelo basa sus campañas con el distintivo de México, la cerveza. Como dice Joan Costa: “La imagen del sector empresarial hace referencia a la imagen que tienen los públicos sobre todo el sector en que se encuentra una organización”.

**1.2.- Antecedentes de la empresa** – En redes sociales se observa un apartado específico de todo nuestro historial de trayectoria desde nuestros primeros años, 1925 cuando se inaugura la Cervecería Modelo en la Ciudad de México hasta la fecha.

**1.3.- Situación Actual** – Se tiene catorce marcas, entre las que destacan Corona Extra, la cerveza mexicana de mayor venta en el mundo, Modelo Especial, Victoria, Pacífico y Negra Modelo, se exportan 7 marcas y se tiene presencia en 180 países. A través de una alianza estratégica con Nestlé Waters se produce y distribuye en México las marcas de agua embotellada Sta. María y Nestlé Pureza Vital, etc. Desde 2013 Grupo Modelo forma parte importante de **AB-InBev** la compañía cervecera más grande del mundo. Grupo Modelo cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, adicionalmente, cotiza en los mercados OTC de Estados Unidos y en Latibex, y en España.

**4.- Objetivo de Imagen Corporativa** – Es dar posicionamiento frente a la competencia y que las personas aprueben como nuestra empresa la mejor.

### B – IDENTIDAD

**2.1 Soul and Mind** - Grupo Modelo es una empresa comprometida con la promoción del deporte en México y en el mundo. Grupo Modelo está siempre consciente que produce y comercializa proviene de la naturaleza. El cuidado de los recursos naturales que utiliza en todos los procesos productivos es de sus principales prioridades. Esto no viene en la página web oficial, se encontró en una página pública: “fabricar, distribuir y vender cerveza de calidad, a un precio competitivo, optimizando recursos y rebasando las expectativas del cliente, para contribuir al desarrollo económico y social del país”.

**Misión** - Crecer como competidor multinacional en el mercado de bebidas inspirando orgullo, pasión y compromiso, generando valor para nuestros grupos de interés.

**Visión** - Para el 2015 lograr que más de la mitad de nuestros ingresos provengan del área internacional e incrementar consistentemente el liderazgo en el mercado nacional, manteniendo nuestra rentabilidad.

### **Valores -**

#### **HONESTIDAD**

Actuamos con rectitud e integridad, manteniendo un trato equitativo con todos nuestros semejantes.

#### **LEALTAD**

Formamos parte de la "Familia Modelo", conduciéndonos de acuerdo a los valores y objetivo empresarial de la Organización.

#### **RESPECTO**

Guardamos en todo momento la debida consideración a la dignidad humana y a su entorno.

#### **RESPONSABILIDAD**

Cumplimos nuestro deber, haciendo nuestras las políticas y disposiciones de la Empresa.

#### **CONFIANZA**

Nos desempeñamos con exactitud, puntualidad, y fidelidad para fortalecer nuestro ambiente laboral.

### **Sueño, Gente, Cultura**

- 1.** Nuestro sueño compartido nos motiva a todos a trabajar en la misma dirección: ser la mejor empresa cervecera en un Mundo Mejor
- 2.** La gente excelente que puede crecer en la medida de su talento, es lo más valioso para nuestra compañía
- 3.** Debemos seleccionar personas que con el desarrollo correcto, retos y motivaciones, puedan ser mejores que nosotros. Seremos juzgados por la calidad de nuestros equipos
- 4.** Nunca estamos completamente satisfechos con nuestros resultados, que son el motor de nuestra compañía. La no complacencia nos garantiza una ventaja competitiva
- 5.** El consumidor manda. Nos conectamos con nuestros consumidores a través de experiencias significativas de marca, balanceando la herencia e innovación siempre de una manera responsable

6. Somos una empresa de dueños. Los dueños asumen los resultados como algo personal

7. Creemos que el sentido común y la simplicidad son mejores guías de acción que la sofisticación y complejidad innecesarias

8. Controlamos estrictamente nuestros costos, para liberar recursos que podrán promover el crecimiento futuro

9. Liderar mediante el ejemplo personal es la mejor guía para nuestra cultura. Hacemos lo que decimos

10. No tomamos atajos. La integridad, el trabajo duro, la calidad y la consistencia son la clave para construir nuestra compañía

## 2.2 Atributos

**Centrales:** Nuestro sueño compartido nos motiva a todos a trabajar en la misma dirección: ser la mejor empresa cervecera en un Mundo Mejor. No tomamos atajos. La integridad, el trabajo duro, la calidad y la consistencia son la clave para construir nuestra compañía. Somos una empresa de dueños. Los dueños asumen los resultados como algo personal. El consumidor manda. Nos conectamos con nuestros consumidores a través de experiencias significativas de marca, balanceando la herencia e innovación siempre de una manera responsable.

**Perdurables:** Grupo Modelo México. Mi historia junto con las marcas añadidas a lo largo de nuestra vida se encuentra en la página web oficial de Grupo Modelo México.

**Distintivos:** Grupo Modelo es una empresa comprometida con la promoción del deporte en México y en el mundo. Creemos que el sentido común y la simplicidad son mejores guías de acción que la sofisticación y complejidad innecesarias. Controlamos estrictamente nuestros costos, para liberar recursos que podrán promover el crecimiento futuro. Liderar mediante el ejemplo personal es la mejor guía para nuestra cultura. Hacemos lo que decimos.

## C – COMUNICACIÓN

**3.1 Como define la comunicación (Gerencial, Marketing y Organizativa) -** En redes sociales y publicidad manejan lo que es el saber hacer y hacer saber, se tiene la publicidad hacia el publico correspondiente, la empresa pone algún comunicado (saber hacer) y el público les llega la información (hacer saber).

## D- APARIENCIA (VISIONA DE DISEÑO)

### 4.1 Identidad Visual:



El león significa la ciudad de donde nace el fundador de Grupo Modelo que es una provincia de España, la barrica representa el giro de la empresa que es principalmente cervecera, el triángulo invertido representa la Santísima Trinidad ya que es un grupo católico, el círculo interno es la unión de todos estos elementos y el externo el trabajo en equipo de la gente que colabora en este grupo.



UNIVERSIDAD LAMAR

8 LCC

ESTEBAN A. SOLANO ZAMORA



**E – CONDUCTA** - La gente excelente que puede crecer en la medida de su talento. Debemos seleccionar personas que con el desarrollo correcto, retos y motivaciones, puedan ser mejores que nosotros. Nunca estamos completamente satisfechos con nuestros resultados, que son el motor de nuestra compañía. La no complacencia nos garantiza una ventaja competitiva.

**F- ANÁLISIS DE NUESTRA PERSPECTIVA PERSONAL** - Dentro de la perspectiva, la empresa Grupo Modelo México maneja muy bien las clases de identidad corporativa, ya que ponen la marca Corona como la marca importante de su empresa, siendo que Modelo es la referente y exitosa a nivel empresarial.

En redes sociales manejan de una manera organizada y con identidad lo que quieren manejar, tiene consigo: cultura, valores, filosofía, trayectoria, publicidad, renombre etc., se le da renombre a distintas situaciones.