HOLA

SELLER

BUENAS PRÁCTICAS
PARA UNA CORRECTA PUBLICACIÓN

[IMÁGENES]

paris
cencosud

BIENVENIDOS

Bienvenidos a la guía para la correcta utilización de imágenes de producto en ecommerce, dirigida a proveedores y sellers que forman parte de las unidades de negocio de Cencosud. Este documento busca orientarles en la creación y publicación de imágenes que cumplan con los estándares de calidad necesarios para ofrecer una experiencia de compra excepcional a los clientes.

En esta guía, abordaremos temas esenciales como:

- *Calidad de las imágenes:* Requisitos técnicos como resolución, iluminación y enfoque.
- *Presentación del producto:* Importancia de mostrar diferentes ángulos, detalles relevantes y el contexto de uso del producto.
- *Formatos permitidos y no permitidos:* Especificaciones sobre los tipos de archivos aceptados, como JPG y PNG, y formatos no permitidos, como imágenes con marcas de agua, que puedan afectar la experiencia del cliente.

La selección y edición adecuada de imágenes no solo ayuda a destacar las características del producto, sino que también influye directamente en la percepción del cliente y su decisión de compra. Los consumidores, cada vez más exigentes y atentos a los detalles, valoran las imágenes que transmiten confianza, calidad y transparencia.

Tener imágenes bien realizadas minimiza dudas, reduce devoluciones y aumenta la probabilidad de conversión. Además, las imágenes atractivas y profesionales son un reflejo del cuidado y atención que su marca pone en sus productos, lo que contribuye a construir una relación de confianza con sus clientes.

Dedique el tiempo necesario para implementar las recomendaciones presentadas en esta guía. La correcta preparación y presentación de las imágenes es fundamental para destacar en el competitivo entorno del ecommerce y ofrecer una experiencia de compra positiva y memorable.
Recuerde, el éxito de sus productos en nuestra plataforma está directamente relacionado con la calidad de su contenido visual.

¡Comencemos a trabajar juntos para maximizar el impacto de sus imágenes y potenciar su negocio en ecommerce!

ENRIQUECIMIENTO

De productos

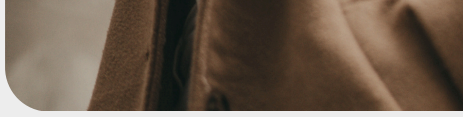


IMÁGENES

Hora de subir las mejores fotos de tu producto













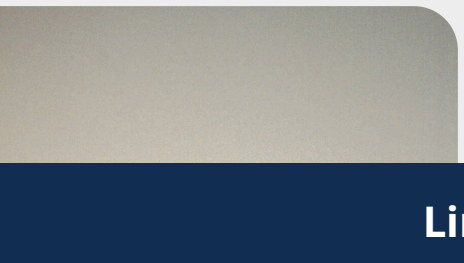
DIRECTRICES











ÍNDICE

TABLA DE CONTENIDOS

1. Imágenes

1.1. Lineamientos Fotográficos

1.2. Consejos para fotos de alta calidad

1.3. Formatos permitidos Fondo Blanco

1.4 Formatos permitidos Fondo Ambientado

1.5 Uso de Hero Images

1.6 Uso de Sellos QR y Eficiencia Energética

1.7 Uso de Isometrías

1.8 Formatos no Permitidos

LINEAMIENTOS FOTOGRÁFICOS

RECUERDA

Las imágenes son el primer contacto que tienen los clientes con tu producto, así que es clave que sean de alta calidad y resalten lo mejor de lo que ofreces.

1

REQUISITOS TÉCNICOS:

- **Resolución:** Es preferente el formato vertical, sin embargo tenemos opciones en caso que no tengas fotos con este formato.
- Vertical: mínimo 583 x 788 px y máximo 2331 x 3150 px para mayor calidad.
- Cuadrada: mínimo 500 x 500 px fondo blanco y máximo 2331 x 2331 px para mayor calidad.
- Horizontal: mínimo 770 x 550 px fondo blanco con relación de aspecto máximo 1,6:1 incluyendo 4:3.
- **Formato:** JPG o PNG.
- **Fondo:** blanco o gris, para resaltar el producto.
- **Fondos ambientados** permitidos exclusivamente en formato vertical principalmente para productos de decoración, vestuario y calzado.

2

CANTIDAD Y VISTAS

- Mínimo 2 imágenes. Puedes repetir la primera imagen si no cuentas con otra vista, o agregar el logo de la marca o empresa como segunda imagen.
- Vista frontal, Vista lateral y/o trasera, son las vistas que te recomendamos.
- Imagen detallada de características donde puedes mostrar el zoom de alguna textura, detalles, material, etc.
- Máximo 12 imágenes: Incluir escenarios de uso o imágenes comparativas, si es relevante.

3

CONTENIDO VISUAL:

- Imágenes deben mostrar el producto completo y sus características principales.
- Evitar marcas de agua o textos innecesarios en las imágenes.

4

VALIDACIÓN:

- Revise que las imágenes sean nítidas y representen fielmente el producto.

LINEAMIENTOS FOTOGRÁFICOS

Asegúrate de posicionar tu producto dentro de la imagen utilizando la siguiente referencia para garantizar que se visualice de manera óptima. Es importante **considerar el uso de guías y márgenes** en la composición fotográfica, ya que estas herramientas ayudan a centrar y equilibrar los elementos, resaltando el producto principal y evitando que se vea desproporcionado o mal encuadrado. Esto no solo mejora la presentación visual, sino que también transmite una imagen más profesional y atractiva.



CONSEJOS PARA TOMAR FOTOS DE ALTA CALIDAD



¡Elige ángulos que lo favorezcan y ayuden al cliente a verlo tal como es!
Cuanto más atractivas y detalladas sean tus fotos, mayor será el interés de los clientes.

¡Haz que tu producto se vea irresistible!

1

UTILIZA BUENA ILUMINACIÓN

Luz natural: Siempre que sea posible, coloca el producto cerca de una ventana para aprovechar la luz del día. Asegúrate de que la luz sea uniforme y suave para evitar sombras duras.

Luz artificial: Si usas lámparas, utiliza luces blancas y ajusta la posición para eliminar reflejos o sombras. Considera un lightbox (caja de luz) para productos pequeños o medianos.

2

PREPARA EL PRODUCTO

Asegúrate de que el producto esté limpio y en perfectas condiciones. Por ejemplo, elimina polvo, manchas o etiquetas innecesarias.
Si el producto incluye accesorios (como cargadores, fundas, etc.), muéstralos claramente en las fotos.

3

USA UN FONDO BLANCO O GRIS

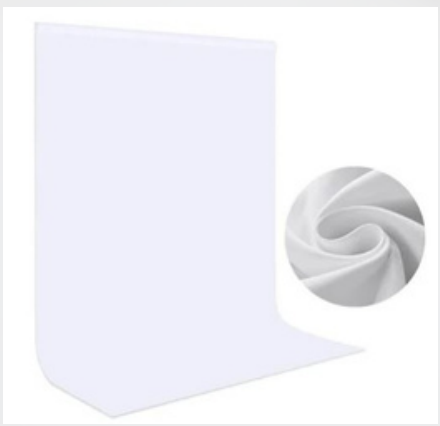
Utiliza una cartulina blanca o un fondo especializado para fotografía de producto.
Asegúrate de que no haya distracciones en el fondo. Esto hace que el producto destaque y mantenga consistencia con el estándar de Paris.cl.

4

ENCUADRA Y POSICIONA

Enfoque: Asegúrate de que el producto esté completamente enfocado. Usa un trípode para evitar imágenes borrosas.

Perspectivas: Toma fotos desde diferentes ángulos (frontal, lateral, superior). Si el producto tiene detalles especiales (costuras, textura, botones), realiza un acercamiento (close-up) para destacarlos.



Fondo de tela para estudio fotográfico



Gran Estudio Fotográfico



Mini Estudio Fotográfico

FORMATOS PERMITIDOS
FONDO BLANCO

En la publicación de productos, todas las imágenes deben cumplir con **directrices transversales**, que garantizan uniformidad y profesionalismo en la plataforma. Sin embargo, es importante tener en cuenta que cada categoría de producto tiene **lineamientos específicos**, adaptados a las necesidades y expectativas de los clientes para ese tipo de artículo.

En caso de que no sea posible tomar fotografías con fondos blancos o neutrales desde el inicio, tienen la opción de digitalizar el fondo mediante herramientas online. Esto garantiza que el producto destaque adecuadamente y cumpla con los estándares visuales de Paris.cl.

Herramientas recomendadas:

Herramienta	Tipo	Gratuito	Precisión	Uso	Edición
Remove.bg	Online	Sí	Alta	Muy fácil	Básica
PhotoRoom	Online/App	No	Alta	Muy fácil	Media



vista 1



vista 2



vista 3



vista 4



vista 1



vista 2



vista 3



vista 4



vista 1



vista 2



vista 3



vista 4



MUEBLES



MODA

FORMATOS AMBIENTADOS PERMITIDOS EN LA PUBLICACIÓN



CALZADO

DECO



FORMATOS PERMITIDOS
FONDOS AMBIENTADOS

Aunque las directrices transversales de Paris.cl recomiendan el uso de fondos blancos en la mayoría de las categorías, en ciertas áreas como **Decoración y Moda, los fondos ambientados en la primera vista están permitidos, siempre que cumplan con los lineamientos de calidad** y profesionalismo. Este enfoque ayuda a presentar los productos en un contexto que inspire a los compradores y les permita imaginar cómo lucirían en la vida real. **En otras categorías puedes usar fotos ambientadas desde la tercera vista en adelante.**


vista 1
ambientada>

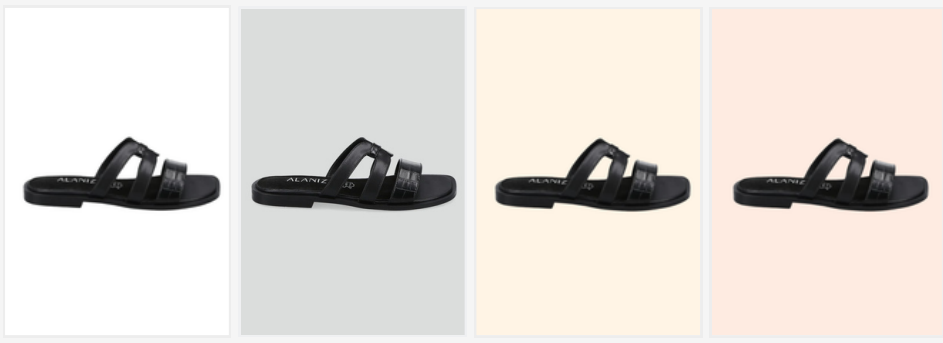

vista 2
Lateral>



vista 3
Frontal>


vista 4
Lateral o detalle>

En algunas categorías de productos, especialmente en moda, decoración, se permite el uso de fondos que utilicen tonos de la paleta de colores nude. Estos tonos aportan una estética elegante y profesional, sin distraer del producto.



Recomendaciones >

HEX #F2F3F4
HEX #E5E7E9
HEX #D5DBDB

HEX #FFF4E5
HEX #FCF3CF

HEX #FEEBE1
HEX #F6DDCC


vista 1
Frontal>


vista 2
Trasera>


vista 3
Detalle 1>


vista 4
Detalle 2 >


vista 1
Frontal Pack>


vista 2
Frontal Unitaria>


vista 3
Detalle>


vista 4
Ambientada >

USO DE HERO IMAGE EN CATEGORÍAS DE SUPERMERCADOS

En ciertas categorías de productos de **supermercado**, es común y aceptable utilizar **Hero Images**. Estas son imágenes especialmente diseñadas para destacar información clave del producto, como su marca, características principales, y presentación, de manera clara y visualmente atractiva.

El objetivo principal de un Hero Image es **facilitar la identificación del producto** por parte del cliente, especialmente en categorías donde la apariencia y el reconocimiento de marca son determinantes en la decisión de compra.





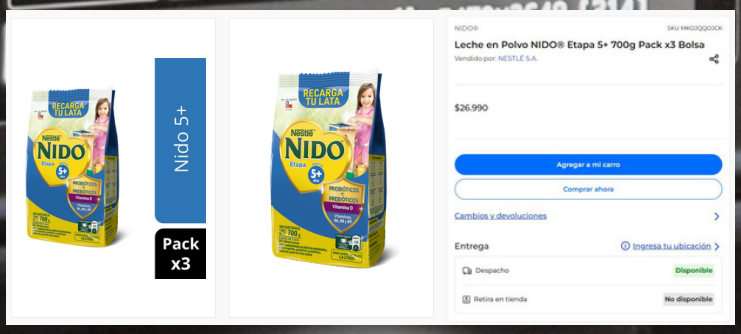


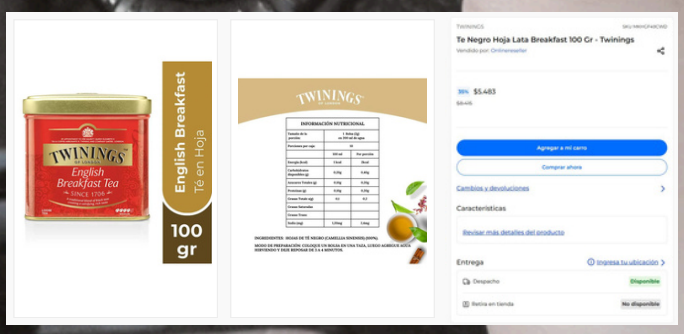


¿Qué es un Hero Image?

Un Hero Image es una representación visual del producto optimizada para comercio electrónico que:

- Presenta el producto en alta resolución.
- Puede incluir una representación gráfica de sus características (como el contenido del envase o su sabor).
- Destaca la marca de forma prominente.
- Es minimalista pero informativa, asegurándose de que el cliente identifique rápidamente el producto.



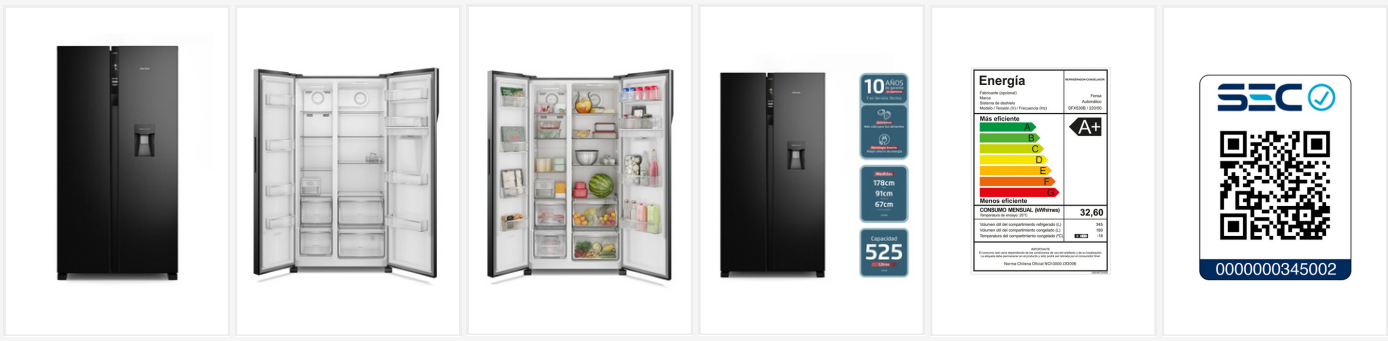


Categorías de Supermercado donde se Permiten Hero Images

- ☑ Alimentos y Bebidas Empacados > Ejemplo: Galletas, cereales, bebidas gaseosas, jugos, snacks
- ☑ Productos de Limpieza y Cuidado del Hogar > Ejemplo: Detergentes, limpiadores multiuso, esponjas.
- ☑ Cuidado Personal > Ejemplo: Champús, jabones, cremas, desodorantes.
- ☑ Productos Congelados o Refrigerados > Ejemplo: Pizzas congeladas, helados, alimentos listos para calentar.

USO DE SELLOS QR Y EE.EE

Si publicas productos que requieren **conexión a la red eléctrica** (como electrodomésticos, herramientas eléctricas, cargadores de celulares, duchas eléctricas, entre otros) o que utilizan **combustibles**, es necesario que complementes tus productos con la imagen correspondiente al **sello SEC (QR)** y/o etiqueta de **Eficiencia Energética**.



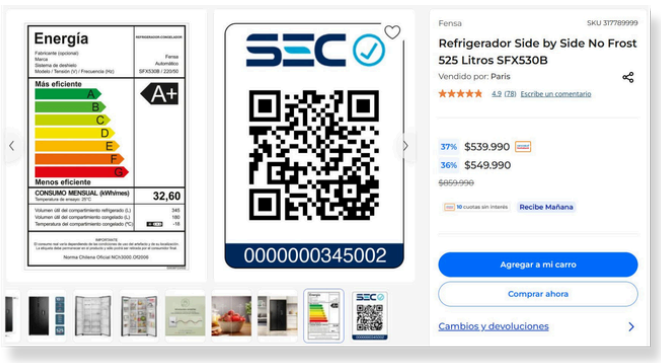


Imagen del Marcado SEC con Código QR

Asegúrate de que tus publicaciones cumplan con nuestras políticas de Homologaciones y Certificaciones de Productos para evitar sanciones.

ARTICULO 11° del Decreto Supremo N°298, de 2005, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción

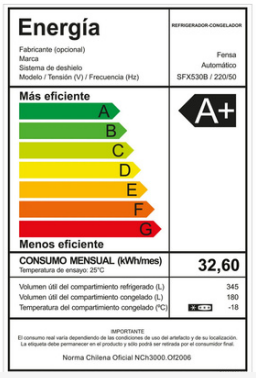


Código QR Normativa SEC

El Sello SEC es una insignia de seguridad, asignada por la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC) a cada marca y modelo de producto que cumple con los estándares de seguridad necesarios para su venta en el país. Este sello incluye un código QR único, que permite a los consumidores verificar fácilmente que el producto ha sido acreditado por la SEC y cumple con las normativas vigentes.

Imagen Eficiencia Energética

Si publicas productos sujetos a regulaciones de **eficiencia energética** o de **combustible** (termotanques y calefones eléctricos, aires acondicionados, heladeras, freezers, lámparas fluorescentes, entre otros), además de la información indicada anteriormente, asegúrate de incluir también una foto del sello de eficiencia energética de tu producto.



CÁPSULAS
Revisa como editar tus imágenes
Edición

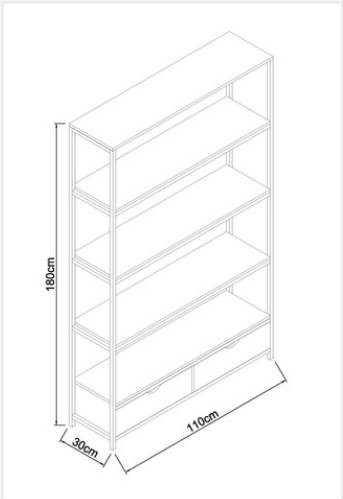
USO DE ISOMETRÍAS

¿Por qué es importante la isometría en tus fotos?

La isometría asegura que tus productos se vean proporcionales, atractivos y profesionales, lo cual es esencial para captar la atención de los clientes en un mercado competitivo como Paris.cl. Publicar imágenes mal ajustadas, distorsionadas o fuera de proporción puede generar desconfianza y afectar tus ventas.







Instrucciones para aplicar la isometría en tus fotos

1. Mantén proporciones reales

- Toma las fotos asegurándote de que el producto no se vea deformado ni estirado.
- Usa herramientas de edición que respeten las dimensiones originales del producto.

2. Céntrate en ángulos y simetría

- Los productos deben estar alineados de manera recta o en ángulo de 45° y equilibrada en la imagen.
- Evita perspectivas exageradas o ángulos poco naturales que confundan al cliente.







RECUERDA

Tus fotos son tu primera impresión. Dedica tiempo a preparar imágenes que no solo muestren tu producto, sino que también cuenten una historia visual atractiva y profesional. ¡Haz que tu marca destaque desde el primer momento en Paris.cl!

FORMATOS NO PERMITIDOS

Para mantener un estándar profesional y garantizar una experiencia de compra óptima en Paris.cl, se deben evitar ciertos formatos de imágenes que pueden afectar la percepción del cliente y el desempeño del producto en la plataforma.

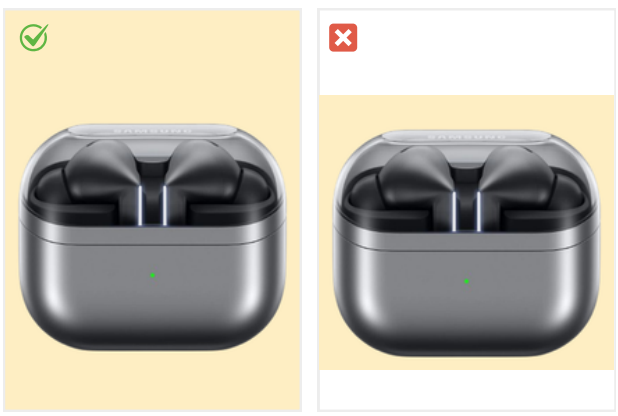
Imágenes con Texto Promocional

- Descripción: Fotos que incluyen texto adicional como "¡En oferta!", "2x1", "Descuento", o marcas de agua del vendedor.
- Problema: Pueden confundir al cliente y no cumplen con las políticas de Paris.cl. Estas promociones deben gestionarse en el sistema, no en las imágenes.
- Ejemplo: Una foto con el texto "50% de descuento" sobreimpreso en una esquina.

Imágenes Borrosas o desproporcionadas

- Descripción: Fotos de baja resolución o desenfocadas que dificultan apreciar los detalles del producto. | Fotos mal encuadradas o desproporcionadas que cortan partes del producto.
- Problema: Da una imagen de baja calidad y puede generar desconfianza en el comprador. | Afectan la presentación y profesionalismo del producto.
- Ejemplo: Una foto de 400 x 400 píxeles que se ve pixelada al ampliarla. | Un sofá donde solo se muestra una mitad.





¿Por qué es Importante Usar el Lienzo Completo?

En Paris.cl, es fundamental que las imágenes de los productos ocupen el lienzo completo de manera uniforme. Esto significa que el fondo debe extenderse hasta los bordes de la imagen, sin dejar áreas vacías o recortes que reduzcan la calidad visual o profesionalismo de la presentación.

RECUERDA

Puedes cargar fotos cuadradas, **siempre que su fondo sea en color blanco.**

FORMATOS NO PERMITIDOS

Fondos con colores, patrones, o imágenes que no sean blanco o gris.	Fotos tomadas desde ángulos extraños que no muestran el producto de forma clara o completa.	Fotos que incluyen objetos adicionales que no forman parte del producto a la venta.	Fotografías que son claramente editadas con montajes poco realistas o que exageran características del producto.	Fotos mal encuadradas o desproporcionadas que cortan partes del producto.	