



Anita's  
Cakes 

Dulces con historias

Por Stephanie Pamela González Villegas







#### **Autor**

**Stephanie Pamela González Villegas**

Énfasis en Diseño de Identidad Corporativa y marca

Opción complementaria con creación de empresa

#### **Directora de proyecto**

**Diana Patricia Umaña Ruiz**

Diseñadora Industrial

Proyecto Avanzado en Diseño de Comunicación Visual 2025-2

Pontificia Universidad Javeriana Cali

Facultad de Creación y Hábitat

Departamento de Arte, Arquitectura y Diseño

Diseño de Comunicación Visual

# AGRADECIMIENTOS

Este proyecto es el resultado de un camino lleno de aprendizajes, retos y crecimiento personal, y no habría sido posible sin el apoyo invaluable de quienes caminaron de la mano conmigo.

A mis padres, **María del Pilar, Alexander** y mi hermano **Jonathan** por ser mi mayor inspiración. Gracias por su amor incondicional, por creer en mí, por enseñarme con su ejemplo la importancia del esfuerzo y la disciplina, por acompañarme con su cariño, su paciencia y su forma única de hacer más ligeros los días difíciles.

A mi directora de proyecto, **Diana Umaña**, por su guía constante, su mirada crítica y su disposición para acompañar cada etapa de este proyecto. Su dedicación y confianza fueron fundamentales para construir con claridad y propósito.

A mis **profesores**, quienes con sus recomendaciones, retroalimentación y enseñanzas enriquecieron profundamente este proceso. Cada comentario, cada conversación contribuyeron a dar forma a este trabajo y a mi desarrollo como diseñadora.

Y a mi amiga **Natalia Ortiz**, por su apoyo constante, su disposición para acompañarme y su mirada siempre honesta.

A todos ustedes, gracias por ser parte esencial de este capítulo tan significativo. Este proyecto lleva un pedacito de cada uno.



# ÍNDICE



# TEMA

Fortalecimiento de la estrategia de comunicación de Anita's Cakes, con el fin de mejorar su posicionamiento y fidelización de clientes en el mercado de la repostería artesanal en Cali.



La repostería artesanal ha adquirido un papel relevante dentro del panorama gastronómico caleño, impulsada por el creciente interés de los consumidores por productos más saludables, personalizados y emocionalmente significativos. En este contexto, los emprendimientos locales enfrentan el desafío de diferenciarse en un mercado altamente competitivo, donde la identidad visual y las experiencias de marca se convierten en elementos fundamentales para generar recordación, fidelización y valor.

Este proyecto se desarrolla en torno a **Anita's Cakes**, un emprendimiento de repostería artesanal fundado en 2015 que, pese a la calidad y reconocimiento de sus productos, presenta dificultades para consolidar una identidad visual coherente y una presencia digital estratégica. Partiendo de esta situación, la investigación busca comprender las dinámicas actuales del sector, identificar las necesidades reales del emprendimiento

y diseñar una estrategia de comunicación visual que responda a los retos contemporáneos del mercado.

A través de un análisis del sector de repostería en Cali, un proceso de benchmarking con marcas referentes y un acercamiento directo con la emprendedora, se construyó una propuesta que integra branding, storytelling y diseño experiencial, con el objetivo de fortalecer el posicionamiento y la conexión de la marca con sus clientes.


Esta memoria recoge el proceso investigativo, metodológico y proyectual llevado a cabo, así como los avances, decisiones de diseño y reflexiones que guían la construcción de una identidad visual renovada para **Anita's Cakes**, entendiendo el diseño de comunicación visual como una herramienta de transformación para los emprendimientos locales.

# INTRODUCCIÓN

# JUSTIFICACIÓN

El sector de pastelería y repostería artesanal en Cali ha experimentado un crecimiento significativo durante los últimos años, impulsado por el interés de los consumidores por productos frescos, saludables y con valor emocional. Sin embargo, este crecimiento también ha generado un entorno altamente competitivo, donde múltiples emprendimientos buscan destacar mediante propuestas visuales atractivas, experiencias diferenciadas y un uso estratégico de los canales digitales. Como lo expone el análisis contextual del documento, la repostería artesanal se caracteriza por procesos manuales, recetas sin conservantes y un énfasis en lo auténtico y lo hecho a mano, atributos que valoran cada vez más los públicos actuales.

En este escenario, se evidencia la necesidad de que los emprendimientos desarrollen identidades visuales claras, coherentes y alineadas con los valores que representan, así como estrategias de comunicación que permitan conectar emocionalmente con las audiencias. El documento resalta que las decisiones de compra están fuertemente influenciadas por el diseño de empaque, la estética digital y la capacidad de las marcas para contar historias significativas, haciendo del diseño una herramienta estratégica más que puramente estética.



En este contexto se ubica Anita's Cakes, un emprendimiento que, a pesar de contar con productos de alta calidad y una propuesta saludable, ha enfrentado dificultades para consolidar su identidad visual y fortalecer su presencia digital. El documento señala que la marca ha crecido gracias a la perseverancia de su fundadora y al valor de lo artesanal, pero que carece de una comunicación visual definida, consistente y competitiva frente al mercado caleño contemporáneo. La falta de estrategias de marketing, la gestión intuitiva de redes sociales y la baja diferenciación gráfica han limitado su capacidad de posicionamiento y fidelización de nuevos clientes.

Asimismo, se evidencia un estancamiento en la captación de nuevos públicos, especialmente en los últimos años, debido a la falta de actualización visual y a la desconexión entre la estética de la marca y las expectativas actuales de los consumidores, quienes buscan propuestas “instagrameables”, coherentes y emocionalmente atractivas.

El benchmarking realizado en el proyecto evidencia que marcas consolidadas como **Marty´s Bakery** y **Santa**

**Vera** se han posicionado gracias a identidades visuales bien definidas, narrativas afectivas y experiencias que trascienden el producto. Estas marcas logran integrar elementos culturales, emocionales y funcionales dentro de su estrategia visual, confirmando que el diseño es un factor decisivo en la construcción de valor y diferenciación en el sector.

Por tanto, este proyecto se justifica plenamente al atender una necesidad real del emprendimiento, reconociendo que la comunicación visual es un eje fundamental para su consolidación en el mercado. La propuesta no solo busca fortalecer la identidad visual de Anita's Cakes, sino también acompañar a la emprendedora en un proceso de transformación estratégica que permita mejorar la percepción de la marca, aumentar su fidelización y posicionarse como un referente en la repostería artesanal de Cali.

Finalmente, el proyecto adquiere relevancia académica y social al demostrar cómo el diseño de comunicación visual puede contribuir al desarrollo de los emprendimientos locales, potenciando su crecimiento, competitividad e impacto.



# SITUACIÓN ABORDADA

El sector de pastelería y repostería artesanal en Cali atraviesa un momento de crecimiento acelerado, impulsado por la preferencia de los consumidores por productos frescos, saludables y personalizados. La repostería artesanal se ha consolidado como una alternativa altamente valorada por su elaboración manual, el uso de ingredientes naturales y la capacidad de transmitir cercanía y autenticidad a través de sus productos. Sin embargo, este atractivo ha fomentado la aparición de numerosos emprendimientos similares, generando un entorno marcado por la alta competencia, donde diferenciarse se convierte en una necesidad estratégica.

En este contexto, las dinámicas pospandemia han transformado la manera en que los negocios se relacionan con sus clientes. La digitalización acelerada, el auge de las ventas en línea y el rol protagónico de las redes sociales han obligado a los emprendimientos a fortalecer su presencia visual y comunicativa. Hoy, los consumidores no solo esperan productos de calidad, sino también experiencias memorables, contenido atractivo y marcas capaces de transmitir emociones a través de su identidad visual. Esto ha elevado los estándares de diseño, estética digital y coherencia gráfica dentro del sector.



# OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de comunicación visual, mediante un enfoque participativo, para fortalecer la fidelización de clientes y el posicionamiento en el mercado local de Anita's Cakes en la ciudad de Cali.



1

Identificar las necesidades, desafíos y oportunidades dentro del contexto actual de los emprendimientos de pastelería y repostería en Cali, con el fin de obtener un diagnóstico claro del sector.

2

Analizar las estrategias de comunicación visual actuales para reconocer patrones y áreas de mejora que permitan optimizar la identidad visual de la marca.

3

Idear una propuesta de valor visual, definiendo sus elementos clave y aplicándola en Anita's Cakes, con el propósito de fortalecer la fidelización de clientes y su posicionamiento local.

# OBJETIVOS ESPECÍFICOS



# ALIADA

**Ana Lucía, del Salto** fundadora de Anita's Cakes, aportó su experiencia y conocimiento del emprendimiento para orientar el proceso y validar las decisiones de diseño. Su disposición, apertura y visión fueron fundamentales para asegurar que la propuesta desarrollada respondiera a las necesidades reales de la marca.

# USUARIO

Ana Lucía, fundadora de Anita's Cakes: participa activamente como experta temática, aportando su conocimiento sobre el negocio, el público y los valores de la marca.

Clientes actuales y potenciales de Anita's Cakes: personas interesadas en productos de repostería artesanales y personalizados, que buscan experiencias visualmente atractivas y emocionalmente cercanas.

La metodología del proyecto se estructuró en tres fases inspiradas en el proceso de la repostería, lo que permitió desarrollar un análisis progresivo y una propuesta coherente para la estrategia de comunicación visual.

La primera fase, **“Preparar los ingredientes”**, correspondió al diagnóstico del sector. En esta etapa se identificaron tendencias, necesidades y desafíos del mercado de repostería en Cali mediante observación y benchmarking de marcas como **Marty´s Bakery** y **Santa Vera**. Este análisis permitió comprender el contexto competitivo y reconocer las oportunidades para el emprendimiento.

La segunda fase, **“Mezclar la masa”**, consistió en el análisis y conceptualización de la identidad visual de Anita's Cakes. Aquí se evaluaron los elementos gráficos

existentes, la presencia digital y la coherencia visual de la marca. A partir de este análisis se definieron los conceptos, atributos y lineamientos que orientaron el proceso creativo del rediseño.

Finalmente, la tercera fase, **“Hornear y decorar”**, abarcó la creación de la estrategia, su implementación y la validación de los resultados. Se desarrolló el nuevo sistema visual de la marca, incluyendo logo, empaque, piezas digitales, tarjetas y contenidos audiovisuales basados en storytelling. La propuesta fue validada con la emprendedora y con usuarios, lo que permitió comprobar la aceptación y pertinencia de la nueva identidad visual dentro del mercado local.

# METODOLOGÍA

# PROCESO CREATIVO

## Preparar los ingredientes (Diagnóstico del sector)



En esta fase dedicada al **diagnóstico del sector**, se identificaron las principales necesidades, desafíos y oportunidades del mercado de repostería artesanal en Cali. El análisis permitió reconocer la alta competencia del sector, la creciente demanda por productos saludables y experiencias de marca, así como la importancia de contar con una identidad visual coherente y una presencia digital sólida. A través del benchmarking con marcas como **Marty's Bakery** y **Santa Vera**, se evidenciaron fortalezas y falencias en Anita's Cakes, destacándose la calidad de sus productos como fortaleza y la falta de coherencia visual, diferenciación y estrategia digital como principales debilidades. Estos hallazgos permitieron establecer una base clara y fundamentada para orientar el proceso de diseño y la construcción de la estrategia de comunicación visual.



En esta fase se llevó a cabo un análisis profundo de la identidad visual existente de **Anita's Cakes**, evaluando la coherencia gráfica, el uso del color, la tipografía, los empaques y la presencia digital. A partir de este análisis, se definieron conceptos clave, atributos de marca, valores diferenciales y lineamientos que orientarían el proceso creativo.

Se emplearon herramientas como análisis de contenido, categorización de elementos visuales y comparación con referentes del sector para establecer los componentes esenciales de la nueva identidad. Esta etapa permitió construir una base conceptual sólida que guiara la propuesta de rediseño y asegurara su pertinencia dentro del contexto del mercado local.



Logo antiguo Anita's Cakes

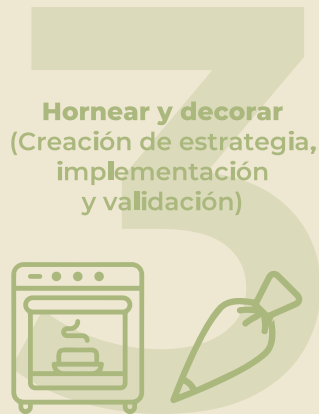
El logo antiguo comunica “dulzura” y “hecho con amor”, pero **carece de coherencia visual, jerarquía y simplicidad, elementos clave para una marca moderna, profesional y consistente.**

**Esto abre la puerta a un rediseño que:** Mantenga la esencia **cálida y artesanal.** Pero evolucione hacia una imagen más limpia, funcional, actual y emocionalmente coherente.



## Mezclar la masa (Análisis y conceptualización)





### **Hornear y decorar** (Creación de estrategia, implementación y validación)

En esta fase se realizó el desarrollo e implementación de una estrategia de comunicación visual para Anita's Cakes, con el fin de diseñar una propuesta visual coherente, funcional y alineada a las necesidades del emprendimiento.

Aquí se realizó el rediseño de la identidad visual, construyendo un sistema gráfico coherente. Además, el desarrollo de piezas funcionales y representativas de la marca: Tarjeta de presentación, tarjeta de fidelización, stickers, diseño de empaque, piezas para redes sociales, reels con storytelling, **incluyendo participación de la emprendedora para fortalecer la conexión emocional con los clientes**

Una parte fundamental fue la validación. Se realizaron encuestas a usuarios y se socializó el sistema visual con la dueña del emprendimiento, permitiendo evaluar la percepción, recordación, aceptación y coherencia de la nueva imagen. Esta retroalimentación aseguró que el diseño respondiera tanto a las necesidades reales del mercado como a los objetivos de la marca.

Gracias a esta fase, se consolidó una estrategia visual funcional, logrando que Anita's Cakes proyectara una identidad renovada, más profesional, coherente y capaz de generar experiencias significativas para sus clientes.

# DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA

La estrategia diseñada para **Anita's Cakes** está compuesta por un conjunto de piezas coherentes y estratégicas que buscan fortalecer la identidad visual de la marca, mejorar la experiencia del usuario y responder a las necesidades detectadas en el diagnóstico del sector y del emprendimiento. Cada elemento fue creado para aportar a los objetivos del proyecto: reforzar la diferenciación, mejorar el posicionamiento y fortalecer la fidelización de los clientes.

# Rediseño de marca

El nuevo logo establece una identidad visual más coherente, moderna y memorable. Sus formas suaves y su paleta pastel refuerzan la esencia artesanal y cálida de la marca, mientras que su diseño limpio facilita su aplicación en diferentes formatos y plataformas. Responde a la necesidad de una identidad visual sólida, coherente y reconocible.



F097A0

R: 240  
G: 151  
B: 160  
C: 1  
M: 52  
Y: 25  
K: 0

F7D0CE

R: 247  
G: 208  
B: 206  
C: 1  
M: 24  
Y: 15  
K: 0

B6BB78

R: 182  
G: 187  
B: 120  
C: 34  
M: 16  
Y: 62  
K: 2

F3EBD7

R: 243  
G: 235  
B: 215  
C: 6  
M: 7  
Y: 19  
K: 0



## Manual de marca



Versión responsiva

El manual reúne los lineamientos de uso del sistema visual: tipografía, paleta cromática, retículas, usos del logo, tono comunicativo y aplicaciones. Garantiza consistencia en toda la comunicación y facilita la implementación de la marca en futuras piezas. Responde a la necesidad de estandarización visual y profesionalización de la marca.

# Tarjeta de presentación

Diseñada para reforzar la primera impresión del emprendimiento. Su estética limpia y su formato funcional permiten comunicar profesionalismo y cercanía, además de facilitar el contacto directo con la marca.

Responde a mejorar la presencia de la marca y fortalecer el vínculo con los clientes.





# Tarjeta de fidelización

Esta pieza busca incentivar la recompra y fortalecer la relación con los clientes frecuentes. Su diseño cercano y fácil de usar contribuye a mejorar la fidelización, uno de los objetivos centrales del proyecto. Responde a la necesidad de crear estrategias de fidelización efectivas.

# Posts para Instagram

Se desarrollaron plantillas uniformes y visualmente coherentes que permiten ordenar la presencia digital de la marca. Estas piezas responden a la necesidad de mejorar la estética del feed, fortalecer la recordación y transmitir una identidad gráfica sólida. Responde a la necesidad de una presencia digital consistente.



# Campaña de expectativa

## Mini serie de 3 reels con storytelling

La campaña introduce la nueva identidad visual a través de un relato emocional que involucra a la dueña y resalta la esencia artesanal de la marca. Los reels se estructuraron para generar intriga, conexión emocional y cercanía antes del lanzamiento del rebranding. Responde a la necesidad de conectar emocionalmente con los usuarios y mejorar el engagement digital.



# Empaque experiencial

El empaque fue diseñado como un elemento clave dentro de la estrategia experiencial. Su estructura y narrativa añaden valor al momento de la compra y del consumo del producto.

## Incluye:

### a. Dos códigos QR exteriores

QR 1: dirige a un video de agradecimiento de Ana Lucía, reforzando la cercanía y humanización de la marca.

QR 2: dirige a una playlist en Spotify para acompañar celebraciones, fortaleciendo la experiencia emocional.

### b. Lateral con información de contacto y logo

Refuerza la identidad visual y facilita el acceso a los canales de comunicación.

### c. Lateral con un vector de base de torta

Diseñado para que el cliente pueda usar ese costado como superficie para poner la torta. Aporta funcionalidad y experiencia al empaque.

### d. Lateral para mensaje especial

Un espacio donde se puede escribir un mensaje personalizado para la persona que recibirá la torta.



# Guía de corte

Incluida dentro del empaque, la guía explica cómo cortar la torta según el número de porciones deseadas e incluye un tip para obtener cortes perfectos.

Responde a mejorar la experiencia del usuario al consumir el producto y añadir utilidad al empaque.





## ORDENA TU TORTA PERSONALIZADA

### PASOS

- 1 Escribe y comparte los detalles de tu torta soñada.
- 2 Te proponemos opciones y te daremos la cotización.
- 3 Te mantendremos al tanto de los avances de la torta.
- 4 Elaboraremos la torta ideal para ti.

### INGREDIENTES

- ¿Qué estás celebrando?
  - ¿Cuántas porciones necesitas?
  - ¿Preferes sabores en particular?
  - ¿Cómo te gustaría decorarla?
- Inspírate con nuestros tableros de Pinterest @anitascakescalli.

## SABORES

Naranja con semillas de amapola  
Naranja con nueces  
Limón  
Limón y semillas de amapola  
Limón y arándanos  
Yogurt y arándanos (autor)  
Piña y nueces  
Zanahoria y nueces  
Zanahoria y coco  
Zanahoria y piña (autor)  
Red velvet  
Chocolate  
Chocolate y mani  
Oreo  
Vainilla  
Vainilla y nueces  
Coco  
Banano y queso  
Zapayo y queso  
Canela  
Envinada  
Chesecake  
Torta de café

## RELLENOS

Mermelada artesanal de frutos rojos  
Crema de queso  
Crema de leche Klim (autor)  
Arequipe  
Ganache de chocolate  
Crema de chocolate y arequipe  
Crema de limón  
Crema de piña  
Crema de lulo (autor)

## TAMAÑOS

Mini  
Personal  
1/4  
1/2  
1/8  
1 libra

Este formato, diseñado para WhatsApp, incluye preguntas esenciales para entender el pedido del cliente: tamaño, sabores, temática, colores y preferencias especiales. Su diseño cálido y narrativo optimiza la comunicación y agiliza el proceso para la dueña del emprendimiento.

# Formato de compra para tortas

# VALIDACIÓN



Aliado

Ana Lucía Del Salto  
Fundadora de Anita's Cakes



### Encuesta de validación del rediseño de marca de Anita's Cakes

Hola! 🍪 soy **Pamela González**, diseñadora de comunicación visual y autora del proyecto de rediseño de marca para **Anita's Cakes**, un emprendimiento de repostería artesanal en Cali.

Esta encuesta hace parte de mi proyecto de grado y tiene como propósito conocer tu opinión sobre la **nueva identidad visual** de la marca.

Tu participación es muy valiosa para evaluar cómo este rediseño logra reflejar la esencia, los valores y el propósito de Anita's Cakes.

**¡Gracias por tu tiempo y sinceridad!**

\* Indicates required question

Usuarios  
Clientes actuales y potenciales



**Usuario**  
Validación de empaque





# REFERENCIAS

Bic, T. S. (2024, 30 septiembre). Tendencias, retos y oportunidades en la industria de panadería y repostería en LATAM - Tecnas. Tecnas. <https://blog.tecnas.com.co/tendencias-retos-y-oportunidades-en-la-industria-de-panaderia-y-reposteria-en-latam/>

Branding: El arte de marcar corazones. (s. f.). Ricardo Hoyos Ballesteros. <http://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2016/08/Branding.pdf>

Castro L. (2018). Diseño del plan de negocio para la creación de la empresa Dolce Cami Patisserie en la ciudad de Cali. Facultad de Administración de empresas, Universidad del Valle.

Cristancho, G., Ninco, F., Cancino, Y., Alfonso, L., & Ochoa, P. (2021, 29 enero). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. SciELO. <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v12n26/2027-5692-sdn-12-26-41.pdf>

Hermann A. (2020) Storytelling y comunicación multidireccional: una estrategia formativa para la era digital Storytelling and multidirectional communication: a formative strategy for the digital age.











