

LAB  
design+  
BUSINESS INNOVATION

Oferta de valor para empresas y clientes  
scl\_febrero\_2021



cocinamos sana nutrición

LAB  
**design**   
BUSINESS INNOVATION

**Business Model Canvas para mejorar su competitividad**

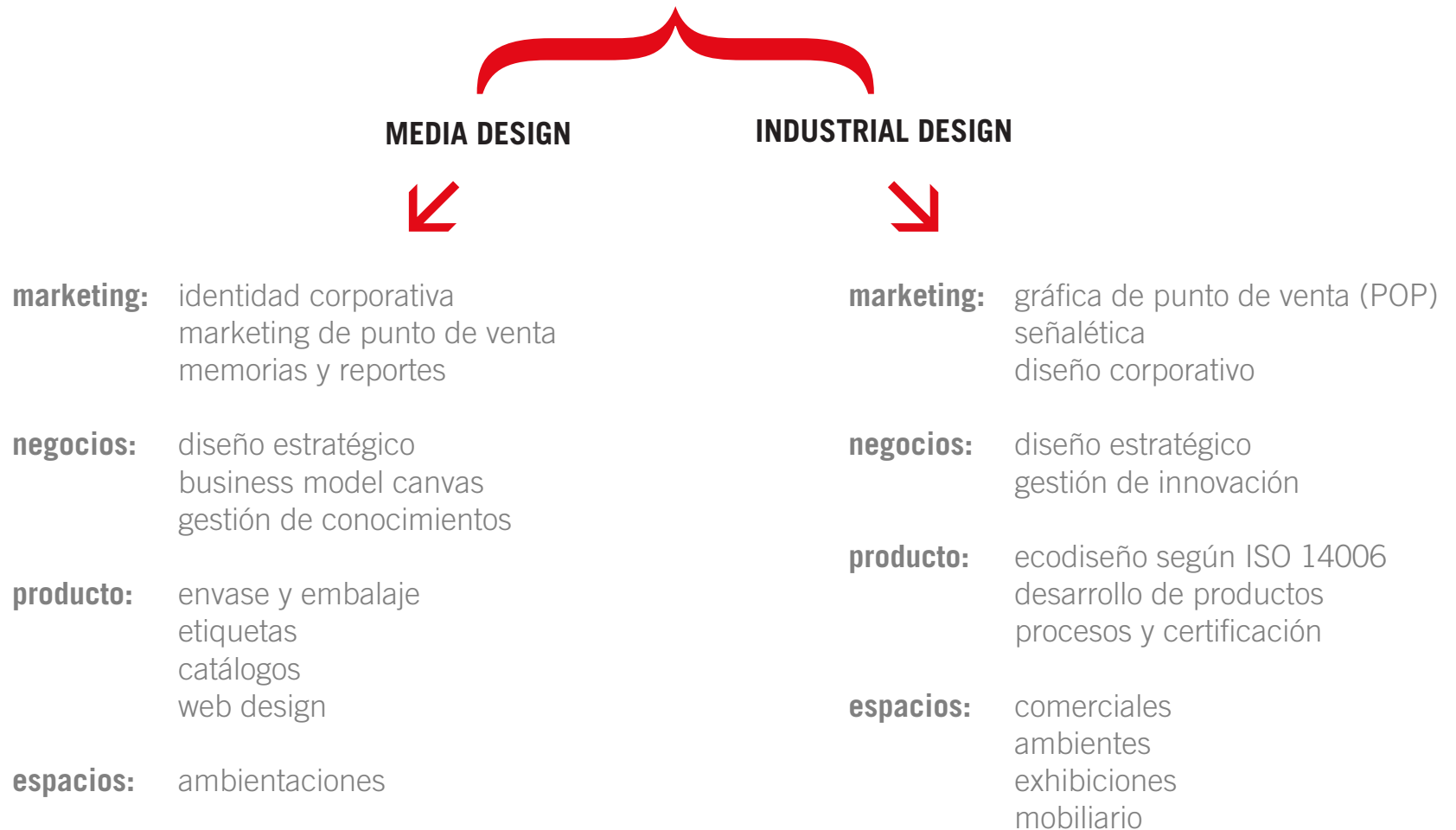
**LAB Design** es una nueva empresa de servicios con 40 años de experiencia.\*

Queremos darle valor a las actividades comerciales de nuestros clientes, utilizando herramientas de diseño medial y diseño industrial para resolver la comunicación corporativa, el branding y los procesos productivos de sus ideas.

\*La suma de experiencia acumulada de nuestros diseñadores

Entendemos el diseño como parte de una **inteligencia de negocios**, donde el conjunto de estrategias y herramientas enfocadas en la administración y creación de valor, permiten obtener productos y servicios profundamente customizados para sus clientes.

Desarrollamos soluciones que agregan valor a sus actividades en ámbitos de:



Producimos comunicación aplicada, para organizaciones y empresas como solución a la experiencia total del consumidor de productos y servicios, bajo procesos y metodologías de:

**Brand**

Tailoring



**Para conducción de marca**

**Arquitectura**

de Marca



**Como organizador del sistema**



tenemos  
menú  
diverso

LAB  
**design**   
BUSINESS INNOVATION

**aumento de competitividad por customización de soluciones**



Sistema organizado de comunicación corporativa, donde se busca maximizar la rentabilidad de la formación de activos de marca tales como el naming, la lealtad a la marca o la arquitectura de marca; con el fin de impactar sobre la experiencia del consumidor del producto o servicio.



## Es un proceso definido de acción



## propósito principal

Encontrar propuestas de valor propias para la marca, relevantes para el grupo consumidor.

Conseguir fortaleza de marca, en la esencia y calidad del contenido, del mantenimiento y la actualización del servicio.

Otorgar al grupo consumidor una experiencia total en cuatro vectores comunicacionales:

comprador  
usuario  
prescriptor  
oponente

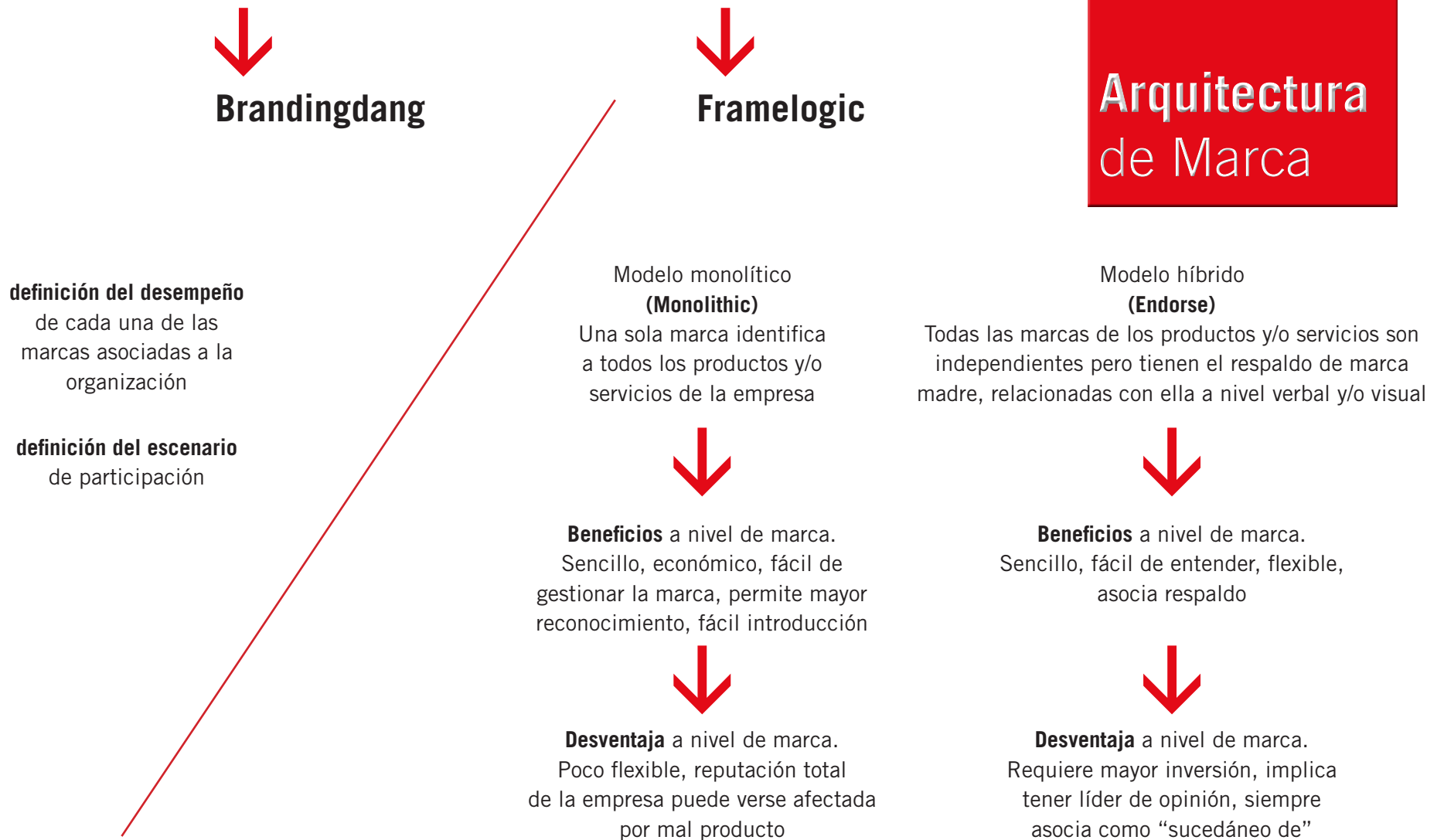
### ALGUNOS ACTIVOS DE MARCA SON:

1. Naming, nombres y conceptos
2. Identidad Corporativa
3. Posicionamiento
4. Lealtad de marca, desarrollo y evolución de la marca
5. Arquitectura de marca



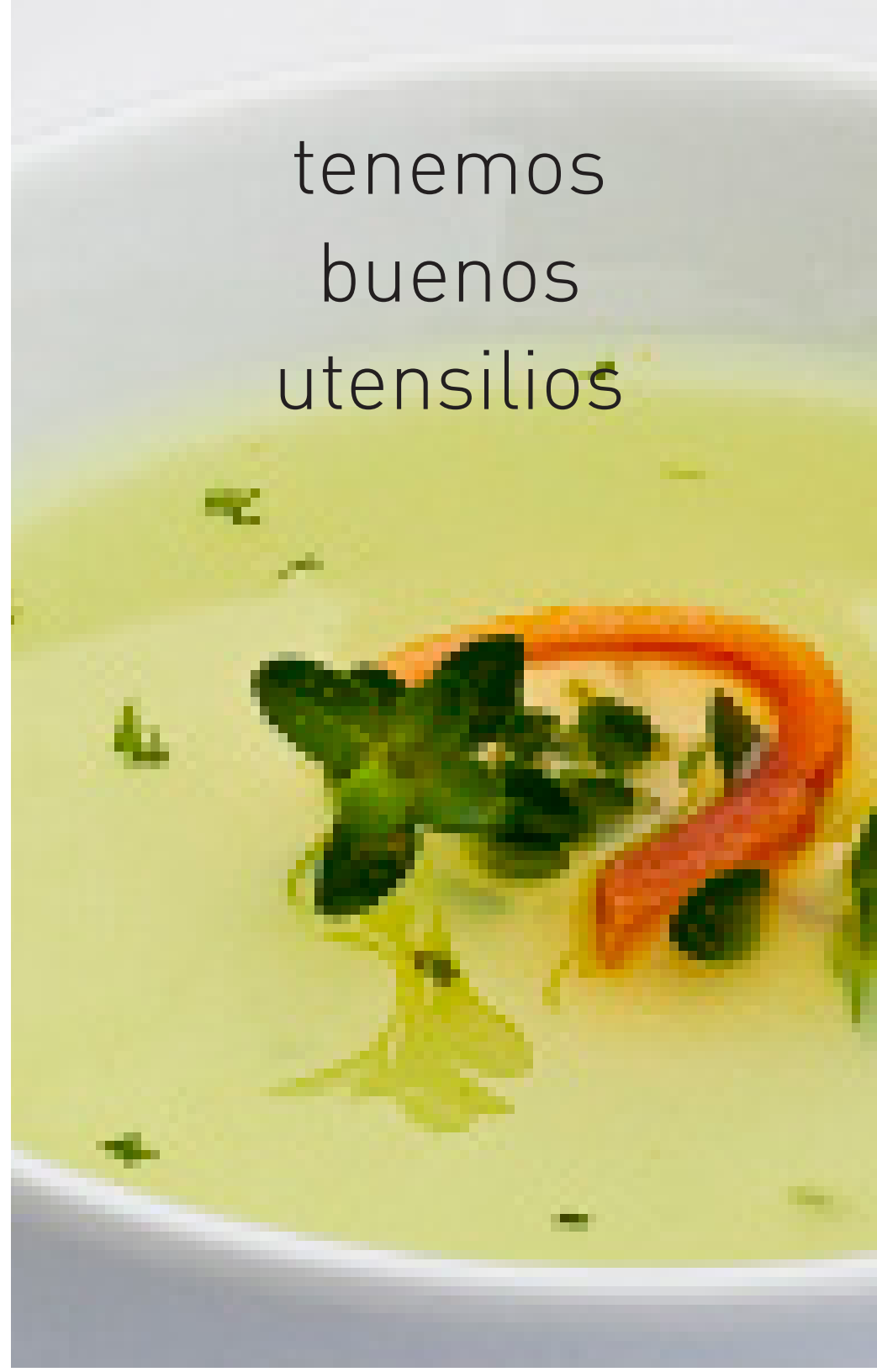
Estructura que organiza armónicamente el portafolio de marcas de una compañía.

Esta estructura pone de manifiesto y activa la relación que existe entre las marcas, define el papel que desempeña cada una y el contexto en el que se ubica.

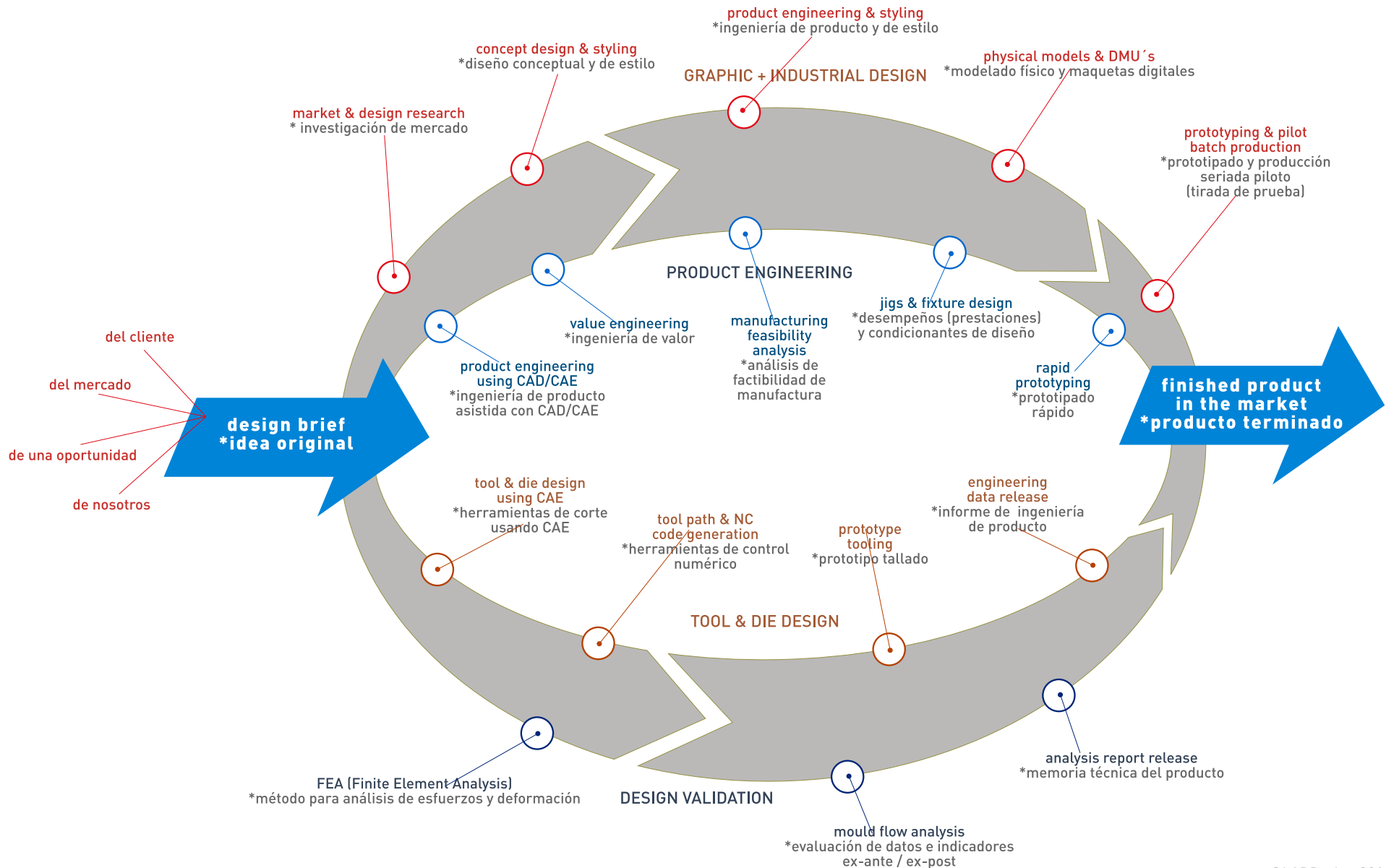


tenemos  
buenos  
utensilios

**herramientas de gestión de innovación**



Un set de herramientas diverso, nos permite llegar al producto final desde un breaf compartido con el cliente; de acuerdo a la estrategia de la empresa y atendiendo a las necesidades del mercado.



Desarrolla soluciones de diseño, utilizando las más diversas técnicas en la formación de activos de marca y a la construcción de experiencias en torno a productos y servicios.

La metodología de trabajo que aplicamos para obtener los mejores resultados para nuestros clientes, se basa en cinco etapas fundamentales:

**etapas fundamentales,  
como proceso creativo**



### **1. Investigación y análisis**

Visión, estrategia, metas, valores, auditoría, entrevistas, evaluación

### **2. Síntesis y estrategia**

Síntesis, clarificar estrategia, posicionamiento, atributos de marca, brief

### **3. Exploración visual, diseño y aplicación**

Visualizando el futuro, diseño de identidad, arquitectura de marcas, aplicaciones, prestaciones y funciones de productos y servicios, estrategia visual

### **4. Expresión de la identidad**

solución final, registros, desarrollo de aplicaciones, programas de identidad por LOB

### **5. Extensión a otros escenarios**

Desarrollo de estrategias, lanzamientos internos/ externos, normas y estándares de aplicación, evaluación

**escuchar, procesar & proponer**

realizamos  
almuerzos  
creativos



Es muy importante considerar, que existe información relevante (keywords) del cliente y del mercado, que permitirán el efectivo desarrollo de las propuestas en la etapa creativa y de diseño.

**etapas fundamentales, como  
proceso creativo y de diseño**



**a. Entendiendo:**

Misión y visión Estrategia de mercado  
Estrategia Competencia  
Metas Tendencias  
Valores Precio  
Cultura Distribución  
Mercados objetivos Medio ambiente  
Segmentación FODA  
Percepción externa Infraestructura  
Productos y servicios

**b. Clarificando:**

Valores y atributos fundamentales  
Ventajas competitivas Ventajas comparativas

**c. Posicionando:**

Diferenciación Categorización del negocio  
Proposición de valor Visualización del futuro

**d. Brand Essence:**

Idea central Mensajes claves  
Concepto unificador Tono y manera comunicacional

**e. Sembrando:**

Desarrollo de estrategia Normas y estándares  
Lanzamiento Evaluación

ESCUCHAR, PROCESAR & PROPONER



preparamos  
sabrosas  
soluciones

**LABdesign+**  
INNOVACION + DISEÑO

**mejores ingredientes para innovar**

---

**Tipo de producto de consumo**

**Consideraciones de marketing**

	<b>De conveniencia</b>	<b>De compras</b>	<b>De especialidad</b>	<b>No buscado</b>
Comportamiento de compra del cliente	Compra frecuente; planeación, comparación o esfuerzo de compra escasos; baja participación del cliente	Compra menos frecuente; planeación y esfuerzos de compra intensos; comparación de marcas por precio, calidad y estilo	Fuerte preferencia y lealtad hacia las marcas, esfuerzo de compra especial, escasa comparación de marcas, baja sensibilidad al precio	Poca conciencia o conocimiento acerca del producto (o, si se conoce, poco interés o incluso interés negativo)
Precio	Precio bajo	Precio más alto	Precio alto	Varía
Distribución	Distribución amplia, lugares convenientes	Distribución selectiva en menos puntos de venta	Distribución exclusiva en uno o unos cuantos puntos de venta por área del mercado	Varía
Promoción	Promoción masiva por parte del productor	Publicidad y ventas personales tanto por parte del productor como de los distribuidores	Promoción dirigida con más cuidado, tanto por el productor como por los distribuidores	Publicidad agresiva y ventas personales por parte del productor y de los distribuidores
Ejemplos	Dentífrico, revistas y detergente para ropa	Aparatos domésticos grandes, televisores, muebles y ropa	Artículos de lujo, como relojes Rolex o cristal	Seguros de vida, donaciones de sangre a la Cruz Roja

---

**BANCO SANTANDER:**

Diseño y aplicación de imagen corporativa, fabricación e instalación de vitrinas especiales F1 Ferrari-Santander





**DIRECT TV:**

Diseño y aplicación de imagen corporativa, fabricación e instalación



**CTI - MULTICENTRO TALCA:**

Diseño y aplicación de imagen corporativa, fabricación e instalación





**CHILECTRA:**

Diseño y aplicación de imagen corporativa, fabricación e instalación de locales en todo Chile



**BANCO ITAÚ:**

Aplicación de imagen corporativa, fabricación e instalación de locales en todo Chile





**CIRCULO ISRAELITA DE SANTIAGO:**

Diseño y producción de señalética y monumentos institucionales





**AUTOGASCO:**

Adaptación y aplicación de imagen corporativa, fabricación e instalación



**BREDENMASTER:**

Diseño y aplicación de imagen corporativa, fabricación e instalación, Rincón Criollo, puntos de venta Bredenmaster en Supermercados Jumbo

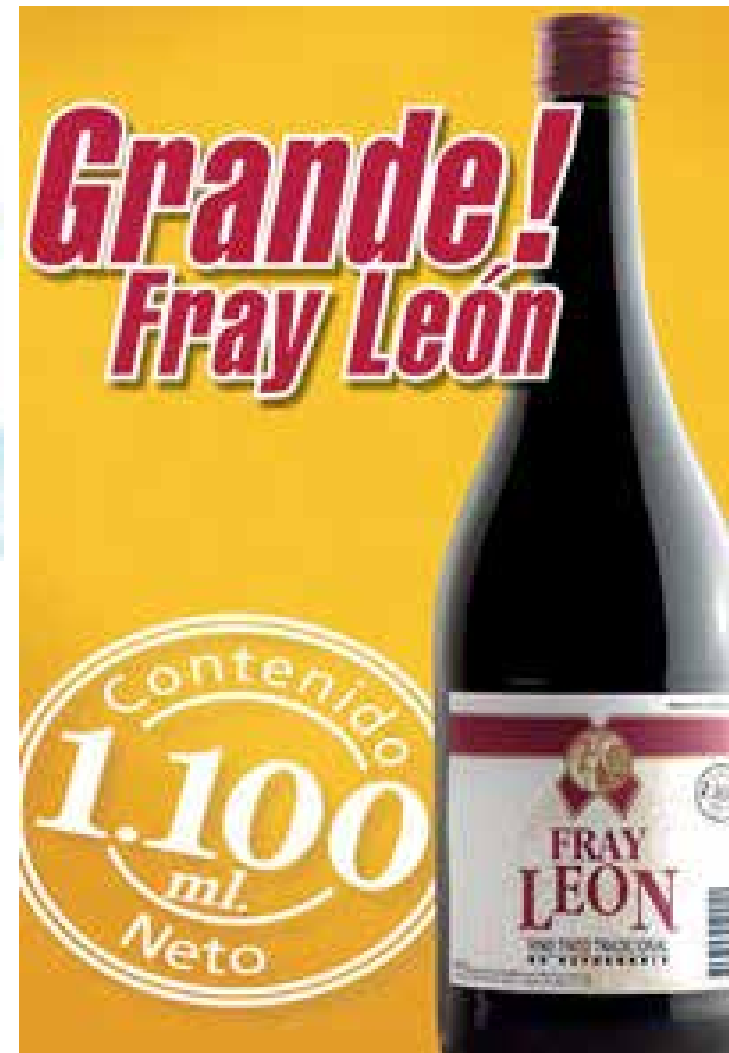




**GMO & SUNPLANET:**

Adaptación de diseño y aplicación de imagen corporativa, fabricación e instalación de locales en todo Chile










**Melón.** **tecnOtips** 001



### Evaluación de la Resistencia del Hormigón

Ventajas de su utilización

**1. ¿Qué importancia tiene la resistencia mecánica del hormigón?**

Por resistencia mecánica se entiende la capacidad de un material de resistir tensiones ya sean de compresión, tracción, flexión o combinaciones de ellas. No duda que estas capacidades del material definen su aptitud para ser utilizado en distintas aplicaciones constructivas. Otras características del hormigón como su impermeabilidad y durabilidad, según relación directa con la resistencia mecánica. En general, y en el hormigón en particular, medir la capacidad o resistencia a la compresión es relativamente sencillo comparado con las mediciones de tracción o flexión.

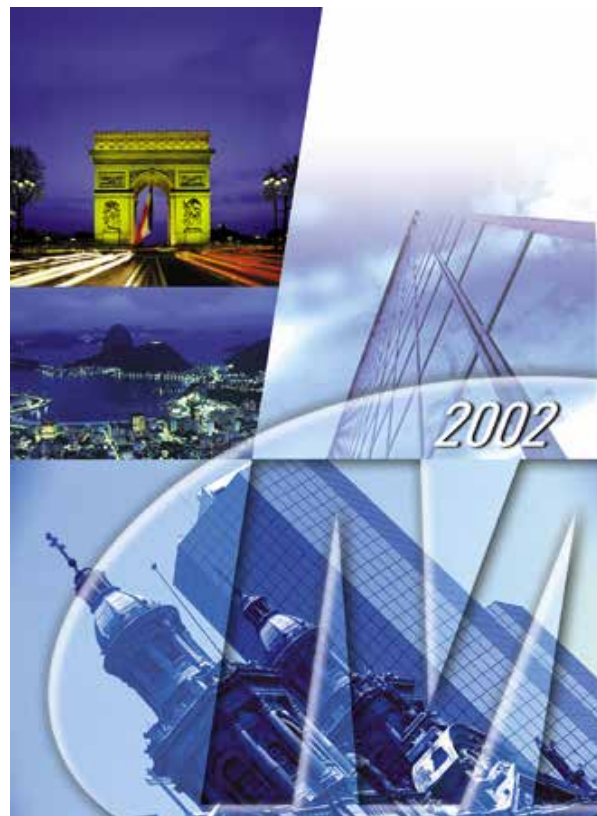
Por lo anterior, se utiliza la resistencia a compresión del hormigón como medida de su calidad general, en el sentido que, a mayor resistencia mayor densidad, mayor impermeabilidad y mayor durabilidad en general.

El proceso de cálculo estructural de losa incluye entre otras como especificación del hormigón, la resistencia especificada, la fracción de cemento aceptada, la frecuencia del ensayo y el método de evaluación de los resultados de ensayo.

**2. ¿Por qué es conveniente evaluar los resultados de ensayos de compresión?**

El hormigón es un material de construcción que presenta variabilidad debido a cambios en los procesos de producción y de su implementación. La evaluación de la resistencia a la compresión del hormigón permite:

- Disponer de un criterio claro para la selección del hormigón, así como para definir el caso de acción cuando los resultados de los ensayos de resistencia no son satisfactorios.
- Servir como herramienta de gestión para la optimización de los recursos.
- Evitar discrepancias entre las partes al no contar con un criterio previamente definido para la evaluación.



Desarrollo de diversos envases para adhesivos cerámicos de su marca propia TOPEX









Diseño corporativo integral. Marca, sistema de exhibición y envases para Jamón Crudo de Guanaco



**SALVI WINES**

Diseño de diversas etiquetas para sus vinos de exportación, catálogos de productos y diseño del letrero emblema de la marca, instalado en la Ruta 68







**WOMEN  
MEN  
MINING  
CLOTHES**

**Mónica Campillay**  
Socia-Directora

mcampillay@wymltda.cl  
+569 8520 9901  
Chañarcillo 315  
Copiapó - Chile



www.wymltda.cl



ATACAMA / WOMEN & MEN / MINING CLOTHES



**WM**<sup>®</sup>  
MINING CLOTHES  
WOMEN - MEN

**INCAHUASI**  
ROPA  
TECNICA  
FEMENINA

women workwear  
desert line



**WM**<sup>®</sup>  
made in atacama desert

**SALADO**  
ROPA  
TECNICA  
FEMENINA

women workwear  
expert line



made at Atacama Desert

**WM**<sup>®</sup>  
MINING CLOTHES  
WOMEN - MEN

**CHANAR**  
ROPA  
TECNICA  
FEMENINA

women workwear



made at Atacama Desert

**WM**<sup>®</sup>  
MINING CLOTHES  
WOMEN - MEN

**TRONADOR**  
ROPA  
TECNICA  
MASCULINA

men workwear



made at Atacama Desert

**WM**<sup>®</sup>  
MINING CLOTHES  
WOMEN - MEN

**TRES CRUCES**  
ROPA  
TECNICA  
FEMENINA

women workwear



mi LIDER

**35%**  
descto.

**Todos los Juguetes**

Úsala

**Llegaron todos los Juguetes**

Úsala

**25%**  
descto.

**Todos los Rodados**

Úsala



Diseño, producción e instalación de todo el material gráfico de punto de venta, Aplicación para los 68 locales de la tienda a lo largo de Chile



## ASISTENCIA MUJER

UN NUEVO SERVICIO  
SOLO PARA NOSOTRAS

### SERVICIOS

Servicio de urgencia y orientación telefónica de salud que incluye Examen Preventivo contra Cáncer Mamario o Cervicouterino.

POR SOLO 12 CUOTAS DE

**\$3.290**

PRECIO CONTADO

**\$35.000**

COSTO TOTAL DEL CRÉDITO

\$99.600

**CAE 22,68%**

Atención por emergencia en tu hogar para: Plomería, Cerrajería, Vidriería y Electricidad.

### CONDICIONES CLARAS

Promoción válida desde el 01 hasta el 31 de octubre de 2015. Las condiciones de Asistencia Mujer se encuentran disponibles en Tiendas abcdin y en [www.abcdin.cl](http://www.abcdin.cl) y son otorgadas por Integral Group Solution SPA.



**MALL PLAZA AMERICA DE RANCAGUA**  
Diseño de y producción del Sistema de Orientación

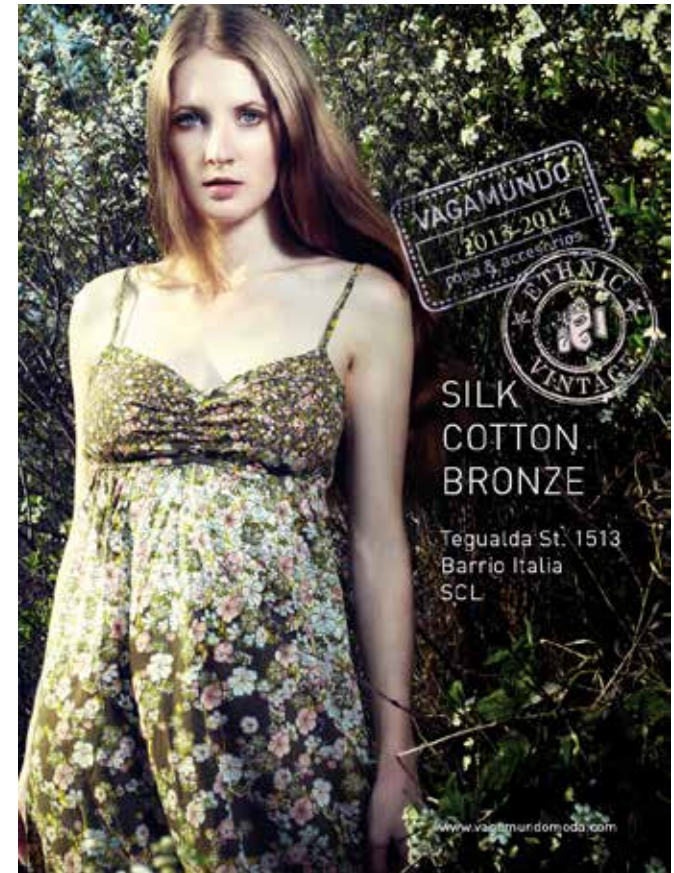




Diseño y producción de vitrinas para comerciales de televisión de su cliente Falabella, Incluye desarrollo de marcas ficticias para comercial de temporada otoño 2009









**BEIT ISRAEL:**

Diseño y producción de señalética y símbolos institucionales





