



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN CIENCIAS PUBLICITARIAS

PROPUESTA DE PLAN DE CONTENIDO PARA CHOCOLISTO

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Ciencias
Publicitarias**

ARIANA ANGULO RUIZ

ALESSANDRA ARROYO ADVINCULA

**Lima – Perú
2025**

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a Dios, por guiarnos en cada paso; a nuestros padres y familia, por su apoyo incondicional y constante aliento. Gracias por estar siempre con nosotras.

Índice General

Resumen Ejecutivo	5
Introducción	7
Capítulo I: Design Thinking: Proceso Analítico	9
<i>Historia y Antecedentes de Chocolisto</i>	9
<i>Desarrollo del Brief de Chocolisto</i>	12
<i>Modelo IER de Campañas Publicitarias</i>	15
<i>¿Qué, cómo, por qué de la marca?</i>	19
<i>Mapa de Actores</i>	21
<i>Desarrollo de Entrevistas Personales</i>	24
<i>Benchmark del Mercado</i>	34
<i>Mapa Mental</i>	39
<i>Diagrama de Ishikawa</i>	40
Capítulo II: Design Thinking: Proceso Creativo	41
<i>Técnica de Brainstorming y lluvia de Ideas</i>	41
<i>Técnica Cardsorting</i>	44
<i>Técnica Ideación basada en superhéroes</i>	45
<i>Desarrollo de Prototipos</i>	52
<i>Storyboard y Guion Gráfico</i>	55
<i>Encuestas Cuantitativas</i>	63
<i>Evaluación de Experiencias</i>	75
<i>Técnica de Poster</i>	78
Capítulo III: Concepto Central Creativo	79
<i>Valor de Marca (Brand Equity)</i>	79
<i>Posicionamiento de Marca y Slogan</i>	79
<i>Brand Essence Wheel (BEW)</i>	80
<i>Pirámide del Insight</i>	81
<i>Tono de comunicación</i>	81
<i>Copy Strategy</i>	82
<i>Claim de la campaña:</i>	83
Capítulo IV: Branded Content	83
<i>Campaña Digital en Instagram</i>	83
<i>Campaña Digital en Facebook</i>	90

<i>Campaña Digital en Youtube</i>	91
<i>Campaña Digital en Tiktok</i>	92
<i>Conclusiones y Recomendaciones</i>	94
<i>Referencias Bibliográficas</i>	97
<i>Anexos</i>	100

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de investigación analiza estratégicamente la marca Chocolisto, una bebida achocolatada que ha mantenido una presencia sólida en el mercado por más de cuarenta años. Desarrollado por la Compañía Nacional de Chocolates, Chocolisto ha logrado posicionarse como una opción práctica y nutritiva para niños, consolidando su identidad a través de campañas memorables y una propuesta de valor basada en el sabor, la nutrición y la conveniencia.

Esta monografía se centra en comprender su evolución, su impacto en distintos mercados de América Latina y su adaptación ante los cambios en los hábitos de consumo. El objetivo principal de este estudio es diseñar una estrategia de contenido digital que permita fortalecer el posicionamiento de Chocolisto en el entorno digital, conectando de forma auténtica con audiencias modernas, especialmente madres jóvenes con estilos de vida acelerados.

Para lograrlo, se han utilizado metodologías de pensamiento creativo, análisis de marca, benchmarking y herramientas de marketing digital, abordadas en cuatro capítulos que abarcan desde los antecedentes y diagnóstico estratégico hasta la formulación de una propuesta innovadora de branded content.

Como resultado, se plantea una línea de comunicación que prioriza formatos visuales dinámicos, contenido útil y emocionalmente resonante, integrando el producto de manera sutil pero constante en la vida cotidiana. Esta propuesta no solo representa una oportunidad de crecimiento para la marca, sino también una vía efectiva para incrementar el engagement, impulsar su

relevancia en redes sociales y atraer inversión en estrategias que aseguren su vigencia en el ecosistema digital actual.