



## Facultad de Diseño y Comunicación

### Proyecto de Investigación y Desarrollo 1 - 2° cuatrimestre 2015

Profesor: Lic. Fernando Gabriel Caniza

---

**Nombre alumno:** Pilar Cordero

**N° de legajo:** 66114

**Carrera origen:** Diseño de joyas

**Carrera actual:** Licenciatura en negocios DyC

---

### Trabajo Práctico N° 4

Relevamiento de antecedentes para establecer el Estado del conocimiento. También se lo denomina como Estado del arte.

Se exigen 10 antecedentes como mínimo.

Redactar de manera breve siguiendo el modelo indicado aquí abajo y ordenarlos alfabéticamente.

Modelo de redacción: estos antecedentes se incluirán en la introducción general del cuerpo B.

Boyero, V. (2012). Creación de un microemprendimiento a través de la modalidad de aula taller. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Tiene como objetivo..... y se vincula a este trabajo porque.....



Chiariglione, D. (2012). Vada. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Tiene como objetivo generar apoyo a los alumnos interesados en difundir su emprendimiento, aplicando los conocimientos universitarios en la vida laboral. Se vincula a este trabajo fortaleciendo el tema del lanzamiento de la marca de joyería.

Díaz, M. (2012). Estudio F&D. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Tiene como objetivo realizar una investigación sobre los micro empresarios de diseño en la ciudad de Buenos Aires propone que la principal dificultad de dichos empresarios es la diferenciación entre las marcas, lo que genera inestabilidad en la vida de estos proyectos. Se vincula a este trabajo ya que da a conocer un sistema integrado de comunicación que incluye comercialización, identidad, logo, campañas fotográficas, sitio web además de la forma de exponer los productos.

Faita, A. (2015). Identidad para diferenciar. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Tiene como objetivo desarrollar conocimientos sobre la creación de una marca propia, abordando conceptos de identidad y gestión de marca. Se vincula a este trabajo reforzando los temas de identidad de marca y creación de la misma.

Gastelúm, L. (2013). Branding interno. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Tiene como objetivo proponer una nueva metodología para trabajar en las organizaciones, analizar las funciones del branding generando una propuesta de comunicación interna en las marcas. Se vincula a este trabajo porque el branding interno genera valores de la marca desde adentro hacia fuera y se relaciona con la identidad.

Guerin, A. (2013). Nuevo estilo para comunicar una imagen e identidad. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Tiene como objetivo la creación de una consultora de imagen e identidad



corporativa para pequeñas y medianas empresas en Lima, Perú. Se vincula a este trabajo fortaleciendo los puntos para tener una identidad de marca más fuerte y poder permanecer en el mercado.

Mena, M. (2011). La cultura organizacional: una ventaja competitiva para las empresas de diseño. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. El objetivo principal de este proyecto es el de describir y demostrar que la cultura organizacional en una empresa de diseño puede agregar una ventaja competitiva en el mercado. Se hace una descripción de las teorías organizacionales, de conceptos de motivación y clima organizacional. Se relaciona con este proyecto por el hecho de querer sobresalir y mantener una marca en crecimiento para lo cual es necesario cumplir con un buen clima laboral para poder tener mejores resultados.

Niederheitman, R. (2013). El balance entre la artesanía y la joyería; joyería contemporánea. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Tiene como objetivo la creación de una línea de joyería inspirada en las piedras de nacimiento con la intención de ser producida para venderlas en la tienda de joyería Anew en la ciudad de Guatemala. Se vincula a este trabajo porque refleja la identidad de la marca Anew y mantener su estilo en la nueva colección que se plantea en el trabajo.

Ocampo, L. (2012). Mulata. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Tiene como objetivo la creación de un emprendimiento llamado 'MULATA'. Se desarrolla el plan de negocios, creación conceptual de la marca, desarrollo de la organización, implementación del plan de marketing e imagen visual. Se vincula a este trabajo porque tiene una propuesta innovadora con la fusión de materiales como el coco y la plata.

Pace, D. (2012). Malas marcas. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. El objetivo principal de este proyecto es el análisis de los factores que se deben tener para transmitir y comunicar identidad de marca. Toma en cuenta que cada empresa tiene sus características,



diferencias y similitudes respecto del resto. Se relaciona a este proyecto por sus enfoques del diseño, comunicación, a la organización y a detectar la naturaleza de los errores de las marcas para poder ofrecer soluciones, esto ayuda a saber que cosas se pueden evitar a la hora de emprender.

Urueña Abadía, V. (2013). Accesorios femeninos. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este proyecto habla sobre la idea de producto en sí, explorando aspectos de su proceso creativo como su inspiración, colores, formas, texturas y otras características que juegan un papel importante a la hora del diseño. Se relaciona con este proyecto por la importancia que se le dá a los accesorios en la mujer como un diferenciador de personalidad tanto actualmente como a lo largo de la historia.