



DIDECO

Dirección de Desarrollo Comunitario

INFORME MES DE JUNIO AÑO 2025

NOMBRE: CARLOS ADASME GODDY

De acuerdo con la gestión encargada mediante contrato de honorarios suscrito con la Municipalidad de Padre Hurtado – Dirección de DIDECO se ha encomendado los siguientes cometidos para el año 2025:

Descripción de cometido.

- MODIFICACION Y COMPLEMENTACION DE APLICACIONES EN PLATAFORMA VITRINAPH.CL
- TALLER DE CREACION DE IMAGEN MARCA PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS DE EMPRENDEDORES DE LA COMUNA
- APLICACIÓN DE IMAGEN MARCA EN REDES SOCIALES
- CREACION AVISOS DE PROMOCION Y VIDEOS PARA REDES SOCIALES
- CAPACITACION EN APLICACIONES PARA VIRALIZACION EN REDES SOCIALES

Comunico a usted que el mes de junio del 2025 se han realizado las siguientes gestiones y acciones que responden al cometido antes descrito:

Durante el mes se realizó el desarrollo y planificación del taller Imagen marca, en el marco del proyecto de capacitación para emprendedores y emprendedoras de la comuna de Padre Hurtado. **SE ADJUNTA PLAN DE TRABAJO.**

En este contexto se realizan reuniones de coordinación junto a los equipos y oficinas pertenecientes a la Dirección de Desarrollo Comunitario:

- Reunión con Oficina de Desarrollo Económico Local: En esta instancia se formula la planificación mensual sobre la puesta en marcha del proyecto, la convocatoria y logística.

Capacitación:

Se realizó, durante este mes, la convocatoria a participar en el proyecto, reuniendo un número importante número de emprendedoras. **SE ADJUNTA LISTADO DE ASISTENCIA**



DIDECO

Dirección de Desarrollo Comunitario

1.- Temáticas del curso en el mes de junio

DESARROLLO DE LOGOTIPOS

En esta etapa del curso hemos comenzado la intervención, rediseño y creación de logotipos de los emprendedores asistentes a esta capacitación. El Plan considera los siguientes aspectos:

La modificación de los logotipos, imagotipos y imágenes marca ha considerado las propiedades o apariencia de productos o servicios, para adaptarlas a las tendencias y funcionalidades actuales, como una estrategia para potenciar o revalorizar la identidad visual de los emprendedores de PH.

A diferencia del rebranding, que supone un cambio drástico a la imagen, el restyling afecta solo a la alteración de logo, colores y cambios sustanciales de la marca.

¿Qué aspectos consideramos?

1. Color

Apoyándonos en sus propiedades sensoriales podemos definir una paleta de color, la cual comunicará un mensaje y valores asociados a la marca. Con ello construiremos la base para el reconocimiento de nuestro nuevo logotipo. Debemos considerar también la elección de colores primarios y secundarios para que las aplicaciones en los diversos medios no se vean afectadas.

2. Tipografía

Tan importante como el color, la tipografía cumple un rol fundamental en el logotipo. La importancia de lo que queremos comunicar se verá reflejado en los componentes de nuestra tipografía: la altura, el grosor, la distancia entre sus letras, etc. La elección de una buena tipografía logrará el vínculo mental necesario hacia la marca o campaña y, así mismo, la elección de dos o tres tipografías nos proporcionará variantes para poder aplicar el logotipo en nuestras comunicaciones.

3. Versatilidad

El logotipo tendrá que convivir en diversos formatos de comunicación, por ello debemos pensar en un diseño versátil que pueda ser aplicado a los requerimientos del cliente: productos impresos, redes sociales, videos, merchandising, etc.



DIDECO

Dirección de Desarrollo Comunitario

4. Representación

El diseño debe ser coherente y debe representar a la empresa, los productos o servicios que ofrece. En el caso de alguna campaña debe estar alineado a la intención a comunicar, ya que el nuevo logotipo será el primer contacto con el que el público objetivo se verá enfrentado y la representación es esencial para que el logotipo genere sintonía con ellos.

Metodología

La metodología utilizada para la creación de logotipo es presencial, en taller de media hora por emprendedor. Trabajamos en conjunto las ideas y posteriormente les presento la modificación o creación considerando los conceptos señalados en este informe.

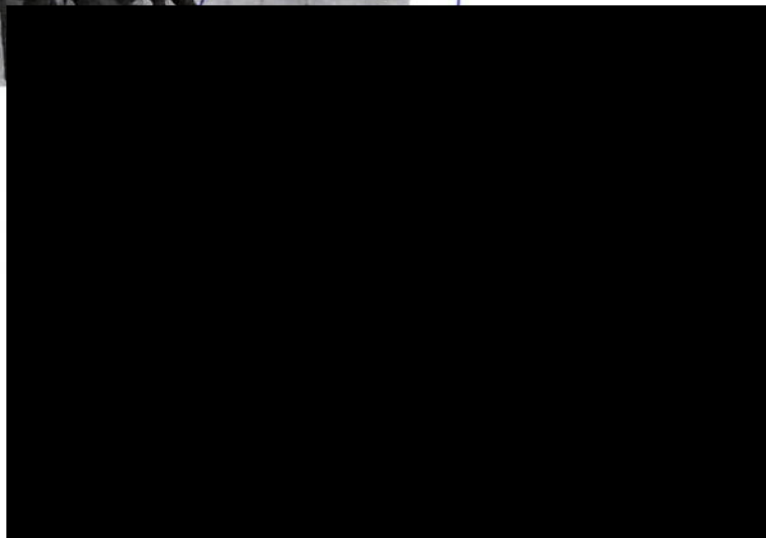
Adjunto listado de asistencia, fotos y presentaciones de cada taller.

Atentamente,





DIDECO
Dirección de Desarrollo Comunitario





DIDECO FOMENTO PRODUCTIVO

FECHA: 19.06.2025
19 A 20 HRS.

TALLER : TALLER DE IMAGEN MARCA Y USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

N°	NOMBRE COMPLETO	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA ASISTENCIA
1	Constanza Quezada Silva			
2	Cristina Millaquipay Nilián			
3	Keyla Acevedo Acevedo			
4	Cristina Novoa			
5	Mariza Albornoz			
6	Jessica Ramirez Duque			
7	Ana Morales			
8	Lorena Saldaña			
9	Jennifer Lopez Gonzalez			
10	Karina Reyes			
11	Cristina Millaquipay Nilián			
12	Nicole D. Toloza			
13	Sergio Ninachoque Lopinta			

N°	NOMBRE COMPLETO	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA ASISTENCIAL
14	Jacqueline Rojas Ramirez			
15	Catalina Garay			
16	María Jose Flores			
17	Fabiola Flores Espindola			
18	Patricia Vargas Mendez			
19	Fabiola Muñoz Arevalo			
20	Pilar Cornejo Diaz			
21	María Eugenia Figueroa			
22	Herminia Donoso Catril			
23	Sugey Lopez Rojas			
24	Lissette Saldaña			
25	Lenka Sepulveda			
26	Humberto Sandoval			
27	Yanet Bustamante			
28	Inés Meza Aguilera			
29	Jemina Zurita			
30	Roberto Gutierrez Guerrero			

19.06.2025 19 a 20 hrs.



**DIDECO
FOMENTO PRODUCTIVO**

FECHA: 19.06.2025 /

TALLER : TALLER DE IMAGEN MARCA Y USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES 20 + 21 HRS.

N°	NOMBRE COMPLETO	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA ASIST
1	Maria Jose Nuñez			
2	Paula Salazar			
3	Romina Bustamante			
4	Laura Soto			
5	Yesenia Marchant Quijada			
6	Francisco Javier Chandia Ojeda			
7	Sylvia Paola Andrades Pavez			
8	Marisol Silva Piña			
9	Carolina Toledo Rubio			
10	Liztania Torres Aravena			
11	Yasna Andrea Abrigo Franco			

Nº	NOMBRE COMPLETO	TELEFONO	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA ASISI
12	Tomas Liberona			
13	Mary Fernandoi			
14	Patricia Ossandon Medina			
15	Sebastián Mena			
16	Ana Muñoz			
17	Brenda Maturana			
18	Rosa Meza Contreras			
19	Elizabeth Mateluna			
20	Irene del T. Hevia Soto			
21	Soledad Díaz Tromilen			
22	Alejandro Mateluna Guerrero			
23	Alejandra Urbina Bahamondes			
24	Helio Calderón			
25	Carolina González			
26	Jocelyn Mardones			
27	Cecilia Mardones			
28	Antonella Pezzini			

Soledad Diaz 789249134 @gmail.com

19 de 2025 ZOAZA MAS.

NOMBRE COMPLETO

N°

Belén Hernández

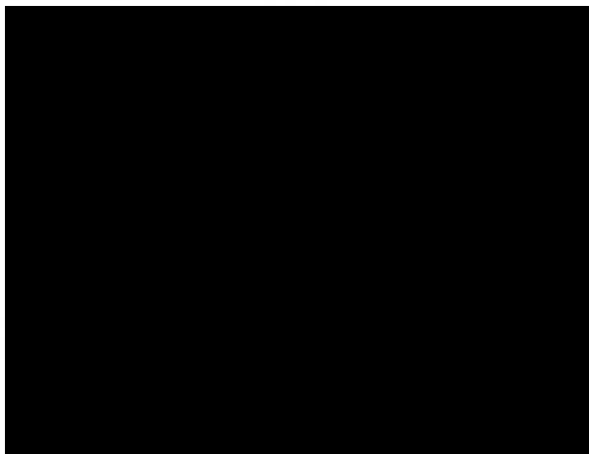
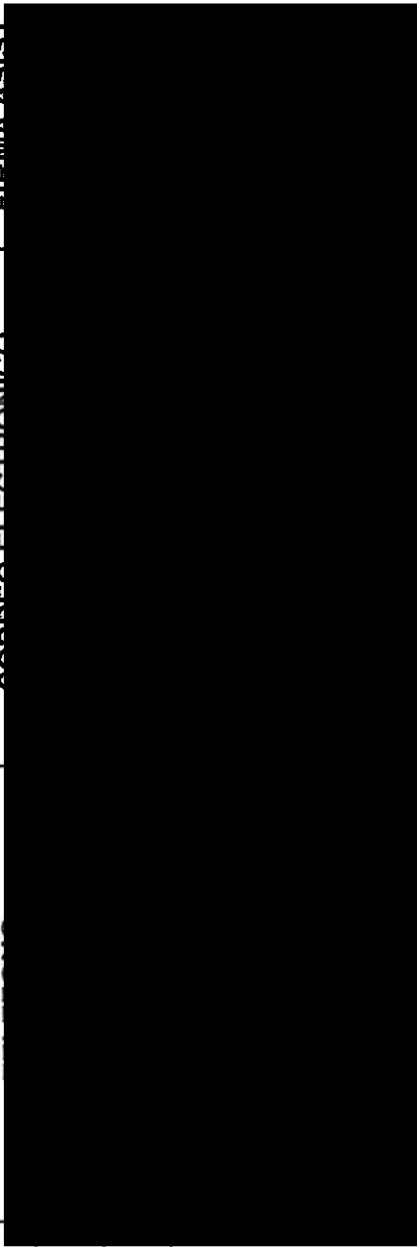
29

Henry Berrios

30

CORREO ELECTRÓNICO

FIRMA ASIST



AD ALA 7075 70 7 71 11 11



TALLER DE IMAGEN MARCA Y USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

DIDECO

FOMENTO PRODUCTIVO

FECHA: 24.06.2021

HORARIO: 19 a 20 HRS

Nº	Nombre Completo	Telefono	Corre Electronico	Firma Asistencia
1	Yaneth M. Bustamante Aburto			
2	Katrina Reyes Gomez			
3	Conema Saalanda Sombor			
4	Pilar Cornejo Diaz			
5	MARIZA ALBORNOZ CAJILAO			
6	Awa Horales Fuentes			
7	Constanza Quezada Silva			
8	Termino Zurita			
9	Jessica Ramirez Rojas			
10	Catalina Garay			
11				
12				
13				
14				
15				

TALLER DE IMAGEN MARCA Y USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

DIDECO

FOMENTO PRODUCTIVO

FECHA: 24.06.2025

HORARIO: 20 a 21 H.A.S.

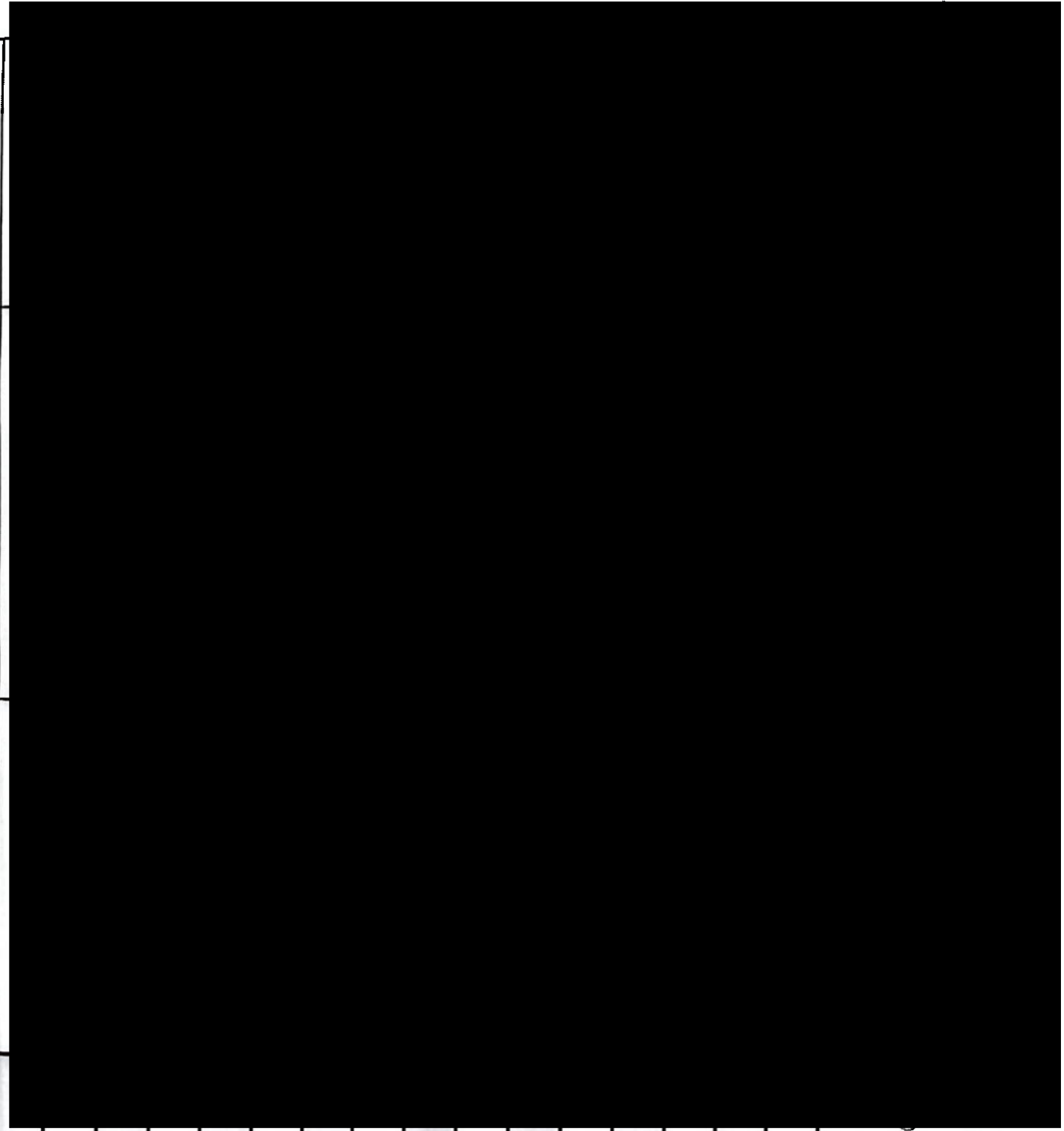
Nombre Completo	Telefono	Correo Electronico	Firma Asistencia
Hermana DONATO CATRU			
Jocelyn Morales Maldonado			
Solidad Diaz Jimenez			
Carolina Toledo Rubio			
Hebe Alderés Pérez			
Prenda Maturama Muñoz			
Ara Muñoz Ruiz			
Patricia Ossandón Medina			
MARISOLDARMA SILVA PIÑA			
Elizabeth Mateluna Guerrero			
Jesús Hevia Soto			
MARY FERNANDO AGUIRAE			
Francisco Javier Chuzán Ojeda			
Sebastian Abalo Vera Marcel			
Cecilia Inés de los Angeles			



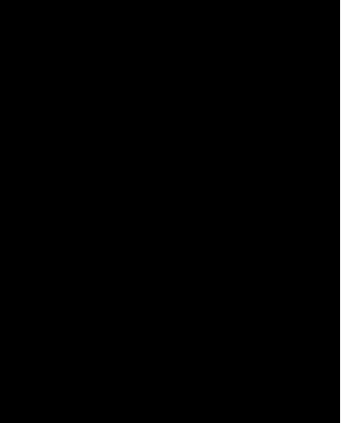
DIDECO FOMENTO PRODUCTIVO

TALLER : TALLER DE IMAGEN MARCA Y USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES 20 + 21 hrs. ✓
FECHA : 19.06.2025 ✓

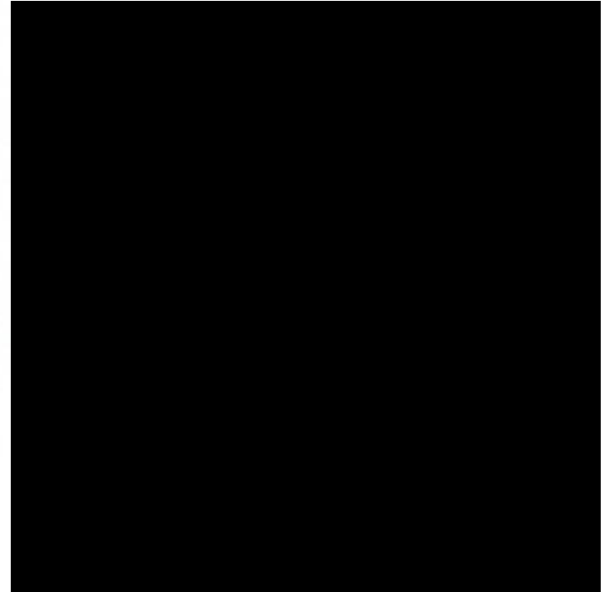
N°	NOMBRE COMPLETO	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA ASISTENCIA
1	Maria Jose Nuñez			
2	Paula Salazar			
3	Romina Bustamante			
4	Laura Soto			
5	Yesenia Marchant Quijada			
6	Francisco Javier Chandia Ojeda			
7	Sylvia Paola Andrades Pavez			
8	Marisol Silva Piña			
9	Carolina Toledo Rubio			
10	Liztania Torres Aravena			
11	Yasna Andrea Abrigo Franco			



12	Tomas Liberona
13	Mary Fernandoi
14	Patricia Ossandon Medina
15	Sebastián Mena
16	Ana Muñoz
17	Brenda Maturana
18	Rosa Meza Contreras
19	Elizabeth Mateluna
20	Irene del T. Hevia Soto
21	Soledad Díaz Tromilen
22	Alejandro Mateluna Guerrero
23	Alejandra Urbina Bahamondes
24	Helio Calderón
25	Carolina González
26	Jocelyn Mardones
27	Cecilia Mardones
28	Antonella Pezzini

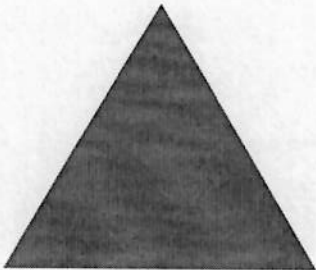


N°	NOMBRE COMPLETO	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA ASISTENCIA
29	Belén Hernández	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
30	Henry Berríos	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]





Taller Capacitación para el desarrollo
de Imagen Marca y diseño de
logotipos, Isotipos y etiquetas 2025.



3 sesiones

- **Desarrollo de marca**
- Importancia de la diferencia Logotipos
- **Etiquetas y packing**
- Corporatividad y Punto de venta
- **Módulo práctico**
- Brief Creativo
- Caso a caso: Análisis imagen, mejora y creación
- Desarrollo tips (una buena foto)

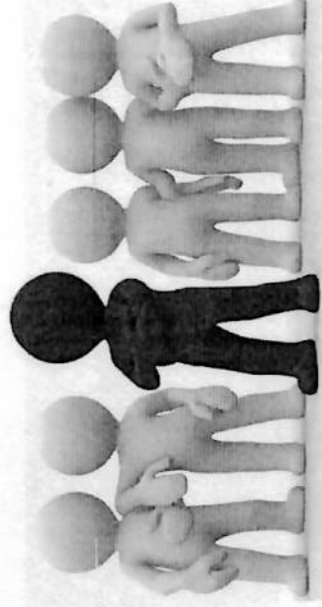






¿Qué es una Marca?

Una marca te diferencia.



Una **marca** es un nombre, término, diseño, símbolo o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de sus competidores.

En definitiva, la marca es la clave para identificar el producto, un aval que garantiza su calidad y la base para que los consumidores confíen en la empresa.

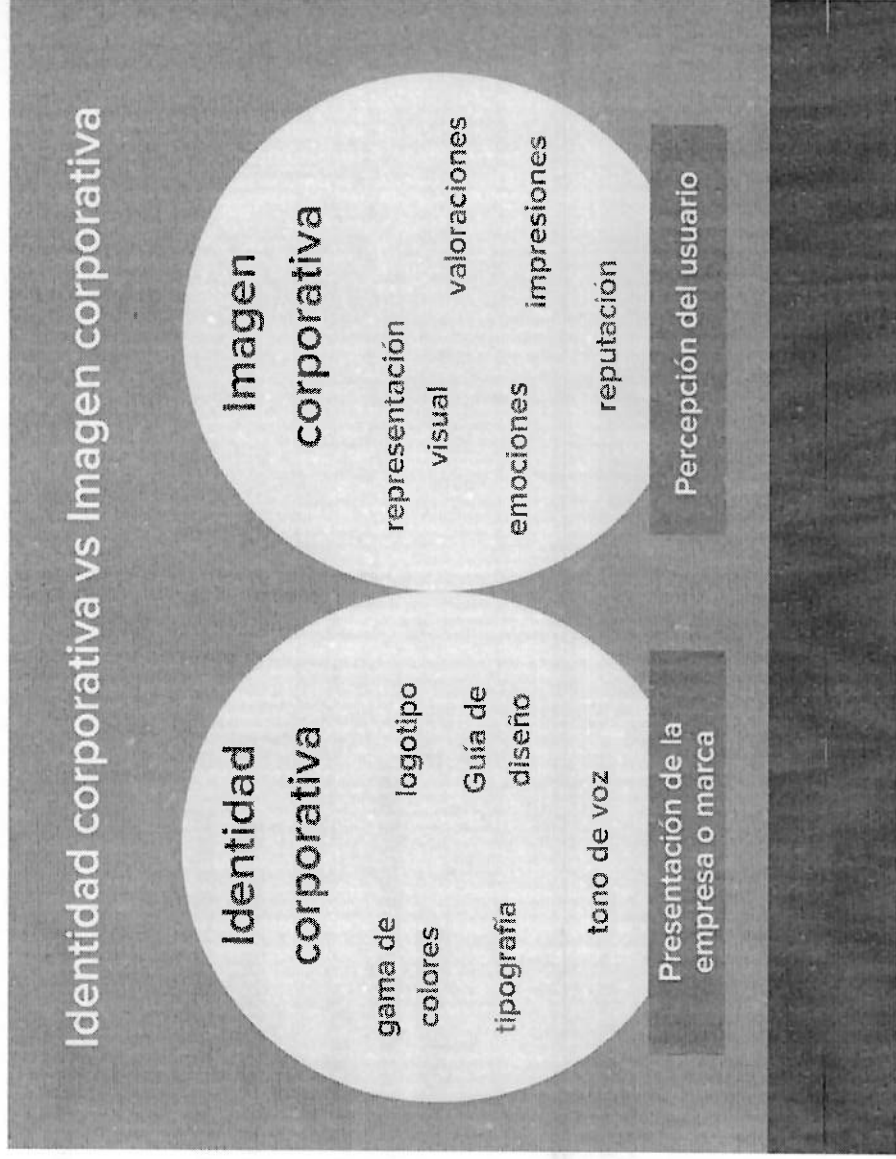
Se enmarca en la Identidad e Imagen corporativa de una Institución, producto, servicios.

Diferencia entre identidad e imagen de marca

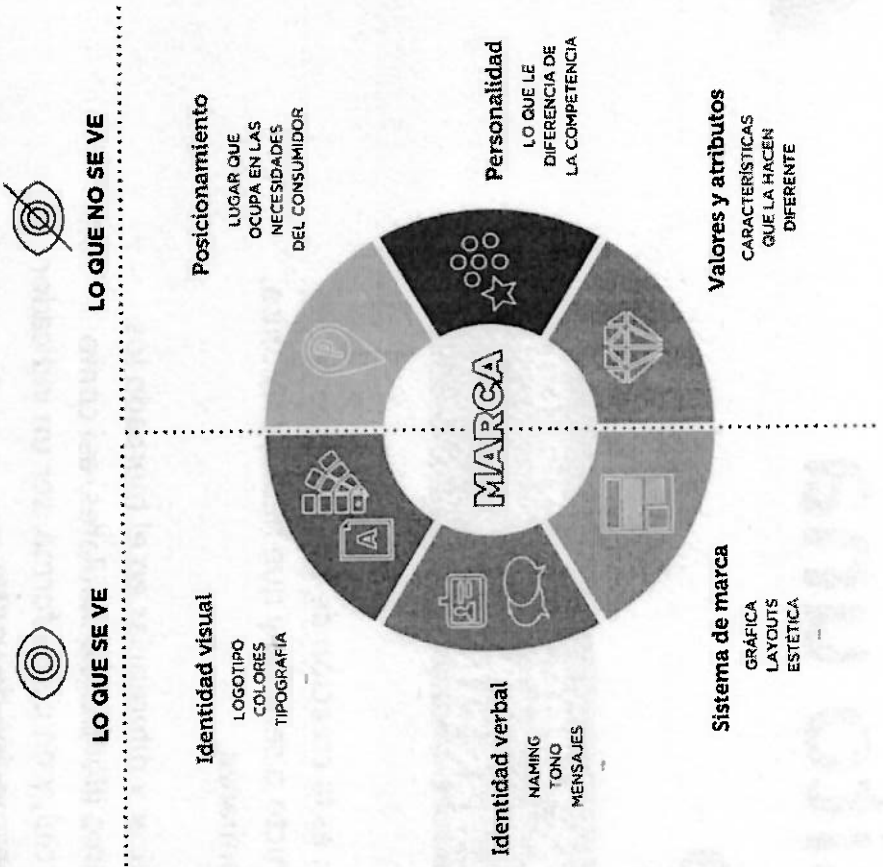
Conviene diferenciar entre identidad e imagen de marca, ya que, son conceptos que a veces se confunden pero no son exactamente lo mismo.

La **imagen de marca** es la percepción que tiene el público o los consumidores sobre lo que proyecta tu emprendimiento mientras que **la identidad** son los elementos que caracterizan y construyen la marca y que se pueden gestionar a través del branding.

En otras palabras, la imagen de marca son los sentimientos y emociones que provoca la empresa en los consumidores y se construye con estrategias de activación basadas en acciones de marketing, experiencias de consumo y publicidad.



Pero una Marca no es solo el Logo...



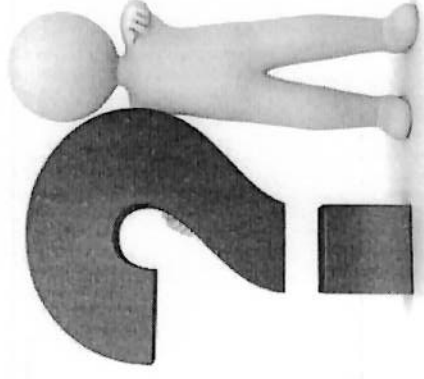
Al fin y al cabo, ya no se venden solo productos, sino sensaciones, experiencias y soluciones.

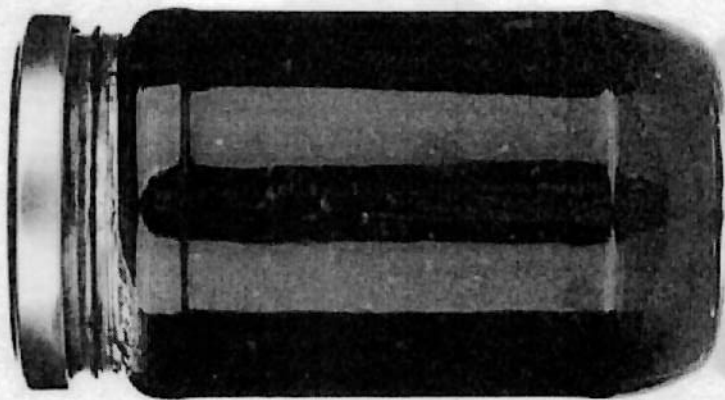
¿Necesito una Marca?

**Cada negocio ya tiene una marca,
incluso si no te das cuenta.**

Una marca es un distintivo, es la creación de un concepto o idea que se transforma en producto o servicio y que habla, comunica, muestra, invita y genera confianza.

Además permite individualizar y diferenciar en el mercado los productos o servicios de otros idénticos o similares, así como identificar su origen comercial, y en cierta forma, ser un indicador de calidad y un medio de promoción de ventas.





JUGO DE HIGO

Algunas definiciones

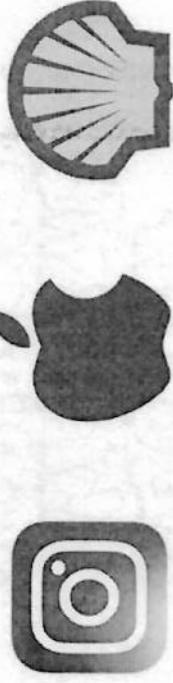
Logotipo:

marca en la cual la palabra funciona como imagen.
Por ejemplo, las marcas de Philips, Ray Ban, entre otras.



isotipo:

marca donde la imagen funciona sin texto. Por ejemplo
la estrella de Mercedes Benz, el leoncito de peugeot.



isologotipo:

interacción de logo e isotipo.



Tipografía

La tipografía tiene un valor importante en el diseño gráfico y contribuye de manera decisiva a que los mensajes publicitarios logren el propósito persuasivo que persiguen. De hecho, al igual que ocurre con los colores, las tipografías también transmiten emociones y sensaciones.

*abc̄defghi
jklmnopq
rstuvwxyz*

ab cd efgh
i j k l m n o p
q r s t u v w
1 2 3 4 x y z
5 6 7 8 9 , ;

ABCDEFGHI
GHIJKLM
NOPQRST
UVWXYZ

Colores en la Marca

A la hora de elegir los colores corporativos de tu emprendimiento, producto o servicio, debes considerar las emociones que evocan y la vinculación con algunas sensaciones.

- Las emociones que produce cada color son:
- R rojo:** amor, energía, pasión, poder, fuerza y calor.
 - Amarillo:** brillo, júbilo, alegría y felicidad.
 - Azul:** seguridad, integridad, tranquilidad, confianza, inteligencia y paz.
 - Blanco:** fresca, pureza, inocencia, elegancia y limpieza.
 - Negro:** elegancia, drama, protección y clase.
 - Verde:** naturaleza, dinero, frescura y novedad.
 - Morado:** espiritualidad, lujo, nobleza, realeza y ambición.
 - Naranja:** éxito, amistad, valor y confianza.

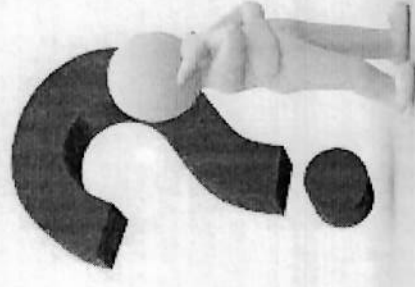
Color	Emociones	Más utilizados	Marketing
AZUL	Profesionalidad, Seriedad, Integridad, Calma, Sinceridad, Limpieza, Energía, Pasión	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Es productivo y no invasivo. Da la sensación de seguridad y confianza.
ROJO	Dinamismo, Calidez, Agresividad, Pasión, Energía, Peligro	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Crea sensación de urgencia. Estimula el apetito.
VERDE	Naturalidad, Ética, Crecimiento, Frescura, Sensibilidad, Orgánico	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Relaja. Se le asocia con la riqueza y la fertilidad.
AMARILLO	Calidez, Amabilidad, Positividad, Estimulante, Alegreza, Juventud, Luz/novedad	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Representa optimismo y juventud. Llamo la atención.
MORADO	Lujo, Realiza, Sabiduría, Dignidad, Misterio, Espiritualidad	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Representa calma, imaginación y creatividad.
ROSA	Diversión, Presumido, Inocencia, Femenino, Delicadeza, Romántico	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Transmite inocencia, femineidad y generosidad.
CAFÉ	Masculino, Rural, Natural, Tierra, Simplicidad, Rústico	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Da sensación de constancia, solidez y arraigo a lo material.
BLANCO	Pureza, Limpieza, Sencillez, Ingeniería, Nobleza, Simplicidad	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Representa cultura, seriedad, nobleza y fidelidad de uso.
NEGRO	Poder, Satisfacción, Prestigio, Valor, Intemporal, Muerte	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Transmite seriedad, estatus, exclusividad y alta calidad.
NARANJA	Innovación, Modernidad, Juventud, Diversión, Acreditación, Vitalidad	Computadora, Avión, Casa, Carro, Botella	Llama a la acción. Es amigable, confiable y alegre.

¿Qué tener en cuenta para empezar a generar la identidad de marca?

El nombre es lo primero es la carta de presentación de tu emprendimiento, se convierte en la historia y el primer “enganche”.

Identidad gráfica: Este es el que comúnmente llamamos un logo, puede ser un logotipo (el logo escrito), el isotipo (Dibujo o símbolo), isologotipo (la combinación de las dos cosas)

Paleta de comunicación: Este se convierte en el diseño de comunicación en procesos como la página web, packaging en donde debe tener unos colores y formas congruentes entre cada uno de esos elementos y claro está, desde el logo.



Tips

¡El nombre es Clave!

Porque el nombre es la TARJETA DE PRESENTACIÓN de tu emprendimiento.
Si el NOMBRE DE TU producto/servicio no es impactante, llamativo, original,
comercial y único. ¡Nadie lo va a recordar!

¡El nombre es muy importante!

Recomendaciones

El Nombre debe ser:

Original

Para crear tu propia marca, es importante escoger un nombre original, ¡ÚNICO!
Es una manera de evitar que tus clientes no te confundan con otro negocio, con la competencia.

Considerar a qué tipo de clientes llegas.

Esto es muy importante tenerlo en cuenta, porque los rasgos comunes, las costumbres; así como, los gustos y preferencias de tus clientes, influyen. En ese sentido, primero conoce a quién estás tratando de llegar. En otras palabras, ¡conoce tu público objetivo!

Que se base en las características del negocio

Es decir que el nombre sea un atributo o característica de los que vendas.
Por ejemplo, "Carnes del Sur", "El taco mexicano", "Las Mermeladas de la Abuela", etc.

La Ubicación del local

El nombre también puede hacer referencia al lugar donde se emplaza.
Por ejemplo, "Cafetería de la Esquina", "Pastelería de Padre Hurtado" o "Heladería de la Plaza".

Elige un nombre corto y claro

Generalmente, las personas olvidan los nombres demasiado largos y complicados. En ese sentido, considera -para tu negocio de comida- un nombre corto, fácil de recordar y de pronunciar. Por ejemplo, "Cafeteando", "Dulcita" o "Delicatesses".

También, puedes considerar la combinación de dos o tres palabras. Por ejemplo, "FrigoCarnes Express", "El Pequeño Market" o "El Pancito Andino".

Usar tu nombre o sus iniciales

Otra alternativa interesante es considerar el uso de tu nombre completo o sus iniciales como, por ejemplo, "El Carpintero Juan Moreno", "J & B Pizzas". También puedes usar tu apodo, combinarlo con algo que describa tu emprendimiento y crear un juego de palabras. Por ejemplo, "Las Hamburguesas de Felipe" o "Helados Doña Juanita".

**¡Ahora ya tengo el nombre!
¿Cómo construyo la identidad
de la Marca?.
¿Cómo hacemos el logotipo?**

Que debe considerar un buen Logo.

Legible: Que sea fácil de leer en todas las situaciones.



Escalable: Que sea reconocible a todas las escalas, aunque sea muy pequeño.



Reproducible: Que se pueda reproducir en cualquier formato, ya sea para imprimir camisetas como para poner en tu web.



Distinguible: Que se diferencie del resto y se pueda reconocer sobre diferentes fondos, blanco, negro o una foto.



Memorable: Que sea fácil de memorizar, que el que lo vea lo recuerde con facilidad.



Slogan

Un slogan es una frase que identifica un producto o servicio, o le da un apellido a tu marca. El origen de Slogan es escoces y se traduce como grito de guerra. Es una herramienta poderosa para lo que quieres vender por que le da carácter a tu marca, reforzando tu discurso, mensaje y valor de marca y también diferenciarse de tu competencia.



Rexona

No te abandona.



Red Bull

Te da alas!



¡déjame uno!

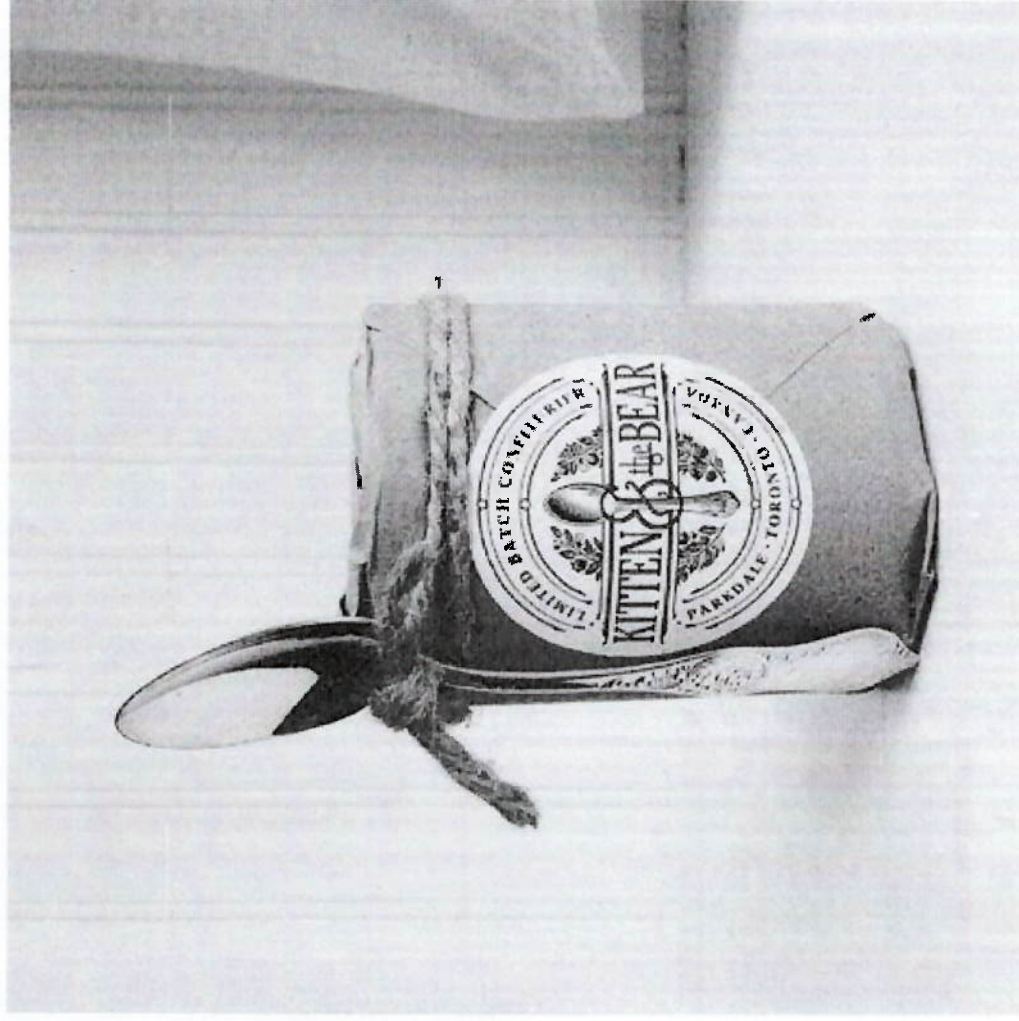
Diseño Packaging

(Envases y entorno visual de la marca)

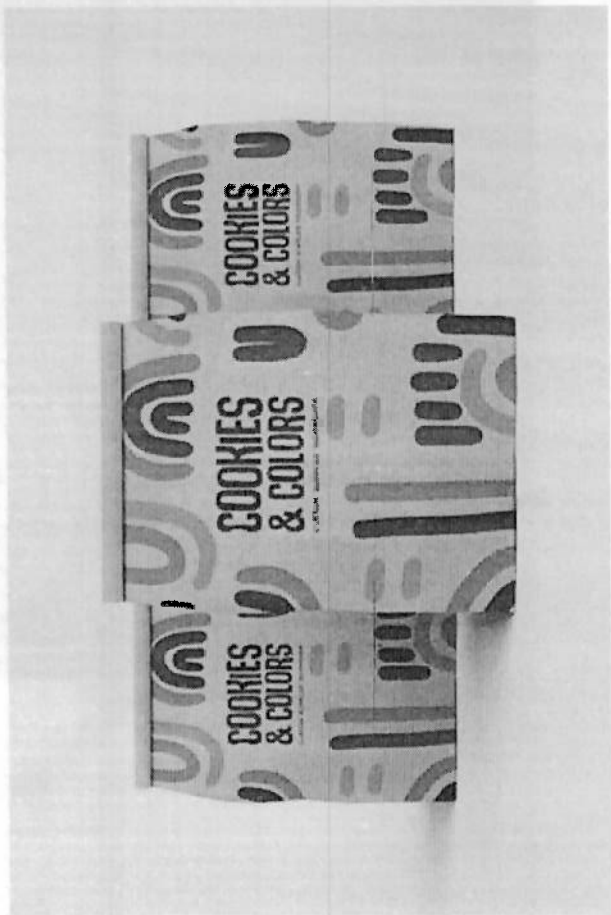
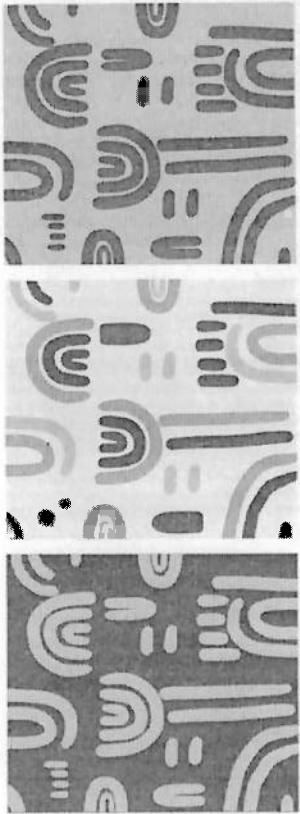
Envases sencillos y creativos. En los detalles está la diferencia.

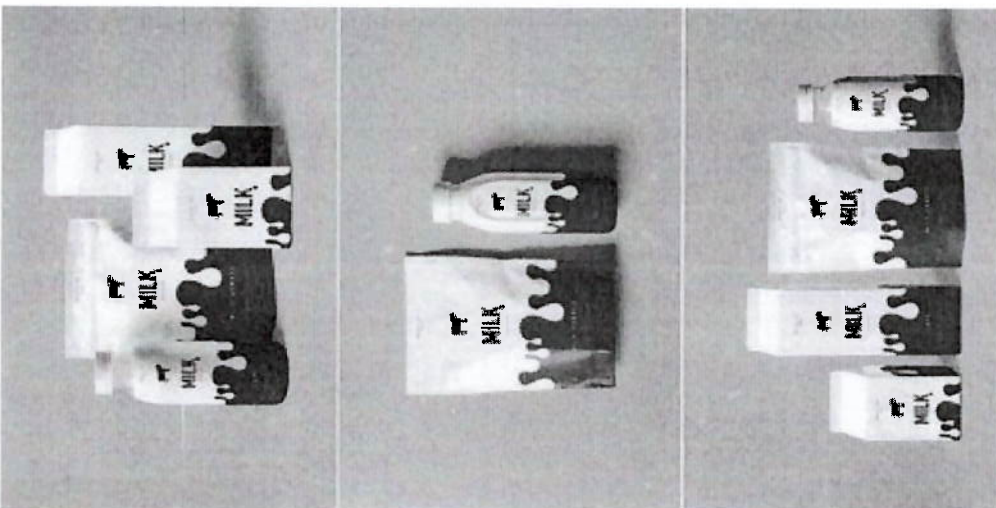
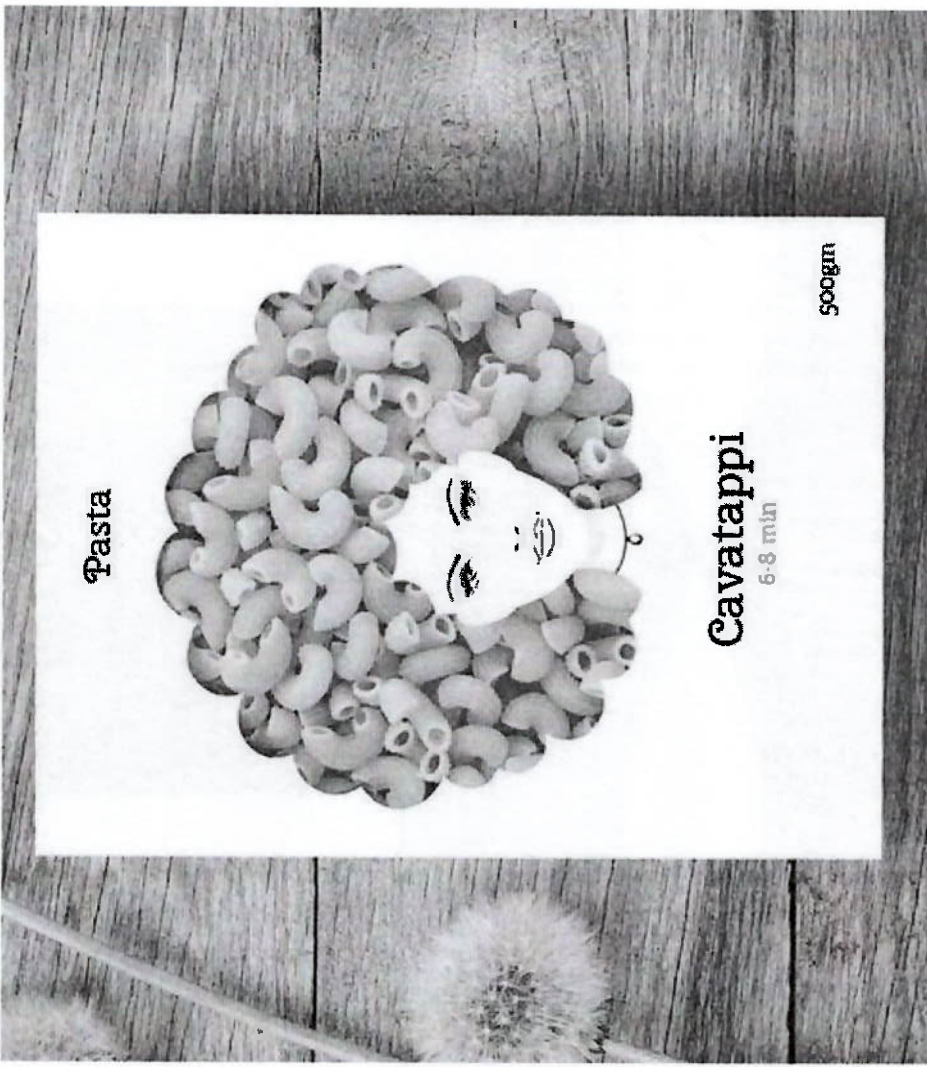
El Packaging (envase) puede considerarse como la **carta de presentación del producto**. Por lo que tiene que ser lo más original, atractivo e impactante para captar la atención de cliente. Además de motivar la compra, también es una buena estrategia de diferenciación de la competencia.

Es un recurso económico y fácil de aplicar. Imprimiendo tú logo en tus cajas, cintas adhesivas o bolsas (entre otros) aportarás un **valor añadido** para el producto. Haciendo que éste sea más valioso para el usuario.



COOKIES & COLORS





CASA DE *ana*
DULCES & DIFERENTES



CASA DE *ana* CASA DE
DULCES & DIFERENTES

CASA DE *ana* CASA DE
DULCES & DIFERENTES

TAMBIÉN ALE
BAKANES
 CERVEZA ARTESANAL 330cc

ESTAS SON SIMILAR A UNA DELICIOSA CERVEZA DE TIBO ALE. DE APROXIMADAMENTE 4 CARAMELOS CON TRES MARIPOSA ROTAS DE CULIOLLO Y ALGO FRUTAL. UNA ESPUMA MARAVILLOSA. TOTALMENTE CERVEZA. PORQUE "BAKANES" SABE DE SABOR. INGREDIENTES: AGUA, LUPULÓN, CEBADA MALTEADA Y LEVADURA.

PRODUCTO DE PRODUCCIÓN ARTESANAL.
 CERVEZA NO FILTRADA.
 ALES Y NO PROCESADO INCLUYE UNA
 BOMBILLA DE PROTECCIÓN.
 MANTÉNGASE EN REFRIGERACIÓN.
 CONSUMIR EN UN DÍA.

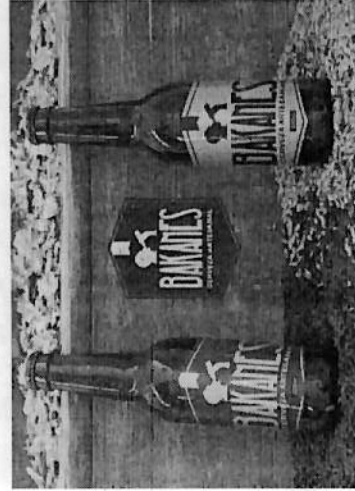
ALE 5.3°
COMBINAR ANTES DE BEBER.

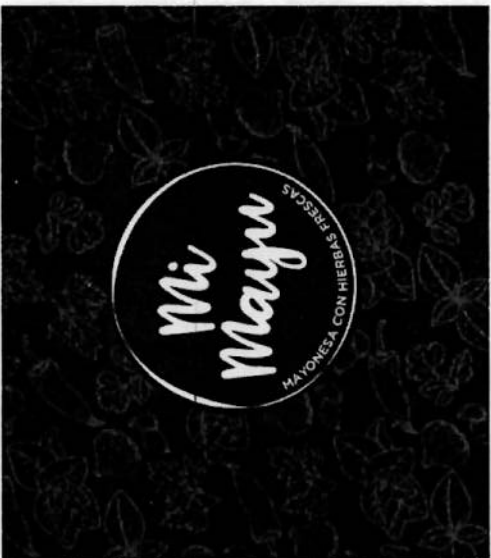
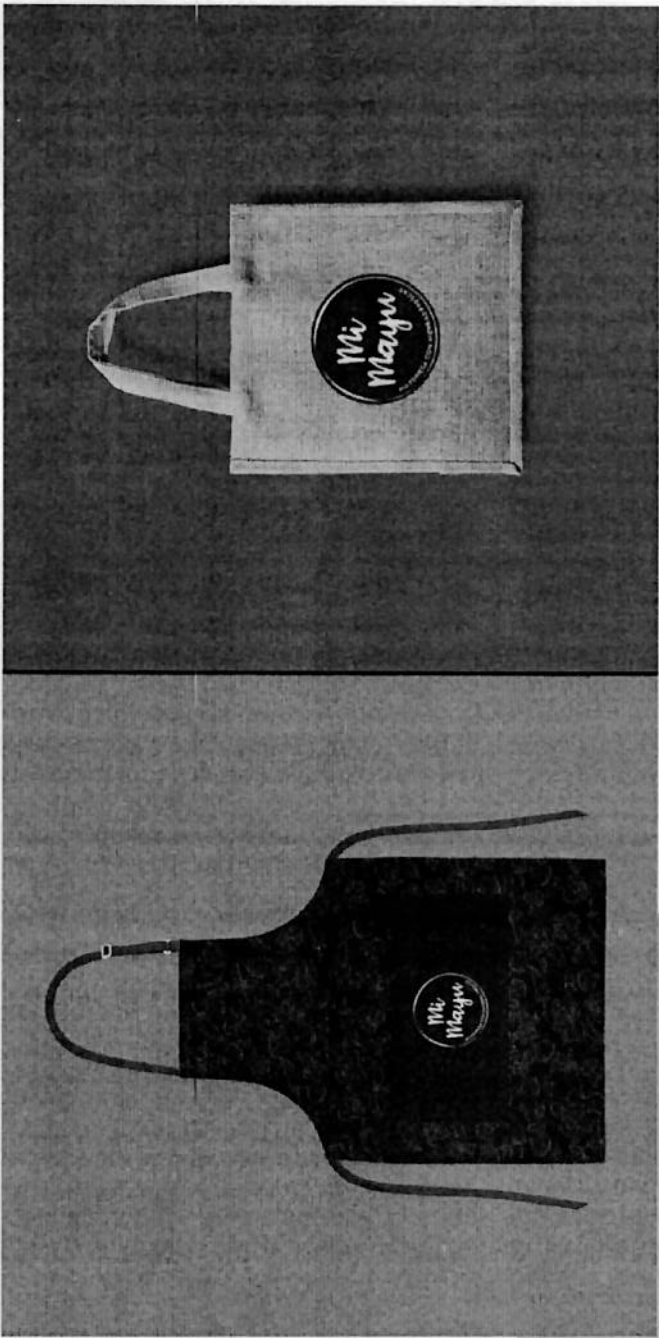
PILSEN
BAKANES
 CERVEZA ARTESANAL 330cc

AQUÍ TENEMOS UNA CIZA CERVEZA DEL TIBO PILSEN. MUY AFINIGADO AVANZADO REPERCUTE EN SECO Y AROMATIZADO DE PIRENEA EN EL CULIOLLO. CON TRES MARIPOSA ROTAS. MALTA CON TRES MARIPOSA ROTAS. PORQUE "BAKANES" SABE DE SABOR. INGREDIENTES: AGUA, LUPULÓN, CEBADA MALTEADA Y LEVADURA.

PRODUCTO DE PRODUCCIÓN ARTESANAL.
 CERVEZA NO FILTRADA.
 ALES Y NO PROCESADO INCLUYE UNA
 BOMBILLA DE PROTECCIÓN.
 MANTÉNGASE EN REFRIGERACIÓN.
 CONSUMIR EN UN DÍA.

LAGER 4.8°
COMBINAR ANTES DE BEBER.

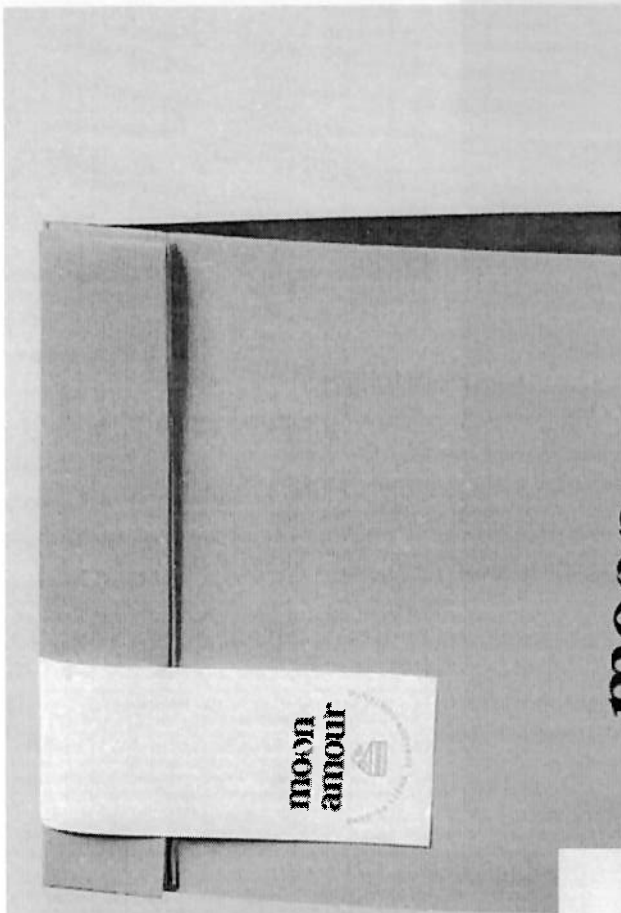




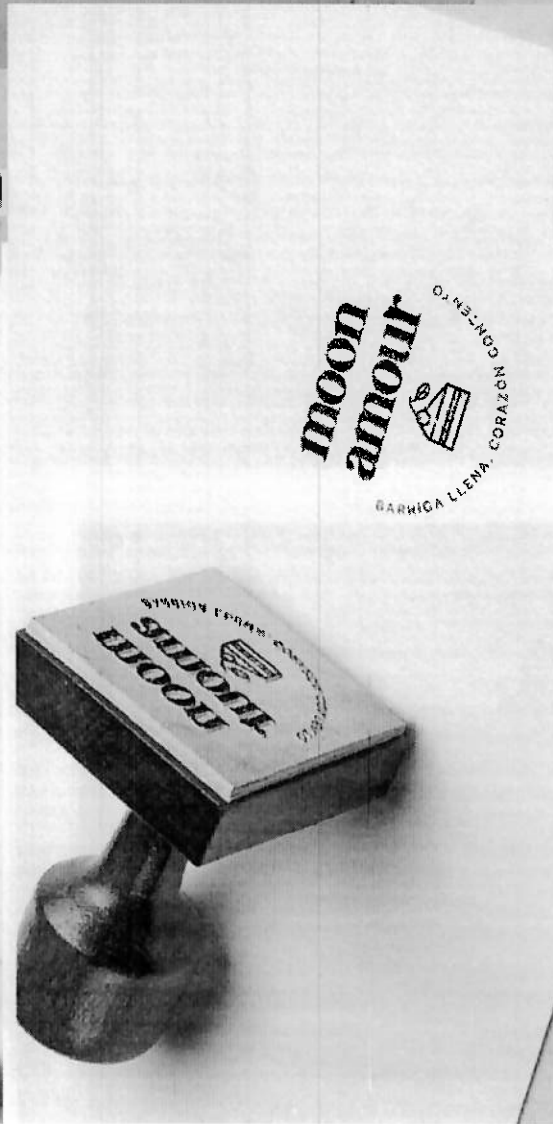


**moon
amour**

BARRIGA LLENA. CORAZON CONTENTO



**moon
amour**

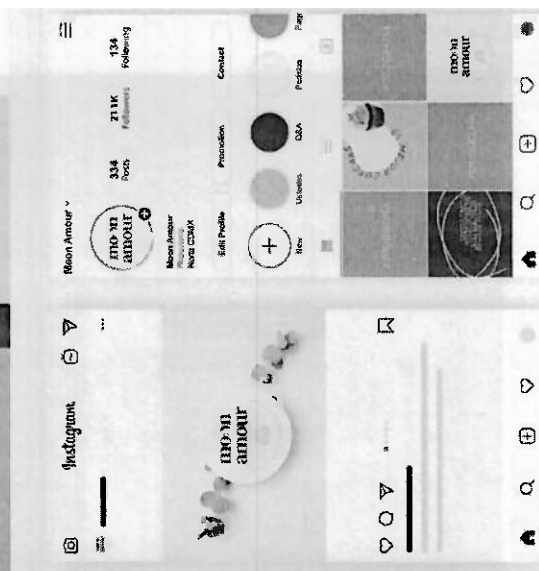


**moon
amour**

BARRIGA LLENA. CORAZON CONTENTO

**moon
amour**

BARRIGA LLENA. CORAZON CONTENTO



Instagram

moon amour

334 Posts

211K Followers

134 Following

Moon Amour

New York City

BARRIGA LLENA. CORAZON CONTENTO

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

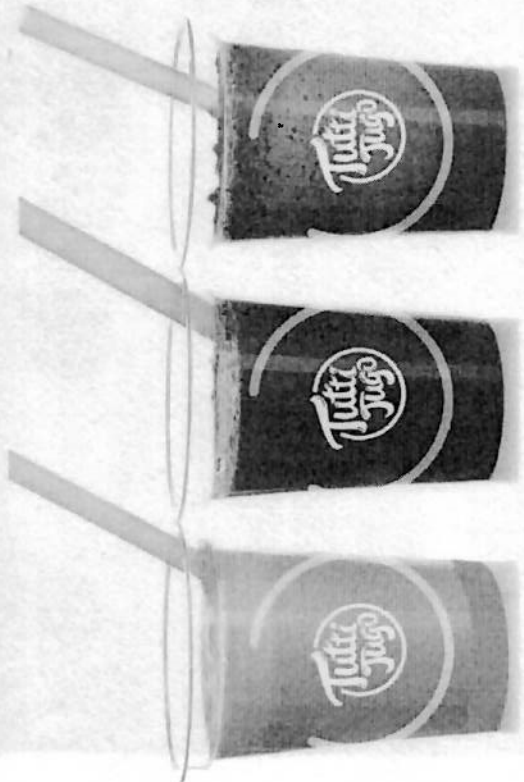
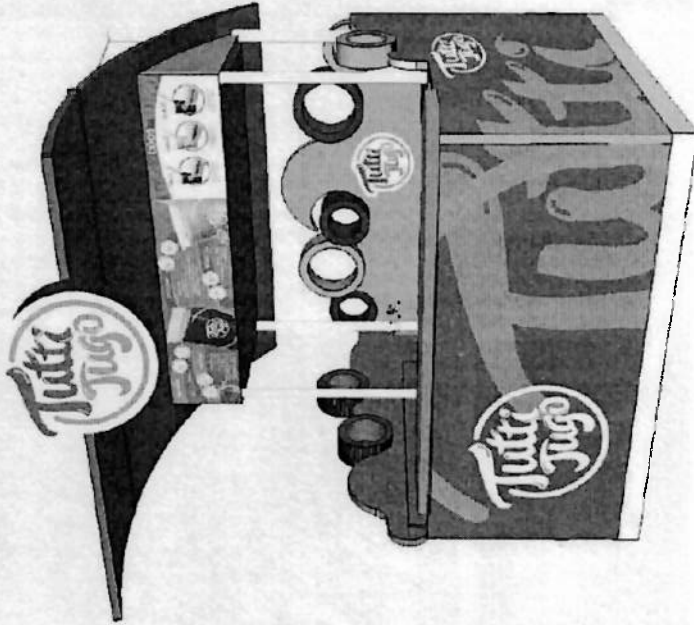
moon amour

moon amour

moon amour

moon amour

moon amour



Frambuesa



Mermelada de **Frambuesa**
En tus manos tienes un producto elaborado artesanalmente en la Cordillera Central, de Colombia

La **felicidad** está en el **interior**

La **felicidad** está en el **interior**

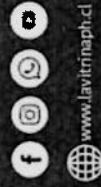


Tejidos

Buen Punto
Punto a Punto

- Chals
- Bisutería
- Prendas Artesanales Exclusivas

Encuentranos en:



www.lavitrinaph.cl



GRACIAS





Talleres de Capacitación para el desarrollo de la imagen marca de los emprendimientos y utilización de aplicaciones para la promoción en redes sociales 2025

Capacitación para el desarrollo de la imagen marca de los emprendimientos y utilización de aplicaciones para la promoción en redes sociales

Módulo 1

- Desarrollo de marca
- Importancia de la diferencia Logotipos
- Etiquetas y packing
- Corporatividad y Punto de venta
- **Módulo práctico**
- Brief Creativo
- Caso a caso: Análisis imagen, mejora y creación
- Desarrollo tips (una buena foto)

Módulo 2

- Utilización de Aplicaciones para diseñar y publicar en Redes Sociales
 - CANVA
 - Instagram para Ventas
 - Whatsapp Business
 - Editor de Videos

Módulo 2

- Incorporación en la plataforma LAVITRINAPH.CL
 - Imagen marca
 - Álbum fotográfico
 - Redes sociales



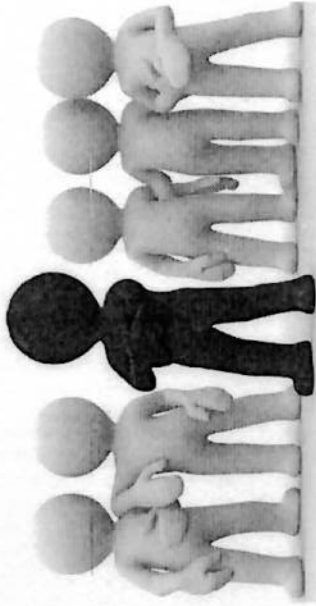
¿Qué es una Marca?

Una marca te diferencia.

Una **marca** es un nombre, término, diseño, símbolo o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de sus competidores.

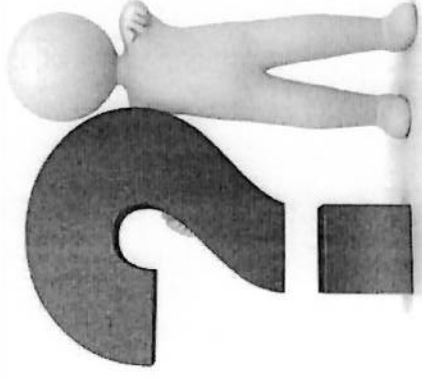
En definitiva, la marca es la clave para identificar el producto, un aval que garantiza su calidad y la base para que los consumidores confíen en la empresa.

Se enmarca en la Identidad e Imagen corporativa de una Institución, producto, servicios.



¿Necesito una Marca?

**Cada negocio ya tiene una marca,
incluso si no te das cuenta.**



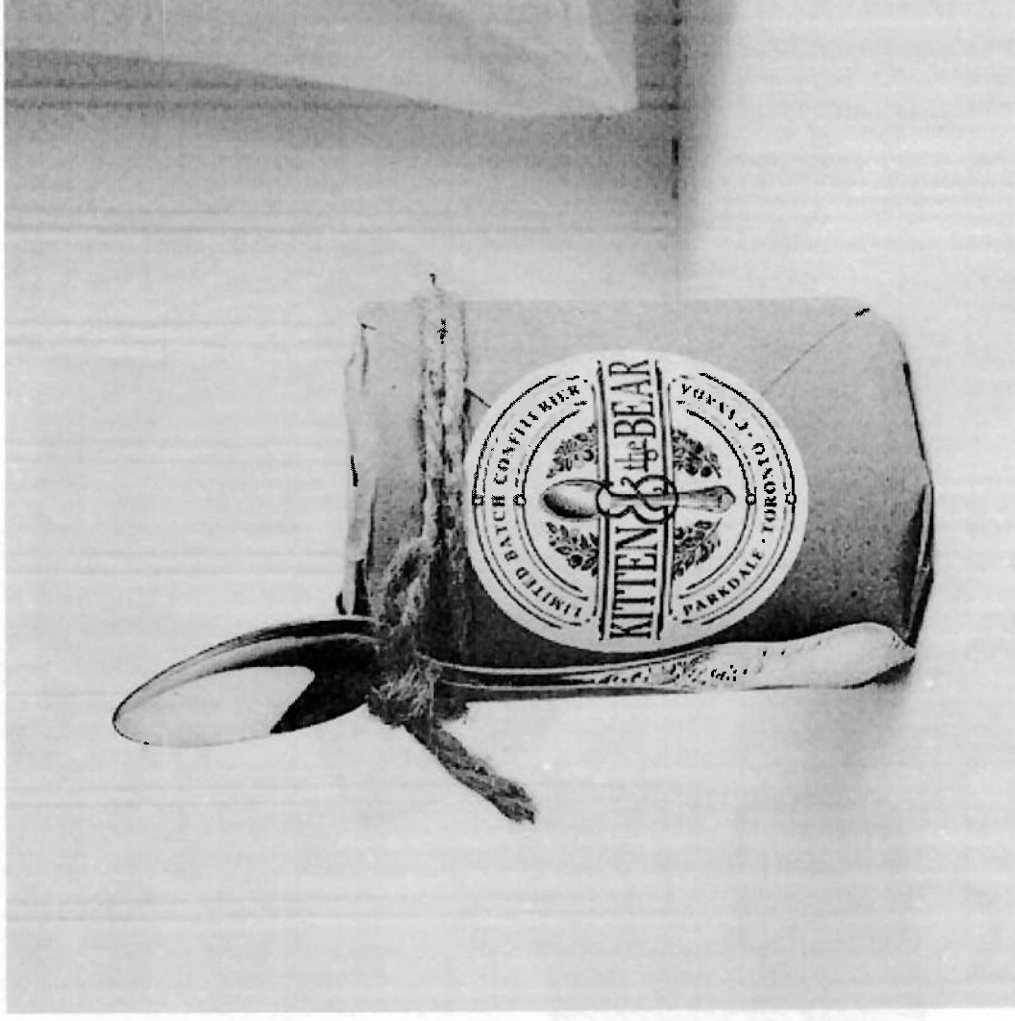
Una marca es un distintivo, es la creación de un concepto o idea que se transforma en producto o servicio y que habla, comunica, muestra, invita y genera confianza.

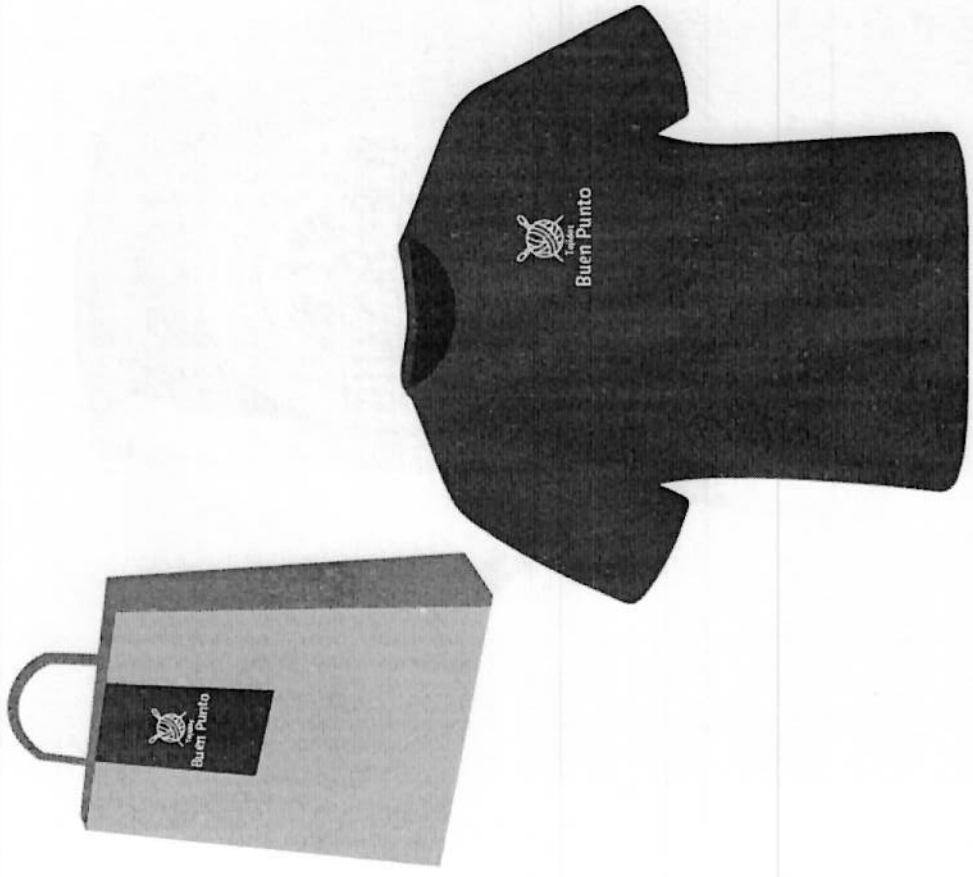
Además permite individualizar y diferenciar en el mercado los productos o servicios de otros idénticos o similares, así como identificar su origen comercial, y en cierta forma, ser un indicador de calidad y un medio de promoción de ventas.

Envases sencillos y creativos. En los detalles está la diferencia.

El Packaging (envase) puede considerarse como la **carta de presentación del producto**. Por lo que tiene que ser lo más original, atractivo e impactante para captar la atención de cliente. Además de motivar la compra, también es una buena estrategia de diferenciación de la competencia.

Es un recurso económico y fácil de aplicar. Imprimiendo tú logo en tus cajas, cintas adhesivas o bolsas (entre otros) aportarás un **valor añadido** para el producto. Haciendo que éste sea más valioso para el usuario.





Tejidos
Buen Punto
Padre Hurtado

- Chals
- Bisutería
- Prendas Artesanales Exclusivas

Encuentranos en:



www.lavitrinaph.cl

¿Cuánto duran los talleres?

- 6 meses – 6 clases de 2 horas cada una.
- Jueves
- Cursos hasta 30 integrantes
- Sin costo
- Integrar plataforma de **lavitrinaph.cl**



¿Qué son las redes sociales?

- Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos, permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas.
- Cuando hablamos de red social, lo que viene a la mente en primer lugar son sitios como Facebook, Youtube y Twitter (hoy X) o aplicaciones como Whatsapp Bussines, TikTok e Instagram.
- En Internet, las redes sociales han suscitado discusiones como la de falta de privacidad, pero también han servido como medio de convocatoria para manifestaciones públicas en protestas. Estas plataformas crearon, también, una nueva forma de relación entre empresas y clientes, abriendo caminos tanto para la interacción, como para el anuncio de productos o servicios.



¿Qué aprenderemos en estos talleres?



Uso para la promoción de sus productos e ideas en las redes sociales para aumentar la visibilidad de la marca e incrementar sus ventas, pero también garantizar la fidelización y captación de nuevos clientes.

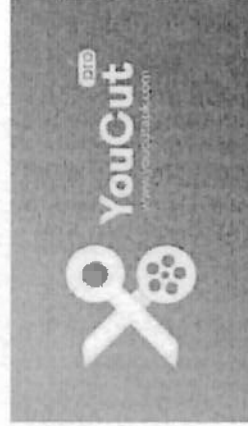
¿Que herramientas usaremos?



Todas las herramientas que utilizaremos serán gratuitas y descargables para Android y Iphone. Una de las principales aplicaciones para diseño será Canva.



Utilizaremos aplicaciones de Inteligencia Artificial para desarrollo de Contenidos.



Utilizaremos aplicaciones para editar videos gratuitas y fáciles de usar.

Vitrinaph.cl



Finalmente mejoraremos y lanzaremos en conjunto la aplicación de la Vitrina de Padre Hurtado, aplicación exclusiva para emprendedores de la comuna.

<https://vitrinaph.cl/>



