

UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ
FACULTAD DE ADMINISTRACION Y ECONOMIA
ESCUELA DE DISEÑO E INNOVACION TECNOLOGICA



UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ
Universidad del Estado

PORTAFOLIO PRÁCTICA PROFESIONAL

Julio 2023

Nombre: Alicia Sánchez Elgueta

Empresa o Institución: Somos Agricultura

INTRODUCCIÓN

03

ACTIVIDADES REALIZADAS

04

OBJETIVOS

Objetivo general

Objetivos específicos

07

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

13

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

15

36

EXPERIENCIAS ADQUIRIDAS

Conocimientos técnicos adquiridos

Habilidades interpersonales adquiridas

CONCLUSIÓN

37

REFERENCIAS

*

38

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

En el siguiente informe se presentan las actividades realizadas durante el período de Práctica Profesional, de la carrera de Diseño Multimedia de la Universidad de Tarapacá. Tras cumplir con las 320 horas exigidas para el desempeño de la misma.

La práctica realizada en la empresa de marketing y publicidad agricultora, Somos Agricultura, bajo la supervisión del Sr. Felix Puña Blanco. Tuvo como objetivo, demostrar las habilidades aprendidas a lo largo del período académico como diseñadora gráfica.

Por lo tanto, la presente contiene el material visual, que evidencia las tareas efectuadas por medio de los softwares de diseño, que permitieron digitalizar la visión creativa de cada tarea. El material

consta los objetivos esperados de la práctica, indicando objetivos generales y específicos; agregando las actividades que se realizaron para cumplirlos. La descripción general de la empresa, para denotar el rubro de la misma y la problemática a abordar y resolver. Además de los contenidos realizados y adquiridos durante el desempeño, incluyendo las herramientas utilizadas y las habilidades técnicas y conocimientos asociados, incluyendo habilidades interpersonales.

Se concluyen las actividades en anexos, con bitácora de práctica, que denota las sesiones cometidas para ejecutar lo solicitado.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar, diagramar y digitalizar las tareas solicitadas por el cliente:

- * Gigantografía de bodegas comerciales
- * Rediseño isologotipo Expo Azapa
- * Capacitación Imagen corporativa Agro Campo
- * Manual de marca Expo Azapa
- * Imagen corporativa Asociados SPA
- * Planificación de estrategia de marketing
- * Animación del isologotipo
- * Propuesta de App Expo Azapa
- * Book de venta Expo Azapa
- * Folletos informativos EA
- * Plantillas de publicaciones RR.SS EA
- * Propuesta de rediseño de Sitio web EA
- * Logotipo Azapa Felix
- * Manual de marca Azapa Felix

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Gigantografía de bodegas comerciales
 - 1.1 Conocer la estética de gigantografías de bodegas
 - 1.2 Bosquejar propuestas
2. Rediseño isologotipo Expo Azapa
 - 2.1 Definir información para líneas gráficas
 - 2.2 Bosquejar propuestas
3. Capacitación Imagen corporativa Agro Campo
 - 3.1 Investigación previa
 - 3.2 Material de presentación
 - 3.3 Exposición de la charla
4. Manual de marca Expo Azapa
 - 4.1 Recopilar información técnica de la marca del evento
 - 4.2 Variantes cromáticas
 - 4.3 Variantes visuales
 - 4.4 Modulación
 - 4.5 Tipografía corporativa

- 4.6 Colores corporativos
- 4.7 Estilo fotográfico
- 4.8 Iconografía
- 4.9 Versiones correctas
- 4.10 Expresión textual
- 4.11 Expresión visual
- 4.12 Aplicaciones

- 5. Imagen corporativa Asociados SPA
 - 5.1 Investigación previa

- 6. Planificación de estrategia de marketing
 - 6.1 Investigación previa
 - 6.2 Redactar estrategia

- 7. Animación del isologotipo
 - 7.1 Investigación previa
 - 7.2 Bosquejar
 - 7.3 Animar

- 8. Propuesta de App Expo Azapa
 - 8.1 Investigación previa
 - 8.2 Definir información
 - 8.3 Diagramar

- 9. Book de venta Expo Azapa
 - 9.1 Recopilar información
 - 9.2 Diagramar
 - 9.3 Añadir valores

- 10. Folletos informativos EA
 - 10.1 Recopilar información
 - 10.2 Diagramar

- 11. Plantillas de publicaciones RR.SS EA
 - 11.1 Diagramar

- 12. Propuesta de rediseño de Sitio web EA
 - 12.1 Investigación previa
 - 12.2 Definir información
 - 12.3 Diagramar

- 13. Logotipo Azapa Felix
 - 13.1 Definir información sobre líneas gráficas
 - 13.2 Bosquejar

- 14. Manual de marca Azapa Felix
 - 14.1 Definir información
 - 14.2 Variantes cromáticas
 - 14.3 Variantes visuales
 - 14.4 Modulación
 - 14.5 Tipografía corporativa
 - 14.6 Colores corporativos
 - 14.7 Versiones correctas
 - 14.8 Expresión textual
 - 14.9 Aplicaciones

ACTIVIDADES REALIZADAS

Gigantografía de bodegas comerciales

[Primer objetivo específico] Conocer la estética de gigantografías de bodegas

1. Recopilar material visual respecto a como son los afiches de bodegas de agriculturas, observar su diagramación, y paletas de color.

[Segundo objetivo específico] Bosquejar propuestas

1. Diagramar
2. Elegir tipografía y paleta de color
3. Mockups
4. Confirmación con el cliente
5. Arreglos, corrección de medidas
6. Mockups finales
7. Escoger propuesta

Rediseño isologotipo Expo Azapa

[Primer objetivo específico] Definir información para líneas gráficas

1. Comprender que es lo que el cliente busca
2. Definir conceptos a trabajar
3. Investigación previa

[Segundo objetivo específico] Bosquejar propuestas

1. Diagramar
2. Elegir tipografía y paleta de color
3. Confirmación con el cliente
4. Arreglos, corrección de medidas
5. Escoger propuesta

Capacitación Imagen corporativa Agro Campo

[Primer objetivo específico] Investigación previa

1. Se define el concepto
2. Se definen puntos a tratar

[Segundo objetivo específico] Material de presentación

1. Se diagrama la presentación con el material previamente designado
2. Se presenta al empleador para aprobación

[Tercer objetivo específico] Exposición de la charla

Manual de marca Expo Azapa

[Primer objetivo específico] Recopilar información técnica de la marca del evento

1. Conocer el evento, redactar su descripción
2. Conocer la misión, visión y valores de la empresa
3. Designar las constantes universales

[Segundo objetivo específico] Variantes cromáticas

1. Se explica la composición del isologotipo
2. Se exponen las variables cromática, en ellas, valor blanco, negro y escala de grises.

[Tercer objetivo específico] Variantes visuales

1. Exponer variable de daltonismo
2. Exponer variable en Escala
3. Exponer variable en contenedores
4. Exponer variables pixeladas
5. Exponer variables difuminadas
6. Exponer variable en partes

[Cuarto objetivo específico] Modulación

1. Definir equilibrio en la composición
2. Definir área de seguridad
3. Definir reductibilidad mínima de la marca

[Quinto objetivo específico] Tipografía corporativa

1. Definir tipografía
2. Colocar variables de la misma

[Sexto objetivo específico] Colores corporativos

1. Definir colores primarios
2. Definir colores secundarios
3. Agregar matices según porcentaje

[Séptimo objetivo específico] Estilo fotográfico

1. Agregar fotografías según el rubro
2. Añadir el uso del isologotipo en la misma

[Octavo objetivo específico] Iconografía

1. Definir los iconos necesarios
2. Diagramar los iconos en la misma línea de diseño
3. Presentar iconos según el rubro

[Noveno objetivo específico] Versiones correctas

1. Definir uso correcto del isologotipo, según su previa diagramación y paleta de color
2. Diagramar 3 propuestas correctas del mismo para que el cliente no genere otras propuestas.

[Décimo objetivo específico] Expresión textual

1. Definir escritura correcta de la escritura de la marca
2. Describir la escritura correcta e incorrectas

[Onceavo objetivo específico] Expresión visual

1. Definir con el cliente, ilustraciones que acompañen a la marca en posibles publicidades y/o RR.SS
2. Ilustrar lo solicitado
3. Generar propuestas de animaciones del isologotipo del evento
4. Diseñar patrones que acompañen visualmente a los telones en eventos

[Dosceavo objetivo específico] Aplicaciones

1. Diseñar papelería corporativa
2. Diseñar imagen empresarial
3. Diseñar material promocional
4. Diseñar y diagramar RR.SS

Imagen corporativa Asociados SPA

[Primer objetivo específico] Investigación previa

1. ¿ Quiénes son?, objetivos y propósito
2. Posicionamiento en el mercado

Planificación de estrategia de marketing

[Primer objetivo específico] Investigación previa

1. Definir conceptos
2. Análisis áreas de trabajo

[Segundo objetivo específico] Redactar estrategia

1. Definir por objetivo, los posibles plan de estrategias
2. Confirmar con el empleador las estrategias

Animación del isologotipo

[Primer objetivo específico] Investigación previa

1. Se analizan animaciones de logotipos del rubro
2. Se investiga sobre las técnicas de animación

[Segundo objetivo específico] Bosquejar

1. Se definen los vectores a animar
2. Se dibujan 5 propuestas para el cliente sobre posibles animaciones

[Tercer objetivo específico] Animar

1. Se importan los vectores a utilizar
2. Se animan las propuestas en diferentes composiciones
3. Se envían las propuestas por carpeta drive

Propuesta de App Expo Azapa

[Primer objetivo específico] Investigación previa

1. Se analizan aplicaciones en relación al rubro
2. Se definen posibles pantallas

[Segundo objetivo específico] Definir información

1. Se define la información de cada pantalla

[Tercer objetivo específico] Diagramar

1. Se define paleta de colores
2. Se definen fotografías a utilizar
3. Se diagrama digitalmente

Book de venta Expo Azapa

[Primer objetivo específico] Recopilar información

1. Se investiga información respecto al evento en su sitio web
2. Se solicita información restante al cliente

[Segundo objetivo específico] Diagramar

1. Se definen la cantidad de hojas
2. Se define paleta de color, tipografías e imágenes a colocar
3. Se diseña mapa del lugar
4. Se añaden actividades del evento según lo envía el empleador

[Tercer objetivo específico] Añadir valores

1. Se solicita la información final
2. Se escriben los valores del evento

Folletos informativos EA

[Primer objetivo específico] Recopilar información

1. Se investiga respecto a folletos del rubro
2. Se genera un moodboard como arte referencial

[Segundo objetivo específico] Diagramar

1. Se define tipografía, paleta de colores
2. Se escogen posibles fotografías
3. Se diagrama de acuerdo a lo solicitado

Plantillas de publicaciones RR.SS EA

[Primer objetivo específico] Diagramar

1. Conociendo la paleta de color del evento, se diagraman plantillas de RR.SS.

Propuesta de rediseño de Sitio web EA

[Primer objetivo específico] Investigación previa

1. Se investigan sitios web del rubro, para generar un arte referencial

[Segundo objetivo específico] Definir información

1. Se define la información del sitio, de acuerdo al sitio actual del evento
2. Se definen la cantidad de páginas enlazadas
3. Se definen fotografías a utilizar

[Tercer objetivo específico] Diagramar

1. Se diagrama según el arte referencial, en base a la misma paleta de color y tipografía del evento.

Logotipo Azapa Felix

[Primer objetivo específico] Definir información sobre líneas gráficas

1. Comprender que es lo que el cliente busca
2. Definir conceptos a trabajar
3. Investigación previa

[Segundo objetivo específico] Bosquejar

1. Diagramar
2. Elegir tipografía y paleta de color
3. Confirmación con el cliente
4. Arreglos, corrección de medidas
5. Escoger propuesta

Manual de marca Azapa Felix

[Primer objetivo específico] Definir información

1. Conocer la marca, redactar su descripción
2. Conocer la misión, visión y valores de la marca

3. Designar las constantes universales

[Segundo objetivo específico] Variantes cromáticas

1. Se explica la composición del logotipo
2. Se exponen las variables cromática, en ellas, valor blanco, negro y escala de grises.

[Tercer objetivo específico] Variantes visuales

1. Exponer variable de daltonismo
2. Exponer variable en Escala
3. Exponer variable en contenedores
4. Exponer variables pixeladas
5. Exponer variables difuminadas
6. Exponer variable en partes

[Cuarto objetivo específico] Modulación

1. Definir equilibrio en la composición
2. Definir área de seguridad
3. Definir reductibilidad mínima de la marca

[Quinto objetivo específico] Tipografía corporativa

1. Definir tipografía
2. Colocar variables de la misma

[Sexto objetivo específico] Colores corporativos

1. Definir colores primarios
2. Definir colores secundarios
3. Agregar matices según porcentaje

[Séptimo objetivo específico] Versiones correctas

1. Definir uso correcto del logotipo, según su previa diagramación y paleta de color
2. Diagramar 3 propuestas correctas del mismo para que el cliente no genere otras propuestas.

[Octavo objetivo específico] Expresión textual

1. Definir escritura correcta de la escritura de la marca
2. Describir la escritura correcta e incorrectas

[Noveno objetivo específico] Aplicaciones

1. Diseñar papelería corporativa
2. Diseñar imagen empresarial
3. Diseñar material promocional
4. Diseñar y diagramar RR.SS

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

¿QUIENES SON?

En Somos Agricultura SPA, nos enorgullece ser una agencia dedicada exclusivamente al sector agrícola. Nuestro objetivo es ayudar a las empresas agrícolas a aprovechar al máximo su potencial al implementar estrategias de marketing efectivas y creativas.

Con un profundo conocimiento y experiencia en el campo hortícola, entendemos los desafíos únicos que enfrentan las empresas de este sector. Ya sea que se trate de la promoción de productos agrícolas, la creación de una marca sólida o el desarrollo de relaciones con los consumidores, estamos aquí para ayudar a nuestros clientes a destacarse en un mercado competitivo.

Nuestro equipo comprende las necesidades y los comportamientos del mercado agrícola, así como las últimas tendencias y tecnologías en el sector. Trabajamos de cerca con nuestros clientes para desarrollar estrategias personalizadas que se adapten a sus objetivos comerciales y maximicen su retorno de inversión.

Ofrecemos una amplia gama de servicios de marketing agrícola que incluyen investigación de mercado, branding, diseño gráfico, desarrollo de sitios web, marketing digital, campañas publicitarias, gestión de redes sociales, relaciones públicas y más. Utilizamos las herramientas y canales de marketing más efectivos para llegar a su audiencia objetivo y generar resultados tangibles.

En Somos Agricultura SPA, nos destacamos por nuestra pasión por la industria agrícola y nuestro compromiso con el éxito de nuestros clientes. Nos esforzamos por construir relaciones sólidas y duraderas basadas en la confianza, la transparencia y la excelencia en el servicio.

Si busca una empresa de marketing especializada en el sector agrícola que pueda ayudarlo a alcanzar sus metas comerciales, no busque más. Estamos listos para ser su socio estratégico y llevar su negocio agrícola al siguiente nivel. ¡Contáctenos hoy mismo!"

MISIÓN

Nuestra misión es impulsar el crecimiento y el éxito de las empresas agrícolas a través de estrategias de marketing efectivas. Nos esforzamos por ser el socio estratégico preferido de nuestros clientes en el sector agrícola, brindando soluciones innovadoras y creativas que impulsen su visibilidad, fortalezcan su marca y aumenten su rentabilidad. Trabajamos con pasión y compromiso para ayudar a nuestros clientes a superar los desafíos del mercado agrícola y aprovechar las oportunidades emergentes, siempre manteniendo un enfoque sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

VISIÓN

Nuestra visión es convertirnos en la agencia de marketing agrícola líder y de referencia a nivel sudamericano. Nos esforzamos por ser reconocidos por nuestra excelencia en la industria, la innovación constante y el impacto positivo que generamos en el sector agrícola. Buscamos ser la opción preferida para las empresas agrícolas en la planificación y ejecución de estrategias de marketing, ofreciendo resultados tangibles y duraderos. Además, aspiramos a ser un catalizador del desarrollo sostenible en la agricultura, fomentando prácticas responsables y contribuyendo al bienestar de las comunidades agrícolas y al cuidado del medio ambiente.

ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO GIGANTOGRAFÍAS DE BODEGAS COMERCIALES

Como primer objetivo específico se define conocer la estética y guía visual de las gigantografías tipo bodegas. Tras la cual se define un moodboard y se generan los primeros bocetos:



I^o DIAGRAMACIONES



HERRAMIENTAS

Internet
Adobe Illustrator

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO GIGANTOGRAFÍAS DE BODEGAS COMERCIALES

Siguiendo su segundo objetivo, se escogen la paleta de color y tipografía a utilizar y se diagraman los bocetos oficiales:



Tras la cuál su presentación al cliente, y su seguida retroalimentación, es corregida; con la intención de agregar colores y cambiar los tamaños, asignados posteriormente por el cliente.



DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

REDISEÑO ISOLOGOTIPO EXPO AZAPA

Tras conocer los conceptos con los que el cliente desea trabajar luego de una reunión, se realiza una investigación como referente de arte, para conocer posibles marcas, y diagramaciones del rubro.

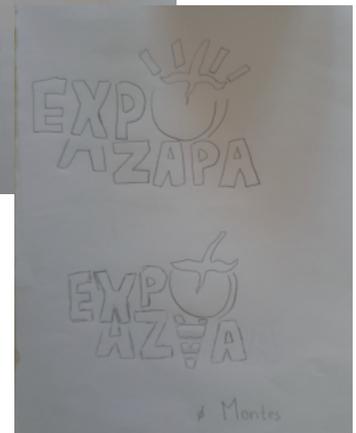
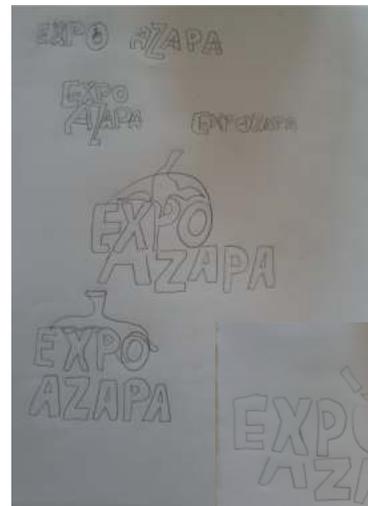
Conceptos a trabajar:

- Tomate
- Choclo
- Aceituna / Olivo
- Montes
- Agricultura
- Construcción
- Invernaderos
- Sol

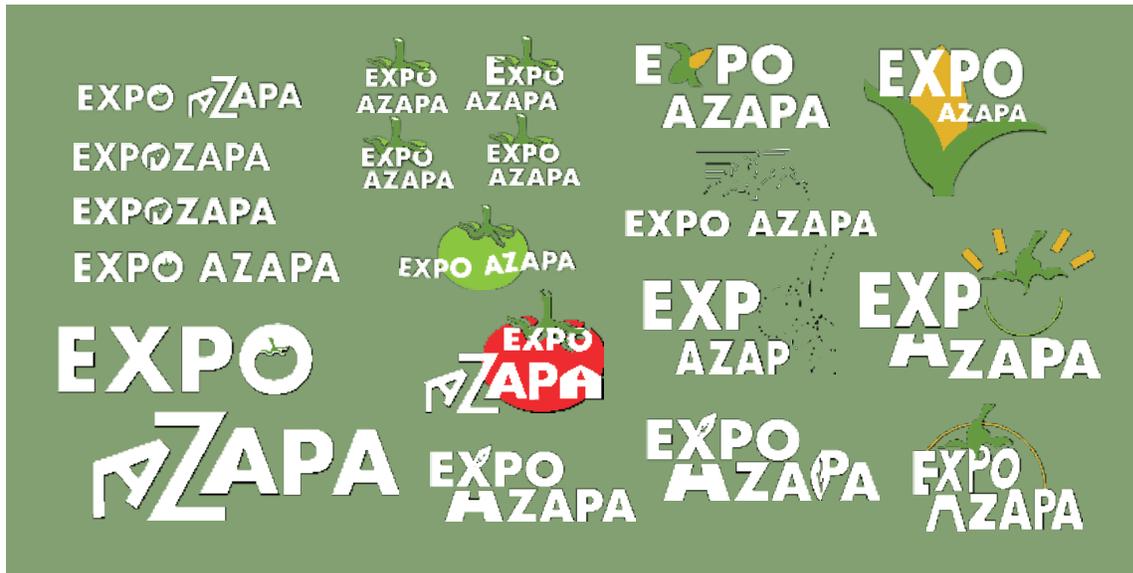
HERRAMIENTAS

Internet
Adobe Illustrator

Se inicia etapa de bocetaje con los conceptos, tras la cual se diagraman los bocetos, se escoge la tipografía a trabajar y paleta de color, la cual corresponde a una paleta con matices verdes, y naranjos.



Se diagraman 19 propuestas para el cliente.



De las cuáles se escogen dos y solicitan variables, para la selección final.



En la selección final, el cliente escoge la propuesta mencionada como variable 01.

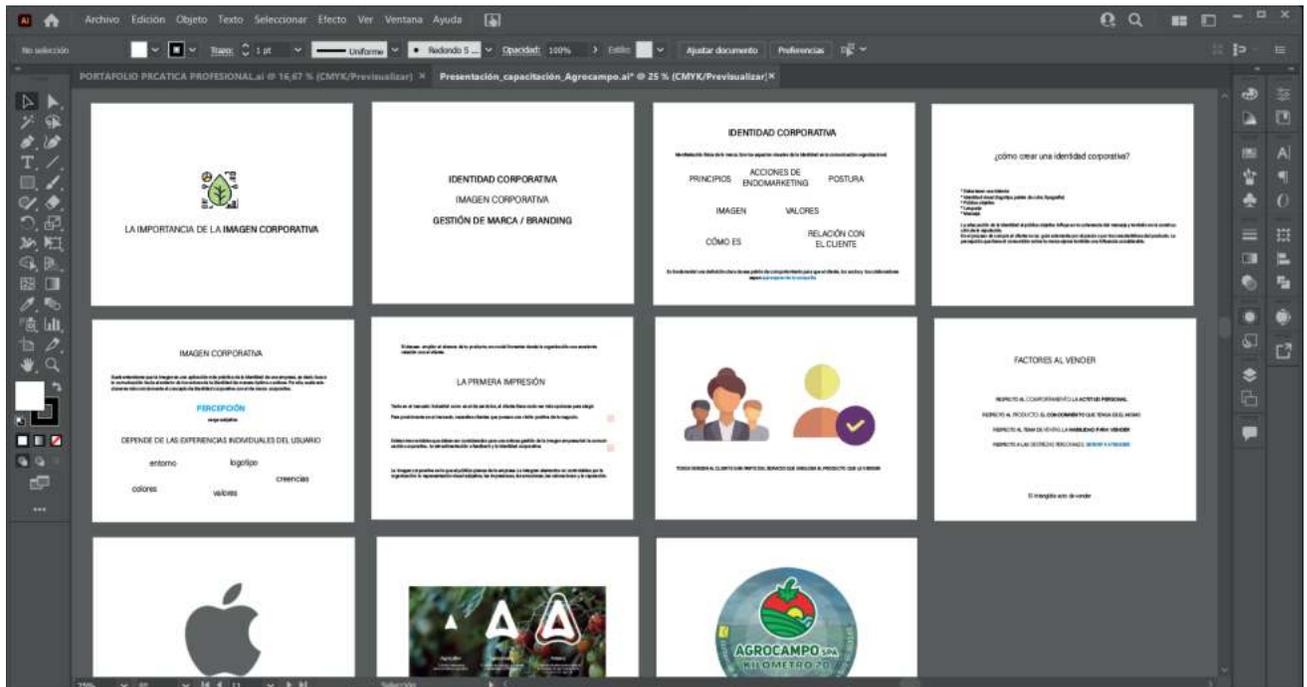
DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

CAPACITACIÓN IMAGEN CORPORATIVA AGRO CAMPO

Tras la solicitud del empleador por realizar una capacitación a empleados de una empresa respecto a la imagen corporativa, se realiza una investigación para definir puntos a tratar. Luego se diagrama la presentación, se exporta y finaliza en el programa Power Point y finalmente se realiza en la empresa.

HERRAMIENTAS

Internet
 Adobe Illustrator
 Power Point



DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

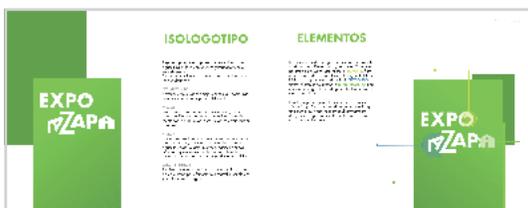
MANUAL DE MARCA EXPO AZAPA

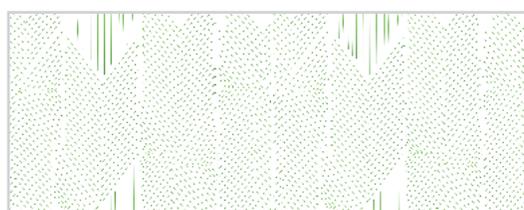
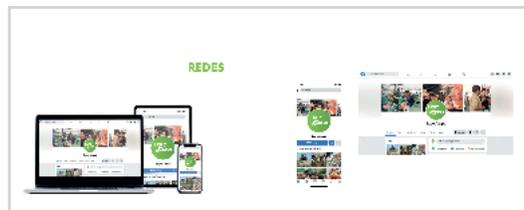
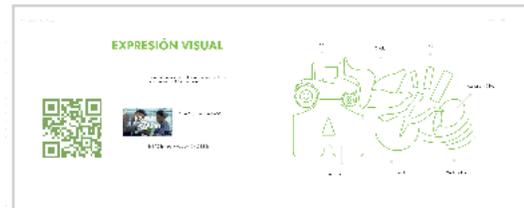
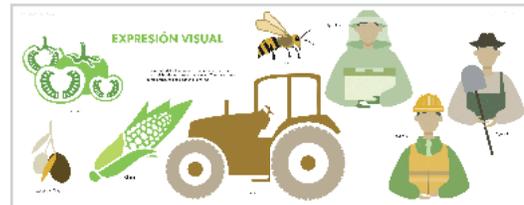
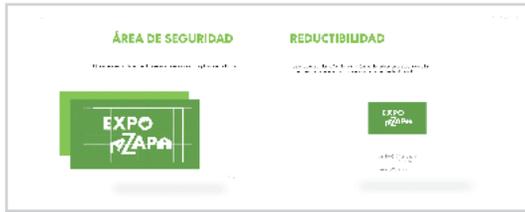
Se diagrama el manual de marca, según las especificaciones requeridas, la correcta diagramación de la marca, las variantes visuales, su tipografía, iconografía, ilustraciones, aplicaciones, entre otros.



HERRAMIENTAS

Internet
Adobe Illustrator





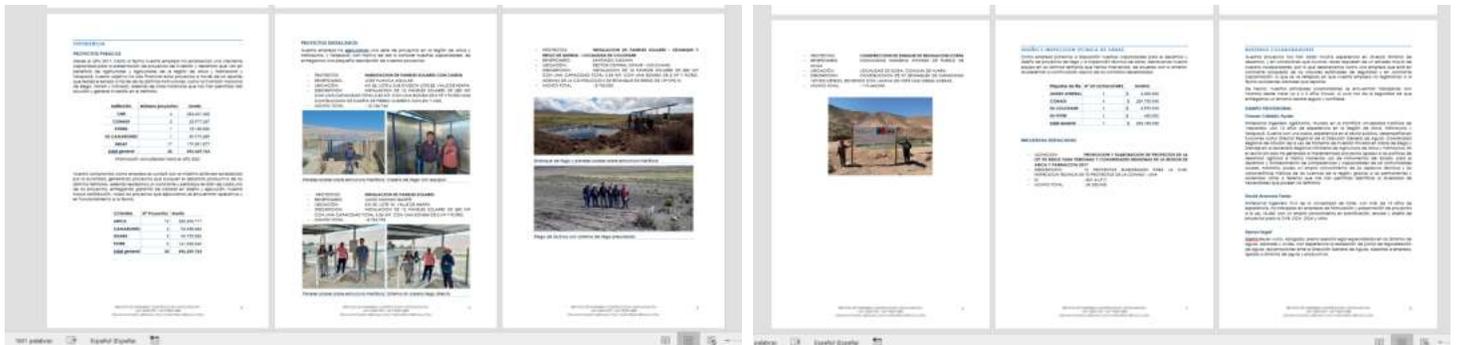
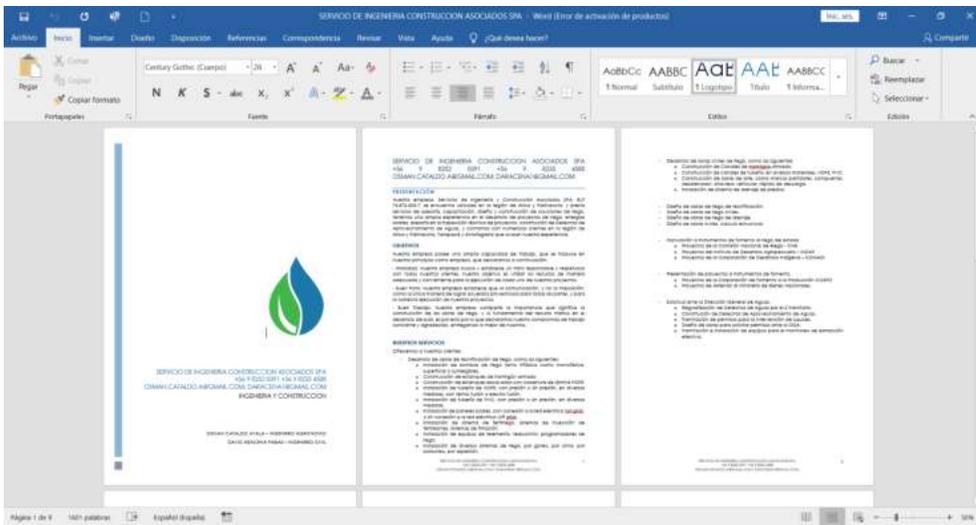
OBSERVA el manual escaneando el código

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO IMAGEN CORPORATIVA ASOCIADOS SPA

Se realiza un estudio de mercado respecto al rubro, y redacta un informe respecto a la marca, quienes son, cual es su objetivo, y cual sería el plan de trabajo, para mejorar su imagen corporativa.

HERRAMIENTAS

Internet
Microsoft Word

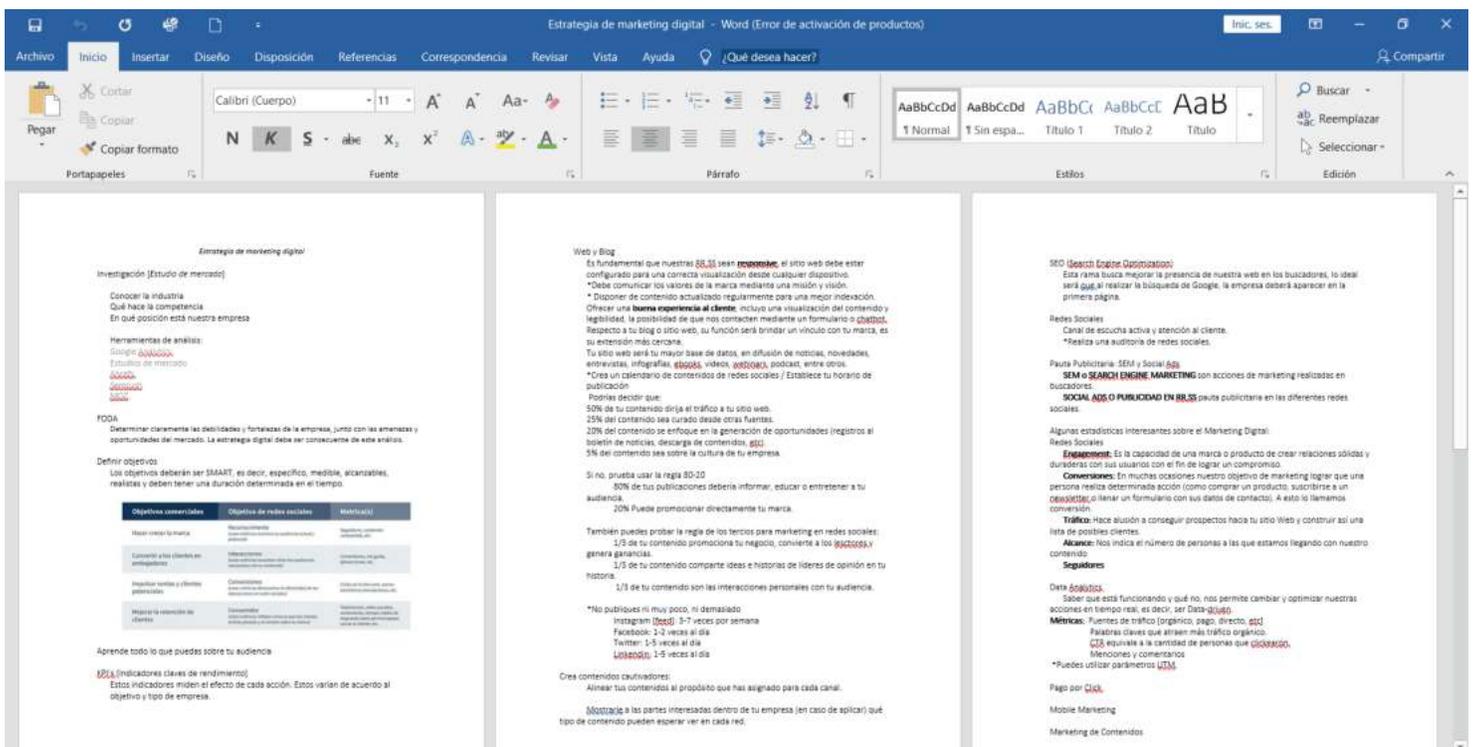


DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO PLANIFICACIÓN DE ESTRATEGIA DE MARKETING

Se investiga previamente sobre los puntos necesarios para una estrategia de marketing, se define con el empleador el plan de trabajo y el objetivo de la estrategia, para redactar la planificación de la misma, a través de un informe.

HERRAMIENTAS

Internet
Microsoft Word



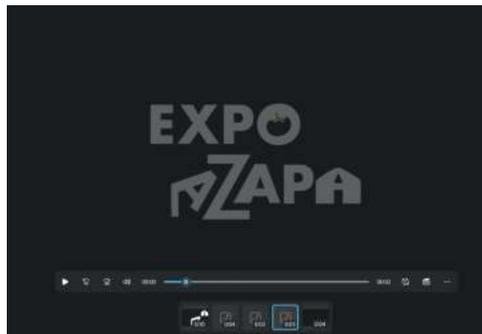
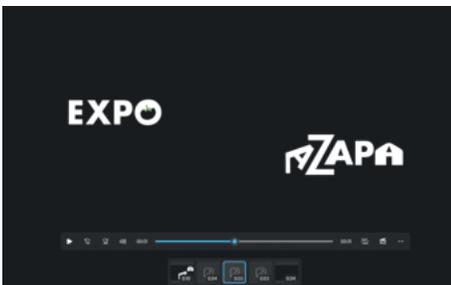
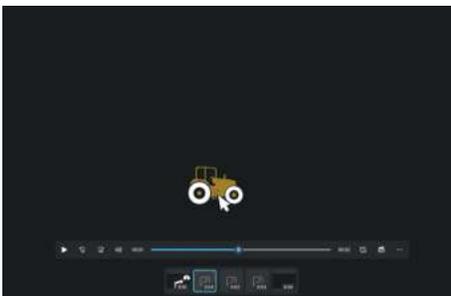
DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

ANIMACIÓN DEL ISOLOGOTIPO

El cliente solicita varias propuestas para animación del isologotipo de la marca, por lo cual se bosquejan siete propuestas y tras la realización de las mismas se escogen cinco propuestas.

HERRAMIENTAS

Internet
Adobe Illustrator
Adobe After Effects



ACCEDE a las animaciones escaneando el código

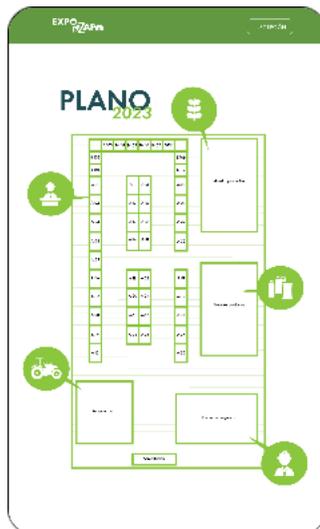
DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

PROPUESTA DE APP EXPO AZAPA

Se propone una aplicación de la marca que pueda tener registro de la marca, actividades, servicio, catalogo de compras, e inscripciones al evento, que al mismo tiempo genere una base de datos de los agricultores y empresas de la región.

HERRAMIENTAS

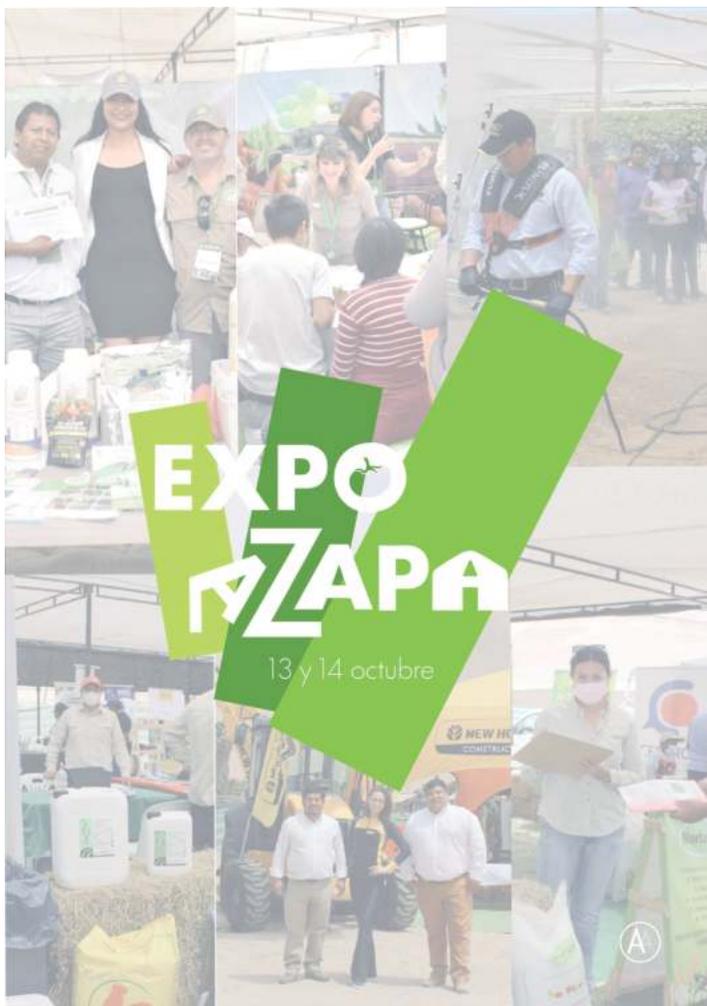
Internet
Adobe Illustrator



DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

BOOK DE VENTA EXPO AZAPA

El empleador solicita un book de venta para entrega a la empresas, que contengan la actividades y servicios del evento con su respectiva cotización.



HERRAMIENTAS

Internet
Adobe Illustrator



OBSERVA el book escaneando el código

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

FOLLETOS INFORMATIVOS EA

Se diagraman folletos informativos para la entrega del público general, que informen respecto al evento.

HERRAMIENTAS

Internet
Adobe Illustrator



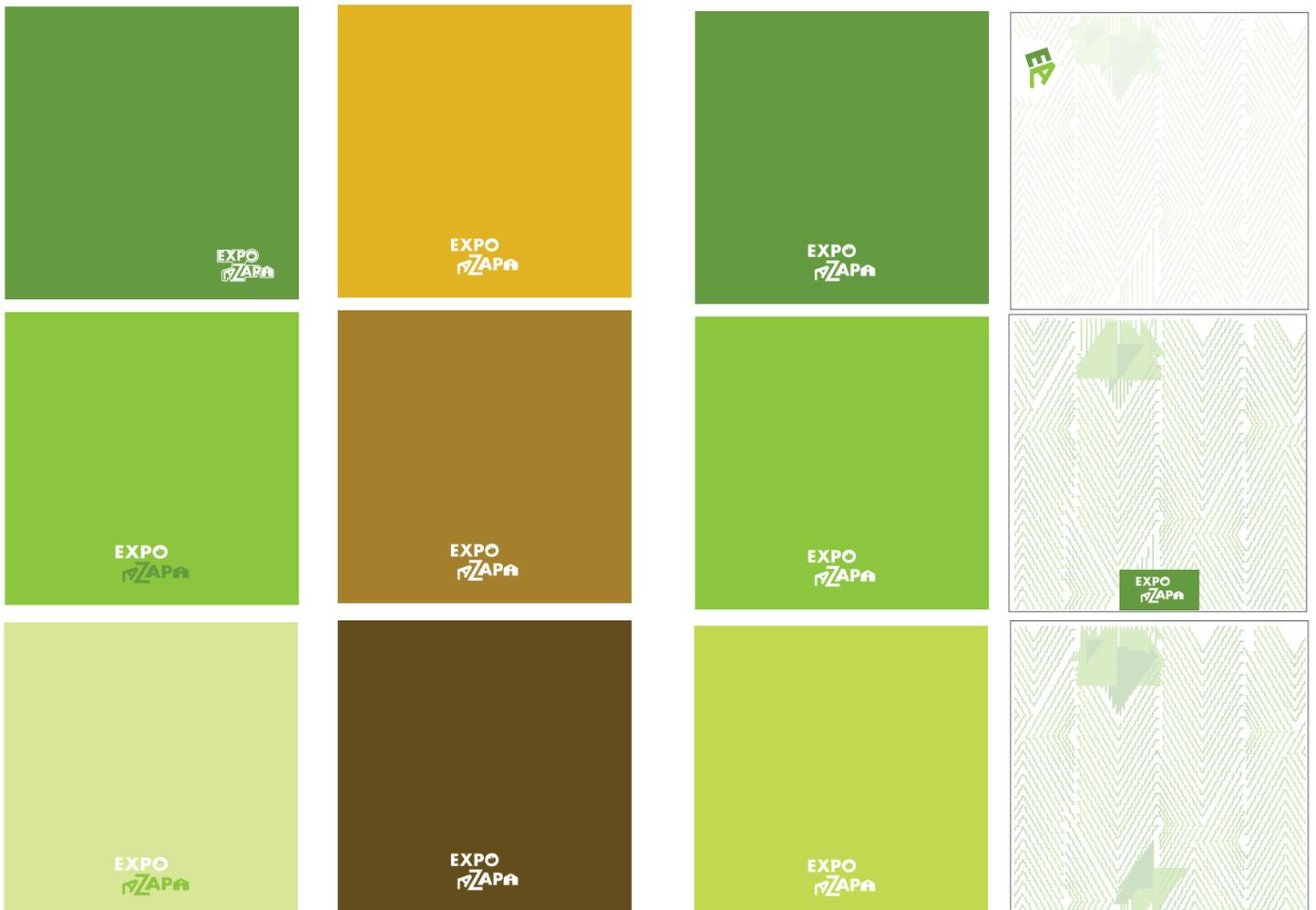
DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

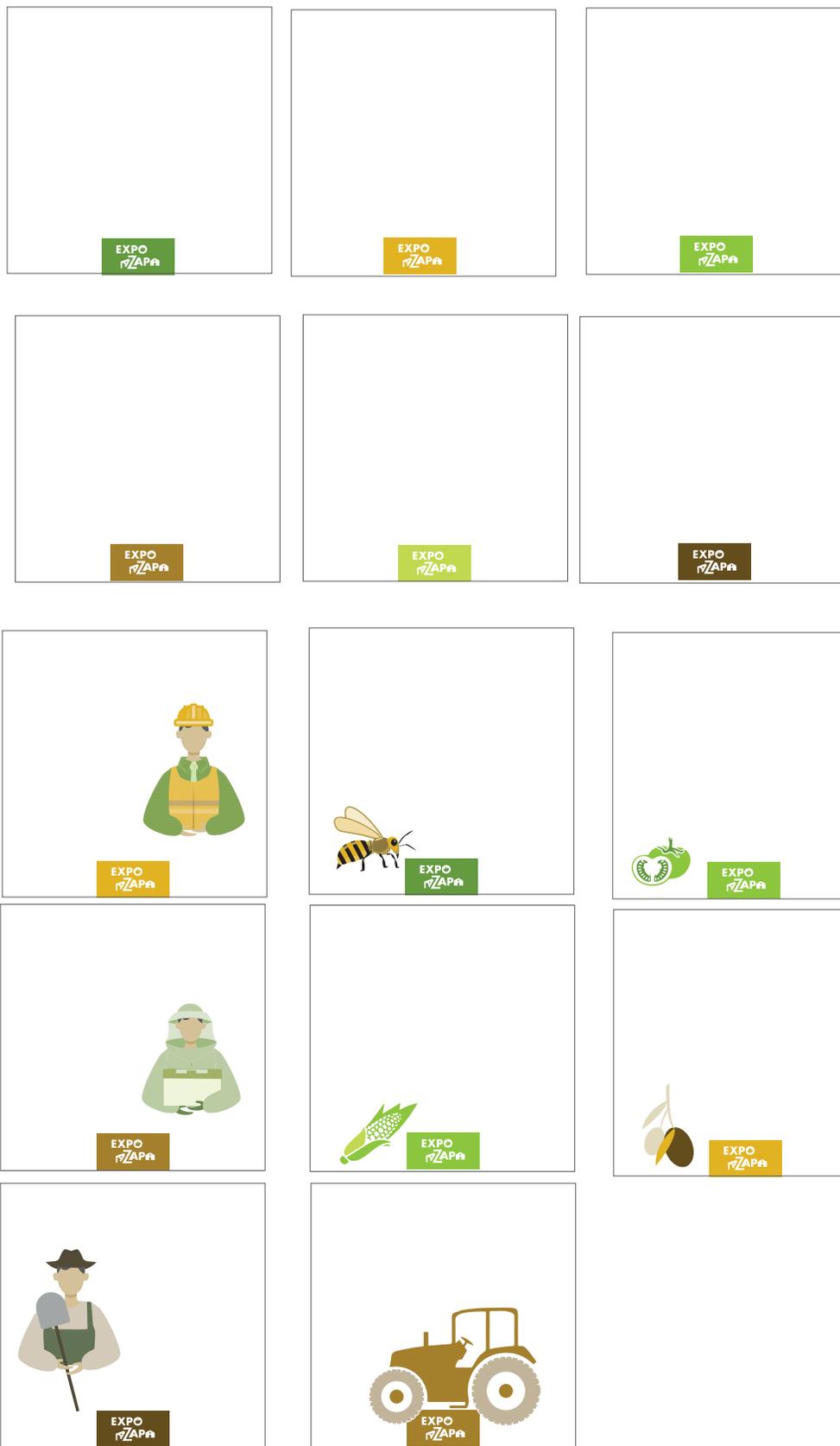
PLANTILLAS DE PUBLICACIONES RR.SS EA

Se diagraman plantillas de publicaciones de RR.SS con la paleta de color previamente asignada al evento.

HERRAMIENTAS

Internet
Adobe Illustrator





DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO PROPUESTA DE REDISEÑO DE SITIO WEB EA

Al igual que la propuesta de una aplicación de la marca, se propone un rediseño del sitio web de Expo Azapa, que informe sobre las actividades, servicios, catalogo de compras, e inscripciones al evento.

HERRAMIENTAS

Internet
Adobe Illustrator



EXPO AZAPA

NOTICIAS



**VALLE AZAPA
KM 18**

21
junio

Cierre Expo
del Valle Azapa

13,14
octubre

Expo Azapa
del Valle Azapa



EXPO AZAPA

Expo Azapa

Entrega de premios a los ganadores de la feria de productos de azapa.



EXPO AZAPA

Expo Azapa

Entrega de premios a los ganadores de la feria de productos de azapa.



EXPO AZAPA

Expo Azapa

Entrega de premios a los ganadores de la feria de productos de azapa.



EXPO AZAPA

Expo Azapa

Entrega de premios a los ganadores de la feria de productos de azapa.



EXPO AZAPA

Expo Azapa

Entrega de premios a los ganadores de la feria de productos de azapa.



EXPO AZAPA

Expo Azapa

Entrega de premios a los ganadores de la feria de productos de azapa.

EXPO AZAPA

- Inicio
- Actividades
- Eventos
- Exposiciones
- Boletín
- Exposiciones
- Contacto

- Inicio
- Actividades
- Eventos
- Exposiciones
- Boletín
- Exposiciones
- Contacto

ACTIVIDADES Y SERVICIOS

- Feria de Productos de Azapa

CONTACTO

Carretera Panamericana S/N
Km 18, Valle Azapa
Calle Comercio Interior S/N
Km 18, Valle Azapa

EXPO AZAPA

ACTIVIDADES Y SERVICIOS

Comentarios de apertura

Presentación de la feria de productos de azapa.

Competencia

Feria de productos de azapa.

Entrega de premios por feria

Entrega de premios a los ganadores de la feria de productos de azapa.

Exposición de empresas

Exposición de empresas de productos de azapa.

Muestra gastronómica

Muestra gastronómica de productos de azapa.

Campaña de cierre

Campaña de cierre de la feria de productos de azapa.



Feria de Productos de Azapa

21 JUNIO
10:00 AM - 12:00 PM



Feria de Productos de Azapa

13 OCTUBRE
10:00 AM - 12:00 PM



Feria de Productos de Azapa

14 OCTUBRE
10:00 AM - 12:00 PM



Feria de Productos de Azapa

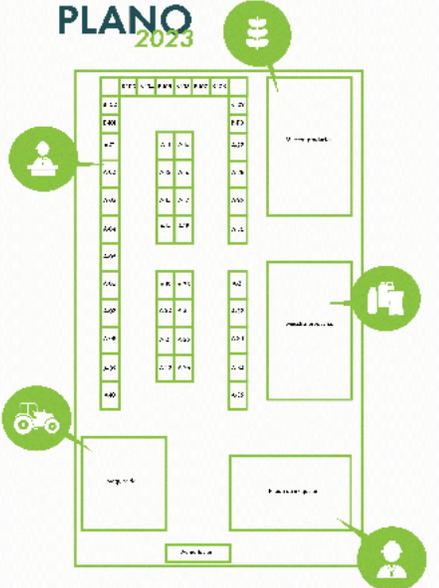
13 OCTUBRE
10:00 AM - 12:00 PM



Feria de Productos de Azapa

14 OCTUBRE
10:00 AM - 12:00 PM

PLANO 2023



EXPO AZAPA

- Inicio
- Actividades
- Eventos
- Exposiciones
- Boletín
- Exposiciones
- Contacto

- Inicio
- Actividades
- Eventos
- Exposiciones
- Boletín
- Exposiciones
- Contacto

ACTIVIDADES Y SERVICIOS

- Feria de Productos de Azapa

CONTACTO

Carretera Panamericana S/N
Km 18, Valle Azapa
Calle Comercio Interior S/N
Km 18, Valle Azapa

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

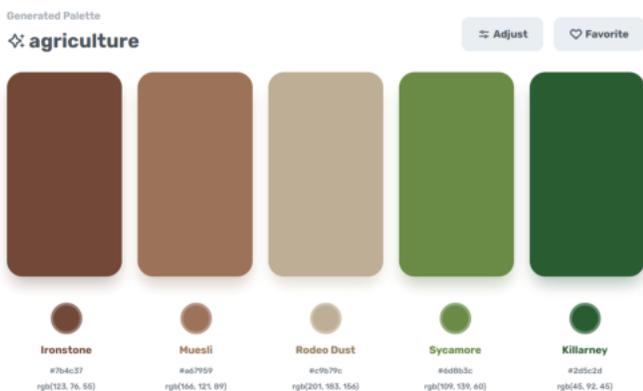
LOGOTIPO AZAPA FELIX

Tras conocer los conceptos con los que el cliente desea diseñar su marca se realiza una investigación como referente de arte.

Se diagraman tres propuestas de logotipos.

HERRAMIENTAS

Internet
Adobe Illustrator



ISOLOGOTIPO

Las palabras AZAPA y FELIX se componen de 7 y 6 letras respectivamente, por lo que el logotipo debe tener una estructura que permita acomodar ambas palabras de manera equilibrada y armoniosa. El logotipo debe ser claro y legible, tanto en tamaño grande como pequeño. Debe ser adaptable a diferentes formatos y soportes, manteniendo su esencia y personalidad. El logotipo debe ser fácil de recordar y asociar con la marca.

COLORES
 Verde
 Gris
 Negro
 Blanco
 Rojo
 Azul

ELEMENTOS

PARTES O REBANADAS

Sección utilizada en logotipo y en otros formatos de comunicación.



MODULACIÓN

El espacio entre el logotipo y el texto debe ser suficiente para que el logotipo destaque adecuadamente.



VARIANTES CROMÁTICAS



VARIANTES VISUALES

DALTONISMO

Reservar que todos los colores en el logotipo, con el fin de evitar problemas de legibilidad para personas con daltonismo.



ÁREA DE SEGURIDAD

El logotipo debe tener un área de seguridad suficiente para que el logotipo sea legible.



REDUCTIBILIDAD

El logotipo debe tener un área de seguridad suficiente para que el logotipo sea legible.



ESCALA

El logotipo debe tener un área de seguridad suficiente para que el logotipo sea legible.



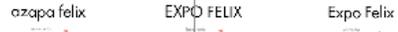
CONTENEDORES

El logotipo debe tener un área de seguridad suficiente para que el logotipo sea legible.



EXPRESIÓN TEXTUAL

El logotipo debe tener un área de seguridad suficiente para que el logotipo sea legible.



PIXELADO

El logotipo debe tener un área de seguridad suficiente para que el logotipo sea legible.



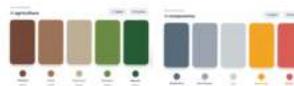
DIFUMINADO

El logotipo debe tener un área de seguridad suficiente para que el logotipo sea legible.



COLORES CORPORATIVOS

El logotipo debe tener un área de seguridad suficiente para que el logotipo sea legible.



VERSIONES CORRECTAS

El logotipo debe tener un área de seguridad suficiente para que el logotipo sea legible.



EXPERIENCIAS ADQUIRIDAS

CONOCIMIENTOS TÉCNICOS ADQUIRIDOS

La práctica profesional, llevada a cabo en Somos Agricultura, requirió utilizar todo el conocimiento técnico de los softwares aprendidos en los años de carrera, conocer el mayor uso de Adobe Illustrator fue esencial para llevar a cabo la práctica. Un nuevo conocimiento técnico adquirido, fue el uso constante del software de After effects, que al realizar las animaciones de los diseños, me permitió conocer herramientas que desconocía. Este mismo uso constante me ayudó a agilizar las horas de trabajo, y ser más funcionales mis horas de práctica.

HABILIDADES INTERPERSONALES ADQUIRIDAS

Respecto a las habilidades interpersonales adquiridas durante el desarrollo de la práctica profesional, no fue un gran desafío para mí, el hecho de ya conocer la empresa y haber trabajado en ella, me permitía tener una comunicación abierta y constante con el empleador, y sus clientes. La experiencia era bastante grata, especialmente los días de trabajo en terreno, donde compartíamos charlas con los agricultores.

Una experiencia de la cual aprendí bastante constó en una charla sobre la imagen corporativa que tuve que realizarles a los empleados de una empresa, tras un estudio centrado, y retroalimentaciones por parte de mi empleador, fue todo un éxito. Fue una experiencia que me dio más confianza, y donde aprendí respecto al lenguaje comunicativo de acuerdo a la audiencia y el tema a tratar.

CONCLUSIÓN

Práctica profesional fue un verdadero reto durante el desarrollo del séptimo semestre de la carrera, el poder cumplir con 320 horas asignadas, lograr una comunicación constante con el empleador, y un equilibrio entre clases y trabajo, fue una tarea difícil. Sin embargo, y ya finalizada, me encuentro más que conforme con el resultado, fue un constante uso de mis conocimientos sobre los programas aprendidos, la comunicación con el empleador fue enriquecedora como experiencia laboral.

Comprender que el área de diseño está lleno de constantes cambios y que uno debe adaptarse a ellos, ha sido mi mayor aprendizaje, las habilidades interpersonales que adquirí en las horas de trabajo, me dio más confianza en mis conocimientos, mi organización en horarios mejoró mis diseños y fortaleció mis lazos ya hechos con mi empleador. Entregar la confianza de cumplir con los tiempos, y estar dispuesta a aceptar y llevar a cabo las ideas solicitadas, fue esencial para el ambiente laboral.

Con lo relatado, me siento mejor preparada para ejercer como diseñadora multimedia.

REFERENCIAS

Sitio web Expo Azapa: <https://expoagroazapa.cl>

Facebook Somos Agricultura: <https://web.facebook.com/SomosAgricultura>

ANEXOS

La bitácora de práctica, se encuentra subida en plataforma utamed.