

100% plus

Pitch escrito

100% plus del Proyecto Integrador

Chiara Martina Ferrari
Licenciatura en Publicidad
0101196

Campañas Publicitarias II
Prof. Martín Stortoni
Año 2021 – Primer cuatrimestre



Facultad de Diseño
y Comunicación

Pitch escrito

Presentación del autor

Mi nombre es Chiara Martina Ferrari, tengo 22 años, soy de Vicente López, y actualmente me encuentro finalizando mi último cuatrimestre de la Licenciatura en Publicidad.

En este momento estoy trabajando como Analista de Publicidad en Globalsat Group, una empresa de telecomunicaciones. La verdad es que disfruto mucho de este trabajo, ya que estoy haciendo lo que más me gusta, que es crear contenido para los distintos canales de la marca.

Sin embargo, aspiro poder en algún momento vivir la experiencia de trabajar en una agencia de Publicidad.

Presentación del Proyecto Integrador

El presente proyecto integrador, realizado para la asignatura Campañas Publicitarias II, Cátedra Martín Stortoni, se titula Mimesis y se basa en la realización de un Planeamiento Estratégico de Branding Emocional para una marca de indumentaria sustentable llamada Mimesis que actualmente enfrenta una problemática comunicacional y sociocultural, la cual genera que la marca no pueda establecer un vínculo afectivo con sus consumidores y por lo tanto, no pueda posicionarse en su lugar deseado en el nicho de mercado.

Esta problemática consiste en la desinformación respecto a la indumentaria sustentable y los prejuicios establecidos socialmente, los cuales inhiben a los jóvenes a sumarse a la tendencia del diseño de autor sustentable.

Es por esto que se propone como solución a la problemática trabajar en el branding interno y externo, con la finalidad de crear una identidad corporativa que se alinee con sus fuertes valores emocionales, tales como la libertad, conciencia y confianza, y su compromiso con el medioambiente.

En función de esto, a lo largo del planeamiento se fue trabajando en la comunicación interna y externa de la marca, teniendo como objetivo principal crear una cultura, imagen, comunicación, identidad y personalidad corporativa que estén alineadas con los valores y propósito de la marca, como así también buscando generar una coherencia entre el discurso y acciones de la marca, teniendo como finalidad generar confianza y credibilidad para poder establecer un vínculo sólido y afectivo con los consumidores de Mimesis, los cuales buscan en la marca un espacio de aprendizaje e inspiración sustentable.

Aportes del proyecto y logros personales

El presente proyecto integrador fue realizado con la finalidad de encontrar una solución a la problemática abordada, logrando comunicar los valores emocionales de Mimesis y su compromiso con el medioambiente, buscando al mismo tiempo ayudar al consumidor, empatizar con él y formar una comunidad sustentable.

A partir del desarrollo de este proyecto y la realización del planeamiento estratégico de branding emocional, fue posible hacer frente a la problemática y darle una razón de ser a la marca, logrando al mismo tiempo crear una estrategia de branding interno y externo que se alinee con los valores emocionales de la marca y su ética sustentable, logrando así crear un discurso coherente y que logra proyectar la cultura, valores y compromisos de Mimesis, brindando así la posibilidad de formar un vínculo afectivo con sus consumidores a partir de la confianza.

De este modo, este proyecto integrador constituye un aporte académico para los estudiantes de la carrera de Publicidad, ya que sirve a modo ejemplo para la realización de un planeamiento estratégico de branding emocional y experiencia omnicanal, en el cual se trabaja a partir de una problemática.

Como así también, constituye una guía para profesionales que se quieran embarcar en la realización de un planeamiento de branding emocional y experiencia omnicanal para una

marca de indumentaria sustentable, o una marca que trabaje en torno a la sustentabilidad y posea una problemática tanto sociocultural como comunicacional.

Por otro lado, a partir de la realización de este proyecto me llevo conmigo varios logros personales. Por un lado el mayor logro constituye que este trabajo representa el capítulo 4 de mi proyecto de graduación, por lo que su realización fue muy importante para mí, como así también un desafío. Asimismo, identifico como logro personal haber llevado a cabo este proyecto en un contexto tan triste y desafiante como lo es esta pandemia, donde muchas veces tanto yo como mis compañeros nos sentimos muy frustrados, por lo que creo que haber llegado a esta instancia es un gran logro personal.

Desafíos disciplinares y/o profesionales

Durante la cursada enfrenté varios desafíos disciplinares y profesionales. En primer lugar se encuentra el hecho de que los temas abordados durante la cursada eran muy nuevos para mí (branding interno y externo) y al principio me costó entenderlos, pero luego le agarré la mano. Sumada a esta dificultad tuve que lidiar con los tiempos de entrega y lograr entender los conceptos, ya que al mismo tiempo este trabajo, como mencioné anteriormente, constituye mi capítulo 4 del PG, por lo cual en algunos momentos me sentí muy frustrada, pero por suerte pude hacer frente a estos problemas y logré construir un gran proyecto profesional.

Proyección y consolidación profesional

Este proyecto es profesionalmente significativo ya que a partir de su desarrollo se logró hacer frente a la problemática sociocultural y asimismo se le pudo brindar una una

identidad y cultura a la marca que se alinea con sus valores emocionales, su ética sustentable y su compromiso con el medioambiente, logrando alcanzar el mayor objetivo de la marca, el cual es formar un vínculo afectivo con sus consumidores y lograr posicionarse en su lugar deseado en el nicho de mercado.

Asimismo, este proyecto es profesionalmente significativo ya que aborda una problemática social de gran impacto en la actualidad, la cual es la sustentabilidad, como así también las emociones, ya que actualmente estamos en la presencia de un mercado cada vez más emocional, donde las personas buscan ya no buscan solamente productos de alta calidad o del mejor precio, sino que buscan una marca que los acompañe día a día, como así también una marca que comparta sus mismos valores y ética. Por lo tanto, este proyecto sirve a modo de ejemplo tanto para emprendedores que quieran ingresar al mercado sustentable, como así también para estudiantes de Publicidad que quieran observar cómo se aborda la construcción de una marca con compromiso sustentable.

Asimismo, en términos disciplinares, la totalidad del proyecto demuestra una gran comprensión de la materia a partir de la relación de los distintos conceptos vistos a lo largo de la cursada, logrando crear un proyecto coherente y que logra alcanzar los objetivos propuestos en función de la problemática abordada.

Para concluir, paso a agradecerle Martín por esta excelente cursada y por el apoyo que me brindaste durante la realización de mi proyecto de graduación. Me llevo muchísimos conocimientos y buenas experiencias que sé que me van a ser muy útiles para el desarrollo de mi vida profesional, como así también una gran satisfacción personal por el proyecto de graduación que logré construir gracias a todo lo aprendido en tus asignaturas.

De nuevo, muchas gracias y ojalá podamos reencontrarnos en algún momento.

