

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Cirunta Delivery

Comida casera peruana para estudiantes extranjeros

Daniel Obregón

Cuerpo A del PG

27/02/2015

Licenciatura de Publicidad

Proyecto Profesional

Empresas y marcas

Índice	2
Palabras Clave	3
Síntesis	4
Antecedentes	6
Logros de mi PG	7
Producción de contenidos curriculares	8
Curriculum Vitae del autor	9
Declaración jurada de autoría del PG	10

Palabras Clave

Branding

Branding online

Branding estratégico

Brand Equity

Emociones

Comunicación vincular

Facebook

Marketing de la experiencia

Experiencia de marca

Valores de marca

Identidad de marca

Internet

Twitter

Instagram

Redes sociales

Comunidades online

Estrategia creativa

Estrategia de medios

Estrategia de branding

Web 3.0

Delivery

Comida casera

Síntesis

El Proyecto de Grado comienza a realizarse en la asignatura de Seminario I, y luego se finaliza en Seminario II con el profesor Martín Stortoni. Pertenece a la categoría Proyectos Profesionales, puesto que trata sobre el reposicionamiento del emprendimiento Cirunta, marca que tuvo vigencia todo el 2011, ofreciendo almuerzos caseros a estudiantes extranjeros de la Universidad de Palermo.

El desafío propuesto, es sumarle a la marca Cirunta, beneficios emocionales en su discurso publicitario, además de replantear la identidad, puesto que como objetivo se plantea organizar los elementos que componen al negocio. Además, se analizará la importancia de las redes sociales para emprendimientos que desean darse a conocer y, como a través de ellas, se puede lograr vincular de manera más efectiva.

Por esta razón, se introducen conceptos no solo de marca y branding, sino además, la importancia del marketing de la experiencia, en generar propuestas vinculadas para los usuarios de Cirunta. La propuesta consiste en desarrollar nuevos planes de marketing y comunicación con la finalidad de reposicionar el emprendimiento para que el mismo, tenga una rápida re inserción en el mercado. No obstante, también se realizará un análisis de la nueva personalidad que propone la marca para esta nueva etapa. Igualmente, se elaborará un replanteo de la personalidad de la marca, así como también los valores de la misma.

El PG consta de 85 páginas, que darán cuenta desde el contexto actual en donde la marca quiere desarrollarse, hasta el desarrollo de los planes antes mencionados. Este formato permite enfocar la problemática, descrita por el autor, para el reposicionamiento de la marca Cirunta. Igualmente, se considerará una serie de conceptos teóricos que justifiquen las acciones llevadas a cabo por el autor para la solución de la problemática planteada.

En lo que respecta a la estructura del PG, este permite acceder al conocimiento teórico de cada tema y a su vez lo incorpora para la aplicación en la marca. Esto permite comprender el valor estratégico de un profesional de la publicidad respecto a cómo gestar y comunicar una marca en las redes sociales.

Por último, se puede observar como cada instancia del PG ha sido abordada desde lo conceptual, teórico y práctico para lograr una lectura atractiva y que en la misma pueda comprenderse la importancia de una profesión, que se desenvuelve cada vez más en la actualidad.

Antecedentes

- Arrué, M. (2012). El re branding de Sushi pop. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2998.pdf
- Amor, S. (2014). El retorno de Pizza Hut a la Argentina (Demostrar el valor de las redes sociales para el reposicionamiento de la marca). Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2894.pdf
- Diaz, A. (2014). Hambrientos por la fama (Re- branding del patio de comidas Fame Fast Food). Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2929.pdf
- Fernando, D. (2010) Crepes & Waffles Lanzamiento publicitario de la marca en Argentina. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Galli, M. (2012). Van, marca líder del mercado emergente de los longboards (El individualismo que conduce a las agrupaciones). Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/579.pdf
- Garcia, M (2012). Café Oyambre (Posicionamiento de marca existente dentro del mercado del consumo final). Buenos Aires: Universidad de Palermo. Facultad Diseño y Comunicación. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/487.pdf
- Guillemint, F (2014). Sansound (Branding de un servicio). Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2957.pdf
- Marconi, M. (2012). Bernardita M (Incursionando el terreno del branding emocional). Proyecto de Graduación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Facultad Diseño y Comunicación. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/486.pdf
- Rios, A. (2014). Frutix, una nueva alternativa saludable (Desembarco de una empresa peruana en el mercado argentino en tiempos de crisis). Proyecto de Graduación. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2929.pdf
- Slelatt, P. (2012). Publicidad y diseño para Pyme (Su relevancia para la construcción de valor). Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/572.pdf

Logros de mi PG

En función a la realización de proyecto profesional, en el marco de empresas y marcas, he podido relacionar cada uno de los conocimientos que he adquirido y aprendido durante la carrera de publicidad. La marca Cirunta, es una propuesta que lance en el año 2011, en donde ofrecí el servicio de delivery de almuerzos caseros a jóvenes extranjeros. El emprendimiento estuvo durante un año cumpliendo con cada uno de los usuarios, quienes vieron en la marca, una propuesta novedosa.

La nueva etapa que deseo incursionar con la marca, me lleva a re elaborar aspectos tanto en la comunicación y el marketing para un reposicionamiento eficaz de Cirunta.

Estoy plenamente satisfecho por haber logrado poner en práctica, los conocimientos adquiridos en la universidad y llevar a cabo mi propio emprendimiento. Es ahora para mí un desafío el reinsertar la marca apostando por la utilización de las redes sociales, herramienta que posibilita a emprendedores a posicionar una marca en mercados altamente competitivos. No obstante, la base de mi aporte se encuentra en solucionar la problemática de la marca, interviniendo en cada uno de los puntos a desarrollados en el cuerpo B del PG.

Producción de contenidos curriculares

El trabajo propone aportar al profesional publicitario las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías para el desarrollo de un emprendimiento en las redes sociales. Los jóvenes cada vez más plantean nuevas ideas a través de novedosos negocios los cuales deben poder identificarse con el público al que van dirigido. Es por ese motivo que iniciar un comercio sin una marca que los usuarios puedan reconocer y sin una identidad definida, genera cierta duda para el futuro del emprendimiento. Por tal motivo, el autor propone que el trabajo expuesto sea compartido dentro de la materia de Campañas Publicitarias 1, puesto que es necesario para todo estudiante de la carrera de Publicidad el saber cómo dar identidad a las marcas. A través de las teorías de Scheinsohn y Wilensky, el autor pudo desarrollar el PG, aplicando todo lo teórico a lo práctico.

Daniel Nicolás Obregón Meléndez

Capital Federal
48240620

Coronel Diaz 1860 9-36
Teléfonos: (15) 36763067 –

Trayectoria Laboral

- **Cirunta delivery** desde Abril 2011
Emprendimiento personal de comida peruana
- **Cumbre Hemisférica de Alcaldes** Sept. 2009
Logística del evento realizado en Mar del Plata
- **Consultora IC-Argentina** 2009-2010
Asistente de Gerencia
- **Negocio Propio "Choloco"** 2008
Jefe de cocina en Instinto Reggae Bar
- **Tardillo Producciones** 2008
Logística y atención de eventos en la comunidad peruana
- **Dj de música latina** 2006 – 2008
Fiestas del grupo ISN (estudiantes extranjeros)

Experiencia Adquirida

- . Atención al cliente mediante un buen servicio de calidad y hospitalidad
- . Trámites administrativos y bancarios.
- . Manejo de Caja.
- . Administración: organización y clasificación de documentación. Estadísticas de ventas.
- . Atención al público, en salón de ventas.
- . Gran adaptación en los cambios culturales.
- . Generador de ideas para negocios propios

Estudios Cursados

- Universitarios: Cursando en la actualidad – Universidad de Palermo. Licenciatura en Publicidad
- Secundarios: Colegio Reina del Mundo – Lima, Perú
- Inglés: Curso completo en la asociación Británica Peruana – Lima Perú.
- Computación: Utilitarios Windows – varios (Word, Excel, Power Point, entre otros). Programas de diseño – Photoshop.

Datos Personales

Estado Civil: soltero

Fecha de Nacimiento: 28/09/1984

DNI (pasaporte):3517610

Declaración Jurada

Buenos Aires, 25 de febrero de 2013

Facultad de Diseño y Comunicación
Universidad de Palermo
Buenos Aires

Por la presente declaro que el Proyecto de Graduación es mi propio trabajo y hasta donde sé y creo, no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, ni material que de manera substancial 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 Trabajo Final de Grado titulado: Cirunta

Daniel Obregón Meléndez
DNI: 42718979