

INFORME DE AUTOEVALUACIÓN – TRABAJO FINAL DE GRADO

| DATOS DEL TRABAJO | |
|---|---|
| NOMBRE Y APELLIDOS DEL ESTUDIANTE | Raffaella Aunchayna Chá |
| NOMBRE DEL ÀREA DE TFG | Creación gráfica |
| NOMBRE DEL PROGRAMA | Licenciatura en Multimedia |
| TÍTULO DEL TRABAJO | Re-branding de la marca <i>Bleddy</i> |
| PALABRAS CLAVE (máx. 3) <i>(Elige las palabras que identifican mejor tu trabajo final)</i> | Diseño gráfico / Marketing digital / Edición de video |
| FECHA | 21/06/2024 |

| | | C- | C+ | B | A |
|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | | No llega al mínimo | Mínimo exigible | Deseable | Excelencia |
| ENTREGA | INDICADOR | | | | |
| MEMORIA DEL TRABAJO | El plan de proyecto tiene unos objetivos adecuados, claros y concretos y una planificación apropiada del trabajo a hacer. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Se identifican los aspectos relevantes del problema a resolver y de la solución deseada. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Se escogen y utilizan las herramientas TIC adecuadas en cada momento (planificación, desarrollo y presentación). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Se desarrolla la solución elegida siguiendo los criterios, normativas y buenas prácticas propias del área del TFG. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | La memoria del trabajo está redactada de forma correcta, clara y sintética y sigue la estructura predeterminada. Incluye el abstract en inglés. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| PRODUCTO /RESULTADO (que puede estar incluido en la memoria) | Se logra un producto final de calidad , que responde a los objetivos iniciales con un grado de dificultad razonable de acuerdo con los criterios propios del área de TFG. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| PRESENTACIÓN | La presentación de los resultados del trabajo es visual, concisa y amena. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

VALORACIÓN FINAL DEL TRABAJO (Comentarios detallados)

PLAN DE TRABAJO (Definición de los objetivos, plan de trabajo, ...)

Para desarrollar el plan de trabajo se realizó un análisis exhaustivo sobre qué componentes le hacía falta a la marca y qué aspectos eran débiles o susceptibles de mejorar. El objetivo principal consistió en revitalizar la identidad visual de Bleddy y desarrollar una nueva estrategia de marketing digital exitosa. Para lograrlo, se cumplieron los siguientes objetivos específicos:

- *Diseñar un nuevo logotipo con imagen positiva;*
- *Diseñar un packaging personalizado que diferenciara la marca;*

- *Renovar el diseño visual en diferentes aspectos;*
- *Crear un sitio web funcional con capacidad para el comercio electrónico;*
- *Implementar una estrategia innovadora de comunicación visual en redes sociales; y*
- *Producir contenido multimedia de alta calidad que reforzara la imagen de Bleddy.*

Teniendo en cuenta que cada objetivo propuesto se enfoca en áreas particulares para crear y administrar una marca exitosa.

DESARROLLO DEL TREBALL (Seguimiento del proyecto, revisión periódica de la planificación, justificación de los cambios, progresión del trabajo, incorporación de correcciones y sugerencias recibidas, ...)

Para el seguimiento y la planificación del proyecto, se elaboró un cronograma con siete tareas principales que se llevaron a cabo en un periodo de trece semanas. En general, se cumplió con la planificación inicial y con los plazos de entrega establecidos. No obstante, en un caso puntual, vinculado al diseño del nuevo logotipo, que se presentó en la PEC 2, se obtuvo la versión final para la entrega de la PEC 3 (un mes de diferencia entre ambas) porque, después de la entrega de la PEC 2 y de recibir la retroalimentación de mi profesor colaborador, me sugirió hacer algunos cambios en el logotipo porque había elementos que no estaban bien relacionados con la pastelería y le di una nueva vuelta al diseño del logotipo, conservando algunos aspectos como la tipografía principal y algunos colores corporativos, pero eliminé los elementos problemáticos y realicé ajustes buscando un estilo elegante, delicado y moderno que refleje la esencia de la marca, el cual fue aceptado y considero que fue el mejor resultado posible.

Otro aspecto a tener en cuenta es que las tareas son sucesivas ya que, el primer paso fue diseñar un nuevo logotipo modificando sus tipografías y colores corporativos y, de esta manera, a la hora de crear el packaging y el sitio web era claro desde que base partir. El orden de las tareas realizadas fue el siguiente:

- 1.- Estudiar el mercado y el análisis competitivo;*
- 2.- Crear el nuevo logotipo;*
- 3.- Actualizar el diseño visual;*
- 4.- Optimizar el envase de los productos;*
- 5.- Construir y desarrollar una página web operativa;*
- 6.- Diseñar una estrategia de comunicación visual en redes sociales y generar contenido multimedia.*

Para ello, se emplearon diversos recursos, tales como: Adobe Illustrator (logotipo, packaging, diseño visual), Wix (sitio web), Adobe After Effects y Splice (contenido multimedia) obteniendo los resultados esperados.

MEMORIA (Estructura, organización, contenido, redactado, presentación, longitud, abstract en inglés, ...)

En la memoria se detalla cada uno de los apartados y subapartados correspondientes respetando un orden coherente entre ellos (introducción, objetivos del trabajo, marco teórico, metodología, planificación del trabajo, resultados, conclusiones y trabajos futuros, bibliografía y anexos), contando con un índice y

numeración de las páginas para facilitar la navegación. El contenido presentado tiene un lenguaje claro que comunica la información de manera eficaz, los datos expuestos están respaldados por diversos trabajos de investigación, análisis, resultados obtenidos y conclusiones sacadas a partir de los mismos.

En cuanto al abstract presentado en el inicio de la memoria se expone el contexto brevemente, los objetivos principales del proyecto, la metodología implementada y los resultados esperados.

PRODUCTO (Calidad, grado de logro de los objetivos, dificultad, documentación y manuales)

Los productos tienen un alto nivel de calidad y detalle, estéticos, coherentes y fieles al estilo marcado por Bleddy. Luego de alcanzar todos los objetivos específicos que se propusieron en el trabajo, se constataron cambios significativos y un buen impacto en las redes sociales y el sitio web. Durante el proceso de creación del producto, se superaron diferentes dificultades, especialmente en las primeras fases, como ya se señaló, el cambio del logotipo tuvo un claro impacto en el calendario y también resaltar que el diseño del sitio web para las versiones de escritorio y móvil, implicó el ajuste adicional de elementos a la interfaz, que presentó la necesidad de nuevas modificaciones y refinamiento técnico, que implicaron un giro y esfuerzo adicional.

Por otro lado, en el manual de identidad corporativa se encuentra toda la documentación gráfica detallada con respecto a la revitalización de la imagen de la marca, tales como:

- *Logotipo;*
- *Paleta de colores;*
- *Tipografía;*
- *Imágenes y elementos gráficos;*
- *Casos de uso;*
- *Papelería corporativa;*
- *Packaging;*
- *Capturas de pantalla de sus redes sociales (Instagram);*
- *Pie y firma de correo electrónico;*
- *Capturas de pantalla de la navegación por las diferentes páginas del sitio web para versiones de escritorio y móvil; y*
- *Capturas sobre la estrategia de marketing en redes sociales.*

PRESENTACIÓN (Capacidad de síntesis, aspectos visuales, longitud, redactado, ...)

La presentación se hizo en formato PowerPoint, donde se muestran los aspectos más importantes del trabajo, siguiendo un orden y secuencia lógica que aborda de forma concisa pero completa, el TFG. Combinando los criterios de diseño visual y de identidad corporativa de la marca, con el modelo de negocios y el reconocimiento de Bleddy como una pastelería y repostería artesanal, cuya oferta de productos se destaca por su alta calidad, personalización, sustentabilidad y características saludables.

En la presentación se explican cada uno de los pasos realizados, los problemas encontrados y las soluciones adoptadas, así como los tópicos destacados y las conclusiones del proyecto.