

PROYECTO DE GRADUACION
Trabajo Final de Grado

North Champ
Análisis y reposicionamiento de una empresa

Francisco Cao
Cuerpo A del PG
24/02/2015
Lic. en Publicidad
Proyecto Profesional
Empresas y Marcas

Índice

Palabras clave	3
Síntesis	4
Listado de antecedentes académicos	7
Logros de mi PG	9
Producción de contenidos curriculares	10
Currículum Vitae del autor	11
Declaración jurada de autoría	13

Palabras clave

Comunicación

Marca

Publicidad

Marketing

Branding

Oxitobrand

Reposicionamiento

Creatividad

Síntesis

El presente Proyecto de Graduación consta del análisis y reposicionamiento de la empresa North Champ, la cual se encarga de ofrecer el servicio de torneos de fútbol *amateur* en la zona de Pilar en el Gran Buenos Aires. La línea temática del trabajo es Empresas y Marcas, ya que el mismo constara de modificaciones de aspectos de una organización que brinda un servicio en particular. Asimismo, resulta posible incorporar el trabajo a la materia de Publicidad, debido a que se elaborará una investigación y análisis desde la perspectiva de dicha disciplina.

La idea surge producto de que el autor del trabajo es cliente de la empresa y comprende que existe una serie de inconvenientes en el desempeño del servicio y comunicación de la misma. Con el objetivo de aplicar sus conocimientos y herramientas adquiridas a lo largo de la carrera de Licenciatura en Publicidad, sugiere una campaña de reposicionamiento, así como cambios en la estructura e innovadoras ideas para incorporar al servicio. Lo cual es producto de la observación por parte del autor en lo que entiende como una incompatibilidad entre la materia prima de la empresa, el aparente posicionamiento y su actual desempeño brindando el servicio de un torneo de fútbol *amateur*.

El PG se inicia estableciendo lo que son conceptos básicos a utilizar a lo largo del trabajo. Para esto se convocan autores pertinentes a la disciplina, que permitan reducir la subjetividad sobre conceptos como marca, publicidad, *marketing* y *branding*. Así como señalar la relevancia de la idea de coherencia, y esta aplicada a la cultura organizacional. Complementariamente, se consulta material de antiguos Proyectos de Graduación que presenten una vinculación con la disciplina, enfoque o tematica del trabajo. Permitiendo así incorporar conclusiones ya establecidas para enriquecer el trabajo, así como asegurar su originalidad. Lo cual exige un correcto análisis sobre el estado del arte de la tematica seleccionada para el trabajo.

Una vez establecidos los conceptos fundamentales, se da lugar a desarrolla lo que es la historia del deporte en cuestión, el fútbol. Para luego incorporar el momento en que

las marcas se vinculan con el deporte y específicamente con dicho deporte. Una vez establecida la idea de cómo surgen e inician su relación el fútbol y las marcas, se permite realizar una descripción sobre la convivencia de ambas en la actualidad. Incluso debelando historias que marcaron un hito para este vínculo, como cifras que describen la relevancia monetaria en la actualidad.

El siguiente paso comprende un análisis en profundidad de la empresa North Champ, la cual se buscara reposicionar. Aplicando herramientas de análisis que permitan comprender y diferenciar las características fundamentales de la compañía. En función de que esto sea posible, y complementando la disciplina de la carrera, se recurre a la utilización de herramientas de matriz FODA, BCG y FCB. Las cuales conjuntamente con el análisis sobre el ciclo de vida de la empresa en el mercado, es posible comprender profundamente las características fundamentales de North Champ.

Teniendo una correcta comprensión de la actualidad de la compañía, es posible que el trabajo pase a abordar el reposicionamiento de la empresa. En el cual se establece la nueva estrategia, el *brief*, el plan de *marketing* y la segmentación de mercado entre otros. Permitiendo definir las modificaciones a realizar dentro de la organización en función del nuevo reposicionamiento anhelado.

Establecidos los fundamentos principales del posicionamiento, se desarrolla la estrategia creativa y de medios, para luego incorporar conceptos innovadores que busquen acompañar y efectivizar la campaña.

Finalmente se da un cierre al Proyecto de Graduación donde las conclusiones alcanzadas exceden a lo particular del reposicionamiento de la empresa North Champ. Ya que luego del análisis y planteo del trabajo, el autor alcanza conclusiones personales que resultan el fruto de la teoría estudiada a lo largo de la carrera y la producción del trabajo. Entre ellas es pertinente destacar la conscientización de la relevancia de la comunicación para las compañías en la actualidad. Así como la coherencia en la identidad corporativa y en la cultura organizacional. Finalmente el autor sugiere una definición propia de la idea de reposicionamiento, permitiendo

concluir el desarrollo de todo el PG.

Listado de antecedentes académicos

- Aversa, M. (2014). *Un Altra Volta. (Reposicionamiento de Marca)*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2614. Recuperado el 07/03/14
- Bejarano Jiménez, É.V. (2013). *Más allá de la experiencia. (Branding y campaña de relanzamiento para la empresa Apcom Ltda)*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2426. Recuperado el 03/03/14
- Devoto Vallejo, I. F. (2014). *El Beneficio de ConcientizaRSE. (Plan estratégico de reposicionamiento para la institución deportiva River Plate)*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2795. Recuperado el 08/03/14
- Fernández, A. S. (2014). *Vocaloid. (Reposicionamiento transmedia)*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2670&titulo_proyectos=Vocaloid. Recuperado el 01/03/14
- Garcés Ayala, A. (2014). *Reposicionamiento en el tercer sector. (creación de una propuesta integral para reposicionar Fundación Sí)*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2809. Recuperado el 07/03/14
- García Rodríguez, S. (2014). *Poligram. (Reposicionamiento y relanzamiento de la marca en Colombia)*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/2810.pdf. Recuperado el 010/03/14
- López Dinelli, J. (2013). *Reposicionando la Sidra en el segmento Premium de bebidas alcohólicas. (Pomera, Tentación Divina)*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2579. Recuperado el 04/03/14
- Müller, C. (2011). *Reposicionamiento y relanzamiento de Burton Snowboard en Argentina. Proyecto de Graduación*. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=381. Recuperado el 01/03/14
- Rincón Arias, S. (2013). *Reposicionamiento de Cooratiendas*. Proyecto de

Graduación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/2741.pdf
Recuperado el 01/03/14

Torqui, J. (2013). *Converse Attack!. (El street art al servicio de la publicidad de guerrilla)*. Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2103. Recuperado el 06/03/14

Logros de mi PG

El trabajo de mi Proyecto de Grado me ha concedido aplicar todas las herramientas y conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. Permitiéndome afrontar el desafío de planear y edificar el reposicionamiento de una empresa real en la actualidad. Ideando partes fundamentales como el *brief*, el plan de *marketing*, la estrategia creativa, entre otras. Es de mi agrado destacar que luego de sentar las bases teóricas sobre los conceptos fundamentales, he podido desarrollar mis propias teorías e interpretaciones sobre estos conceptos de la disciplina publicitaria. Creando así, nuevas definiciones y puntos de vista que buscan ser fruto del aprendizaje de distintos autores. Otro logro que me resulta relevante señalar es la materialización de ideas como *oxitofútbol*, *tiempo mix* y fútbol de guerrilla, que pueden resultar un diferencial creativo para las características innovadoras del trabajo. Siendo estas, un evidente resultado de la influencia del estudio de distintos autores que permitieron construir nuevos conceptos. Generando nuevas ideas mediante la combinación de conceptos ya existentes.

Refiriéndome específicamente a los logros alcanzados por el trabajo en si, creo que resulta relevante señalar que se aborda el reposicionamiento de una empresa que brinda un servicio de fútbol *amateur*, temática específica de la cual no existen muchos trabajos que combinen los

Producción de contenidos curriculares

El autor del presente escrito comprende que es posible establecer una asociación de su Proyecto de Grado, North Champ, con todas las materias estudiadas a lo largo de la carrera, ya que cada una de ellas realizó un aporte elemental para la formación académica del escritor. Sin embargo es pertinente resaltar la materia Campañas Publicitarias II, donde se solidifican y repasan conceptos fundamentales de la disciplina publicitaria. Combinándolo con autores actuales que permiten mantener la teoría e ideas fundamentales actualizados.

Entre los autores más destacados que se mencionan en la materia Campañas Publicitarias II, cabe destacar a Capriotti (2009), quien resulta fundamental para comprender el concepto *branding*. El cual resulta de relevancia para la realización del Proyecto. Otro autor que definitivamente influencia el desarrollo del trabajo es Fredy Kofman (2008), quien a través de su trabajo titulado *la empresa consciente*, determina perspectivas claves sobre la postura que debieran tomar las empresas y sus empleados. Idea que fue posible acompañar con la teoría estudiada sobre Schvarstein (1998), quien desarrolla distintas formas que puede tener el diseño de una organización, concepto que vinculado al de Koffman (2008) dio lugar a un enriquecimiento teórico en el PG. Es posible sugerir que Ghio (2009) y su trabajo sobre el *oxitobrand* puede haber trascendido como uno de los análisis más influyentes en el presente PG.

Finalmente es posible destacar a David Aaker (2001) entre los autores más relevantes repasados en la materia Campañas Publicitarias II, ya que es mediante su análisis de conceptos fundamentales como identidad y gestión de marca que fue posible la realización del PG por parte del autor. Es debido a la influencia de todos estos autores investigados y estudiados en la materia Campañas Publicitarias II, que se entiende a la misma como la más factible de vincular con el PG.

Currículum Vitae del autor



Nombre y apellido: Francisco Cao
Fecha de nacimiento: 06/12/1985
Nacionalidad: Argentino

Actualmente trabaja como Gerente de Comunicación y Relaciones Institucionales en Panedile Argentina

Experiencia Laboral

Gerente de Comunicación y Relaciones Institucionales. at Panedile SACFI enero de 2011 - Actualidad (4 años 2 meses)
- Responsable de la identidad corporativa de la empresa. - Responsable de Brochure y fotografía de la empresa. - Responsable de todo material audiovisual de la empresa. - Representante de la empresa en eventos internacionales. Ej: PDAC (Toronto, Canadá); EXPOMIN (Santiago de Chile), entre otros. - Responsable del merchandizing e indumentaria de la empresa. - Responsable de la estrategia creativa y de medios.

Trabajo Free Lance de comunicación y representación institucional at Panedile Argentina S.A.I.C.F. e I. enero de 2010 - enero de 2011 (1 año 1 mes)

Creativo at Jauja Eventos enero de 2008 - noviembre de 2008 (11 meses) Creación de ideas, temáticas y presentaciones para eventos corporativos.

Creador y Organizador General at Republic febrero de 2007 - junio de 2007 (5 meses) Organización completa de un salón de fiestas. - Contratación de personal. - Cierre de caja. - Compra de bebidas. - Relaciones Públicas. - Producción de Flyers.

Creativo at El Cielo de Agulla & Baccetti marzo de 2006 - diciembre de 2006 (10 meses)

Creativo Junior at Publiart febrero de 2005 - diciembre de 2005 (11 meses)

Capacitador entorno a Windows y paquete Office at Francisco Cao marzo de 2004 - agosto de 2005 (1 año 6 meses)

Asistente administrativo at Jazmin Chebar marzo de 2002 - julio de 2003 (1 año 5 meses)

Disc Jockey at Francisco Cao mayo de 2001 - diciembre de 2001 (8 meses)

Servicio de disc jockey para fiestas de menores de 18, incluía traslado e instalación de equipo.

Idiomas

Español (Competencia bilingüe o nativa)

Inglés (Competencia básica profesional)

Italiano (Competencia básica)

Educación

Universidad Austral, Buenos Aires Posgrado en Comunicación Institucional, Comunicación, 2012 - 2012

Universidad de Palermo Lic. Publicidad, Diseño y comunicación, 2003 - 2015
Actividades y grupos: Clase de Ceremonial y Protocolo, Clase de comunicación oral, Clase de comunicación no verbal, Clase de teatro y espectáculos, actividades deportivas.

Colegio de Todos los Santos Bachillerato Internacional, 1987 - 2003

Reconocimientos y premios

-2003 Primer premio en el concurso del "Círculo más creativo", en la Escuela Superior de Creativos Publicitarios.

-2005 Tercer premio por el diseño de campaña de vía pública en el concurso para la Sociedad de Distribuidores de Diarios, Revistas y Afines (S.D.D.R.A).

-Entre materias electivas cursadas se encuentran Ceremonial y Protocolo, Comunicación no verbal.

Intereses

Nuevas tecnologías, Fútbol, Ski, Hockey sobre rollers, Comunicación, Educación, Debatir, Caharla

Declaración jurada de autoría

A: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Por la presente declaro que el Proyecto de Graduación es mi propio trabajo y hasta donde yo sé y creo, no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, ni material que de manera sustancial haya sido aceptado para el otorgamiento de premios de cualquier otro grado o diploma de la Universidad u otro instituto de enseñanza superior, excepto donde se ha hecho reconocimiento debido en el texto.

Autorizo a la Facultad de Diseño y Comunicación a emplear los contenidos del mismo a efectos académicos e institucionales del Proyecto de Graduación titulado:
North Champ. Análisis y reposicionamiento de una empresa.

Saluda cordialmente

24 / 02 / 2015

Fecha

Firma y aclaración