



CELEBRAR ES ATREVERSE

25 años de Miramar

Una campaña de autopublicidad que convirtió el aniversario de la agencia en una metáfora literal del emprendimiento: dar el salto.

1. La idea

Miramar cumplió 25 años. En lugar de plantear una celebración corporativa convencional, la campaña buscó expresar qué significa haber creado, sostenido y hecho crecer una empresa durante un cuarto de siglo.

“Crear una empresa es dar un salto.”

La metáfora se convirtió en una acción real: saltar en paracaídas. El vacío, el vértigo, la decisión y la confianza necesarios para abandonar el avión funcionan como representación física del riesgo que acompaña al emprendimiento.



OBJETIVO

Celebrar los 25 años de Miramar de una manera coherente con el carácter de la agencia, reforzando su identidad, su historia emprendedora y su disposición a asumir riesgos y seguir evolucionando.

ESTRATEGIA CREATIVA

Tomar una expresión abstracta —“dar el salto”— y llevarla al terreno literal. La experiencia convierte el aniversario en una historia visual, humana y fácilmente compartible, en lugar de limitarlo a una efeméride institucional.

2. De una acción a una campaña

El salto fue el núcleo creativo, pero la campaña no terminó en la experiencia. El material muestra una ejecución concebida para vivirse antes, durante y después del salto, involucrando al equipo y extendiendo la historia hacia clientes y la industria.



El equipo como protagonista

La campaña incorpora múltiples voces de Miramar y convierte el aniversario en una experiencia colectiva.



El salto como contenido

La ejecución audiovisual captura la preparación, la caída libre y la experiencia, dando al concepto una prueba visual contundente.

MATERIALES Y PUNTOS DE CONTACTO

1. Concepto creativo y narrativa del 25 aniversario.
2. Experiencia de paracaidismo como acción central.
3. Producción audiovisual del salto.
4. Producción fotográfica y testimoniales del equipo.
5. Campaña y contenidos en redes sociales.
6. Adaptaciones digitales y piezas derivadas para extender la conversación.



3. Impacto y resultado

De acuerdo con los resultados presentados en el video de campaña, la acción consiguió superar de forma relevante el desempeño habitual de comunicaciones anteriores de la agencia.

5x	+833%	+397%
engagement medio vs. campañas anteriores	generación de conversación	crecimiento orgánico

El video añade otro indicador cualitativo de especial interés: **1 de cada 10 interacciones se convirtió en conversación**. En conjunto, los datos sugieren que el concepto consiguió trascender la comunicación conmemorativa y provocar participación alrededor de la historia de la agencia.



LA CAMPAÑA EN UNA FRASE

**Después de 25 años, Miramar celebró como empezó:
atreviéndose a saltar.**

Documento elaborado a partir del video de caso “Celebrar es atreverse”. Las cifras de resultados reproducen exclusivamente los datos mostrados en el material audiovisual suministrado.