

**I N F O R M E  
D E  
I N V E S T I G A C I Ó N**

---

***PROYECTO APLICADO***

***VALERIA AVALO***

---

# CONTENIDO

---

**1. TÍTULO**

**2. RESUMEN**

**3. JUSTIFICACIÓN**

**4. PLANTEAMIENTO  
DEL PROBLEMA**

**5. OBJETIVOS**

**6. REFERENTES  
CONCEPTUALES**

**7. DISEÑO METODOLÓGICO**

**8. CONCLUSIONES**

**9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**¿ I M P O R T A C U L I S M O ?**

---

# RESUMEN

---

## *MARCA PERSONAL*

Este trabajo se plantea desde una marca personal que me defina y que vaya acorde con quien soy yo como persona, se trata de plantear mi punto de vista y de vivir mi vida desde una mirada más a fondo, para poder lograr explicar quién soy yo como persona y cuál es la esencia que me define y me caracteriza, cuál es ese valor agregado y ese atributo diferenciador que me hace única no solo como persona sino también como marca personal y cómo eso lo puedo asociar con lo que me gusta o me gustaría hacer en mi vida y volverlo una marca

# J U S T I F I C A C I Ó N

---

## *PROYECTO*

Este proyecto fue planteado, desarrollado y creado con el fin de poder plasmar la esencia de una persona en una marca, y como una herramienta para uno mismo poder estar replanteándose y re cuestionándose quién es en realidad, a la misma vez la investigación sirve para ir tomando un rumbo hacia lo que quiero hacer en mi vida, hacia lo que me gusta y me apasiona y va acorde con quien soy yo, teniendo en cuenta mi gusto, valores, debilidades y fortalezas como persona, es un mapa el cual uno mismo construye y seguirá construyendo a lo largo de su vida, ya que este proyecto queda como una guía que podrá ir cambiando y evolucionando a lo largo de esta.

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

---

## *¿QUIÉN SOY?*

En este proyecto se ve el planteamiento de la pregunta ¿Quién soy? en general, se toman diferentes herramientas y se hacen diferentes investigaciones para poder llegar a responder esa pregunta desde un punto de vista más extenso y profundo, se toma el ¿Quién soy? no solo desde lo que yo pienso o creo de mí sino desde diferentes puntos de vista de terceros, y se hace un completo análisis de esa pregunta para poder crear un concepto y una marca personal a partir de este.

De allí se genera un análisis que me ayudará a entender diferentes aspectos de mi vida los cuales puedo plasmar de diferentes maneras en este proyecto y los cuales puedo dar a conocer a la gente para que tenga un mejor concepto sobre quién soy yo en realidad y sobre cómo esto me lleva a desarrollar lo que para mí es una guía de vida.

# OBJETIVOS

## *GENERAL Y ESPECÍFICOS*

El objetivo general de este trabajo es dar a entender quién soy yo como persona desde la creación de una marca personal, para esto se utilizaron diferentes herramientas para poder llegar a la creación de esta

- Entender más a fondo mi formación como persona utilizando los ejercicios de la ruta de desarrollo de marca
- Poder dar a entender mi esencia siguiendo la ruta de desarrollo de marca enfocándome en el ser de la marca
- Poder plantar un concepto o concepción que tienen las personas frente a mí y darle la vuelta y explicar quién realmente soy yo detrás de eso
- Resaltar mis valores y virtudes tanto en el aspecto personal como en el laboral
- Dar a conocerme mediante un audiovisual en el cual se plantea todo el ser de la marca

# REFERENTES CONCEPTUALES

## *MARCA PERSONAL*

La creación de marca personal es un concepto el cual consta de considerarse a uno mismo como una marca, en donde se debe identificar las características que nos definen como persona y que nos hacen diferentes a los demás, aquí también se plantean las debilidades y fortalezas de cada uno para así poder tener claro todos los aspectos de la marca. Esta creación de marca ayudará a aumentar el valor del trabajo propio y a comunicar y promocionar la esencia de la persona. La marca personal hace que la persona sea vista como alguien diferente y pueda destacar su valor diferenciador de los demás.



# REFERENTES CONCEPTUALES

## *COMUNICACIÓN PUBLICITARIA*

La Comunicación Publicitaria es el conjunto de la comunicación como fin de transmitir información a un objetivo, meta o receptor pretendiendo actuar de forma directa sobre las personas y de la publicidad para la comercialización de un producto o servicio, al hacer un complemento se genera una visión estratégica, creativa y persuasiva para así poder crear conexiones con los consumidores y clientes. Utilizando herramientas como el diseño, la estrategia, y la redacción creativa

# DISEÑO METODOLÓGICO

---

## *RUTA DE DESARROLLO DE MARCA*

Se utilizó la ruta de desarrollo de marca para poder llegar a la conclusión e idea principal de este trabajo, se realizó el time line de vida para poder saber puntualmente que experiencias me han marcado como persona a lo largo de mi vida y cómo esto ha influido en quién soy hoy. El mapa del futuro ideal fue una gran herramienta para plasmar e idealizar esa vida que quiero en un futuro y empezar a cuestionarme cómo voy a lograr eso que tanto quiero y tener claro que es lo que quiero.

Realizando la rueda de la vida fue muy interesante darme cuenta cuáles aspectos de mi vida tengo que trabajar más en este momento, en que me debo enfocar y centrar para poder lograr un balance. También se creo un ejercicio de niño interior, el cual a mi parecer fue uno de los que más me ayudó a reconocer y entender mi esencia e identidad como persona, ya que me hizo cuestionarme y recordar cómo fui de pequeña y cómo todavía mi personalidad sigue recalando ese niño interior que hay en mí.

La creación de los últimos ejercicios es lo que le dio cierre a la investigación de ser de la marca y fueron ejercicios que me llevaron a crear la conceptualización y el título de este proyecto, al realizar r el ejercicio de los 3 valores y el DOFA pude darme cuenta cuáles eran mis valores, virtudes y defectos realmente, me enfoqué no solo en lo que hago bien sino que también acepté y busqué cuáles eran mis falencias y debilidades que a veces me impiden llegar a donde quiero.

Por último la matriz de empatía y el ejercicio sobre lo que soy, amo, y quiero ser, me ayudaron a concluir todo y a darle a toda esta información un rumbo, a crear un beneficio diferenciador mío como persona y marca personal.

# CONCLUSIONES

---

## MANIFIESTO

### Importaculismo:

Dícese de la acción por la cual a uno le importa un culo la opinión, acciones, palabras, comportamientos y gestos de los demás.

### Detrás de

esa niña tímida que parece reservada, un poco cerrada, y para ti quizá importaculista, es otra, una niña que elige realmente lo que le importa, la alegría, la sencillez, la creatividad y el optimismo.

Hola mi nombre es Valeria Avalo, me gusta ver el lado bueno de la vida, sin complicarme ni darle tantas vueltas a las cosas o situaciones; Me gusta vivir la vida de una manera alegre y disfrutar de cada pequeño momento, el aquí y el ahora. Soy curiosa y aventurera, me encanta vivir nuevas experiencias y estar constantemente descubriendo cosas nuevas, la lealtad y la humildad son los valores más importantes en mi vida. Valoro estar con personas con las cuales me identifico, con quien puedo ser yo misma y así plasmarles esa alegría que me define. Reír es la mayor terapia, es la cura para todo, por eso me río por todo y de todo. Soy importaculista, porque solo elijo las opiniones, acciones y palabras que realmente me ayudan a construir cómo persona. Esta es mi manera de vivir sin limitaciones, sin estigmas, sin preocupaciones, es una manera de llevar la vida de una forma más tranquila y es mi manera de ser feliz.

# CONCLUSIONES

---

## GUION

-Qué piensas de Valeria?

- Es tímida
- Es indiferente
- Es muy cerrada
- Es apática
- Es importaculista

-Qué es el Importaculismo

Del Latin Impotaculus

“la acción por la cual a uno le importa un c\*!@ la opinión, acciones, palabras, comportamientos y gestos de los demás.”

-Pero realmente es importaculista?

-NO

- Es tranquila
- Es reservada
- Es alegre
- Es relajada
- Es descomplicada

-Realmente no es que no me importe nada, sino que me importa lo que verdaderamente es importante para mí a mi manera obvio eso claro está, simplemente vivo mi vida con una ley de vida

-“Darle importancia a lo realmente importante”

-Hola mi nombre es Valeria Avalo Vega, me importan mis principios y valores, creo en que disfrutar de nuevas experiencias es la forma de sentirse vivo, en que tomar riesgos es la mejor apuesta de la vida, en que reírse es la cura para todo, en que la curiosidad NO mató al gato, en que hay que darle importancia a lo realmente importante; ¿Y que es lo realmente importante? es vivir sin juicios, sin limitaciones, sin estigmas, sin preocupaciones, es una forma de llevar una vida más tranquila.

-Para poder llegar a esta conclusión y crear esta frase que marca tanto mi vida recorrí la ruta de desarrollo de marca y me enfoqué en el ser de la marca, en el ser de lo que me caracteriza y en mi esencia

-Lo realmente importante para mí en el ámbito personal es poder ser yo misma

-Ser alegre, sencilla, leal, humilde, optimista y creativa, ver siempre el lado bueno de las cosas y situaciones, disfrutar cada momento como si no hubiera un mañana, ¡y pues en resumidas cuentas hacer de la vida un parche!

# CONCLUSIONES

---

-En el ámbito laboral lo que realmente me importa es la creatividad, es lo que me mueve y lo que me impulsa ser diferente

-El arte, el diseño y el branding son cosas que realmente me apasionan, que me importan y entran dentro de esa pequeña frase que es mi ley de vida

-Me importa generar y crear marcas innovadoras, creativas, y divertidas desde su esencia, pero teniendo en cuenta lo realmente importante, marcas con valores, humanas y transparentes. marcas cercanas que puedan lograr mas allá de una experiencia una conexión real con la marca y el cliente

-Quiero poder plasmar mi ley de vida en cada proyecto creado, y por medio de mis habilidades y herramientas poder crear una conexión con las demás personas plasmándoles esa alegría que me caracteriza

-Porque realmente la vida es muy corta para estar complicándosela por eso para mi darle importancia a lo realmente importante debería ser una ley de vida

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

E<https://www.coaching-tecnologico.com/que-es-la-marcapersonal/#:~:text=Desarrollar%20una%20Marca%20Personal%20consiste,entorno%20homog%C3%A9neo%20competitivo%20y%20cambiante.>

<https://www.subcutaneocreative.com/2013/03/concepto-la-comunicacion-publicitaria.html>

<https://www.colegiatura.edu.co/oferta/comunicacion-publicitaria/#1597881809559-412dc1ca-c5a2>