



INFORME

**PRÁCTICA
PROFESIONAL
DE OFICINA**

Nombre Practicante María Javiera Molin Aguad

Empresa Lupa BTL

Fecha 12 de septiembre 2022 - 12 de enero 2023

Horas 240

ÍNDICE

DOCUMENTOS	3
Cartas de compromiso	3
Plan de práctica	4
INTRODUCCIÓN	6
PERFIL DE LA EMPRESA	7
ORGANIGRAMA	8
METODOLOGÍA PROYECTUAL	9
CARTA GANTT	11
PROYECTOS	12
Rediseñando Lupa	13
Propuestas Automotoras	27
Activación de Volanteo	33
Activación al aire libre	36
CONCLUSIÓN	40
ANEXO	41

DOCUMENTOS

 PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

CARTA COMPROMISO PRACTICA PROFESIONAL
Coordinación de Prácticas Diseño UC | 2022

Yo..... María Javiera Molin Aguad.....
RUT..... 20.428.857-7.....

Estudiante regular de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile,
realizaré la Práctica Profesional de:

Oficina.....X.....
Servicio.....

en..... Lupa BTL

Declaro estar al tanto de que para obtener el título de Diseñador, debo realizar una
Práctica Profesional Certificada de 240 horas, donde me pueda desarrollar en el ámbito
del Diseño y aprender de la realidad laboral.

Por esto, me comprometo a respetar el reglamento de Práctica Diseño UC
y cumplir con los acuerdos especificados en el Plan de Prácticas.

Coordinación de Prácticas Profesionales

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño


..... María Javiera Molin Aguad.....
NOMBRE Y FIRMA DEL ESTUDIANTE
Escuela de Diseño UC

 PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

CARTA COMPROMISO PRACTICA PROFESIONAL
Coordinación de Prácticas Diseño UC | 2022

Yo María Paz Alvarado Riquelme.....

CARGO Fundadora y Directora Comercial
EMPRESA Agencia Lupa Btl

Declaro conocer y aprobar el Reglamento propuesto por parte de la Escuela de Diseño
de la Pontificia Universidad Católica de Chile en cuanto a la realización
Prácticas Profesionales por parte de sus estudiantes.

Por esto, me comprometo a respetar el reglamento de Práctica Diseño UC, respetar
los acuerdos especificados en el Plan de Prácticas y proveer las condiciones
para el correcto desempeño, supervisión y evaluación del estudiante en práctica.

Coordinación de Prácticas Profesionales

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño


..... María Paz Alvarado Riquelme.....
NOMBRE Y FIRMA DEL SUPERVISOR

DOCUMENTOS



DISEÑO UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

PLAN DE PRÁCTICA

Coordinación de Prácticas Diseño UC

TIPO DE PRÁCTICA

- OFICINA
- SERVICIO

Fecha 09.09.2022

1 | INFORMACIÓN ESTUDIANTE

Nombre María Javiera Molin Aguad

Rut 20.428.857-7

Celular +569 66303974

Correo UC javimolin@uc.cl

Último taller cursado	<input checked="" type="checkbox"/> Calidad 2 <input type="checkbox"/> Mercado 1 <input type="checkbox"/> Mercado 2 <input type="checkbox"/> Seminario	Profesor Sergio Varderrama	Taller en curso	<input type="checkbox"/> Calidad 2 <input checked="" type="checkbox"/> Mercado 1 <input type="checkbox"/> Mercado 2 <input type="checkbox"/> Seminario	Profesor Maria Ximena Ulibarri
------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------

2 | INFORMACIÓN ORGANIZACIÓN RECEPTORA

Nombre Agencia Lupa Btl

Descripción formal Agencia especialista en capital humano, promociones y marketing digital

Cómo se contactó a la organización vía mail

Contacto mariapaz@lupabtl.cl

País o ciudad Santiago de Chile.

3 | INFORMACIÓN PRÁCTICA [240 horas a realizar]

Fecha de inicio 12 de Septiembre, 2022	Fecha de término 12 de Enero, 2023
Horario (elija una opción 1 o 2)	
1. Horas semanales 15 horas	Nº de semanas 16 semanas
2. Días a la semana	Nº de horas por día
<input checked="" type="checkbox"/> Lunes <input checked="" type="checkbox"/> Martes <input type="checkbox"/> Miércoles <input checked="" type="checkbox"/> Jueves <input checked="" type="checkbox"/> Viernes	4 Lunes 3 Martes 0 Miércoles 4 Jueves 4 Viernes
Remuneración <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Monto \$70.000 líquidos + BH, mensual

4 | PROYECTOS Y RESPONSABILIDADES

- 4.1 Diseñar material gráfico para canales digitales.
- 4.2 Diseñar propuestas gráficas para eventos y promociones.
- 4.3 Desarrollo de imagen corporativa.

5 | OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 5.1 Crear piezas gráficas para canales digitales (Instagram, linkedin, e-commerce).
- 5.2 Diseñar productos y corporativos para clientes Lupa.
- 5.3 Analizar como el diseño contribuye en la decisión de compra de un cliente.

DOCUMENTOS

5.4 Diseñar catálogos de servicios y casos de éxitos para leads.

5.5 Generar Mockup para complementar propuestas

6 | SUPERVISOR ORGANIZACIÓN RECEPTORA

Nombre Supervisor María Paz Alvarado Riquelme

Cargo Diseñar material gráfico para canales digitales.

Teléfono +569 7886 8497 Correo electrónico mariapaz@lupabtl.cl

Dirección Luis Thayer Ojeda 0191, Providencia, Santiago.

7 | FIRMAS



Maria Javiera Molin Aguad
NOMBRE Y FIRMA ESTUDIANTE

fecha 09.09.2022



Maria Paz Alvarado Riquelme
NOMBRE Y FIRMA SUPERVISOR

fecha 09.09.2022

Coordinación de Prácticas Profesionales
DISEÑO UC
Facultad de Ciencias Químicas y de la Tierra
Zimela Silva Bravo
NOMBRE Y FIRMA COORDINACIÓN PRÁCTICAS

fecha 14.09.2022

INTRODUCCIÓN

En el presente informe evidencio la práctica profesional de oficina realizada por mí, María Javiera Molin Aguad, estudiante de Diseño que cursaba mi 7mo semestre. La empresa junto con la que trabajé es Lupa BTL, la cual fue contactada vía correo electrónico. El enlace con la empresa fue gracias a que yo trabajaba con ellos siendo parte de su catálogo de recursos humanos (ya que la empresa trabaja con anfitrionas, entre otros roles) por lo que, gracias a sus redes sociales, me enteré que estaban en búsqueda de una practicante de la carrera de Diseño. En estas publicaciones se detallaba la necesidad de alguien que lograra hacer una línea gráfica para la marca, logrando estandarizar las distintas presentaciones que se realizaban a los clientes, dependiendo del área y fecha en la que se encontraban. Además, se necesitaba la creación de distintos uniformes y accesorios físicos dentro de lo que es una campaña publicitaria presencial, generando mockups y fotomontajes de las distintas ocasiones.

Después de un proceso de 3 entrevistas con la diseñadora, encargada de practicantes y jefa de la empresa, comencé mi periodo de práctica, el cual duró desde el 12 de septiembre 2022 hasta el 6 de enero 2023, teniendo un trabajo de metodología híbrida, yendo presencialmente 2 veces a la semana.

PERFIL DE EMPRESA RECEPTORA

📍 LUIS THAYER OJEDA 0191, OF. 1206
PROVIDENCIA

Instagram: @AGENCIALUPA

🌐 WWW.LUPABTL.CL



Lupa BTL es una agencia de capital humano especializada en promociones y eventos en Chile. Brindan servicios de reclutamiento de personal y representación de marca. La compañía se enfoca en infundir confianza y seguridad tanto en clientes como en empleados. Lupa BTL garantiza el éxito de la campaña y la importancia de los organizadores en el evento. La empresa ofrece casting e información en tiempo real sobre campañas activas, cobertura nacional, disponibilidad durante todo el año, soluciones rápidas y eficientes, gerentes de cuenta dedicados, educación integral y capacitación corporativa para crear bienestar en los empleados. Además, Lupa BTL ofrece diversos servicios como: a) reclutadores de puntos de venta y minoristas, volantes de estrategia, vendedores minoristas, supervisores de actividad física, monitores de apoyo, b) organizadores de eventos, animadores de eventos, etc.

Para ingresar como practicante en la empresa tuve que pasar por 3 entrevistas distintas. La primera fue con la diseñadora de la agencia, para conocer mi metodología de trabajo y mis habilidades tanto sociales como de diseñadora. Luego siguió una entrevista junto a la encargada de practicantes; con ella hablamos más a fondo de distintas habilidades, menos de programas como tal y mas de cosas que soy capaz de producir. Además, me explicó la metodología de la agencia en cuanto a los practicantes, mencionando un factor importante de que las horas perdidas por feriados deben ser recuperadas, y por esto es que se extendieron mis semanas de trabajo. Por último, tuve una reunión con la jefa de la empresa, que se sintió más como una bienvenida. Me contó un poco de la trayectoria de la empresa y le dio énfasis a las cosas que como marca son muy importantes.

ORGANIGRAMA



METODOLOGÍA PROYECTUAL

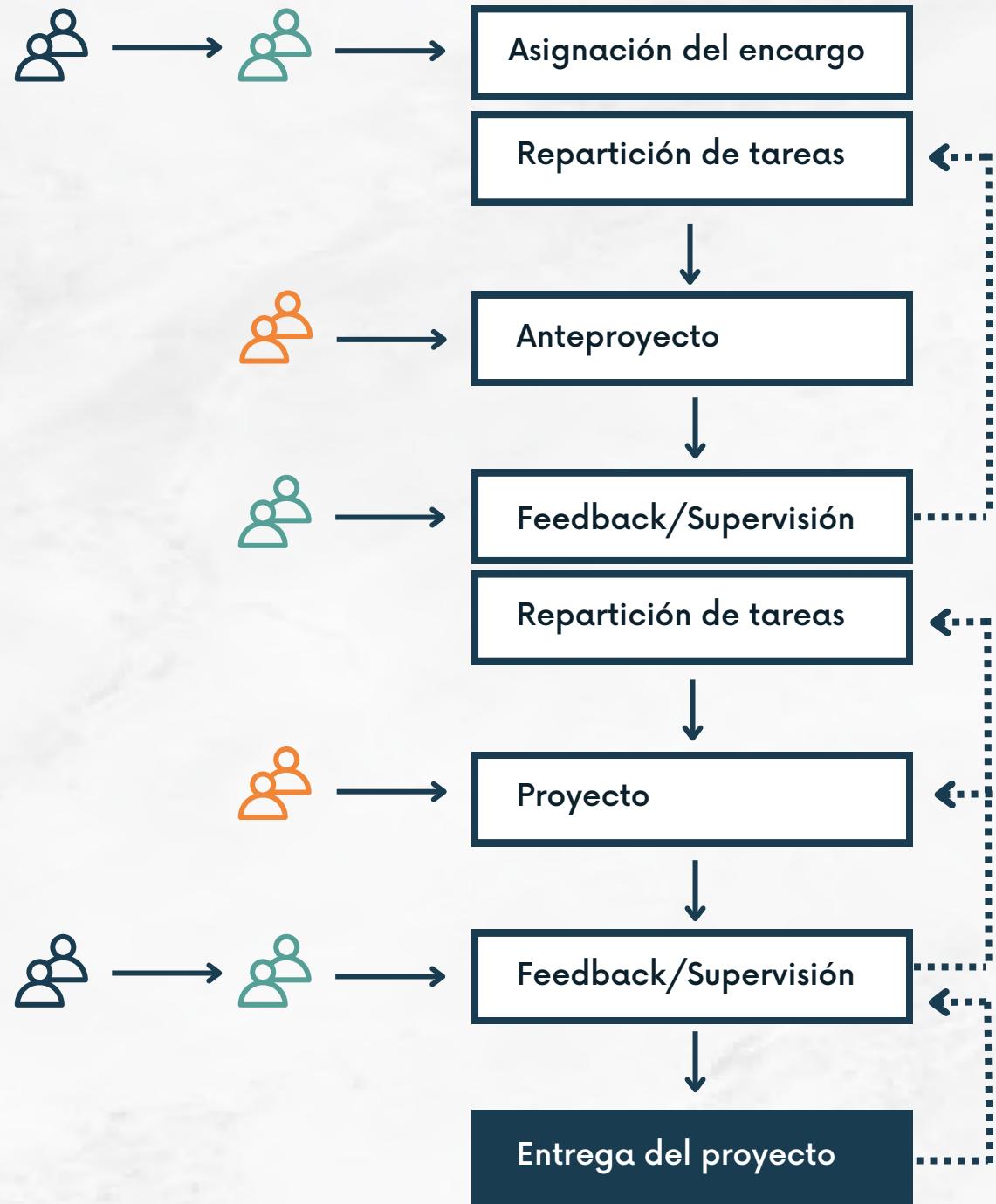
Proceso de iteración

Reunión del equipo de diseño

Reunión de encargado del proyecto con el equipo de diseño

Reunión de encargado del proyecto con el cliente

* Este solo aplica en que el proyecto involucre un cliente externo a la empresa



METODOLOGÍA PROYECTUAL

DEFINICIÓN DE LAS ETAPAS

Asignación del encargo

Esta etapa puede ser parte de un proyecto o programa más grande. Durante esta etapa, se establecieron objetivos y expectativas claras, identificando los recursos necesarios para completar el encargo y definimos un cronograma para la entrega de los resultados.

Repartición de tareas

En esta etapa asignamos tareas o responsabilidades específicas a los miembros del equipo, realizándose de manera justa y equitativa, y que se tenga en cuenta la experiencia y habilidades de los individuos para asegurar el éxito del proyecto. Cuando se vuelve a este punto en el proceso de iteración, generalmente es debido a que hay un área que está fallando, por lo que estas tareas se reasignan a quienes se sientan más capacitados para hacerlas, o por otro lado, re indicar áreas que pertenecían a un individuo y que no se completó.

Anteproyecto

La etapa de anteproyecto es la fase preliminar en la planificación de un proyecto, donde se realizaron estudios y análisis para definir el alcance del proyecto y establecer las bases para su posterior desarrollo. Aquí se hacía un gran levantamiento de antecedentes y referentes, un análisis de las propuestas ya existentes de la marca para ver qué factores se mantendrían y cuales serían modificados.

Feedback/Supervisión

En esta etapa generalmente se hacían reuniones, ya sean presenciales u online en donde se revisan distintos avances o inquietudes dentro del equipo. Estas instancias generalmente se realizaban después de pasar a cada una de las etapas, para así asegurarnos de que estuviésemos yendo por un buen camino.

Proyecto

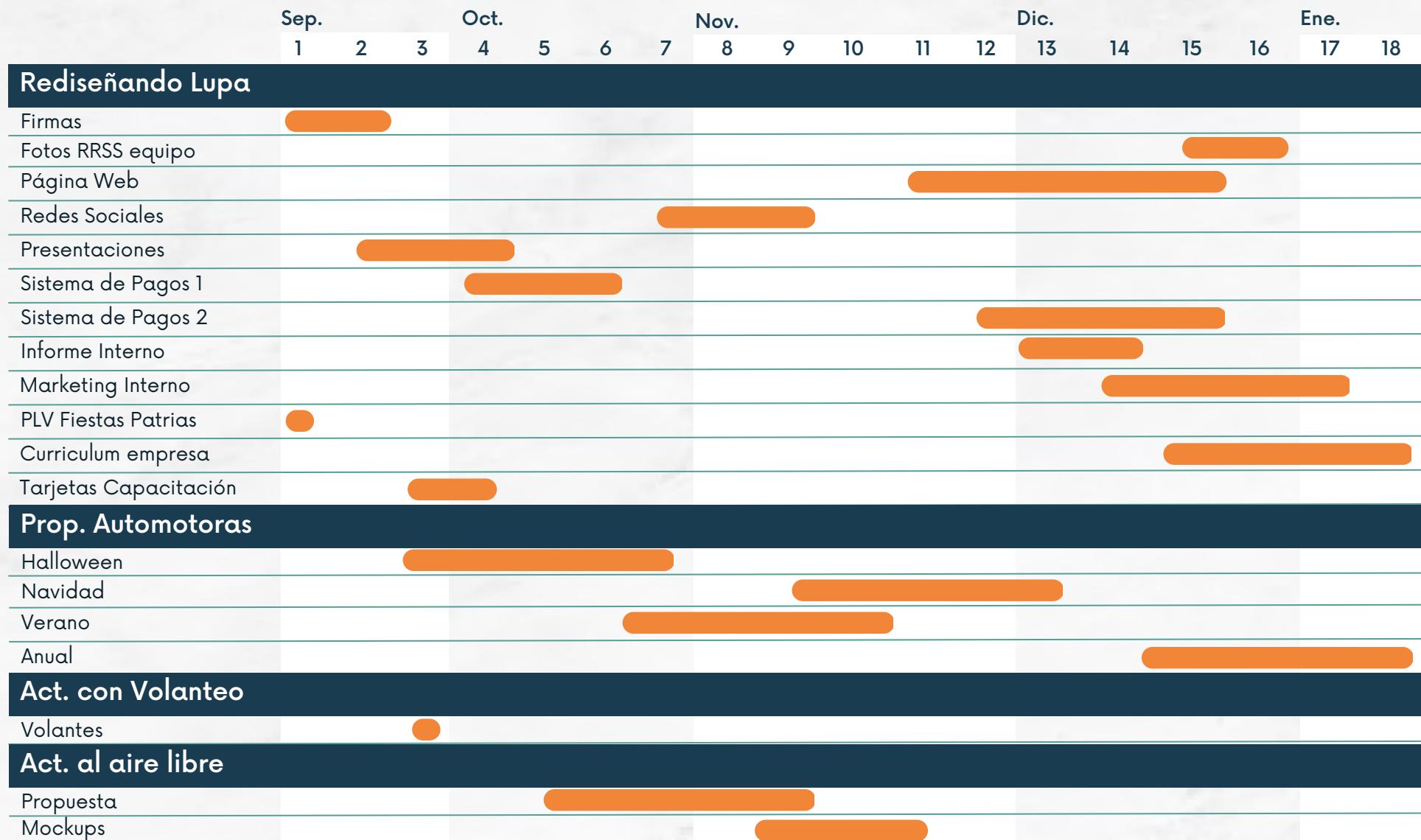
Momento en el que se empieza a llevar a cabo el proyecto, en mi caso generalmente solían ser piezas gráficas como presentaciones, mockups, propuestas, entre otras. Aquí hay un alto ir y venir con la etapa de feedback y supervisión, tanto del equipo como del cliente, logrando extender algunos proyectos hasta por varios meses. En este proceso se suelen encontrar errores tanto dentro del equipo como en la repartición de cargos, por lo que se tiende a volver a la etapa anterior después de analizar como equipo las distintas falencias que pudiesen haber.

Entrega del proyecto

Esta es la etapa final, donde se entregan las piezas finalizadas del proyecto. En caso de no ser solo trabajos digitales, como los son los uniformes o volantes, en esta misma etapa podemos ver una subcategoría de implementación. Aquí, a pesar de que en mi caso pasaba por un tercero, me mantenía presente para ser consciente de posibles errores en el proceso de ejecución.

CARTA GANTT

* A pesar de que la empresa decidió extender un contrato posterior a la práctica, a continuación solo se muestran las semanas pertinentes a este proceso.



PROYECTOS

A continuación presentaré la etapa de proyectos, en la cual se muestran varias de las actividades que debí realizar a lo largo de mi práctica. Esta se dividió en 4 grandes proyectos ya que engloban una misma finalidad, pero varias de ellas se diferencian entre sí, siendo actividades independientes pero con un mismo propósito. Por otro lado, la gran mayoría de estos proyectos fueron realizados únicamente por mí, debido que en varios de los casos me entregaron tareas de forma independiente, siendo la diseñadora de la empresa un apoyo de comentarios y feedback. Para cada etapa de los proyectos se hizo un levantamiento de antecedentes, el cual debido a la extensión del informe no me es capaz de compartir, adjuntando una narración del proceso, momentos claves del cambio y resultados finales. Sin embargo, esto no quiere decir que fue un proceso inmediato, ya que en varios casos tuve feedback que me permitía entender de mejor manera a la marca y sus necesidades. Asimismo, las imágenes no están fechadas, a pesar de que varias son antecesoras de otras ya que en base a éstas me dieron comentarios que permitieron un nuevo enfoque. Pero para este caso, se decidió unificar las distintas propuestas e ir justificando de manera escrita la razón por la cual algunas sobresalieron frente a otras.

A modo de explicación, debo mencionar que a continuación cuando hable de 'activaciones', me estaré refiriendo al proceso de una campaña publicitaria donde el mayor foco es el recurso humano.

Cliente
AGENCIA LUPA

Fecha de Inicio
12/09/22

Fecha de término
12/01/23

Autor
MARÍA MOLIN - MARIA PAZ (SUPERVISOR)

TÉCNICA
DIGITAL

REDISEÑANDO LUPA

El objetivo al crear las piezas gráficas que se verán a continuación, es para mejorar la presencia de una marca, aumentando su reconocimiento y posicionamiento en el mercado. A través del diseño gráfico, busco comunicar los valores, la personalidad y la identidad de la marca, de manera efectiva y atractiva para el público objetivo. Además, se buscó generar una conexión emocional con los consumidores y transmitir un mensaje claro y coherente sobre los productos y servicios que ofrece la marca. La meta es que las piezas gráficas logren capturar la atención de los usuarios y diferenciar la marca de la competencia, generando una imagen positiva y duradera en la mente del consumidor.

CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO:

Para lograr esto, me enfoqué en desarrollar diseños creativos, innovadores y de alta calidad, que reflejen la esencia de la marca y sean consistentes en todas las piezas gráficas utilizadas en la estrategia de comunicación. De esta manera, mi objetivo es lograr una presencia sólida y efectiva de la marca en el mercado, que permita a la empresa alcanzar sus objetivos comerciales y de posicionamiento. Se determinaría la personalidad de la marca y los valores que desea transmitir, para que el diseño gráfico sea consistente con ellos y refleje su identidad de manera coherente. Se seleccionarían las paletas de colores, tipografías, elementos gráficos y recursos técnicos que se utilizarán en las piezas gráficas, asegurándose de que sean atractivos y adecuados para la marca y su público objetivo.

TÉCNICA

ILLUSTRATOR (EDITABLE Y ENTREGA EN PNG)

OBJETIVO

Generar firmas del correo electrónico para representar profesionalismo.

REQUERIMIENTOS

Que este cumpla con los datos de cada integrante, además de tener los elementos identificadores de la marca

FIRMA

Como primera tarea para este proyecto, se me pidió actualizar la firma que se adjunta al final de los correos electrónicos, esto debido a que había gente nueva que aun no poseía la suya y que la anterior tenía ciertas faltas de calidad. A pesar de que el archivo se generó de 0, la base de ésta es igual a la nueva, teniendo cambios de tipografía, nitidez y disposición de los elementos. Aún más, se debieron realizar distintos formatos de una misma firma debido a que, según la aplicación que cada persona utilizaba para enviar correos electrónicos, variaba según su configuración, teniendo problemas para dimensionar las imágenes correctamente sin que éstas tuviesen una pérdida de calidad.

FIRMA ANTIGUA

YAMILA ORDOÑEZ
DIRECTORA DE CUENTAS
 +56 9 9491 4678
 YAMILA@LUPABTL.CL
 LUIS THAYER OJEDA 0191, OF. 1206
PROVIDENCIA
 @AGENCIALUPA
WWW.LUPABTL.CL



ERRORES QUE SE BUSCABAN ARREGLAR

- Baja nitidez de texto e imágenes.
- Logos cortados.
- Espaciados poco proporcionales.
- Diferentes tonos de celeste.

EXPERIMENTACIÓN

Prueba y ajuste de los distintos tamaños del logo y, asimismo, su espaciado con el resto de la etiqueta.

IVONNE CARRASCO
DIRECTORA DE CUENTAS
 +56 9 8914 7292
+56 2 2559 1164
 IVONNE@LUPABTL.CL
 LUIS THAYER OJEDA 0191, OF. 1206
PROVIDENCIA
 @AGENCIALUPA
WWW.LUPABTL.CL



IVONNE CARRASCO
DIRECTORA DE CUENTAS
 +56 9 8914 7292
+56 2 2559 1164
 IVONNE@LUPABTL.CL
 LUIS THAYER OJEDA 0191, OF. 1206
PROVIDENCIA
 @AGENCIALUPA
WWW.LUPABTL.CL



IVONNE CARRASCO
DIRECTORA DE CUENTAS
 +56 9 8914 7292
+56 2 2559 1164
 IVONNE@LUPABTL.CL
 LUIS THAYER OJEDA 0191, OF. 1206
PROVIDENCIA
 @AGENCIALUPA
WWW.LUPABTL.CL



EXPLORACIÓN DE POSIBLES LOGOTIPOS



Se escogieron logos bien geométricos, que representaran de manera más eficiente la información que se entrega.

VARIACIONES EN FORMATO DEL FONDO

IVONNE CARRASCO
DIRECTORA DE CUENTAS
 +56 9 8914 7292
+56 2 2559 1164
 IVONNE@LUPABTL.CL
 LUIS THAYER OJEDA 0191, OF. 1206
PROVIDENCIA
 @AGENCIALUPA
WWW.LUPABTL.CL



IVONNE CARRASCO
DIRECTORA DE CUENTAS
 +56 9 8914 7292
+56 2 2559 1164
 IVONNE@LUPABTL.CL
 LUIS THAYER OJEDA 0191, OF. 1206
PROVIDENCIA
 @AGENCIALUPA
WWW.LUPABTL.CL



TÉCNICA ILLUSTRATOR / FOTOGRAFÍA / PHOTOSHOP

OBJETIVO

Generar imágenes para el perfil de Whatsapp para generar una identificación más eficaz de las reclutadoras.

REQUERIMIENTOS

Que contenga la imagen de cada participante, con su nombre y el logo de lupa, siguiendo los colores de la marca.

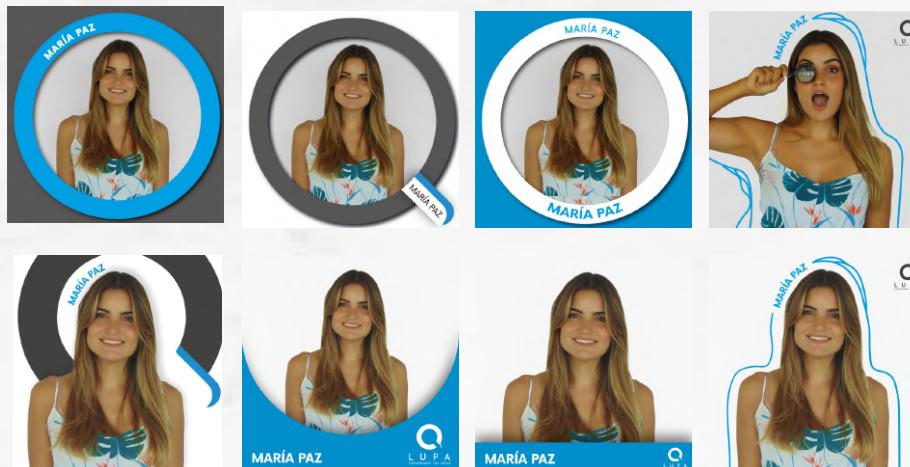
FOTOS RRSS EQUIPO

Como contexto de esta etapa, es importante saber que las reclutadoras suelen trabajar mucho por Whatsapp, además del perfil de Instagram de la empresa, por lo que a cada una de ellas se le pidió obtener un número telefónico especial para la agencia. Con esto en mente, se me pidió realizar una sesión de fotos al equipo, para así poder generar un estilo gráfico que se pudiese aplicar a todas las imágenes de las integrantes, para que las reclutadoras sean mas identificables por el grupo de Whatsapp. Durante la sesión de fotos, se probaron distintos estilos de imágenes, algunas acompañadas de una pequeña lupa que adquirí para esta ocasión, para así explorar distintas posibilidades. Después, cada integrante seleccionó las que más les gustaban (con colores rojos), y entre esas se utilizó la más adecuada al formato (color morado).

SESIÓN DE FOTOS

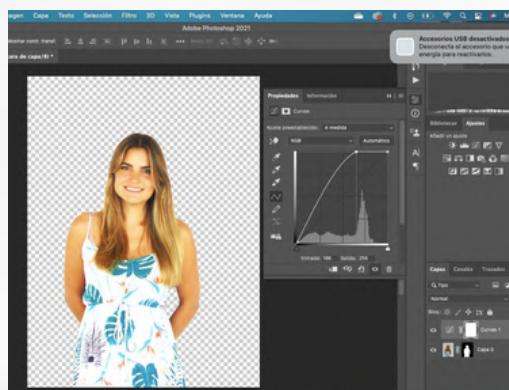


EXPLORACIÓN DE ESTILOS



Decisión si el estilo de la imagen será más amigable o más corporativo. En el proceso de edición, se considera que la previsualización de la imagen es circular, por lo que se busca trabajar con esos márgenes.

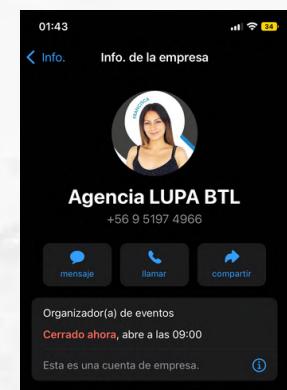
EDICIÓN DE COLORES



ALGUNAS FINALES



EN USO



TÉCNICA ILLUSTRATOR / CANVA

OBJETIVO

Generar dos propuestas contrastantes entre sí para un nuevo diseño de la página web de la agencia.

REQUERIMIENTOS

Que siga los elementos base que contiene, manteniendo la eficacia actual y no alejarse de lo que se posee actualmente.

PÁGINA WEB

Para esta parte del proyecto, la jefa de la empresa se contactó directamente conmigo, pidiendo dos propuestas distintas para su página web. Primero, me pidió analizar la que poseían en ese momento, lo que realicé a través de un video con audio paseando por la página, esto tanto en dispositivo móvil como horizontal. Despues de analizar los distintos errores, nos reunimos a ver características claves de la página vigente, viendo qué se quería dejar y qué se podía cambiar. Con esta información se decidieron dos propuestas, una bastante similar a la que ya poseían, corrigiendo algunos de los errores que se encontraban en esa página, y otra con un estilo más futurista para demostrar dos distintas posibilidades. Un factor muy importante que se decidió arreglar en las propuestas, fue la proporción según la visión de pantalla, ya que habían varios elementos de una misma categoría que no se alcanzaban a visualizar completamente.

PAGINA ACTUAL



* Enlace de video con correcciones personales en el anexo

PROPIUESTA 1



PROPIUESTA 2



TÉCNICA ILLUSTRATOR

OBJETIVO

Crear una plantilla que permita subir los requerimientos de cada evento de manera eficaz y ordenada

REQUERIMIENTOS

Que siga las medidas de una historia de instagram y una línea gráfica constante. Además, tener elementos básicos de reclutamiento.

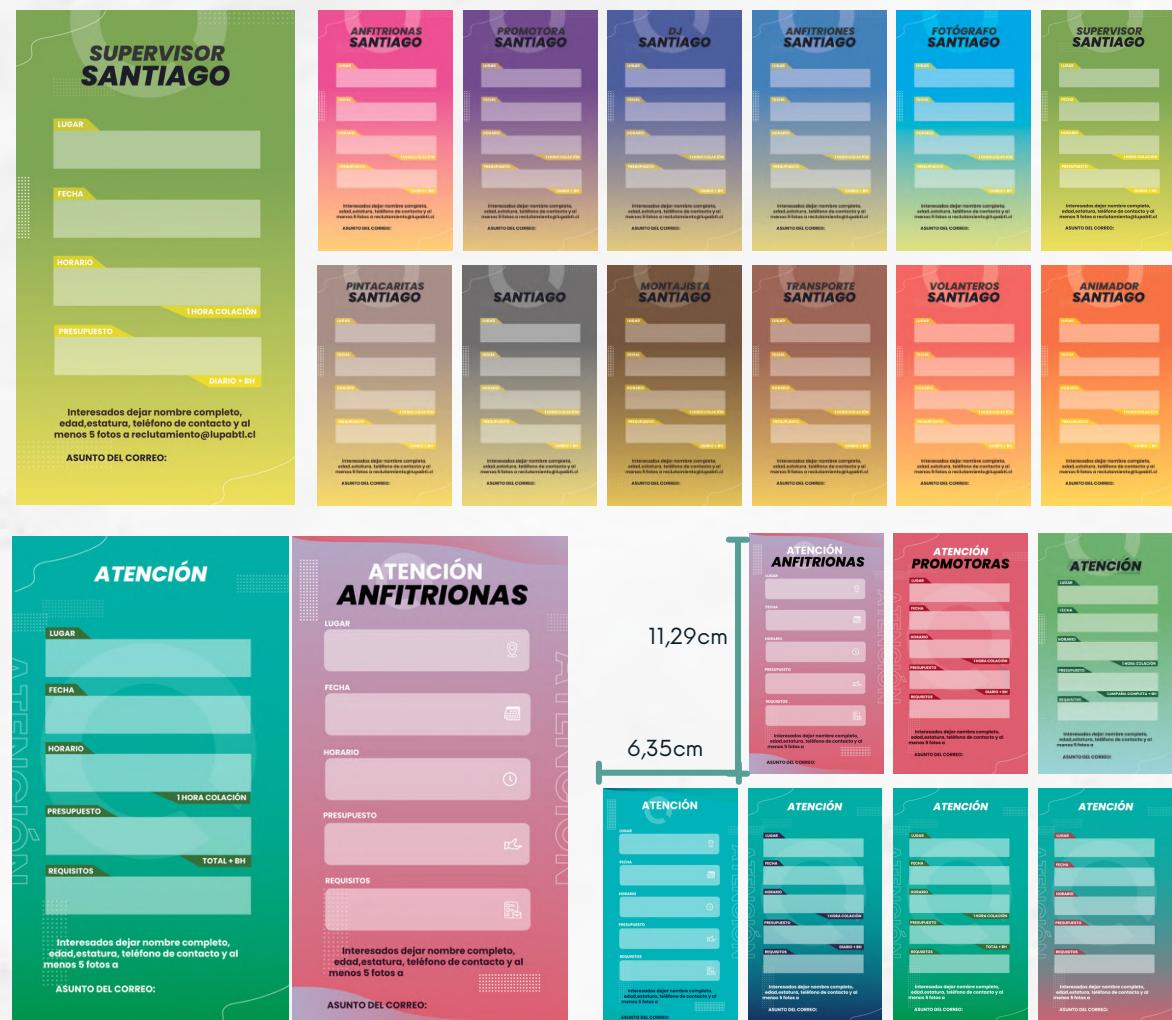
REDES SOCIALES

Como esta es una agencia de reclutamiento, su presencia en redes sociales es bastante alta, ya que por esta vía se encuentra gente nueva para las distintas activaciones. Es por esto que se me pidió realizar distintas plantillas con los elementos base que se necesitan para un reclutamiento, para así generar un orden dentro de las publicaciones y, además, facilitar el trabajo de las encargadas. Debido a que la gran mayoría de las activaciones de la agencia son en Santiago, se decidió generar un estándar de historias, manteniendo Santiago representado con el color amarillo. Cada uno de los roles tendría un color distinto, para así facilitar el proceso de postulación e identificar de mejor manera cuales son las campañas que funcionan según su criterio. Además, se generaron algunas estándar sin ubicación y un par con especificación de cargo, esto para poder englobar distintas combinaciones que no se completen con las anteriormente mencionadas. En todas se decidieron mantener los conceptos base, para que así el proceso de edición de los reclutadores sea el mínimo y mantener la línea gráfica entre ellas.

ESTILO ANTERIOR



NUEVA PROPUESTA



TÉCNICA ILLUSTRATOR / CANVA

OBJETIVO

Generar una imagen limpia de la marca, manteniendo un orden en sus presentaciones de manera sencilla y eficiente.

REQUERIMIENTOS

Que entregue la información de la marca de manera limpia y eficaz.

PRESENTACIONES

Para reuniones con clientes se necesita distinto material visual para representar las ideas de manera adecuada, lo cual se podrá ver con mayor profundidad en otro proyecto más adelante. Para esta etapa, se decidió generar un estándar para las portada, pie de página y contraportada de las presentaciones, haciendo que ésta se adapte según las marcas y contexto en las que se aplicaban. Las presentaciones iniciales contaban con una portada poco legible, en donde la misma marca no lograba distinguirse correctamente, por lo que se decidió optar por un fondo sólido como base, ya que así se mantiene el orden. Además, antes no poseían una página final, generando que al terminar de presentar, quedara un "vacío" sin un cierre completo, por lo que se decidió agregar una base con los datos más importantes de la agencia. En casos también se agregó un banner inferior en el contenido de la presentación para categorizar de mejor manera la presentación. Esta plantilla se pasó a "Canva" para que en un futuro, puedan seguir aplicándola y editándola de manera sencilla, ya que no poseen conocimientos de illustrator.

PRESENTACIONES ANTERIORES



Duración campaña

La activación tendrá 1 mes de prueba (30 días hábiles en total)

- Fecha inicio: 3 de Enero
- Fecha termino: 31



SUJETO A MODIFICACIONES

PROPIUESTA BASE



ALTERACIONES SEGÚN LA MARCA CON LA QUE SE TRABAJÓ



TÉCNICA ILLUSTRATOR

OBJETIVO

Generar un archivo que indique cómo emitir boletas.

REQUERIMIENTOS

Que entregue la información de manera limpia y eficaz.

SISTEMA DE PAGOS 1

Aquí se pidió generar un instructivo de cómo se realizan los pagos en lupa, pasando desde la etapa de creación de clave secreta, inicio de actividades, emisión de boleta, datos de emisión de boleta, información importante sobre los pagos, entre otros; esto debido a que muchas de las personas que trabajan en la agencia están trabajando por primera vez, por lo que no saben cómo es el proceso de realización de estos trámites. Además, se aprovecha de contestar muchas de las preguntas recurrentes que suelen tener las reclutadoras, economizando así su tiempo y logrando tener un mejor espacio de trabajo. A pesar de que éste tuvo un buen funcionamiento, a lo largo del tiempo nos dimos cuenta que mucha gente no estaba leyendo, a pesar de poder redirigirse automáticamente a la página requerida a través del índice, por lo que en la siguiente etapa decidimos transformar la propuesta.

DETALLE DE ALGUNAS PÁGINAS



RESUMEN DEL ARCHIVO

TÉCNICA

ILLUSTRATOR / LINKTREE / FINAL CUT PRO

OBJETIVO

Generar un sistema que indique cómo emitir una boleta eficientemente.

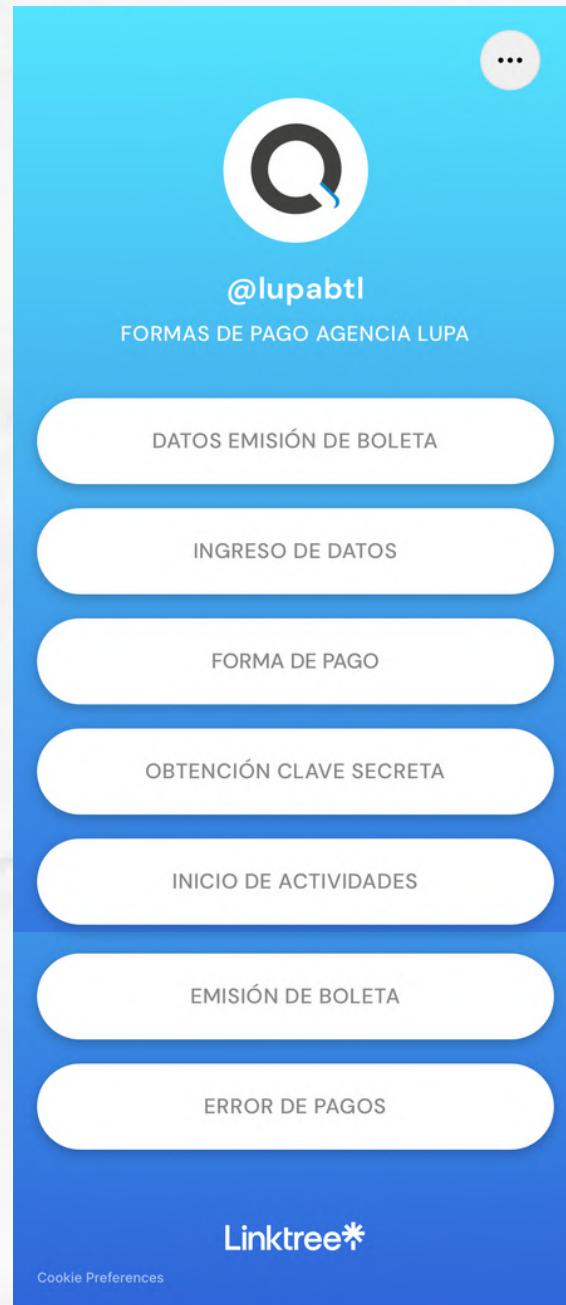
REQUERIMIENTOS

Que entregue la información de manera limpia y eficaz.

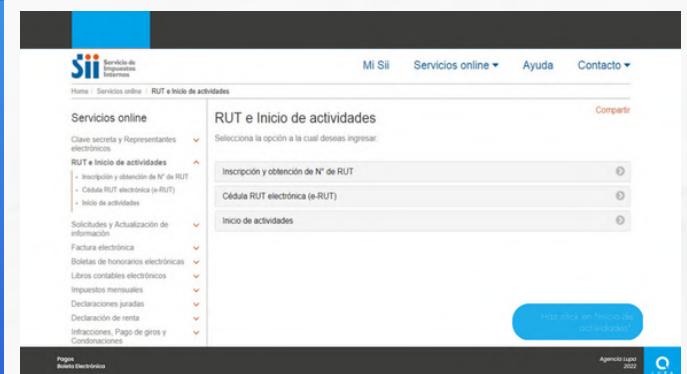
SISTEMA DE PAGOS 2

Después de un tiempo de prueba con el anterior sistema, nos dimos cuenta que éste no estaba siendo muy eficiente por lo que se decidió realizar una nueva metodología, además de incorporar la paleta de colores de la agencia. Para esto, se dividieron las secciones en archivos separados juntándolos todos en un linktree. Aun más, para las reclutadoras sería mucho más fácil de compartir, ya que éste es un enlace corto. Para el caso de los pagos de lupa, nos dimos cuenta que no se estaba transmitiendo la información eficientemente, por lo que se decidió hacer un video más detallado, apoyando el diálogo con lo visual para así dejar en claro la metodología que se sigue en la empresa. Además, se crearon forms para lograr detallar los datos de transferencia, actualizándose constantemente dependiendo de la campaña realizada. Por último, decidimos separar los archivos del SII para hacer más eficiente el proceso.

VISUAL DEL LINKTREE



VISUAL DE NUEVOS ARCHIVOS



TÉCNICA POWERPOINT

OBJETIVO

Generar una plantilla en PowerPoint que permita representar la información de una activación eficientemente.

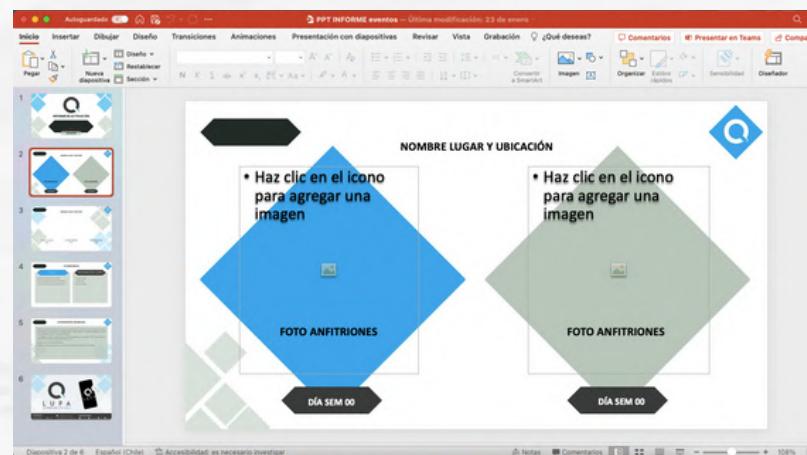
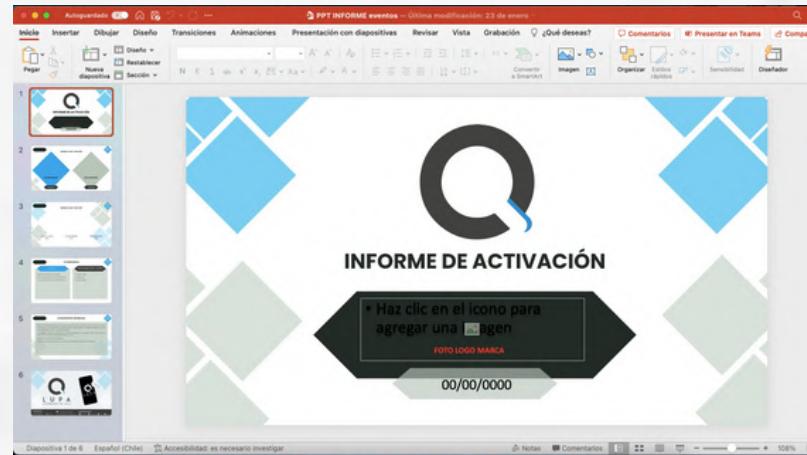
REQUERIMIENTOS

Que sea accesible y fácil de utilizar

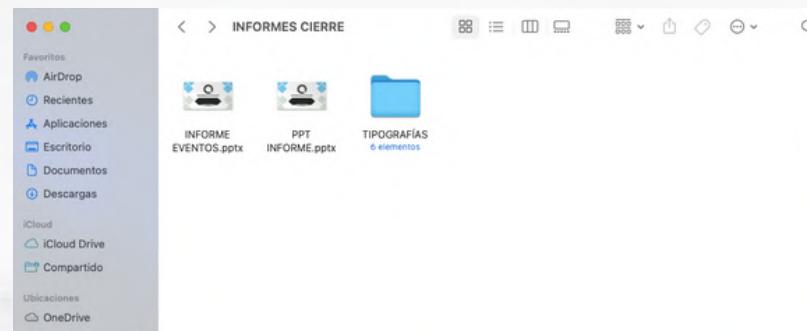
INFORME INTERNO

Después de cada activación, los supervisores deben realizar un informe interno para que éste pueda ser enviado al cliente. Para esto, se especificó que se utilizara PowerPoint para así lograr que independiente del supervisor, ellos pudiesen compartir y editar este archivo eficientemente y, asimismo, mantener un nivel estético para que al cliente le parezca atractivo. Un factor muy importante era delimitar las áreas para las imágenes, generando que éstas automáticamente se adapten al espacio marcado, así evitando que imágenes de distintas proporciones modifiquen el estilo de la presentación. Además, junto con la presentación en formato .pptx, se les compartió las tipografías presentes en el documento, para así cerciorarse de que el documento no se desconfiguraría si ellos no poseen la que se está utilizando.

VISUAL DESDE PPT



CARPETA COMPARTIDA



TÉCNICA ILLUSTRATOR

OBJETIVO

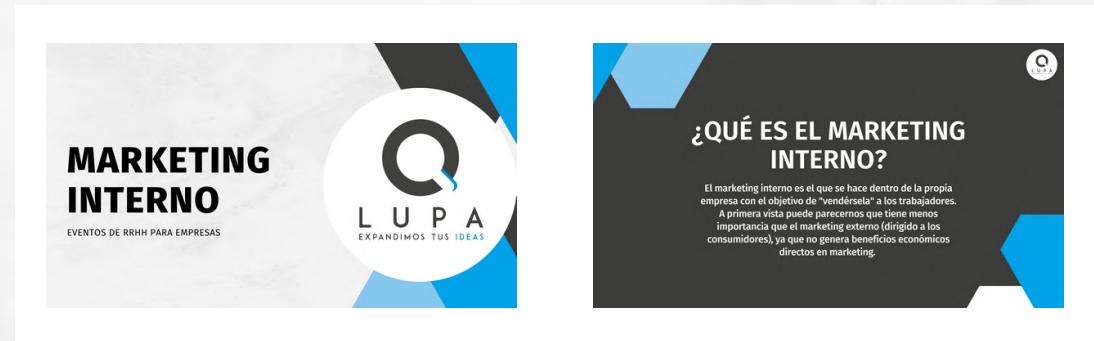
Crear un nuevo cliente a través de la venta de experiencias dentro de las mismas empresas.

REQUERIMIENTOS

Explicar los beneficios y posibles trabajos que pueda hacer la empresa.

MARKETING INTERNO

Para este trabajo en particular, se me solicitó desarrollar una propuesta de marketing interno encaminada a lograr que las empresas que trabajan con nuestra agencia realicen estas funciones dentro de sus equipos, mostrándoles todo lo que podemos hacer como agencia, para ofrecerlos en este campo. Para lograr estos objetivos, desarrollé una presentación integral que incluye una amplia gama de elementos visuales y un guion detallado con puntos clave para ayudar a los gerentes de proyecto a presentar esta información de manera clara, eficiente y estandarizada. Específicamente, esta propuesta de marketing interna busca demostrar cómo el asociarse con nuestra agencia puede mejorar significativamente los resultados comerciales a largo plazo. Además, exhibimos en nuestra presentación todos los servicios y recursos que nuestra oficina puede ofrecer a las empresas colaboradoras.



The slide features a large blue and white circular logo with the letters 'Q' and 'LUPA' and the tagline 'EXPANDIMOS TUS IDEAS'. The title 'MARKETING INTERNO' is at the top, followed by 'EVENTOS DE RRHH PARA EMPRESAS'.



The title 'Los 5 elementos del Marketing Interno' is at the top. Below it are five numbered sections: 'Los empleados', 'La empresa', 'La fuerza de ventas', 'La comunicación interna', and 'El objetivo final'. Each section contains a brief description of its role in internal marketing.



The title 'PLAN DE MARKETING' is at the top. It asks, '¿Qué pasos debemos seguir para que nuestro Marketing interno sea exitoso?' Below are five numbered steps: 1. Análisis, 2. Objetivo, 3. Estrategias y Tácticas, 4. Plan de acción, and 5. Previsiones financieras y Monitoreo.



The title 'ACTIVIDADES EN OFICINA' is at the top. It includes a list: '• Actividades grupales interactivas', '• Actividades reflexivas', and '• Celebración de fechas importantes'. Below is a photo of people working together.



The title '¿QUÉ ES EL MARKETING INTERNO?' is at the top. It defines it as marketing within the company for employees. A note says: 'A primera vista puede parecernos que tiene menos importancia que el marketing externo (dirigido a los consumidores), ya que no genera beneficios económicos directos en marketing.'



The title 'Ventajas del Marketing Interno' is at the top. It lists five benefits with icons: 1. Incremento de la satisfacción y dedicación al trabajo de personal. 2. Mejor transmisión de los valores y mensajes de la empresa a los clientes finales. 3. Mejora de la productividad: cuando los trabajadores están motivados, su rendimiento mejora, y esto a su vez se traduce en mejores resultados para los consumidores. 4. Mejor desarrollo profesional de los empleados, lo que implica confianza y motivación, los cuales impulsan a los empleados a tener más ganas para transmitirlos a los consumidores. 5. Captación de talentos: un buen ambiente laboral hace que los trabajadores satisfechos son la mejor inversión para atraer y retener a los mejores empleados.



The title 'CAJAS DE REGALOS' is at the top. It shows several gift boxes and lists: '• Celebrar días importantes.', '• Personalizar para cumpleaños', and '• Entregar complementos para el trabajo'.



The title 'CATERING / COMIDAS' is at the top. It lists: '• Desayunos', '• Almuerzos temáticos', and '• AfterOffice'. Below is a photo of a catered event.

TÉCNICA
ILLUSTRATOR /
PHOTOSHOP

OBJETIVO

Complementar un obsequio entregado a los clientes para demostrar que nos importan.

REQUERIMIENTOS

Generar un panfleto 14x9 (con temática de fiestas patrias), diseño de caja, stickers y papel de envoltorio que aluden a la marca.

PLV FIESTAS PATRIAS

Este fue el primer encargo que se me dio como practicante, funcionando en esta experiencia como "marcha blanca". En el panfleto se me pidió incluir una palla además del texto "felices fiestas patrias", todo esto con temática festiva. Se entregaron 4 propuestas distintas, para dar opciones a la encargada del proyecto principal al momento de escoger, que en este caso era Yamila. Además, se realizaron distintos diseños con respecto a la composición del empaque del obsequio, entregando variedad en sticker, envoltorios y coloridos de caja, dando una gran impresión en la supervisora por la forma en la que estos se encuentran representados (mockups).

DISEÑO DE LAS TARJETAS

PROPIUESTA 1



PROPIUESTA 3



PROPIUESTA 2



PROPIUESTA 4



ESCOGIDOS

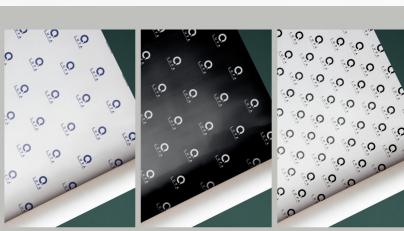


DISEÑO DEL PACKAGING

STICKERS



PACKAGING



STICKER SELLADO



TÉCNICA ILLUSTRATOR

OBJETIVO

Presentar de manera eficiente en qué consiste Agencia Lupa.

REQUERIMIENTOS

Generar un pdf modo presentación que utilice elementos graficos además de la paleta de colores de la empresa.

CURRICULUM EMPRESA

Como parte de mi trabajo en la empresa, me han pedido que actualice el archivo de "currículum" que se utiliza para presentar la empresa a potenciales clientes. El archivo existente estaba desactualizado y no reflejaba la imagen actual de la agencia y sus servicios, por lo que era imperativo crear un nuevo archivo que cumpliera con las expectativas y necesidades de la empresa. Cumplir con esta tarea requirió un estudio profundo de los servicios y fortalezas de la agencia, así como una idea clara y concisa de lo que podría ofrecer a los potenciales clientes; debe estar diseñado en un formato moderno, atractivo, de fácil lectura y comprensión para su grupo objetivo. En este caso en particular, se agregó una extensión a éste, con una sección de "automotoras" ya que se buscaba conseguir a un cliente nuevo de esta área.

→ PRUEBAS DE COLORES EN DISTINTOS ELEMENTOS

GENERAL

METODOLOGÍA

CAPITAL HUMANO

EQUIPO 100% CAPACITADO

¡SOMOS PARTNER!

¡OFRECEMOS GARANTÍA!

2DA PARTE, AUTOMOTORAS

MARCAS DE AUTOMOTORAS QUE HAN CONFIADO EN LUPA

ACTIVACIÓN MG

TÉCNICA ILLUSTRATOR

OBJETIVO

Generar un mejor rendimiento y fidelización por parte de las reclutadas.

REQUERIMIENTOS

Generar una gran variedad de tarjetas únicas con mensajes motivacionales, las cuales conecten con la realidad.

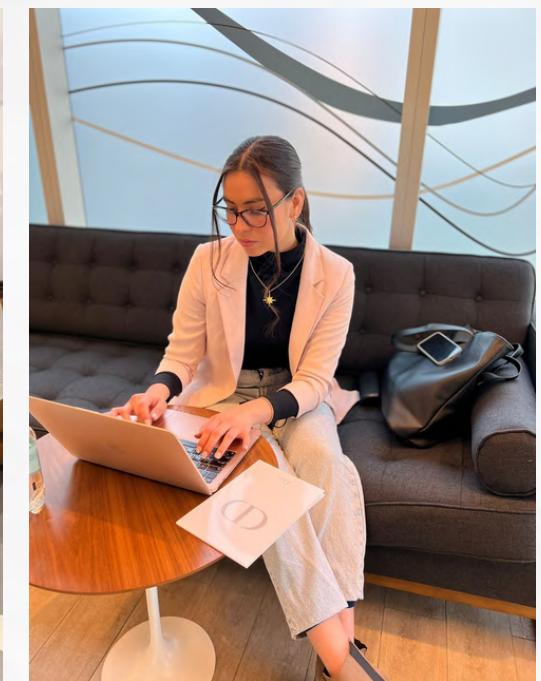
TARJETAS CAPACITACIÓN

Algo fundamental para la empresa es realizar distintas capacitaciones para el recurso humano que reclutan, ya que muchas veces estas personas no tienen un previo conocimiento de la marca con la que van a trabajar. Para una instancia de reclutamiento masivo, se pidió generar pequeñas tarjetas que estarían complementadas con pequeños regalos, esto con el fin de motivar a las participantes tanto en esta campaña, como en campañas futuras. La idea del regalo completo fue creada por la diseñadora del equipo, asignándome a mí la creación de las tarjetas que lo complementarían. Cada una constaba de una cita motivacional, que llegaba como "mensaje de texto" esto acompañado de la hora con dígitos repetidos por la actual creencia que estos números dan suerte, buscando así estimular el subconsciente de los participantes. Además, se cambió la tipografía de cada número para representar la autenticidad de cada integrante, y así hacerles sentir que son únicos. Por último, se decidió utilizar fondos en degradé para hacerlos lo más neutros posibles, además de incorporar el logo de color blanco centrado al medio y abajo para que no tomara protagonismo, pero de un tamaño no menor para que no perdiera su relevancia.



RESULTADOS

Como resultado inmediato de todas estas implementaciones, podemos encontrar un incremento emocional por parte de los trabajadores de Agencia Lupa, ya que además de hacer las presentaciones visualmente más atractivas, muchas de éstas generaron herramientas facilitadoras para su trabajo, aumentando así su estado anímico en el proceso de trabajo. A largo plazo, establecer este nuevo rediseño de la empresa generó que se unificara de mejor manera la marca, ya que adquiere cierta personalidad, ilustrando distintas cualidades y virtudes. Personalmente, no me esperaba que estos aspectos generaran tanto impacto positivo dentro del mismo equipo, ya que al comenzar con estas tareas sentía que eran aspectos más superficiales del trabajo, pero luego comprendí el peso que todo esto conllevaba, cumpliendo eficazmente con los objetivos necesarios.



Cliente
POMPEYO CARRASCO

Fecha de Inicio
26/09/22

Fecha de término
10/01/23

Autor
MARÍA MOLIN - YAMILA (SUPERVISIÓN)

TÉCNICA
DIGITAL

PROPUESTAS AUTOMOTORAS

Las distintas marcas de automotoras son de los clientes mas grandes de la agencia, principalmente Pompeyo Carrasco que es con la cual mas tiempo trabajé. El objetivo de este proyecto es colaborar con la marca y buscar nuevas estrategias de acercamiento hacia los clientes, fidelizándolos y generando una predominancia por parte de la marca. Por otro lado, como objetivo secundario, se buscó mejorar la calidad de trabajo de quienes se encontraban en las sucursales, realizando actividades que los incluyan dentro de la misma activación.

CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO:

Un concepto clave a lo largo de este proyecto es "fidelización" tanto de la agencia con la marca, como ésta con sus clientes. Para esto, se realizaron distintas propuestas de diseño e implementación, incluyendo vestuarios, decoración, regalos, etc.; éstas variando constantemente dependiendo de la época del año en la que nos encontrábamos. Además, se buscó proyectar todo este proceso a más largo plazo para así generar una mayor dependencia por parte de Pompeyo hacia la agencia, resultando en una mayor motivación por seguir trabajando con nosotros. Todas las propuestas expresadas tuvieron un amplio proceso de búsqueda de referentes, se analizó el mercado para descubrir qué estaban haciendo las otras automotoras, y también, otro tipo de áreas, para buscar la forma de implementar esos métodos en nuestra área.

OBJETIVO

Generar una cercanía con el cliente a través de la festividad

REQUERIMIENTOS

Armar una propuesta compuesta de vestuario, decoración, obsequios y actividades pertinentes a la fecha.

HALLOWEEN

Para esta fecha, se buscaba involucrar la temática de Halloween dentro de las actividades de automotoras. Para esto se pidió generar un diseño económico pero eficiente sobre distintos aspectos que se pudiesen aplicar al local de activación, jugando con distintos implementos en los uniformes y actividades que permitieran dar un ambiente festivo al evento. Como muchas de estas actividades eran en centro comerciales, se buscó la forma de complementar al cliente verdadero junto a su familia en las distintas actividades, aprovechando estos distintos actores para generar un involucramiento de éstos con la marca. Para lograr esto, se buscaron referentes, principalmente en el área de decoración y actividades, en donde muchos de estos provenían de distintos stands temáticos de feria. Se realizaron mockups de vestuario (editando el disfraz sobre fotos antiguas) regalos, y carritos para ambientar mejor la propuesta.

PROUESTA INICIAL

RESULTADOS



TÉCNICA
ILLUSTRATOR / PROCREATE

OBJETIVO

Generar una cercanía con el cliente a través de la festividad y nuevos vestuarios.

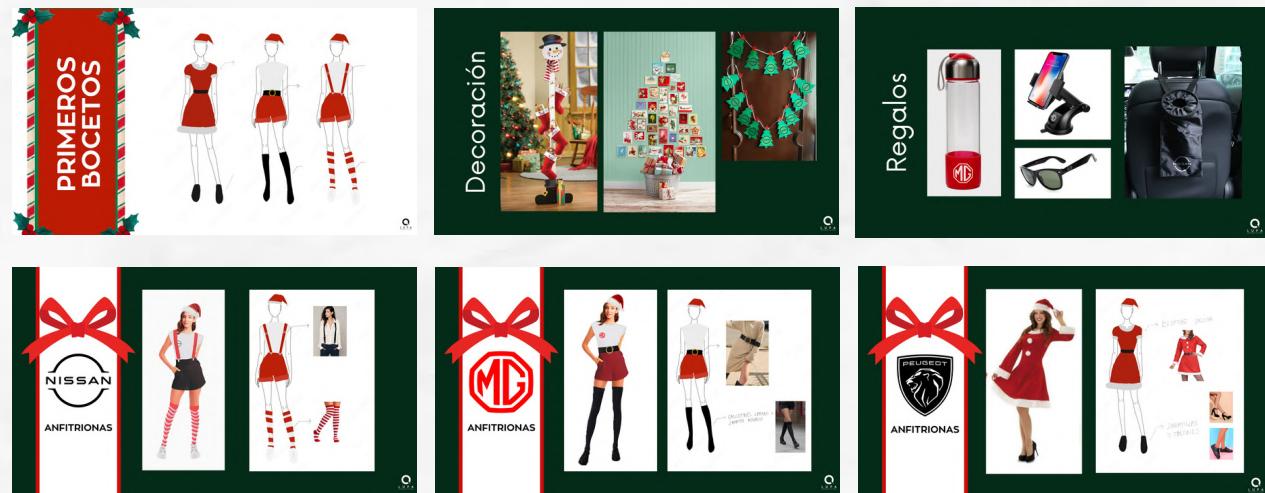
REQUERIMIENTOS

Armar una propuesta compuesta de vestuario, decoración obsequios y actividades pertinentes a la fecha. Además, incluir al personal de las sucursales.

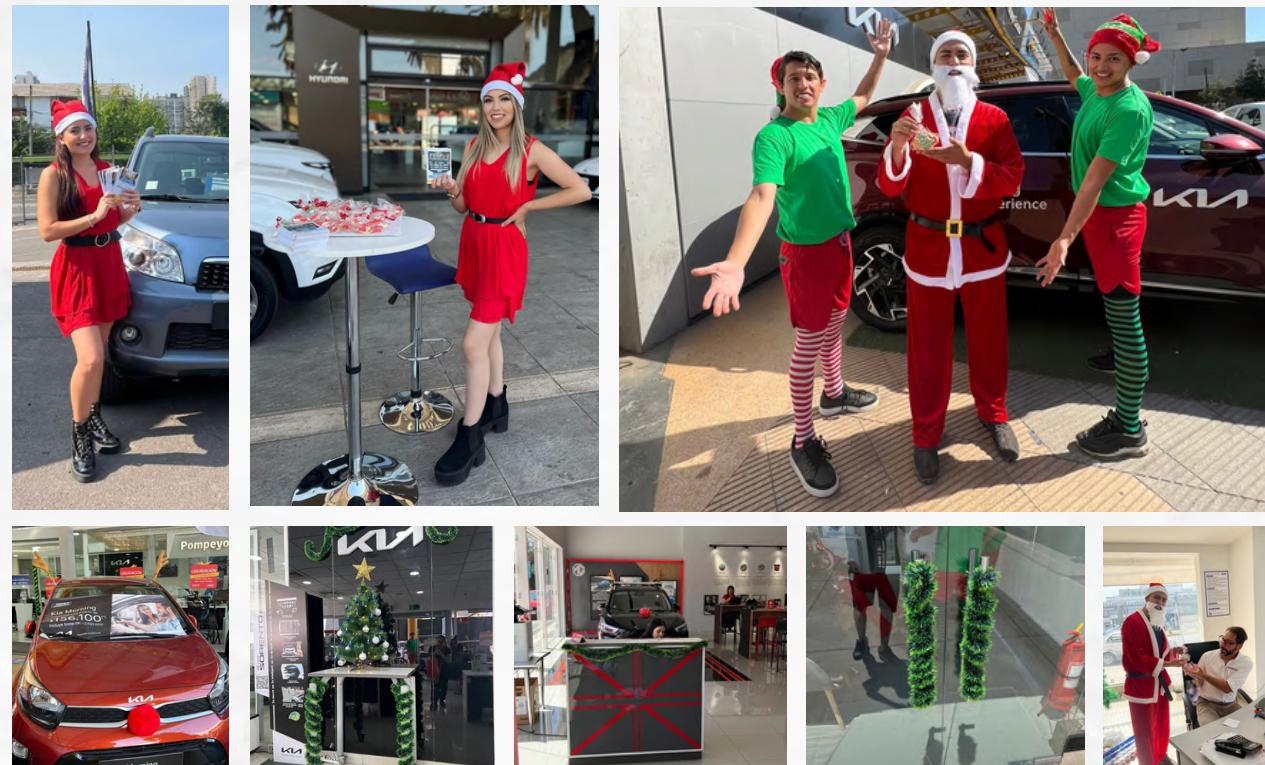
NAVIDAD

Parecido al evento anterior, para estas fechas se buscó realizar una ambientación temática, utilizando recursos visuales como lo son los colores de uniformes y decoraciones típicas de navidad. Además se buscó la posibilidad de integrar a personal extra para dar una experiencia mas inmersiva en lo que fue el evento. La propuesta que se entregó se inspiró en la típica historia del Viejito Pascuero que va casa por casa entregando regalos, lo que replicamos junto a un par de duendes que entregaban galletitas, además de instalar las decoraciones pertinente a cada tienda. Por otro lado, las Pascueras, interactuaron con mayor cercanía con los clientes de la marca, obsequiándoles galletas e invitándolos a entrar a la tienda en la que se encontraban. Además del viejito, los duendes y las viejitas, también se tomaron como referente de los cuentos infantiles los renos y los regalos, que sirvieron para decorar los autos y módulos.

PROUESTA INICIAL



RESULTADOS



TÉCNICA
ILLUSTRATOR / PROCREATE

OBJETIVO

Crear un uniforme nuevo moderno para las temporadas de calor.

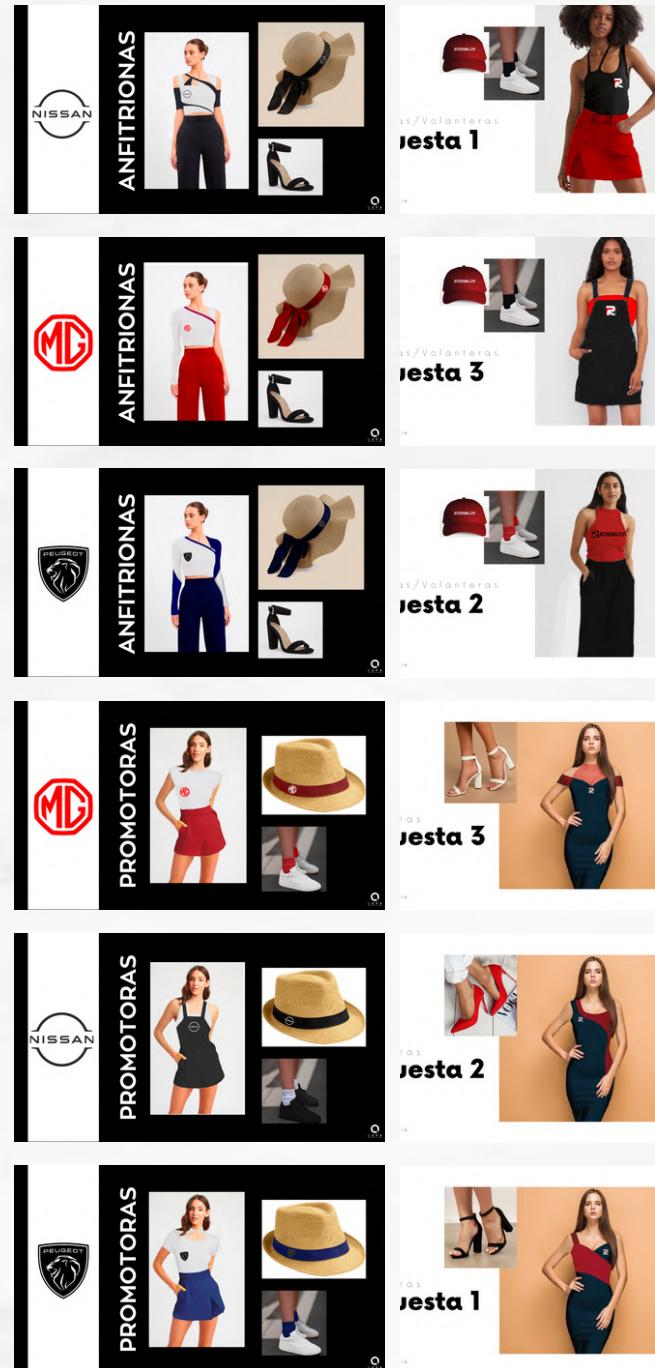
REQUERIMIENTOS

Que este sea innovador dentro de lo clásico, preocupándose de los distintos factores que pudiesen afectarlo con el tiempo.

VERANO

Para la temporada de verano se buscó cambiar el uniforme actual de las anfitrionas y promotoras de la marca, a través de un estilo fresco, ordenado y diferente a lo que ya poseían. Esta fue una de las etapas con más feedback por parte del cliente, debido a que no comprendían bien lo que querían y fueron jugando con los distintos prototipos, con estilos más clásicos y otros más innovadores, para así encontrar un equilibrio de lo que se requería. En las imágenes se pueden encontrar algunas de las propuestas realizadas al cliente, iterando una y otra vez con los distintos comentarios entregados. Para la realización de cada una de ellas se buscaron diversos estilos en la industria de recursos humanos y se analizaron las tendencias de moda actual, para así poder generar algo moderno pero pertinente. Uno de los grandes cambios fue la implementación de un gorro veraniego y pantalones de tela, que solían ser jockeys y calzas, dando un look mucho más deportivo. La forma de la polera también se adaptó para reflejar una mejor postura por parte de quien la usa, logrando así que éstas se vean mejor en la activación.

ALGUNAS PROPUESTAS



RESULTADOS



TÉCNICA ILLUSTRATOR

OBJETIVO

Crear un archivo con propuestas mensuales tanto de vestuario como de actividades y decoración.

REQUERIMIENTOS

Cada mes debe ser representado por algo pertinente a éste, generando un complemento entre todos los elementos que se dispondrán.

ANUAL

A fines de año, se hizo una propuesta anual para el 2023 a las distintas automotoras, proponiendo distintos eventos y diseños (tanto para los espacios como para los uniformes). Este archivo se genera para fidelizar a la empresa, ya que al entregarle la propuesta completa, se busca generar que éstas se relajen en cuanto a estos eventos, ya que sabrán que tienen a la agencia para encargarse de las distintas ocasiones por venir. Asimismo, esto le sirve a la agencia para lograr organizar los distintos elementos requeridos con mayor anticipación. Para la realización de éste, se tomó como referencia las actividades ya realizadas el 2022, y se analizaron cuáles de éstas tuvieron mayor éxito contra aquellas que no tanto. Además de analizar los distintos meses y fechas que debían conmemorarse, se analizó de manera más amplia la cantidad de referentes, principalmente en cuanto a la decoración de las sucursales. Por otro lado, se les entregó opciones de actividades para así asegurarnos de cumplir con las expectativas.

ALGUNAS DE LAS PROPUESTAS

MES	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2	DECORACIÓN:	VESTIMENTA:
FEBRERO Día del amor y la amistad	Concurso: llenar formulario con datos de cliente para participar en concurso. *Premio: Cena para dos personas en restaurante por definir.	Promotoras en carrito de flores y chocolates. Regalando flores y chocolates con mensaje de amor (frases) con envoltura referente a la marca.		
ABRIL Conejo de Pascua	Captar y clientes (familia) Entretener a niños que acompañen a padres a cotizar autos. *campaña optima para público objetivo familiar. Ej: campaña: "Ven con tu hijo a visitarnos"	Promotoras captadoras regalando huevitos de pascua a personas que pasen por fuera de local.		
MAYO Día de la madre	Decoración: Captar clientes Commemorar a madres en su día	Actividad 1: Promotoras captaran y acompañarán a mamás a participar en rueda de regalos compuesta por diferentes premios. Ej: Botella con logotipo, taza con frase, perfume, chocolates, flores, etc. Actividad 2: Para que la activación sea más entretenida y dinámica se contará con DJ y animador encargados de guiar y atraer participantes.		
JUNIO Día del padre	Actividad 1: Promotoras captaran y acompañarán a papás a participar en "tiro al arco". Los ganadores estarán participando por diferentes premios. Ej: Término corporativo, taza con frase, perfume, chocolates, etc. Actividad 2: Para que la actividad sea más entretenida y dinámica se contará con DJ y animador encargados de guiar y atraer participantes.	Decoración: Captar clientes Commemorar a padres en su día participando.		

RESULTADOS

Como resultado de este proyecto junto a Pompeyo Carrasco, logramos que éste se apoye mucho más en la agencia, dejando de lado trabajos de terceros. Por parte de las anfitrionas, se pudo ver un aumento en su comodidad, particularmente en los uniformes de verano, ya que éstos las protegían del calor manteniéndolas frescas, pero sin perder la elegancia. Personalmente, este fue uno de los proyectos más desgastante de la práctica, debido a que muchas veces el cliente no sabía realmente lo que quería y pedía cambios al aire. Además, al no ser yo quien tenía contacto directo con el cliente, sino que Yamila se encargaba de hablar con él, mucha información se iba perdiendo en el camino, generando así un desgaste de tiempo mayor (como por ejemplo, que los cuellos de las poleras de los uniformes sólo los quería redondos). A futuro, si siguen realizando este proyecto con nuevos practicantes, podrían permitirles asistir a las reuniones que se tienen entre la agencia y el cliente, para así lograr entender de mejor manera lo que se busca, ya que este proceso de mala comunicación provocó un ambiente laboral no óptimo.



Cliente
HOLY BREAD

Fecha de Inicio
29/09/22

Fecha de término
29/09/22

Autor
MARÍA MOLIN - ILIANA FLORES (SUPERVISORA)

TÉCNICA
DIGITAL

ACTIVACIÓN CON VOLANTEO

Holy Bread es una marca que está trabajando por primera vez con la agencia, encargándoles una activación de rueda de premios, flyer y promotores. La encargada general del evento fue Iliana Flores, asignándome por completo la tarea del flyer. El objetivo del evento completo es darse a conocer como marca, a través de diversos premios que obligan al cliente a comprender quien es la marca. Por otro lado, el objetivo particular de la tarea que se me asignó fue dar a conocer los distintos productos que ofrece la marca, y asimismo, mostrar la actividad de la ruleta.

CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO:

Por mucho tiempo la agencia llevaba aplazando en su totalidad este proyecto, por lo que cuando llegué me pidieron que lo realizara sin mucho análisis. De todos modos, hice una investigación sobre los flyers de comida, qué suelen contener y cómo estos son representados de la manera más óptima dentro de estos. Después de este proceso de búsqueda, comencé a ver aspectos claves que no podían faltar por ningún motivo como lo son la marca, el despacho a domicilio, las redes sociales y datos de contacto. Para agilizar el proceso de difusión de la marca, se decidió agregar un código QR que redirigiera automáticamente a la página de éste, agilizando el proceso.

TÉCNICA ILLUSTRATOR

OBJETIVO

Crear un flyer que invite a los clientes a participar de la actividad y a conocer la marca y sus productos.

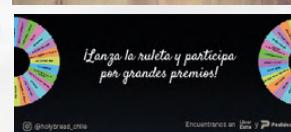
REQUERIMIENTOS

En un comienzo solo se solicitó la información básica junto con que se generara un archivo de tiro y retiro, pero luego se exigieron nuevas cualidades gráficas.

VOLANTES

En estos volantes se buscaba promocionar un evento particular que tendría la marca, promocionando una "rueda de premios". Se encargó generar un diseño de tiro y retiro con los distintos elementos de la marca, buscando generar un antojo por estos, y asimismo llamar su atención al otro lado con la promoción ofrecida. En este proceso, hubo una gran cantidad de feedback por parte de la empresa, ya que a lo largo de su producción, se fueron agregando nuevos elementos que querían que estuvieran presentes, muchos de ellos siendo inviables o con poco aporte con el objetivo. Uno de estos elementos fue la imagen representada, la cual tuvo que ser agregada de improviso. Otro elemento que querían sumar era un listado de todas estas hamburguesas sobre los platos de los personajes de la foto, lo que le comenté a la encargada que era inviable debido al tamaño del flyer y de la imagen. Lamentablemente estos requerimientos no se me pidieron directamente, por lo que hubo una gran pérdida de tiempo ya que la información debía pasar por un intermediario.

PRUEBAS



PRUEBA DE IMPRESIÓN

A pesar de que no fuese el papel oficial que se utilizaría al final, se decidió imprimir una muestra para ver los distintos tamaños de los elementos y vizualizar su legibilidad y composición.



El cliente pidió utilizar esta imagen en algún lado del volante

TIRO



RETIRO



RESULTADOS

En general los resultados de esta activación junto a Holy Bred, fueron los esperados, pero aun así, tuvimos varias fallas como agencia. En mi caso, se me notificó con muy poca anticipación, designándome esta tarea para ser realizada dentro de un mismo día, obligándome a trabajar fuera de mi horario laboral para lograr finalizarlo, teniendo cambios de clientes incluso hasta las 9 de la noche. En este sentido, creo que fallamos como equipo en tener un mejor entendimiento de las tareas de cada uno, dedicar al menos unos minutos a un proceso de organización y análisis de las distintas aristas y cómo éstas podrían ser solucionadas eficientemente sin comprometer las fechas límites que se había establecido con el cliente. La percepción de mis compañeros y jefes sobre el trabajo que realicé para esta ocasión, demostró que estoy dispuesta a sobrepasar mis límites para lograr entregar de buena manera lo que se me requirió, algo que ellos apreciaron mucho ya que les demostró un alto compromiso por mi parte. Sin embargo, esto es algo que a futuro me jugaría en contra debido a que se apoyarían mucho en esto, generando plazos de entrega muy cortos para poder realizar un proceso de diseño adecuado.



Cliente
ANDESGEAR

Fecha de Inicio
13/10/22

Fecha de término
24/11/22

Autor
MARÍA MOLIN - DIANA GONZÁLES (SUPERVISIÓN)

TÉCNICA
DIGITAL

ACTIVACIÓN AL AIRE LIBRE

Este es un proyecto junto a Andesgear, que busca una propuesta completa sobre una feria al aire libre. En esta ocasión se trabajó con Diana, quien se encargó del proceso de cotización y análisis de espacios y viabilidad de las propuestas. Para este proyecto se generaron diversas aristas, tanto como una bajada más teórica que la metodología que habría detrás del proyecto, un sustento más en lo conceptual de éste y, por otro lado, propuestas mas gráficas, a través de la generación de mockups y esquemas para representar de la manera más óptima posible las ideas que se buscan proponer. El objetivo de todo esto es facilitar este evento al aire libre que la marca desea, cumpliendo con la base primordial para que un proyecto funcione, y asimismo generar una instancia colaborativa entre la marca y sus clientes.

CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO:

La gran idea principal que tenía la marca con este proyecto era el de "vida saludable", todo esto conectado con una interacción en espacio físico, generando un ambiente de feria/festival. Para esto, se analizaron una gran variedad de eventos parecidos a éste, qué elementos contenía, cuántos espacios para cada tipo de área estaban involucrados. Además, se buscaron distintos emprendimientos y micro empresas a las cuales les gustaría participar en esta modalidad de feria, teniendo algunos espacios de venta de productos, otros con actividades, algunos de comida, etc. El espacio del lugar era muy importante para el éxito del evento, por lo que se buscó uno que tuviese una infraestructura adecuada para todo el equipamiento que el evento conllevaba, y que al mismo tiempo fuera apto para realizar actividad física sin problemas. Este fue un trabajo en el que se avanzó mucho más de la mano con mi compañera, ya que fuimos en conjunto ideando soluciones o propuestas que fuesen pertinentes para la ocasión.

TÉCNICA ILLUSTRATOR

OBJETIVO

Entregar información bruta con objetivos, bases metodologías, datos y beneficios a la marca.

REQUERIMIENTOS

Que éste explique de manera sintética pero alineada con la marca la información preestablecida anteriormente.

PROPIUESTA

Comenzando con esta etapa del proyecto, se trabajó en establecer una línea gráfica para las presentaciones, jugando con la percepción de la marca y su estilo deportivo para plasmarlo en la geometría y composición de los distintos elementos a representar. Además, se buscó la manera más eficiente de incorporar la paleta cromática de la marca, algo que nos dimos cuenta que era muy importante ya que esto provocó un sentimiento de único y distintivo en la marca, sintiendo que como agencia estábamos invirtiendo nuestro foco en ellos y no era solo una presentación estándar. Como propuesta gráfica, también se decidió incorporar diversas imágenes pertenecientes a su perfil de Instagram, ya que además de contar con la calidad pertinente para un archivo de este estilo, éstas ayudaban a sumergir al espectador dentro del espíritu Andesgear.

Andesgear

Este año, Andesgear quiere entregar un espacio a todos quienes disfrutan de los deportes al aire libre, un lugar donde puedan explorar y encontrar todo lo necesario para seguir disfrutando; esto, mediante una Feria Outdoor.

Propuesta Feria Septiembre 2022

Agencia Lippa Andesgear Lippa

Objetivos

Andesgear va acompañando e inspirando a las personas a vivir sus propias experiencias al aire libre, realizando una feria con el fin de inspirar e incentivar a las personas amantes del deporte outdoor, a un espacio integral donde podrán encontrar todo lo necesario para seguir sus pasiones, todo esto, junto a sus marcas, productos e iniciativas favoritas.

Propuesta Feria Septiembre 2022

Agencia Lippa Andesgear Lippa

Bases

¿A quién nos dirigimos?

- Marcas**
1 Andesgear, The North Face, Camps, Dots, Lippa, ETC.
- Tiendas**
2 Andesgear, Patagonia, Discovery Store, Ruta Outdoor, ETC.
- Servicios**
3 Agencias de viaje, turismo, hostales y otras.
- Pymes**
4 Baumar, Fugaz Store, Artesanos y otros.
- Clientes de productos outdoor**
5 Familias, estudiantes, deportistas y aficionados de deportes al aire libre.

Propuesta Feria Septiembre 2022

Agencia Lippa Andesgear Lippa

Objetivos específicos

EXPOSITOR OUTDOOR
Se contará con diversos expositores deportivos expandiendo la invitación a tiendas y Pymes de Santiago y regiones.

ANIMACIÓN, MUSICA Y TALLERES
Se contará con la presencia de anfónicas, quienes estarán a cargo de animar el evento, además de animar para la bienvenida y grupos musicales que harán un repertorio cercano. Además, se realizarán talleres sobre diferentes disciplinas de outdoor.

FOODTRUCK
El servicio se complementa con diferentes alternativas gastronómicas que serán un espacio para estar varias horas y poder disfrutar con mayor descanso cada espacio.

AMBIENTE DIVERTIDO
Tendrá actividades como talleres de cocina y murales de escaladas para diferentes edades, además de los stands que harán un ambiente divertido y relajado para todos los feriantes.

Propuesta Feria Septiembre 2022

Agencia Lippa Andesgear Lippa

¿Cómo loharemos?

Esta feria outdoor quiere dar el espacio a marcas, tiendas y Pymes para dar a conocer sus diversos productos y servicios.

En un espacio amplio, cercano y divertido para toda la familia. Donde podrán disfrutar de las diferentes actividades, productos y servicios.

Además lograr que los expositores encuentren a su público objetivo y posibles nuevos clientes en un solo lugar.

Propuesta Feria Septiembre 2022

Agencia Lippa Andesgear Lippa

Nuestros visitantes

Esperando contar con al menos 5000 asistentes, este se divide de acuerdo a los siguientes perfiles.

Categoría	Porcentaje
Consumidores de productos outdoor	~15%
Dipositarios de monofónico, trekking, running y otros	~20%
Familares y amigos que disfrutan de actividades al aire libre	~15%
Otros	~50%

Propuesta Feria Septiembre 2022

Agencia Lippa Andesgear Lippa

Perfil del expositor

Pequeñas y grandes empresas de todo Chile dedicadas a la fabricación, distribución, venta y distribución de productos outdoor, además de servicios asociados al deporte al aire libre.

Mostrar innovación

Construir un negocio

Establecer alianzas

Potenciar sus ventas

Conseguir oportunidades de crecimiento

Propuesta Feria Septiembre 2022

Agencia Lippa Andesgear Lippa

Bases del proyecto

Mensaje Relevante:
Especialistas en outdoor

Propuesta Feria Septiembre 2022

Agencia Lippa Andesgear Lippa

TÉCNICA ILLUSTRATOR

OBJETIVO

Representar de manera visual cómo se verían las distintas propuestas establecidas anteriormente.

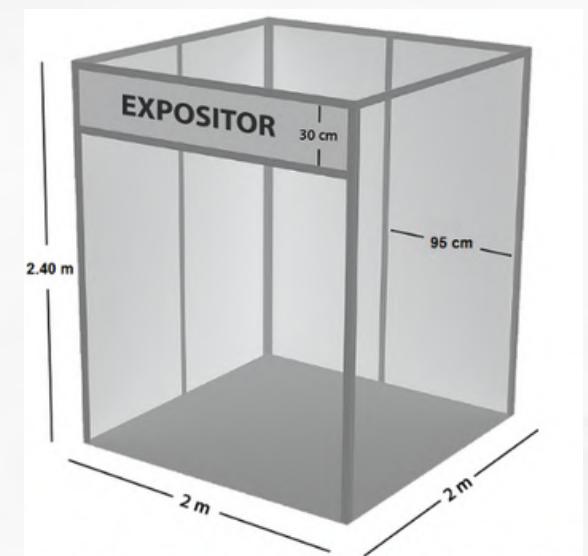
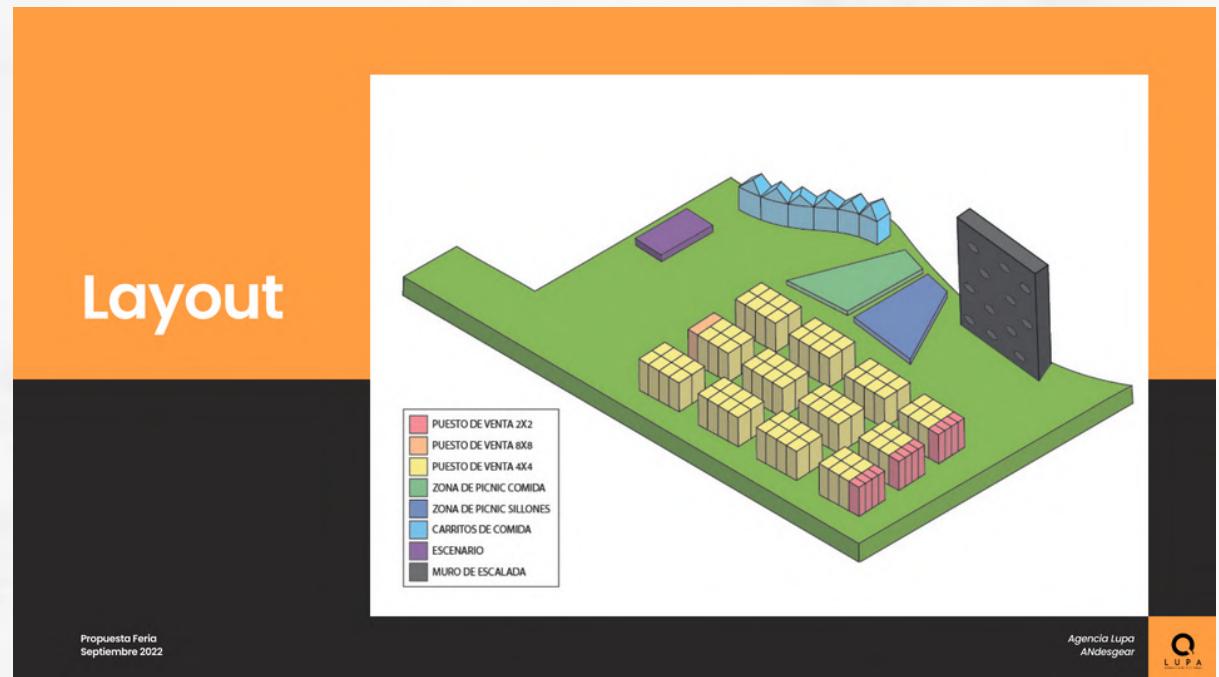
REQUERIMIENTOS

Eficacia en el uso de colores y elementos en la representación, donde todos sean un aporte para éste.

MOCKUPS

Esta etapa contó con 3 grandes procesos: mapas espaciales de distribución, mockups de marca y diagramación específica de espacios. Para el primero de éste, se batalló un poco con la perspectiva del local, utilizando una imagen previa como referencia para generar un ángulo de dibujo proporcional para generar volumen. Además se decidió utilizar el color como herramienta para sintetizar la información entregada en la lámina, para así generar una lámina más simplificada y eficaz. Por otro lado, se generaron distintos mockups de toldos con la marca, jugando con los colores y variaciones de su logotipo para así generar una propuesta dinámica. Por ultimo, con los espacios específicos de cada módulo, se decidió prescindir del color para poder visualizar la información de la manera más sencilla posible, esto también debido a que éste era el más matemático de todos, por lo que la entrega de información de sus valores era primordial.

FOTOS



RESULTADOS

Como resultado de este proyecto, pudimos extraer muchísimo conocimiento en cuanto a cómo trabajar eficientemente en equipo, mejorando la comunicación entre integrantes, y por consiguiente del espacio laboral. Gracias a este proyecto, junto a Diana fuimos capaces de generar un sistema de intercambio de información muy eficiente donde, a pesar de que trabajáramos en distintas áreas del proyecto, se estableció una comunicación que permitió una producción fructífera del evento. Además, me permitió visualizar la importancia de lo que es la identidad de la marca en la generación de productos, y cómo la alteración de la visualización para representarlos va a afectar completamente en la percepción sobre éste. Creo que al final, al ver el evento realizado, cada una de las etapas que se siguieron para lograr conformar este proyecto fueron útiles, ya que nos ayudaron a prever posibles errores y, asimismo, nos permitieron asegurarnos en ciertas áreas como lo fue la percepción de Andesgear frente a sus clientes.



CONCLUSIÓN

Mi experiencia en esta práctica de oficina fue enriquecedora; me enseñó habilidades no sólo como diseñadora, sino que también habilidades blandas que me permitieron desenvolverme mucho mejor en proyectos futuros. Aprendí mucho cómo mejorar diferentes aspectos de los mockups, afiné el ojo en ciertos detalles que pueden generar que un producto se vea realista o no. Además absorbí mucho conocimiento de gente con mayor experiencia que yo en el campo laboral, nutriéndome de sus consejos tanto en la aplicación como en la vida. A pesar de todo esto, en el camino sí me fui encontrando con un par de dificultades, siendo la más prominente el tema de la comunicación y la exigencia de resultados a corto plazo, esto provocando una sensación insatisfactoria dentro de mí, ya que sentía que podía elaborar algo mejor con el tiempo e información adecuada. A pesar de esto, aquellas dificultades me enseñaron igualmente a cómo sobrellevar estas situaciones, a hacer más eficiente mi tiempo y a aprender a distribuir las prioridades dentro de los límites de tiempo. Como futura profesional, creo que esta experiencia se reflejará fuertemente en mi capacidad de interactuar con otros, tener un mayor grado de empatía y predisposición por entender, para así comprender realmente los requerimientos o futuros problemas. Personalmente, creo que la práctica completa cumplió altamente mis expectativas en cuanto a la experiencia que ésta conlleva, ya que logré recoger una gran cantidad de cualidades que no hubiese podido aprender si no fuese en el acto. Por otro lado, me siento muy contenta con mi desempeño con la Agencia, ya que siento que logré completar óptimamente los distintos desafíos que me iban incorporando, tanto así que me pidieron prolongar mi estadía ahí y continuar como diseñadora contratada, lo cual acepté. Después de las vacaciones tuve que retirarme debido a que actualmente mis estudios son mi prioridad, por lo que no tendría el tiempo suficiente para dedicarle a este trabajo como se merece; sin embargo, en la despedida se me mencionó que sí o sí "necesitan a una Javi en el equipo", provocando así una sensación de satisfacción y de relevancia dentro de la empresa. Creo que la Universidad Católica logró prepararme óptimamente para esta experiencia, ya que me entregó una amplia gama de soluciones que muchas veces no son aplicadas a determinadas áreas, algo que me permitió innovar dentro de la misma y mantener a la empresa constantemente con nuevas posibilidades.

ANEXOS

1. **Revisión página web horizontal:** https://uccl0-my.sharepoint.com/:v/g/personal/javimolin_uc_cl/EWEULbOtnN1CuJZ1-eHZ9EkBArlGDZLXFfh5fQpk6lEMqg?e=OW7GQG
 2. **Revisión página web vertical:** https://uccl0-my.sharepoint.com/:v/g/personal/javimolin_uc_cl/EWEULbOtnN1CuJZ1-eHZ9EkBArlGDZLXFfh5fQpk6lEMqg?e=OW7GQG
 3. **Propuesta 1 página web:** <https://propuestalupa.my.canva.site/>
 4. **Propuesta 2 página web:** <https://propuestalupa.my.canva.site/copia>
 5. **Primer pdf de pagos completo:** https://uccl0-my.sharepoint.com/:b/g/personal/javimolin_uc_cl/EeInQWkxI8lPmmtJ4MvSmN8Btkxfs3iNQwTFRFk0Mg__Tg?e=GhREXU
 6. **Video de Pagos:** https://uccl0-my.sharepoint.com/:v/g/personal/javimolin_uc_cl/EfZsgF9cLtNLhdirpsnJ9U8BHNs2YprPydfJ6OUFpHm-_A?e=AE8o1j
- En caso de que hubiese algún problema en abrir los archivos que se encuentran en sharepoint, acceder a través de el siguiente enlace:
https://uccl0-my.sharepoint.com/:f/g/personal/javimolin_uc_cl/Etc15mimoKVCrRTz5fXoSmYBqm1fCgMkAeQMTAFO2XF4og?e=QV2au3