

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**  
Trabajo Final de Grado

**For Seven**  
Agencia desarrolladora de marcas emocionales

Merli Medali Iparraguirre Pizarro  
Cuerpo A del PG  
23/02/2015  
Licenciatura en Negocios de Diseño y Comunicación  
Proyecto Profesional  
Empresas y Marcas

## **Índice**

<b>Palabras clave</b>	p. 3
<b>Síntesis</b>	p. 4
<b>Antecedentes</b>	p. 5
<b>Logros de mi Proyecto de Graduación</b>	p. 7
<b>Producción de contenidos curriculares</b>	p. 8
<b>Currículum Vitae del autor</b>	p. 9
<b>Declaración Jurada de Autoría del PG.</b>	p.10

## **Palabras clave**

Marca - branding emocional - empresa - PyME - atributo - agencia - experiencia - proceso de comunicación - gestión - valor de marca - percepción - consumidor - identidad.

## Síntesis

El siguiente Proyecto de Investigación y Desarrollo (PID) se desarrolla en el campo profesional de la carrera de la Licenciatura en Negocios de Diseño y Comunicación y se inscribe en la categoría de Proyecto Profesional dentro de la línea temática Empresas y Marcas debido a que la propuesta surge tras identificar una falta de cercanía y fidelización por parte del consumidor hacia las marcas de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) en Lima – Perú, ante un mercado aglomerado de competencia comercial estas dejan de lado la importancia de fomentar un vínculo emocional. Así, la autora del presente proyecto se ve motivada a generar y mejorar el desarrollo de las marcas PYMES a través de un servicio diferencial desde el enfoque del valor emocional por medio de la agencia *For Seven*, es el principal objetivo que se establece para el tipo de servicio, esperando mejorar progresivamente la situación actual de la cercanía de las PyMEs con sus consumidores. Del mismo modo, el proyecto se ubica en esta categoría debido a la necesidad de profundizar y explorar bibliografías, investigaciones, documentaciones y toda la información relevante que aporte la propuesta del servicio diferencial.

El objetivo general de este PID es proponer una forma sistematizada / una metodología de desarrollar marcas emocionales para las PyMEs en Lima - Perú, tienen como objeto de estudio comprender el desarrollo del valor marca para PyMEs desde la percepción de la agencia *For Seven*, que buscará profundizar en criterios relacionados al valor de marca emocional en la identidad de marca. También para esta elaboración se explorará y se analizará el mercado para conocer la percepción que tiene el consumidor hacia la marca del producto y/o servicio ofrecido por distintas empresas PyMEs.

## Antecedentes

- Cofone, M. (2006). *Estructuras sinérgicas de marca. Cobranding y gestión estratégica como agregado de valor a los activos de marca, Argentina 2001-2006*. Maestría en Diseño Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/17%20Cofone.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/17%20Cofone.pdf)
- Chumacero, J. (2013). *Emprendedores el nuevo motor de la economía Peruana: Agencia de marketing y comunicación corporativa para PyMEs del Perú*. Proyecto de Graducación Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=1708](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1708)
- Falcón, M. (2012), *La percepción de la marca*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=539&titulo\\_proyecto=La%20percepci%F3n%20de%20la%20marca](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=539&titulo_proyecto=La%20percepci%F3n%20de%20la%20marca)
- Gómez, Y. (2007). *La cultura del diseño: Estrategia para la generación de valor e innovación en la PyMe del Área Metropolitana del Centro Occidente, Colombia*. Maestría en Diseño Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/22%20Yaffa.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/22%20Yaffa.pdf)
- Guerin, A. (2012). *Un nuevo estilo de comunicar imagen e identidad: Consultora de imagen e identidad corporativa para PyMEs de Lima*. Proyecto de Graducación Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=1614](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1614)
- Jeisich, M. (2014). *Un ingrediente emocional: El branding gastronómico para fortalecer la imagen de marca*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/catalogo\\_de\\_proyectos/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=2833&titulo\\_proyectos=Un%20ingrediente%20emocional](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/catalogo_de_proyectos/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2833&titulo_proyectos=Un%20ingrediente%20emocional)
- Pacheco, F. (2006). *La gestión de identidad como base para a creación de una marca empresarial: Un camino para lograr una ventaja competitiva sostenible*. Maestría en Diseño. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/03%20Pacheco.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/03%20Pacheco.pdf)
- Pinto, J. (2013). *Diseño de vitrinas e imagen de marca. Caso: Emprendedores de Plaza Norte Lima*. Maestría en Diseño. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/104-Pinto-juan.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/104-Pinto-juan.pdf)

Wilches, L. (2013), *Vada: Marcas pensadas para PyME: Desarrollo de un sistema de identidad pregnante*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=2474](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2474)

Zetina, A. (2011). *El diseñador gráfico independiente y sus clientes: El éxito de las relaciones comerciales a través de la gestión*. Maestría en Diseño. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en:  
[http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/67%20ZetinaDiaz.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/67%20ZetinaDiaz.pdf)

## **Logros de mi Proyecto de Graduación**

Mientras siga avanzando el mundo empresarial las marcas de estas deberían trabajar en conjunto para poder transmitir mensajes de comunicación acordes a los atributos de la identidad de la marca, como también de sus valores que ayuden a fomentar un crecimiento personal llenos de aspiraciones con la finalidad de generar un mundo cada vez mejor.

En efecto lo que en un principio era todo un reto para la finalización de este PID, se convirtió en un recorrido productivo y beneficioso a reforzar conocimientos e incrementar mis habilidades para querer saber sobre que hay más allá de una construcción de la identidad de la marca que muchas veces empieza por un boceto de un logo. A lo que desde mi punto de vista de diseñadora gráfica publicista, emprendedora de *For Seven*, agencia desarrolladora de marcas emocionales y próxima Licenciada en Negocios de Diseño y Comunicación, encontré que si hay algo que una marca podría intentar es ser algo para alguien, proyectar un significado poderoso con el que se pueda identificar y diferenciarse de otras, por lo que una marca es como si fuera una persona con sentimientos llena de características diferenciales inherentes, con un conjunto de significados en busca de amigos que se sumen a la experiencia de poder descubrir y conquistar el mundo. Hechos que implicarían, con tener en claro los atributos de una marca empresarial que permita generar una conexión estratégica con el consumidor aportando sensaciones a través de los sentidos para generar experiencias, donde se pueda desarrollar un proceso hacia establecer marcas emocionales, siendo de importancia en la gestión de un negocio y, sobre todo, aplicables en mi campo emprendedor. Por ello, y como objetivo personal, me he propuesto a seguir indagando sobre las marcas emocionales y el desarrollo de estrategias de branding que permitan entablar una adecuada comunicación de marca con el consumidor.

## **Producción de contenidos curriculares**

En cuanto a la producción de los contenidos curriculares el presente PG se asocia con la asignatura de comercialización I y II, Gestión Comercial I de la Carrera de Diseño, Moda licenciaturas, carreras afines a la comunicación, convirtiéndose en un contenido de la asignatura curricular a modo de ejemplo que permitirá a los alumnos ver un enfoque del desarrollo de marcas para PyMEs por lo que el futuro de la marca esta en la tendencia de aplicar el branding emocional, de tal modo es importante ir más allá de la marca, para construir, crear lazos a partir de experiencias generadas con la finalidad de despertar emociones y fidelizar al consumidor.





## EXPERIENCIA LABORAL

- 2013 (actualmente - 2014):** Lima-Perú  
Dirección de arte freelance Agencia For Seven
- 2012 (13):** Lima-Perú  
Diseñador Gráfico Senior Agencia Proykta
- 2012 (enero / febrero):** Lima-Perú  
Diseñador Gráfico Practicante MaccanEricson
- 2012 (noviembre):** Lima-Perú  
Diseñador Gráfico freelance Agencia Proykta
- 2010 (12):** Lima-Perú  
Diseñador Gráfico Junlor en Taller 112

## LOGROS ACADÉMICOS

- UP:** Certificado Escuela de Emprendedores Creativos (UP) Buenos Aires/Argentina
- 1er Puesto:** Mejor Campaña Publicitaria (Evento ISIL) Lima/Perú
- Certificado:** Diseño Multimedia (ISIL) Lima/Perú
- Certificado:** Diseño Corporativo (ISIL) Lima/Perú
- Certificado:** Diseño Editorial (ISIL) Lima/Perú
- Título:** Ingles (IPCNA) Lima/Perú

## FORMACIÓN ACADÉMICA

### Educación Superior:

- Universidad de Palermo (actualmente - 2014):** (Buenos Aires-Argentina)  
Lic. en Negocios de Diseño y Comunicación
- Escuela de Emprendedores Creativos Up (2013):** (Buenos Aires-Argentina)  
Emprendimiento Creativo
- Instituto San Ignacio de Loyola (2011):** (Lima-Perú)  
Diseño Gráfico
- Instituto de Idioma IPCNA (2007):** (Lima-Perú)  
Inglés avanzado

### Centros de Estudios:

- (Lima-Perú)  
Secundaria: Colegio San Andrés  
Primaria: Colegio José Martí

## SOFTWARE

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe Indesign
- HTML/CSS
- Corel Painter
- 3Dmax
- Microsoft Office



# MERLI

Diseñadora Gráfica / Publicista



Hobbies e Interes



Creatividad



Manualidades



Fotografía



Viajar



Artes marciales



Música



Merli Medali Iparraguirre Pizarro



1538141811



merlimedali07@gmail.com



[www.behance.net/merliparraguirre07](http://www.behance.net/merliparraguirre07)

## **Declaración jurada de auditoría**

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:

**For Seven**

Agencia desarrolladora de marcas emocionales

Saluda cordialmente

Merli Medali Iparraguirre Pizarro

**23 / 02 / 15**

Fecha

\_\_\_\_\_  
Firma y aclaración