



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO®

Instituto Tecnológico de Pabellón de Arteaga
Departamento de Ciencias Económico Administrativas

**REPORTE FINAL PARA ACREDITAR LA RESIDENCIA
PROFESIONAL DE LA CARRERA DE...**

PRESENTA:

MÓNICA YARENCI CASTORENA RAMÍREZ

CARRERA:

GESTIÓN EMPRESARIAL

***AUMENTO DE POSICIONAMIENTO DE MARCA MEDIANTE EL MARKETING
DIGITAL "CARRILLO INMOBILIARIA.***

Cinthy Carrillo
asesora inmobiliaria

LAE. Cinthya Carrillo Leos
Nombre del asesor externo

Mtra. Silvia del Valle Morales
Nombre del asesor Interno

Septiembre 2023

CAPÍTULO 1: PRELIMINARES

2. Agradecimientos.

Primero que nada quiero darle muchísimas gracias a dios porque es el que me ha dado las fuerzas de seguir adelante a pesar de las adversidades gracias a el he logrado lo que he logrado.

Gracias infinitas a mi bebe que es el que siempre ha estado junto con migo y me apoya muchísimo dándome mucho amor, fuerzas para seguir luchando por nuestro futuro mejor, gracias por soportarme en mis malos momentos de estrés es un bebe muy inteligente y solo le pido a dios que me ayude a guiarte por el buen camino que me ayude a ser una buena madre para ti y a cumplir todos nuestros sueños. Te debo tanto bebe

Gracias a mi madre por ayudarme en mis momentos más difíciles y siempre estar para mí dándome ánimos a salir adelante.

Gracias a mi comadre por el tiempo que me ayudo a cuidar de mi bebe y cuidármelo como su madre, para que así yo pudiera cumplir con mis estudios académicos sin pendiente del cuidado de mi bebe, gracias por siempre aconsejarme por un buen camino.

Gracias a mi abuelita por ser la que ahora cuida de mi niño en los momentos de asistir a las residencias, gracias infinitas por apoyarme en mis ventas para poder solventarnos mi niño y yo.

Gracias a la maestra LAE. CINTHYA CARRILLO LEOS por permitirme realizar mis residencias profesionales dentro de su organización, gracias por capacitarme y darme más herramientas para poder lograr mis objetivos, gracias infinitas por

comprenderme en mis momentos difíciles y apoyarme de todas las formas. Me encuentro muy contenta formar parte de su empresa y le deseo muchísimo éxito.

A todas las personas ya mencionadas les agradezco infinitamente y que dios me las bendiga muchísimos años más.

3. Resumen.

A lo largo de mi estancia en CARRILLO INMOBILIARIA se logró el objetivo primordial que era elevar la visibilidad y reconocimiento de “carrillo inmobiliaria” utilizando diferentes estrategias del marketing digital. Nos enfocaremos en ampliar el conocimiento que las personas tienen sobre nuestra marca y que las de más personas nos conozcan generando publicidad dentro de nuestras redes sociales para que así nos ayuden a captar más clientes o simplemente a personas que reaccionando o viendo nuestro contenido podemos llegar a unos posibles clientes generando a nuestros clientes interés y confianza de nuestro servicio

Reconocimos la relevancia del marketing digital especialmente en tiempos de pandemia que fue cuando se inició esta empresa “carrillo inmobiliaria” por lo tanto muchas personas aún no sabían de nuestro servicio. Donde el marketing digital se volvió en una herramienta muy esencial para todas las empresas ya que nos permite llegar a nuestros clientes de una manera más fácil y efectiva.

Dentro de este proyecto Aumento de posicionamiento de marca mediante el Marketing Digital “Cinthya Carrillo Asesora Inmobiliaria”

Nos plantearemos como objetivo principal es aumentar el reconocimiento de la marca de la empresa ante el estado, lo que implica fortalecer la visibilidad y reputación de la empresa en el ámbito gubernamental.

Tendremos como estrategias claves las siguientes:

Optimización del Sitio Web: Mejorar la presencia en línea a través de la optimización del sitio web de la empresa, asegurando que esté actualizado, sea fácil de navegar y esté alineado con los valores y objetivos de la empresa.

Contenido de Calidad: Crear contenido de alta calidad y relevante que destaque la experiencia y la propuesta de valor de la empresa. Esto incluye blogs, artículos, infografías y videos informativos relacionados con las actividades de la empresa.

Presencia en Redes Sociales: Establecer y mantener perfiles activos en redes sociales relevantes, como Instagram, WhatsApp y Facebook, para compartir contenido, interactuar con funcionarios y agencias gubernamentales, y construir relaciones sólidas.

Publicidad en Línea Dirigida: Utilizar publicidad en línea, como Google y anuncios en redes sociales, para llegar de manera específica a nuestros clientes claves, promocionando la empresa y sus logros.

Participación en Eventos Gubernamentales: Participar activamente en eventos, conferencias y ferias comerciales relacionadas con asesorías inmobiliarias, aprovechando estas oportunidades para establecer contactos y promover la marca de la empresa.

Índice

CAPÍTULO 1: PRELIMINARES.....	2
2. Agradecimientos.	2
3. Resumen.	3
CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	7
5.- Introducción.....	7
6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente.	9
Misión.....	10
Visión.	11
Objetivos.	11
Organigrama de la empresa.....	11
Principales clientes:.....	12
7. Problemas a resolver, priorizándolos.	13
8. Justificación.....	13
9. Objetivos (General y Específicos).....	14
CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO.....	15
10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).	15
CAPÍTULO 4: DESARROLLO.....	16
11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.	16
Cronograma de actividades.....	18
Diagnóstico de la empresa.....	18
Establecer metas.....	18
Establecer objetivos.....	18
Establecer estrategias.....	18
Crear el material para la publicidad de las redes sociales.....	18
Crear un planificador de publicidad.....	18
Captar nuevos clientes.....	18
Realizar campañas con las empresas.....	18
CAPÍTULO 5: RESULTADOS.....	19
12. Resultados.....	19
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES.....	24

13. Conclusiones del Proyecto	24
<i>CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS</i>	25
14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.....	25
<i>CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN</i>	25
Referencias	25
<i>CAPÍTULO 9: ANEXOS</i>	26
17. Anexos.....	26

Tabla de figuras

Figura 1	11
Figura 2	12
Figura 3	21
Figura 4	21
Figura 5	22
Figura 6	23

Tabla

Tabla 1	18
---------------	----

CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO

5.- Introducción

En un mundo altamente competitivo y en constante evolución, el éxito de una inmobiliaria no solo depende de su experiencia en el mercado y la calidad de sus propiedades, sino también de su capacidad para destacar, conectar y perdurar en la mente de los compradores y vendedores.

(google, 2023)

El posicionamiento de marca es el pilar sobre el cual se construyen las relaciones duraderas y se materializan los negocios exitosos en el sector inmobiliario. Por tanto, nos complace presentar un proyecto que te invitará a explorar el fascinante viaje hacia el "**Aumento del Posicionamiento de Marca carrillo inmobiliaria**".

(el posicionamiento de la marca, 2023)

¿Te has preguntado alguna vez cómo las inmobiliarias más destacadas se convierten en nombres reconocidos y confiables en el mercado? ¿Qué estrategias y tácticas utilizan para forjar lazos sólidos con compradores, vendedores e inversores? Este proyecto está diseñado para responder a estas preguntas y, lo que es aún más emocionante, para ofrecer soluciones prácticas que ayudarán a tu inmobiliaria a elevar su presencia y reconocimiento.

(google, 2023)

La competencia en el mundo inmobiliario es intensa y, para destacar en un mar de oportunidades, es esencial construir una marca sólida que refleje tus valores, experiencia y compromiso. En las siguientes páginas, exploraremos estrategias innovadoras y probadas que te permitirán impulsar el posicionamiento de tu inmobiliaria, ganando la confianza y lealtad de tus clientes y elevando tus oportunidades de negocio a un nivel completamente nuevo.

(goggle academico, 2023)

Desde la optimización de tu presencia en línea hasta la creación de experiencias únicas para tus clientes, este proyecto te guiará en un viaje emocionante hacia el éxito en el mercado inmobiliario.

(google,

2023)

¡Prepárate para descubrir las claves que te ayudarán a hacer que tu marca sea inolvidable y a consolidar tu posición como líder en el sector

6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente.

(goggle academico, 2023)

Las inmobiliarias suelen contar con un equipo de profesionales que poseen un profundo conocimiento del mercado inmobiliario local, así como una amplia red de contactos en el sector. Esto les permite brindar servicios de alta calidad, asesorando a sus clientes en la toma de decisiones, la valoración de propiedades, la promoción de listados y la negociación de contratos.

Puesto de mercadotecnia:

El puesto de mercadotecnia en una inmobiliaria es esencial para el éxito de la empresa, ya que se encarga de promover y posicionar la marca en el mercado, así como de atraer y retener clientes.

(google, 2023)

El profesional de mercadotecnia en una inmobiliaria desempeña una serie de funciones clave, que incluyen:

Desarrollo de Estrategias de Marketing: El especialista en mercadotecnia colabora en la creación de estrategias de marketing para aumentar la visibilidad de la inmobiliaria, atraer clientes potenciales y promover las propiedades en venta o alquiler.

(google, 2023)

Gestión de Presencia en Línea: Este rol implica la gestión de la presencia en línea de la inmobiliaria, incluyendo el sitio web, redes sociales y otras plataformas digitales. Esto incluye la creación de contenido atractivo y relevante, la optimización del sitio web y la publicidad en línea.

(google, 2023)

Relaciones Públicas: El profesional de mercadotecnia establece y mantiene relaciones con otros actores del mercado, como desarrolladores, agentes inmobiliarios y medios de comunicación, para promover la marca de la inmobiliaria y colaborar en proyectos conjuntos.

(google, 2023)

Gestión de Eventos: Organiza y participa en eventos, ferias comerciales y exposiciones relacionadas con el mercado inmobiliario para promover la inmobiliaria y sus servicios.

(2023)

Análisis de Datos y Resultados: Evalúa el rendimiento de las estrategias de marketing mediante el análisis de datos, métricas de rendimiento y la retroalimentación de clientes, ajustando las estrategias según sea necesario.

(google, 2023)

Desarrollo de Marca: Contribuye a la construcción y consolidación de la marca de la inmobiliaria, asegurándose de que esta refleje los valores, la experiencia y la calidad de los servicios ofrecidos.

(google, 2023)

El profesional de mercadotecnia en una inmobiliaria desempeña un papel crucial para atraer clientes, construir relaciones sólidas y aumentar el reconocimiento de la marca en un mercado altamente competitivo y dinámico. Su trabajo es fundamental para el crecimiento y el éxito de la inmobiliaria en un entorno empresarial en constante evolución.

(google, 2023)

Misión.

Ofrecer un asesoramiento integral que permita solucionar las necesidades de nuestros clientes con el mercado inmobiliario, aportándoles un valor agregado como agente de cambio, estableciendo estándares de calidad, transparencia y profesionalismo en cada transacción, construyendo relaciones duraderas basadas en la confianza.

Visión.

Consolidar la empresa como líder en el sector inmobiliario, a nivel regional, implementando el marketing digital, logrando la innovación de procesos administrativas, y la satisfacción del cliente en todo el proceso de comercialización.

Objetivos.

Que nuestros clientes estén satisfechos con nuestro servicio para que tengamos muchas recomendaciones.

Organigrama de la empresa

Organigrama de jerarquía del personal de la empresa (ver figura 1)

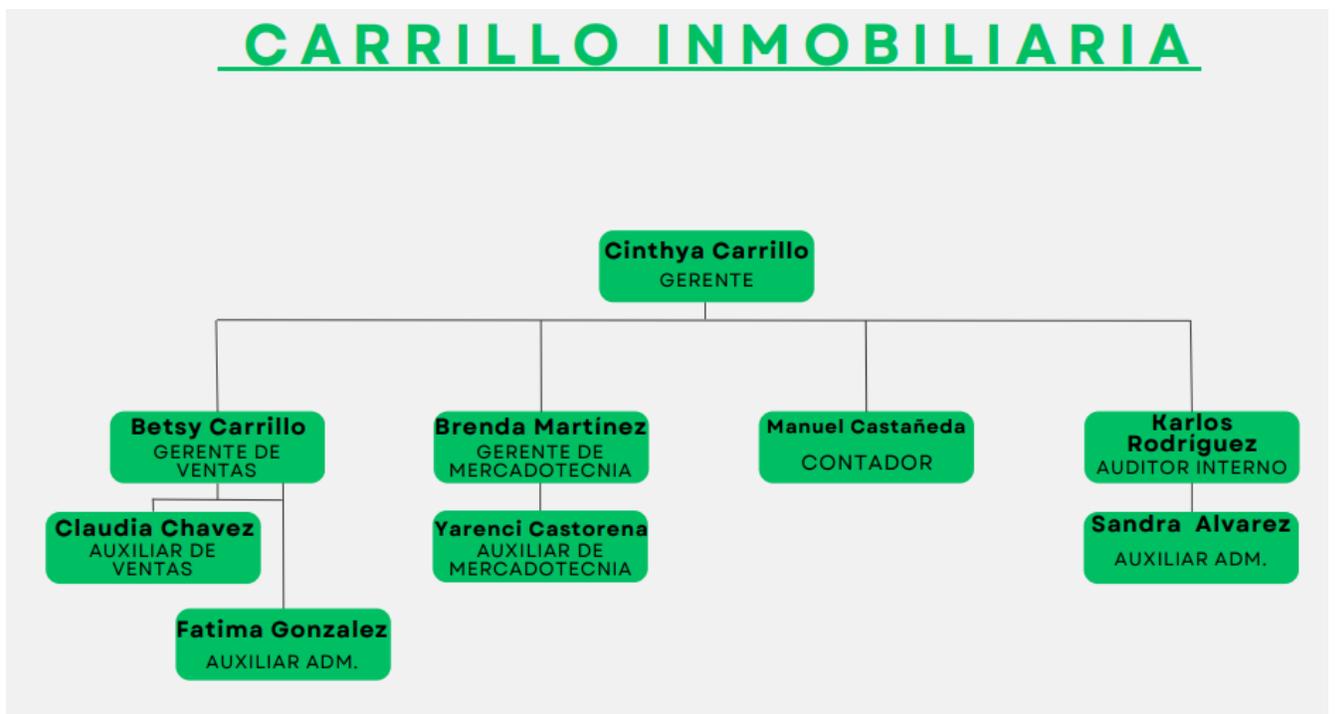


Figura 1

Principales clientes:

A continuación, se enlistan los principales clientes de la empresa (ver figura 2).

Infonavit

Fovissste

Crédito hipotecario

Personas físicas



Figura 2

7. Problemas a resolver, priorizándolos.

Nuestro problema principal es que pocas personas conocían de nuestro servicio, teniendo 1 año y medio de servicio.

Las demás personas no nos seguían en ninguna red social, ni siquiera sabían de la existencia de “carrillo inmobiliaria”.

8. Justificación

Ya que es muy importante resolver el tema de reconocimiento por las personas porque así podremos llegar a nuestros posibles clientes potenciales, beneficiándonos de una manera aceptable ya que tendremos más trabajo dentro de nuestro servicio como asesores tanto como ayudar a vender como ayudar a comprar sus casas o terrenos. Desarrollando una serie de estrategias de marketing digital que nos ayuda a lograr nuestro objetivo que es el posicionamiento de la marca “carrillo inmobiliaria”.

La principal motivación de este proyecto surge ya que somos una empresa que apenas está iniciando, por lo tanto el que las personas no conocieran nuestra marca se convirtió en un obstáculo central para llegar a nuestro público, objetivo.

La necesidad imparte de ser reconocidos y destacados en el mercado nos impulsó a diseñar estrategias de marketing digital, campañas publicitarias. A través de estas iniciativas, buscamos superar la barrera inicial del desconocimiento construyendo una presencia sólida que nos conecte de manera efectiva con nuestro público

9. Objetivos (General y Específicos)

Objetivos General

Aumentar el posicionamiento de la marca mediante El Marketing digital utilizando Facebook, Instagram, Whatsapp, creando campañas para que “Cinthya Carrillo Asesora Inmobiliaria” sea más reconocida con un periodo de Agosto - Diciembre del año 2023.

Objetivos Específicos

1. Crear publicidad diaria para las redes sociales.
2. crear un planificador de publicidad.
3. Captar nuevos clientes a corto plazo.
4. Realizar campañas con las empresas y que tengamos como resultado visitas de nuestros posibles clientes.

CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO

10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).

- 1. Facebook :** segun Mark Zuckerberg es un servicio de redes y medios sociales en línea que sirve para comunicarse publicar lo que se decide.
(Zuckerberg, google academico, 2023)
- 2. Instragram:** según kevin syystrom es una aplicación y red social donde las personas pueden publicar, conversar o simplemente tener amigos en esta red social sin necesidad de mandar solicitudes simplemente con seguir a las personas.
(syystrom, 2023)
- 3. Canvas:** es una herramienta que sirve para crear contenido para las diferentes redes sociales, canvas te ayuda que tu mensaje siempre llegue a tu público.
(google, 2023)
- 4. InShot:** esta herramienta sirve para crear contenido de videos recolectando fotos agregando texto para la publicidad, información, logros, ventas etc.
(Moya, 2023)
- 5. Cámara:** puede ser cualquier tipo de cámara que nos ayude a captar momentos información o lo que nosotros queramos.
(Edison, 2023)
- 6. Whatsapp:** según Jan Koum y Brian Acton es una de las herramientas más usadas y nos sirve para publicar nuestro contenido y asi nuestros clientes sepan y puedan preguntar sobre nuestra publicidad.

(Acton, 2023)

7. **Inmobiliaria:** inmobiliaria es una agencia dedicado a construcción, venta, arrendamiento y administración de casas

(Madrid, 2023)

8. **Bienes raíces:** Los bienes raíces, por definición, son aquellos que no pueden moverse de su lugar de origen, dadas sus características naturales, por lo que no pueden cambiar de localización. Podemos considerar un bien raíz a la propia tierra, pero también a construcciones como los edificios, puentes o estatuas, cosas que, una vez construidas, no pueden moverse sin ser gravemente dañadas o destruidas por completo.

(google, 2023)

CAPÍTULO 4: DESARROLLO

11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.

- A. Diagnóstico de la empresa: realizare un análisis detallado sobre la área de mercadotecnia que lleva la empresa actualmente.
- B. Establecer metas: programa una reunión con el personal de la empresa para establecer a donde queremos llegar.
- C. Establecer objetivos: programar una reunión con el personal de la empresa para saber lo que queremos lograr.

- D. Establecer estrategias: investigare las formas de poder obtener el aumento de posicionamiento de la marca carrillo inmobiliario y darse las a conocer a la Gerente General Cinthya carrillo Leos Asesora inmobiliaria.

- E. Crear el material para la publicidad de las redes sociales: utilizare canva, y otras herramientas para crear tener material para publicar como videos felicitaciones, memes, ventas.

- F. crear un planificador de publicidad: creando un planificador semana tras semana y mes con mes, tomando en cuenta que se programaran memes, felicitaciones, ventas, videos, comunicados, frases, logros, recomendaciones.

- G. Captar clientes: buscar más clientes por medio de redes sociales o las campañas.
- H. Realizar campañas con las empresas: programar campañas y conferencias con empresas empresa.

Cronograma de actividades

Actividades por Quincena	Ago-1a	Ago-2a	Sep-1a	Sept-2a	Oct-1a	Oct-2a	Nov-1a	Nov-2a	Dic-1a
Diagnóstico de la empresa									
Establecer metas									
Establecer objetivos									
Establecer estrategias									
Crear el material para la publicidad de las redes sociales									
Crear un planificador de publicidad									
Captar nuevos clientes									
Realizar campañas con las empresas									

Tabla 1

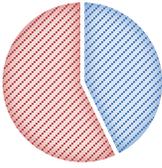
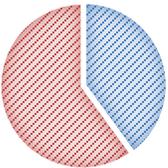
CAPÍTULO 5: RESULTADOS

12. Resultados

El resultado que se obtuvo mediante el proyecto de Aumento del posicionamiento de la marca “CARRILLO INMOBILIARIA” mediante el marketing digital fue un resultado favorable para la empresa ya que se logró el objetivo principal que fue que más personas conocieran de nuestro servicio que se ofrece.

Objetivo Propuesto	Resultado Esperado
1. Crear publicidad diaria para las redes sociales (Facebook, Instagram), que nuestro material nos ayude a captar a nuestros seguidores y puedan interaccionar a nuestras publicaciones.	Tener varias opciones para escoger la mejor publicidad.
2. crear un planificador de publicidad. Para tener un mejor control de nuestra publicidad	Tener contemplado acontecimientos importantes, y saber cómo publicar diferentes temas para no saturar la página.
3. Captar nuevos clientes.	Que interacciones a nuestra publicidad y así podremos tener más vistas.
4. Realizar campañas con las empresas.	Que las demás empresas conozcan nuestros servicio y podamos aumentar nuestra posición de la marca.

Uso de figuras

<u>Para mostrar</u>	<u>Utilice</u>
<p data-bbox="277 426 805 527">AUMENTO EN LIKES DE FACEBOOK</p> <p data-bbox="412 562 688 585">■ likes inicial ■ likes actual</p>  <p data-bbox="506 821 680 848">(PROPIA, 2023)</p> <p data-bbox="199 915 914 1052">Al inicio de nuestra estancia se contaba con 3000 likes en nuestra página y en la actualidad y final de mi estancia se encuentra con un aumento de 1000 likes</p>	<p data-bbox="932 401 1421 579">WhatsApp, Messenger personal, publicaciones de Facebook, invitaciones a visitantes en la empresa. invite a que indicaran que les gustaba nuestra pagina</p>
<p data-bbox="399 1094 708 1194">AUMENTO DE SEGUIDORES</p> <p data-bbox="362 1230 764 1253">■ seguidores inicio ■ seguidores actual</p>  <p data-bbox="493 1493 667 1520">(PROPIA, 2023)</p> <p data-bbox="199 1587 914 1724">Al inicio de nuestra estancia se contaba con 4000 likes en nuestra página y en la actualidad y final de mi estancia se encuentra con un aumento de 1500 seguidores.</p>	<p data-bbox="932 1068 1421 1247">WhatsApp, Messenger personal, publicaciones de Facebook, invitaciones a visitantes en la empresa. invite a que sigan nuestra pagina.</p>

Agregar todas las evidencias que sustenten el proyecto a realizar.

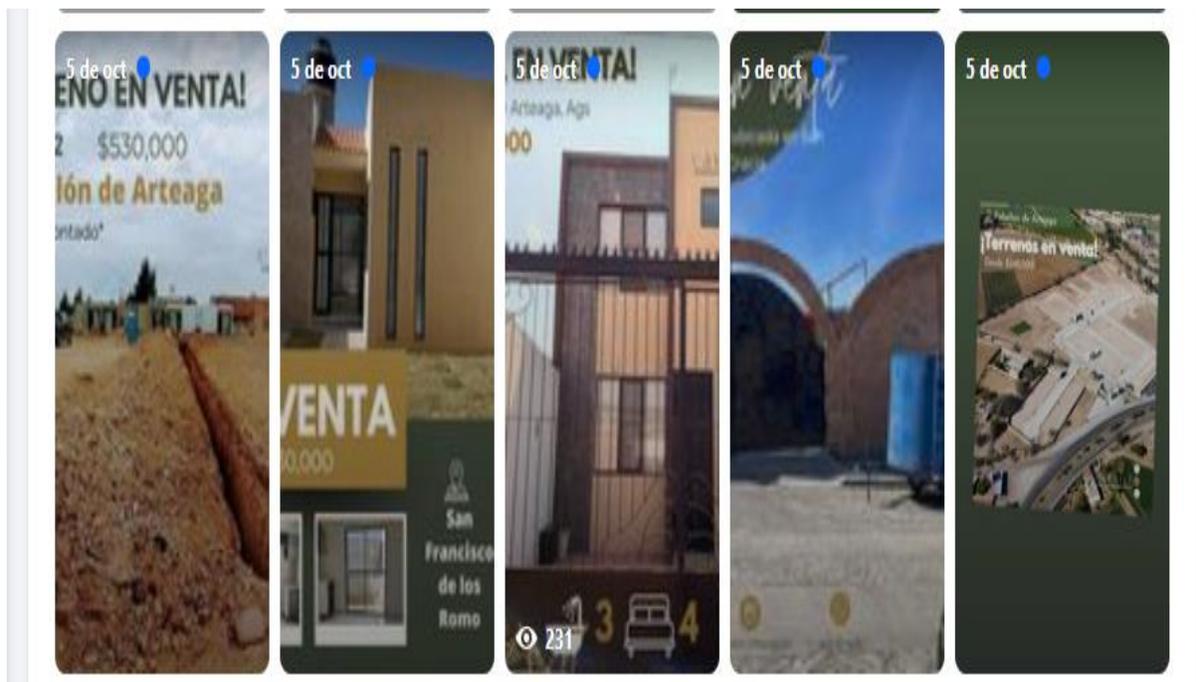


Figura 3



Figura 4

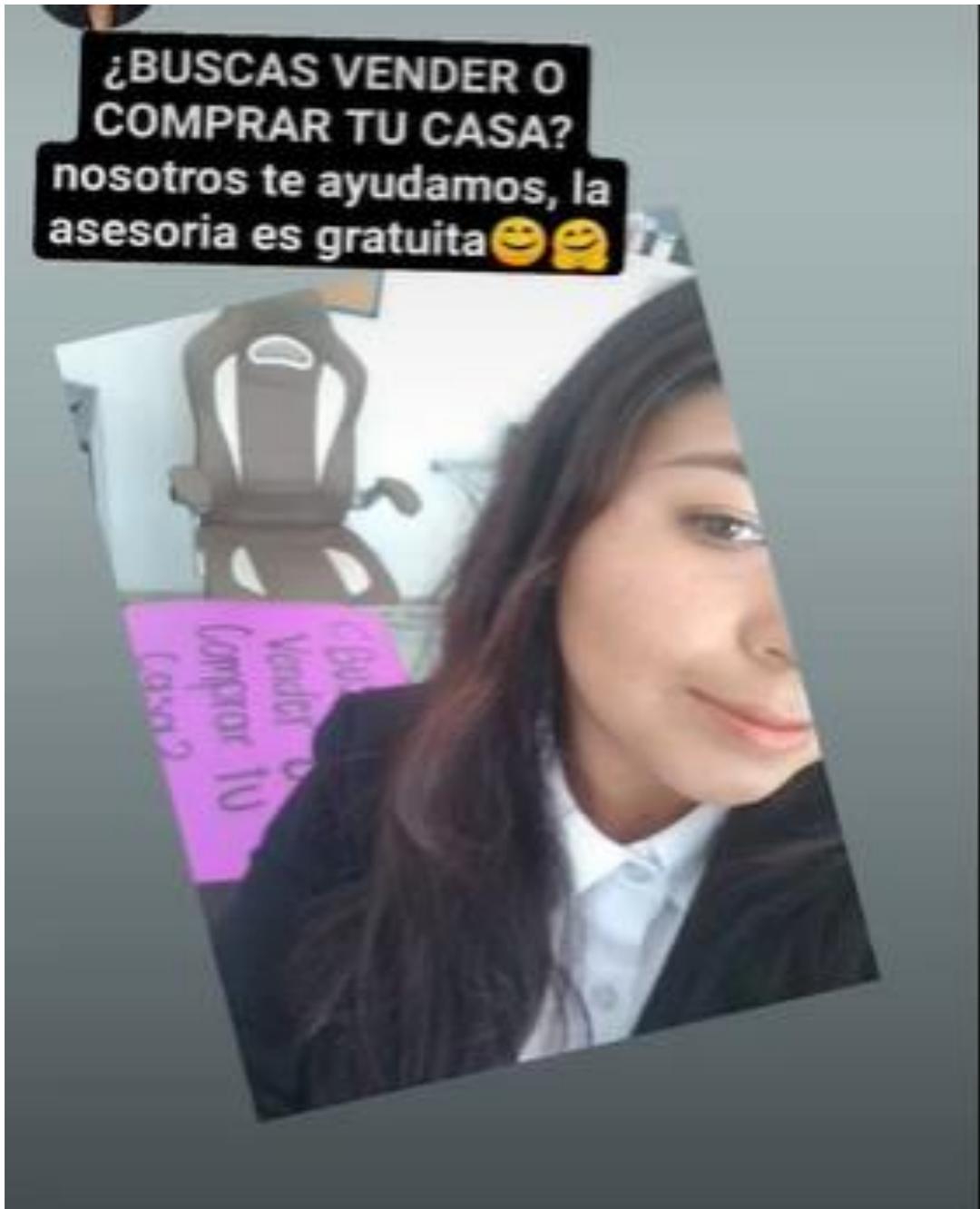


Figura 5

Buscar

facebook.com/CinthyCarrilloAsesorInmobiliaria

Administrar página

Carrillo Inmobiliaria

Meta Business Suite

Nueva notificación

Rocio Navarro envió mensajes en Crédito FOVISSSTE tradicional de... hace unos segundos

Carrillo Inmobiliaria

4 mil Me gusta • 4,4 mil seguidores

Mensaje Te gusta Buscar

Publicaciones Información Menciones Opiniones Servicios Seguidores Más

Activar Windows

Figura 6

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

13. Conclusiones del Proyecto

Como conclusión este proyecto destaca la ineludible importancia del marketing digital en la contemporaneidad. La implementación de estrategias específicas demostró no solo capacidad para aumentar el posicionamiento de la marca si no también su impacto directo en resultados tangibles observamos un crecimiento significativo en nuestras páginas de Facebook y de Instagram ya estableciendo una mejor presencia en línea, reflejándose en interacciones dentro de nuestras publicaciones.

Me encanto el transcurso de este proyecto, las experiencias que viví en cada una de las faces logre mi objetivo principal que fue ser más reconocida con un numero razonable de 1500 mil incrementado de seguidores y de 1000 de likes dentro de la página de Facebook y de incremento un 500 mil en Instagram, teniendo más visitas en nuestra sucursal

Interacciones en cada una de nuestras publicaciones, utilizando el programador de contenido dentro de las redes sociales, creando campañas e invitando a personas a seguir y darnos like a la página para estar cada vez más cerca de nuestros clientes o e nuestros posibles clientes lo importante de este proyecto fue que más personas nos conocieran.

CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS

14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.

- ❖ Entre a cursos de mercadotecnia digital donde tuve una mejor orientación sobre el manejo del marketing digital.
- ❖ Realice campañas de publicidad dando folletos e invitando a las personas a seguir nuestra página y darle like para que estuvieran más al pendiente del contenido.
- ❖ Diseñe un planificador de publicidad donde estructure un mejor manejo de publicidad para la empresa.
- ❖ Obtuve asesorías sobre la importancia de las redes sociales en los negocios.
- ❖ Coloque cartelones sobre información general de la empresa.
- ❖ Diseñe contenido de venta, información, felicitaciones, memes, recomendaciones, videos, logros de la empresa etc. Relevante a la empresa.
- ❖ Mire videos podcast en YouTube.

CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias

Acton, J. K. (13 de 09 de 2023). *google* .
Edison, T. (13 de 09 de 2023). *google academico*.
el posicionamiento de la marca. (2023)., (págs. 15-24).
goggle academico. (2023).
google. (2023).
Madrid, J. L. (13 de 09 de 2023). *google*.
Moya, J. (13 de 09 de 2023). *google* .
PROPIA. (2023). *LIKES*.
systrom, k. (13 de 09 de 2023). *google academico*.
Zuckerberg, M. (15 de septiembre de 2023).
Zuckerberg, M. (13 de 09 de 2023). *google academico*.

CAPÍTULO 9: ANEXOS

17. Anexos

Cinthya Carrillo
ASESORA INMOBILIARIA

**LA DECISION
MAS IMPORTANTE
DE TU VIDA**

AGUASCALIENTES AGS, 18 DE Agosto 2023.
ASUNTO: Carta de Aceptación.

DR. JOSE ERNESTO OLVERA GONZÁLEZ.
DIRECTOR DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO
DE PABELLÓN DE ARTEAGA.

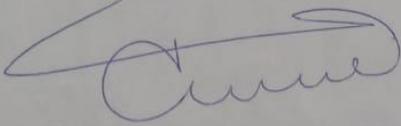
PRESENTE:

Por este conducto, **CINTHYA CARRILLO ASESORA INMOBILIARIA**, hace de su conocimiento que hemos aceptado al alumno: **MÓNICA YARENCI CASTORENA RAMIREZ** de la carrera de **"INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL"** quien se identifica con credencial expedida por el **INSTITUTO TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO CAMPUS PABELLÓN DE ARTEAGA** con vigencia 2024 la cual tiene los datos del estudiante y número de control **191050056**.

Para que desarrolle su proyecto de residencia debiendo cumplir su programa educativo en el periodo comprendido de agosto a diciembre del presente año.

Sin otro particular por el momento, me despido enviándoles un cordial saludo, y quedando a su completa disposición para cualquier duda o aclaración.

ATENTAMENTE



Lic. Cinthya Carrillo Leos
465 101 66 36

L.A.E. Cinthya Carrillo Leos.
GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA CINTHYA CARRILLO ASESORA INMOBILIARIA

☎ 465 101 66 36 ✉ informes@cinthyacarrillo.com 📌 /cinthyacarrilloasesorainmobiliaria
📍 Venustiano Carranza 32 - A. Centro 🌐 www.cinthyacarrillo.com
Pabellón de Arteaga, Aguascalientes

Gerente General

Pabellón de Arteaga, Aguascalientes. 16 de Diciembre del 2023

Asunto: Carta de Terminación de Residencias.

**DR. ERNESTO OLVERA GONZALEZ
DIRECTOR DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO
DE PABELLON DE ARTEAGA**

Mtra. Julissa Elayne Cosme Castorena
Jefa del Departamento de Gestión Tecnológica y Vinculación

PRESENTE

Por medio del presente hago de su conocimiento que la alumna **Mónica Yarenci Castorena Ramírez** estudiante del **Instituto Tecnológico de Pabellón de Arteaga** de la carrera de **Ingeniería en Gestión Empresarial** con el número **191050056**, terminó satisfactoriamente el periodo de residencias con el proyecto denominado **Aumento del Posicionamiento de la marca "Carrillo Inmobiliaria"** mediante el **marketing digital** durante el periodo Agosto-Diciembre 2023, cubriendo un total de 500 hrs.

Sin más por el momento le mando un cordial saludo.

ATENTAMENTE


Cinthya Carrillo Leos
Gerente General

Lic. Cinthya Carrillo Leos
465 101 66 36

Venustiano Carranza 32 A
Colonia Centro Pabellón de Arteaga, AGS

 5 101 6636

 rilloinmobiliaria

 105 5349