



dis
trito
∞.



Creación de Marca

Guía Paso a Paso



Esta guía paso a paso es el resultado del trabajo realizado en el Programa de Aceleración de Distritos, una iniciativa de innovación liderada por Distrito Co. Este programa fue impulsado por el Gobierno Regional de Santiago y ejecutado por Fundación Chile, con el respaldo de CORFO y la colaboración de diversas entidades públicas y privadas. El objetivo de la aceleradora es fortalecer la gestión de distritos comerciales y crear modelos de gestión sostenible que impulsen el desarrollo local.

A lo largo de este programa, se aplicaron diversas metodologías y estrategias que permiten abordar los desafíos específicos de los territorios, a través de un enfoque colaborativo y orientado a resultados. Esta guía recopila las herramientas, prácticas y aprendizajes clave que surgieron durante el proceso, brindando un paso a paso claro y directo para que los distritos puedan continuar avanzando y fortaleciendo su trabajo.

© Todos los derechos reservados. Mayo 2025

 distrito-co.cl

 [@distrito_co](https://www.instagram.com/distrito_co)



¿A quién va dirigido este documento?

Esta guía está pensada para todos aquellos **involucrados en el proceso de transformación de un distrito**, ya sea en las primeras etapas de organización o en fases más avanzadas. Con un enfoque accesible y práctico, la guía proporciona los pasos claros y aplicables que facilitan el trabajo colaborativo y la toma de decisiones colectivas, sin importar el nivel de madurez del distrito.

- **Locatarios y propietarios de negocios:** Empresarios que buscan mejorar la competitividad y sostenibilidad de sus comercios, colaborando con otros actores locales para potenciar el entorno comercial y fortalecer la identidad del distrito.
- **Representantes de entidades públicas y municipales:** Funcionarios y autoridades locales que tienen un papel clave en la planificación y ejecución de políticas que fomenten el desarrollo de los distritos y al fortalecimiento de la colaboración público-privada.
- **Asociaciones gremiales y organizaciones comunitarias:** Grupos que representan a empresarios, vecinos y otros actores del territorio, comprometidos con la mejora de la calidad de vida y el fortalecimiento del tejido social local.
- **Consultores y facilitadores:** Profesionales encargados de acompañar a los distritos en su proceso de transformación, proporcionando orientación, aplicando metodologías y herramientas.

¿Cómo usar la guía?

Esta guía está diseñada para ser una herramienta práctica y accesible, pensada para **facilitar la implementación de las metodologías** aplicadas en el Programa de Aceleración de Distritos. Su objetivo es ofrecer un paso a paso claro que permita avanzar en la revitalización de los distritos, sin importar el nivel de madurez en el que se encuentren.

A lo largo del proceso, es importante compartir los avances con los miembros del equipo y otros actores locales, y aprovechar los espacios de retroalimentación para mejorar las estrategias y ajustar el rumbo según sea necesario.

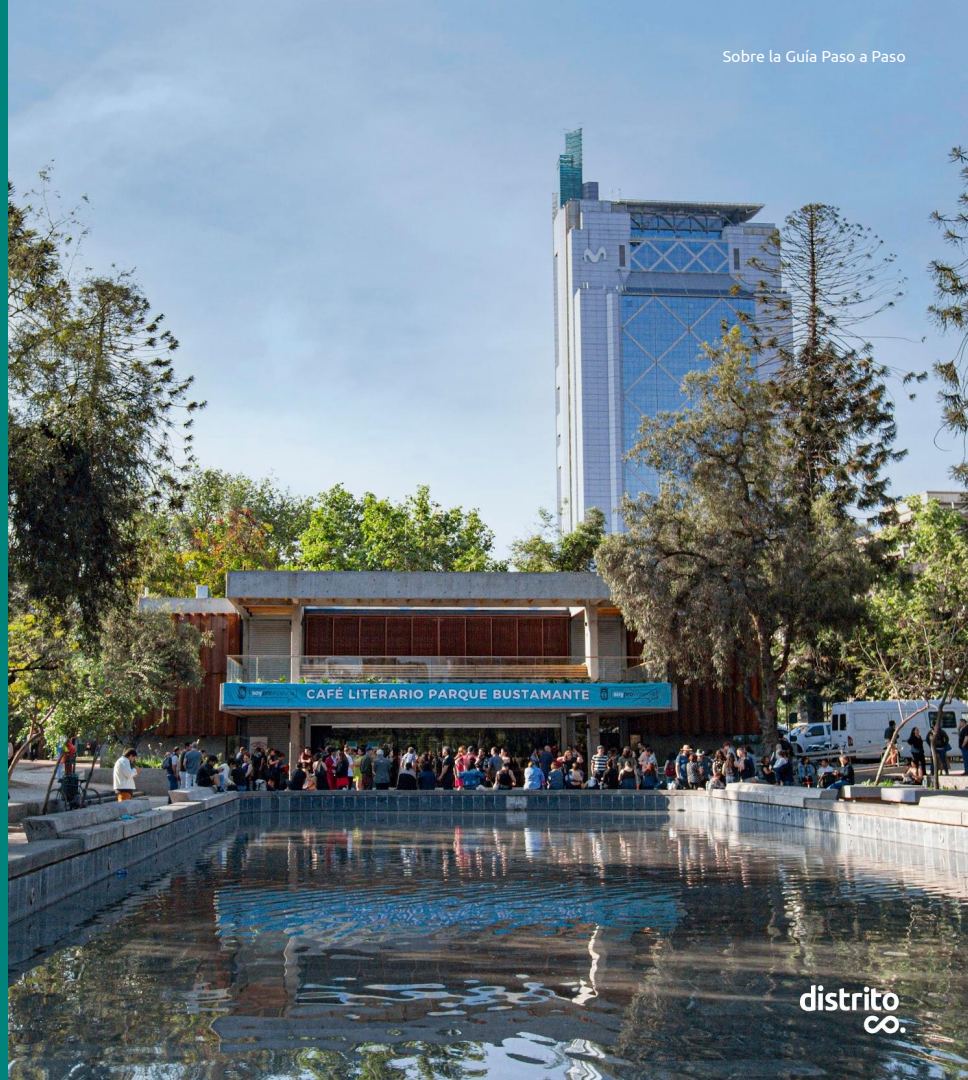
1. **Sigue el orden de los temas:** La guía está organizada en secciones que abordan los aspectos clave del proceso. Comienza por el primer tema y sigue el flujo propuesto para asegurar que cada paso se construya sobre el anterior.
2. **Realiza las actividades propuestas:** Cada sección incluye actividades y ejercicios prácticos diseñados para trabajar en equipo y tomar decisiones colectivas. Completa estos ejercicios de manera colaborativa para generar soluciones concretas aplicables a tu contexto.
3. **Adapta las herramientas a tu distrito:** Aunque las herramientas propuestas están pensadas para aplicarse en todos los distritos, es importante que las adaptes según las necesidades específicas de tu territorio. No dudes en personalizarlas y ajustarlas a la realidad de tu comunidad y actores locales.
4. **Revisa los avances y ajusta:** Al final de cada sección, encontrarás un espacio para evaluar los avances y ajustar el rumbo. Tómate el tiempo necesario para reflexionar sobre los resultados obtenidos.

¿Qué es Distrito Co?

Distrito Co es una **iniciativa del Gobierno Regional de Santiago, impulsada por Fundación Chile**, con el apoyo de CORFO y diversas entidades públicas y privadas. Su objetivo es fortalecer los distritos comerciales mediante un enfoque colaborativo público-privado, generando modelos de gestión sostenibles que impulsen el desarrollo económico y social en la región.

Inspirado en el modelo global de Business Improvement Districts (BIDs), **Distrito Co adapta estas prácticas al contexto local, buscando revitalizar barrios y mejorar la calidad de vida de sus habitantes**. A través de este programa, se busca crear distritos vivos, gestionados por sus propios actores, que sean capaces de atraer inversiones, generar empleo y ofrecer un entorno urbano seguro, limpio y accesible.

La visión de Distrito Co es **transformar los distritos comerciales en centros de desarrollo sostenible**, en los que todos los actores involucrados trabajen de manera colaborativa para lograr un impacto positivo y duradero en sus territorios.





¿Listos para construir
la marca de tu distrito?

Creación de Marca

Este taller ayuda a definir las bases de una marca de distrito con sentido. No se trata de diseñar un logo, sino de construir un relato común que represente a quienes viven, trabajan o visitan el territorio. La marca es una herramienta para compartir una visión, conectar con las personas y mostrar lo que hace único al distrito. Una buena marca nace desde adentro y se construye con participación.



Objetivo:

Establecer los elementos centrales de la identidad del distrito: visión compartida, propósito, valores y tono. El objetivo es que estos elementos sirvan como base para futuros procesos de diseño visual, comunicación o promoción territorial.



¿A quiénes convocamos?

A personas que conozcan bien el territorio y lo vivan desde distintas experiencias: locatarios/as, propietarios/as, residentes, organizaciones culturales o comunitarias, representantes municipales o equipos que trabajen activamente en el desarrollo del distrito.



¿Qué esperamos lograr?

Esperamos contar con una base sólida para el desarrollo de la marca del distrito: una visión inspiradora, un propósito claro, y valores compartidos. También buscamos que el grupo logre consensuar una identidad que represente tanto a quienes habitan el distrito así como a quienes lo visitan.

Proceso de Preparación

El proceso de preparación es esencial para garantizar que cada actividad se realice de forma efectiva y colaborativa. Aquí se definen las estrategias para formar equipos de trabajo y establecer las bases para una dinámica fluida y productiva.

1

Grupos de trabajo

Es importante crear pequeños grupos de trabajo en cada etapa del proceso. Estos grupos deben ser multidisciplinarios, con miembros de diferentes áreas, para asegurar que todas las perspectivas sean tomadas en cuenta. Esto fomenta la colaboración y enriquece las discusiones, permitiendo generar soluciones más completas y adaptadas a las necesidades del territorio.

2

Facilitación

Cada grupo debe contar con un facilitador, ya sea interno o externo, que guíe el proceso. Este facilitador tiene como tareas principales:

1. Guiar la actividad: Asegurarse de que todos los participantes participen activamente y compartan sus ideas.
2. Incluir a todos: Garantizar que ninguna persona quede fuera de la conversación.
3. Gestionar el tiempo: Asegurar que las actividades dispongan del tiempo necesario para alcanzar sus objetivos.
4. Registrar opiniones: Tomar nota de las contribuciones de los participantes.

3

Comunicar Resultados

Es clave establecer una estrategia de comunicación clara y consistente para mantener a todos los involucrados alineados y motivados. Durante cada actividad participativa, debe haber una persona encargada de sistematizar los resultados en un documento, organizando la información de manera estructurada y asegurando que se mantenga una visión compartida de lo discutido.

4

Sistematización del Proceso

Después de cada actividad, es importante sistematizar los resultados para estructurar los aprendizajes y mantener un registro claro del avance del proceso. Esto ayudará a que cada grupo pueda revisar y reflexionar sobre lo aprendido, ajustando estrategias según sea necesario.

Aspectos importantes al trabajar:

- **Respeto:** Escuchar y considerar todas las opiniones.
- **Mirada crítica pero constructiva:** Ser propositivos y enfocados en avanzar, no en detenerse.
- **Compartir experiencias:** Fomentar un intercambio constante de conocimientos y perspectivas dentro del grupo.
- **Igualdad:** En este proceso, todas las voces cuentan por igual. Las diversas perspectivas enriquecen la construcción colectiva.

Creación de Marca

¡Llegó la hora de trabajar en equipo!



Herramienta

Visión a Futuro de mi Distrito

¿Para qué sirve?

Esta herramienta ayuda a proyectar cómo imaginamos el distrito en el largo plazo. Sirve para alinear expectativas, conectar con un propósito común y construir una visión que inspire tanto a quienes viven y trabajan en el territorio como a quienes se relacionan con él desde afuera.

Antes de Partir:

Es importante crear un ambiente abierto a la imaginación y la diversidad de ideas. No hay respuestas correctas.

¡Revisa los materiales!

- ☐ Plantilla “Visión a Futuro de mi Distrito”
- ☐ Post-its de colores
- ☐ Lápices o marcadores


¿Cómo se utiliza?

1. Cada persona escribe en post-its qué cambios le gustaría ver en el distrito dentro de 10 años.
2. Escribir una frase sobre cómo debería ser recordado el distrito en 10 años. Qué nos gustaría que la gente diga cuando hable de este lugar.
3. Anotar qué deberían decir, en el futuro, los propietarios o arrendadores del distrito. Qué los haría sentirse parte, quedarse o invertir más.
4. Anotar qué debería destacar una persona que visita el distrito. Qué experiencia queremos ofrecer, qué haría que vuelva o lo recomiende.
5. Escribir qué reconocimiento o valoración debería tener el distrito desde lo público. Qué deberían decir los municipios, ministerios u otros actores institucionales sobre el trabajo realizado.

Visión a Futuro de mi Distrito

Imaginar cómo les gustaría que evolucionara su distrito en un horizonte de 10 años, estableciendo una visión compartida del futuro y pensar en la

Cambios en 10 años ¿Qué cambios que les gustaría ver dentro de 10 años?	Recordado en 10 años ¿Cómo les gustaría que fuera recordado su distrito en 10 años?	Propietarios ¿Qué les gustaría que dijeran los propietarios o arrendadores del distrito en 10 años?
		Visitantes ¿Qué les gustaría que dijeran los visitantes que visitan el distrito en 10 años?
		Instituciones Públicas ¿Qué les gustaría que dijeran las instituciones públicas sobre el distrito en 10 años?


Descarga aquí la herramienta

P U E B L E T E .

Herramienta

Valores de Nuestra Marca

¿Para qué sirve?

Esta herramienta permite identificar los valores que representan al distrito y que deberían estar presentes en su marca. Sirve para alinear al equipo en torno a principios compartidos que conecten con la identidad del territorio, y para definir cómo queremos que el distrito sea percibido por quienes lo habitan, lo visitan y lo gestionan. Los valores son la base del relato, la comunicación y el vínculo con la comunidad.

Antes de Partir:

Se recomienda haber trabajado previamente la visión del distrito o haber reflexionado sobre su identidad.

¡Revisa los materiales!

- ☐ Plantilla “Valores de Nuestra Marca”
- ☐ Post-its de colores
- ☐ Lápices o marcadores

¿Cómo se utiliza?

1. Cada persona escribe en post-its los valores que considera importantes para la marca del distrito, uno por post-it.
2. En grupo, se comparten los post-its y se agrupan los valores similares. Se conversa sobre qué significan, cómo se viven en el territorio y por qué son importantes.
3. Como equipo, elegir los tres valores que mejor representan al distrito. Estos serán la base del relato de marca y deberán estar presentes en toda acción, diseño o mensaje que el distrito comparta.



Valores de Nuestra Marca

Identificar los valores de la marca de tu distrito y seleccionar los 3 más importantes.

Los tres **Valores** más importantes para la marca de nuestro Distrito

Valor 1.	Valor 2.	Valor 3.

Anota los principales **Valores** que identificamos



Descarga aquí
la herramienta

P U E N T E .

distrito co.

Herramienta

Personalidad de la Marca

¿Para qué sirve?

Esta herramienta ayuda a definir el carácter de la marca del distrito. Sirve para alinear percepciones, elegir una identidad coherente y construir un relato que sea fácil de transmitir y reconocer. La personalidad guía cómo se comunica el distrito, cómo se relaciona con distintos públicos y cómo quiere ser recordado.

Antes de Partir:

La personalidad no se trata de lo que el distrito “debería” ser, sino de lo que realmente representa. Este ejercicio funciona mejor si ya se ha trabajado la visión, los valores o la propuesta de valor.

¡Revisa los materiales!

- ☐ Plantilla “Personalidad de la Marca”
- ☐ Lápices o marcadores

¿Cómo se utiliza?

1. En grupo, revisar las dimensiones de personalidad que presenta la plantilla, estas comparan dos extremos posibles.
2. Cada persona puede señalar dónde cree que se ubica la personalidad del distrito dentro de cada barra comparativa. Luego, en conjunto, discutan las diferencias.
3. En base a la conversación, definir de manera colaborativa dónde se ubica finalmente la marca del distrito en cada dimensión. Marcar las decisiones finales en la plantilla.
4. Elegir dos o tres características que definan mejor la personalidad del distrito. Anotarlas en la parte final de la ficha. Estas serán el corazón del tono de voz, los mensajes y la identidad visual del distrito.

Personalidad de la Marca

Identifica la personalidad de tu marca posicionándola en un diagrama comparativo para tener una visión clara de su identidad.

1. Personalidad de la Marca

Indica la personalidad de tu marca de tu distrito en las barras comparativas, eligiendo entre los extremos que se presentan más apropiadamente.

Elite

Consumo Masivo

Serio

Informal

Convencional

Rebelde

Amigable

Autoritario

Maduro / Clásico

Joven / Innovador

2. Relevancia para el Distrito

Define a continuación dónde se ubica tu marca, destacando al menos dos de las características clave.

Descarga aquí la herramienta

P U E N T E .

Herramienta

Propósito de la Marca

¿Para qué sirve?

Esta herramienta ayuda a imaginar el impacto que el distrito quiere generar más allá de sus actividades diarias. Sirve para definir un propósito claro, que inspire al equipo y conecte con la comunidad. No se trata de una promesa comercial, sino de una declaración que guíe las decisiones, comunique con sentido y proyecte el valor del distrito a largo plazo.

Antes de Partir:


El propósito no es un eslogan ni una meta puntual. Es una declaración que responde a por qué existe la marca del distrito y qué busca aportar al entorno.

¡Revisa los materiales!

- ☐ Plantilla "Propósito de la Marca"
- ☐ Lápices o marcadores
- ☐ Post-its

¿Cómo se utiliza?

1. Cada persona escribe su versión del propósito usando esta estructura simple: **"Existimos para [impacto] por medio de [acción] para el bien de [sujeto]"**.
2. El grupo comparte sus propuestas. Se escuchan las ideas y se reflexiona sobre los puntos en común, lo que emociona o representa mejor al distrito.
3. Luego de la conversación, cada persona redacta nuevamente su propósito, incorporando ideas que surgieron en el diálogo.
4. Cada persona elige sus dos versiones favoritas (pueden ser propias o de otras personas del grupo). Esto ayuda a visibilizar qué frases conectan mejor con la visión compartida.
5. En conjunto, se escoge la frase que mejor representa al distrito. Esta será la base para el relato, el posicionamiento y la marca.



Propósito de la Marca

Imagina el impacto que se quiere generar como distrito para luego visualizar como se puede lograr esto.

Visualiza el propósito de la marca de tu distrito


Imagina el impacto que deseas generar con la marca de tu distrito, más allá de generar dinero. Guíate con la siguiente fórmula para visualizarlo: **EXISTIMOS PARA** [impacto] **POR MEDIO DE** [acción] **PARA EL BIEN DE** [sujeto].

EXISTIMOS PARA	POR MEDIO DE	PARA EL BIEN DE


Ejemplo:

- Patagonia: *Existimos para* generar un impacto positivo en el medio ambiente *por medio de* la fabricación responsable de productos y el activismo *para la* conservación, para el bien del planeta y las futuras generaciones.
- Coca-Cola: *Existimos para* refrescar al mundo y hacer una diferencia positiva *por medio de* la creación de bebidas que conectan con las personas, *para el* bien de las comunidades y el planeta.

P U E N T E .



Descarga aquí la herramienta



Herramienta

Resumen de Nuestra Marca

¿Para qué sirve?

Esta herramienta permite dejar por escrito los elementos centrales que definen la marca del distrito. Sirve como síntesis del trabajo realizado en los talleres anteriores (visión, propósito, valores y personalidad), y funciona como una guía simple.

Antes de Partir:


Esta actividad se recomienda realizar al final del proceso de creación de marca. No se trata de “inventar” una marca, sino de dejar registro de lo que ya se ha definido en el camino.

¡Revisa los materiales!

- ☐ Plantilla “Resumen de Nuestra Marca”
- ☐ Lápices o marcadores

¿Cómo se utiliza?

1. Escribir una frase breve y clara que exprese cómo queremos que el distrito sea recordado en los próximos años. Debe ser inspiradora, fácil de compartir y conectar con lo que ya se ha trabajado.
2. Anotar los tres valores que representan el espíritu del distrito. No deben ser genéricos: tienen que hacer sentido con la realidad del territorio y su identidad.
3. Elegir tres características que describan cómo se expresa y se comporta la marca del distrito. Esto guiará el tono, la forma de hablar y cómo se comunica hacia afuera.
4. Escribir una frase que resuma para qué existe la marca del distrito, qué impacto quiere generar y a quién beneficia. El propósito debe ir más allá de lo económico.



Resumen de Nuestra Marca

Anota a continuación los aspectos más importantes de la marca de tu distrito.

1. Nuestra Visión a Futuro

Escribe cómo te gustaría que tu distrito sea recordado dentro de 10 años.

.....

.....

.....

2. Nuestros Valores como Distrito

Escribe los valores clave que representan la identidad y el espíritu de tu distrito.

1.

2.

3.

3. La Personalidad de Nuestra Marca

Define la personalidad de tu distrito, destacando sus características más distintivas.

1.

2.

3.


4. Propósito de la marca de nuestro distrito

Anota el propósito de la marca de tu distrito, pensando más allá de las ganancias económicas.

.....

.....

.....



Descarga aquí la herramienta

P U E N T E .

distrito
CO.

Herramienta

Eslogan del Distrito

¿Para qué sirve?

Esta herramienta ayuda a sintetizar la identidad del distrito en una frase breve, clara y memorable. Un buen eslogan transmite la esencia del territorio, conecta con quienes lo habitan y lo visitan, y refuerza el relato de marca construido en conjunto.

Antes de Partir:

Es importante haber trabajado previamente el propósito, los valores y la visión de la marca. El eslogan no es solo una frase bonita: debe representar algo real, ser fácil de recordar y despertar una emoción o imagen clara del distrito.

¡Revisa los materiales!

- ☐ Plantilla “Eslogan del Distrito”
- ☐ Lápices o marcadores

¿Cómo se utiliza?

1. Escribir, de manera breve, qué emoción, mensaje o imagen desea expresar el distrito. Este será el eje para construir el eslogan.
2. Anotar el público principal al que está dirigido el mensaje: puede ser para visitantes, vecinos, locatarios o una combinación de estos.
3. Seleccionar tres conceptos importantes que representen al distrito. Estos pueden venir de la visión, los valores o el propósito ya definidos.
4. Combinar las ideas anteriores en una frase de 4 a 6 palabras. El mensaje debe ser claro, fácil de recordar y coherente con la identidad del distrito.
5. Leer el eslogan en voz alta al grupo. Registrar observaciones, ajustar el mensaje si es necesario y acordar una versión final.

Eslogan del Distrito

Crear un eslogan corto y memorable que refleje la esencia del distrito, tanto para los visitantes como para los locatarios.

1. Objetivo del Eslogan

Indica brevemente el propósito principal del eslogan de tu distrito. Considera las siguientes preguntas: ¿Qué deseas transmitir? ¿Qué emociones quieres que evoque? ¿Qué hace único al distrito?

.....

.....

2. Audiencia principal

Define quién es la audiencia principal a la que se dirige el eslogan.

1. 2. 3.

3. Características clave a destacar

Indica los valores o características más importantes que deben reflejarse en el eslogan.

1. 2. 3.

4. Eslogan del Distrito

Combina las ideas clave en una frase breve (4-6 palabras) que sea inspiradora y que refleje tanto el propósito como la visión del distrito.

.....

P U E N T E .

Descarga aquí
la herramienta

distrito
co.

¡Ya tenemos nuestra Marca!

Ya dimos pasos clave para construir la identidad de nuestro distrito. Definimos una marca con sentido, basada en lo que somos y en lo que queremos proyectar. Ahora es momento de revisar lo trabajado y planificar cómo seguiremos comunicando esa identidad de forma coherente.

¿Cuáles de los siguientes pasos lograste realizar?

- ☐ Definimos una visión compartida y un propósito claro para la marca del distrito.
- ☐ Acordamos los valores, la personalidad y los atributos que nos representan.
- ☐ Creamos un eslogan breve y coherente con nuestra identidad territorial.

Próximos Pasos:

1. Utilizar el resumen de marca como base para las futuras piezas de comunicación
2. Compartir lo trabajado con otros actores del territorio y recoger sus impresiones
3. Revisar y ajustar el relato de marca a medida que el distrito avance y se fortalezca



distrito ∞.

🌐 distrito-co.cl

📷 [@distrito_co](https://www.instagram.com/distrito_co)