



INFORME PROYECTO FINAL:

Profesor: David Reveron

Alumna: Ainhoa González Guevara

C.I: 28.317.964

Caracas, agosto de 2022

Productos para el cuidado de la piel

Branding, flyer y video.

Instituto de Nuevas Tecnologías Uneweb C.A

INTRODUCCIÓN:

La piel cumple un papel importante en la protección, control de temperatura corporal, defensa de infecciones y otros daños físicos a los cuales podemos estar sometidos. Su cuidado debería ser obligatorio, ya que una piel reseca y sucia no cumple sus funciones adecuadamente.

1. OBJETIVOS DEL PROYECTO:

1.1. QUE SE HIZO:

En base a esto anteriormente mencionado se creó una empresa para el cuidado de la piel, con ella todos sus productos, incluyendo: cremas corporales y faciales, tónicos, jabón corporal y facial, protectores solares, contorno para ojos, exfoliantes, mascarillas, entre otros. También se creó la identidad corporativa de la marca.

1.2. NATURALEZA DEL PROYECTO:

Esto nació por la necesidad de querer cuidar la piel de manera correcta. Un dermatólogo comentó que durante muchos años las personas asistían a sus consultas por enfermedades o condiciones, últimamente se han convertido en citas estéticas. En estos tiempos se suelen utilizar diferentes productos para el cuidado de la piel, pero, no quiere decir el uso excesivo mejore los resultados. Por eso traemos la línea de cuidado para piel ag (ALL GOOD), aprobada por dermatólogos, es de uso exclusivo y creado para las rutinas de mañana y noche.

1.3. OBJETIVOS Y PROPÓSITOS:

Los objetivos y propósitos de la marca, son lograr que la personas cuiden su piel de manera adecuada. En cuanto al proyecto, mis objetivos son demostrar todo lo aprendido en clases, y así también, practicar y crear cosas que me puedan servir en un futuro.

1.4. CUÁNTO SE HIZO:

Se realizó un manual de marca con todos los elementos, entre ellos: tipografía, paletas, mockups, logos en sus diferentes variaciones, además el negativo y positivo del mismo; la creación de: hojas membretadas, tarjetas de presentación, cajas, uniformes, calcomanías, sobres, etc... Para complementar, se creó un video publicitario y un flyer de la marca.

1.5. METAS:

Mostrar todo lo que aprendí dándole mi toque como diseñadora gráfica digital.

2. ÁREA DE ACTIVIDAD EN LA CUAL SE DESENVUELVE EL PROYECTO:

Este proyecto desarrolla el área del diseño digital, creando todo lo referente a la papelería e identidad corporativa, a su vez, la creación de un video publicitario, el manual de marca y el flyer correspondiente.

3. DESCRIPCIÓN, METODOLOGÍA Y ANTECEDENTES:

Es una marca que cuida la piel, por ende, su identidad debe ser delicada, con colores que combinen y sutiles. Se utilizó el branding para la entrega del mismo, con el su respectivo video y flyer. La creación de este proyecto se da a partir de mi encanto por los cosméticos y cuidados de la piel.

3.1. POR QUÉ SE QUIERE HACER:

Para ayudar a las personas a cuidar su piel.

3.2. DÓNDE SE QUIERE HACER:

En los Palos Grandes y en La Castellana, Caracas.

3.3. A QUIÉNES VA DIRIGIDO:

A los médicos dermatólogos para que los productos sean recetados a las personas que de verdad lo necesitan.

3.4. QUIÉNES LO VAN A HACER

El proyecto deberá contar con ayuda de diseñadores gráficos, un equipo de marketing, farmacéuticos y alguna empresa encargada de diseñar los envases. Los diseñadores ayudaran con la identidad y papelería corporativa, mientras que el equipo de marketing estudia las estrategias para la venta en el mercado. Los farmacéuticos prepararán las fórmulas que se utilizarán en cada producto y embazarán con las mercancías que prestarán las empresas de producción de envases.

3.5. CON QUÉ SE VA A HACER

Los productos serán realizados con materiales 100% naturales y biodegradables, además, esta marca no hace pruebas en animales. En cuanto a recursos materiales, contaremos con envases plásticos con distintos diseños dependiendo del producto. Hojas de papel, sobres, bolígrafos personalizados, tarjetas de presentación las cuales estarán impresas en hojas de cartulina; carpetas, papel adhesivo para las etiquetas/calcomanías; cajas y bolsas de cartón.

3.6. CON QUÉ SE VA A COSTEAR

Se hará una primera inversión de 12.000\$ para costear los principales productos, luego se buscarán inversionistas, ofreciéndoles participación en las ganancias. El 49% a repartir según el aporte de capital que haga cada uno de ellos, quedando el 51% para futuras ventas y capital de la directora creativa y presidenta de la marca.

4. ALCANCE DEL PROYECTO:

4.1. ASPECTOS INCLUIDOS:

Bolsas, etiquetas, empaques, hojas membretadas, tarjetas de presentación, flyer, carpetas, jabones con el logo, el uniforme (gorras y camisas), etc...

4.2. ASPECTOS NO INCLUIDOS:

Todo lo que se pensó en un inicio del proyecto se tomó en cuenta.

4.3. ENTREGABLES:

Manual de marca, Flyer y un video publicitario de la marca.

5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:



| | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes |
|-----------------|---|---|--|--|---|
| Semana 1 | Bosquejo, creación del logo y elección de la tipografía | Elección y prueba de paleta de colores, además de ver que otra textura podía utilizar para la papelería corporativa | Creación de todo lo referente a papelería corporativa | Montar los mockups y creación del flyer | Organizar en un bosquejo el manual de marca |
| Semana 2 | Edición del bosquejo | Buscar fotos para los fondos del manual | Reorganizar el manual de marca y empezar con el guion del video | Se elaboró la mitad del manual de marca | Se terminó el manual de marca, se terminó de crear y organizar el guion; comencé a escribir el informe. |
| Semana 3 | Buscar videos relacionados con el proyecto, y descargar las aplicaciones que usaría para ello (Ae y Pr) | Recortar y buscar las tomas que más llamaban la atención para la edición del video | Organizar las tomas, buscar audio que combinara y sonidos que se le podrían agregar, en mi caso, le agregué el sonido de una gota de agua cayendo. | Terminar la edición del video agregándole los subtítulos y el logo de la marca al final. | Entrega del proyecto final. |

5.1. CRITERIOS DE MEDICIÓN DE FINALIZACIÓN DE CADA ETAPA:

Estudiar los puntos de equilibrio para saber la rentabilidad de cada producto, al principio se realizará una medición semanal, hasta ver el incremento de la compañía. El equipo de marketing realizara el estudio de cuantos ingresos, publicidades, alcance, etc... tenemos por cada una de las plataformas online, como Instagram y Facebook. Luego se hará un estudio para saber el incremento en ventas en las tiendas físicas utilizando vallas publicitarias y otros métodos de publicidad.

5.2. ENTREGABLES:

5.2.1. INTERMEDIOS:

Mockups de cada producto de la marca, con su logo y eslogan.

5.2.2. FINALES:

Estético manual de marca con su video publicitario.

6. RESULTADOS Y CONCLUSIONES:

Un delicado y estético manual de marca, con todos los objetivos planteados desde un inicio, junto su flyer y su video publicitario. En resumen, la línea AG repara y cura pieles maltratadas, va dirigida a médico especialistas en el área para que los productos puedan ser suministrados a pacientes que lo necesiten. El proyecto me ayudó a mejorar mis habilidades de diseño y edición, ya que tuve que poner en marcha todo lo dictado en clases las 12 semanas de curso. Siento que los resultados del proyecto quedaron mejor de lo que imaginaba, al principio tenía dudas con respecto al orden del manual, pero supe reorganizarlo y sin duda superó mis expectativas.