

Propuesta A1 + INFINITO 17.05.2022

Workflow

1

Inmersión

Se convoca una reunión de kick off, se realiza una auditoría de la competencia y benchmarks y se desarrolla el concepto para el nuevo producto de la marca A1.

2

Identidad visual

Se diseña el logotipo y set de herramientas para la identidad visual.

ENTREGABLE

Presentación de sistema gráfico de identidad

TIEMPO

2 semanas + 1 semana de ajuste

3

Empaques

Se desarrollan los empaques en arte final

ENTREGABLE

Entrega de empaques en arte final

TIEMPO

2.5 semanas

1 Inmersión

1. Entendimiento del proyecto

El equipo de Infinito tendrá una reunión de kick off con el cliente para conocer al equipo, alinear los objetivos y proceso del proyecto y confirmar plazos de entrega y procesos de validación.

El cliente deberá entregar toda la información relevante para el desarrollo del proyecto como: referencias visuales, planos mecánicos, entre otros.

En esta reunión, se revisará el brief enviado previamente por Infinito y resuelto por el cliente.

2. Desktop research y auditoría visual de competidores y benchmarks

Se revisarán los estudios realizados u otros documentos que nos permitan profundizar en nuestro entendimiento sobre la marca y categoría.

Se analizará:

- Uso de signos de identidad
- Nivel de apropiación de formas y colores
- Estilo fotográfico
- Manejo de soportes gráficos
- Niveles de diferenciación

3. Desarrollo de concepto

Sobre la base de la información entregada por el cliente y recogida por Infinito, se hará el desarrollo del concepto visual que demuestre los beneficios del nuevo producto.

Observaciones

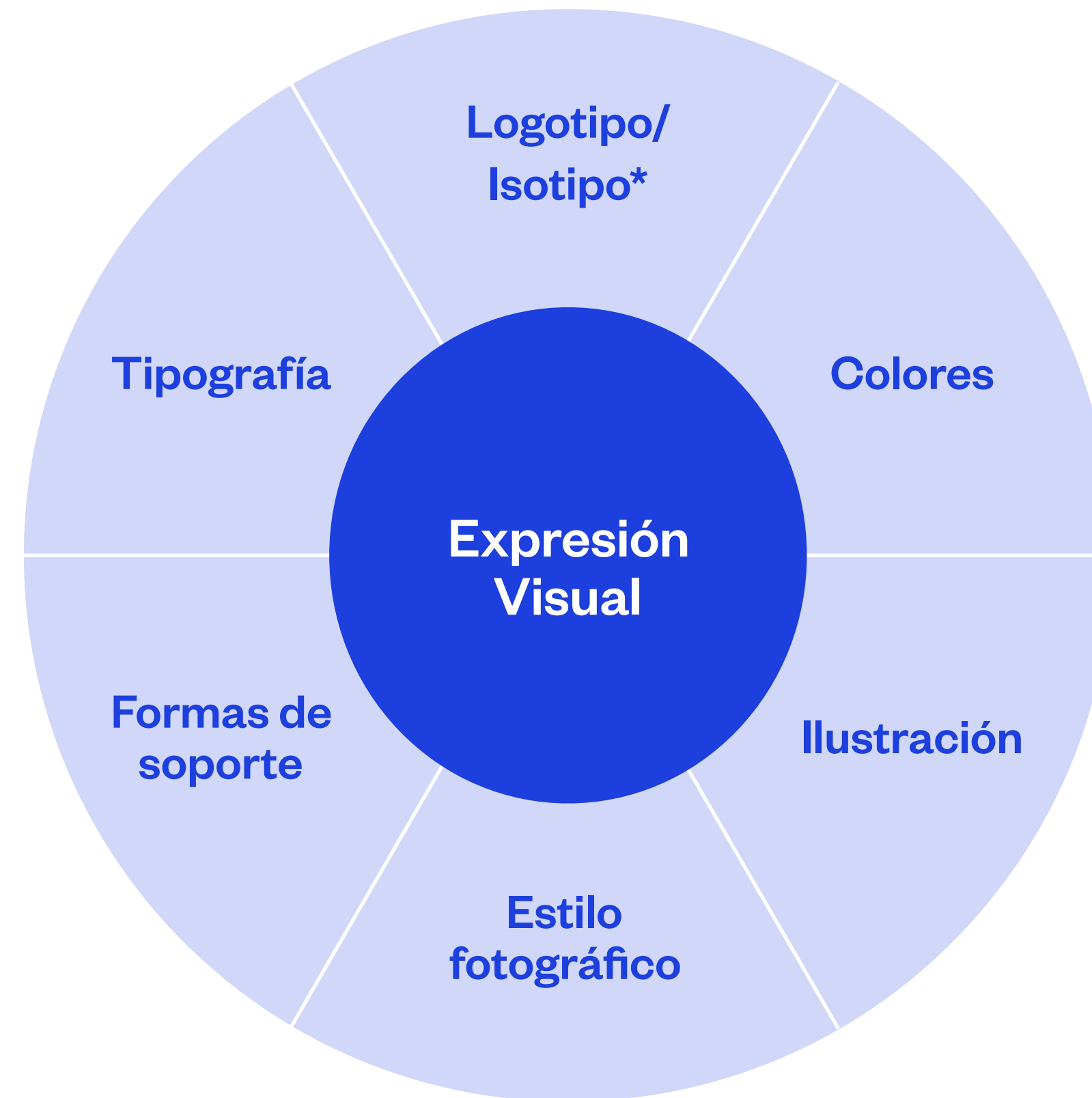
- En caso de que el equipo de consultoría requiera información como: percepción y conocimiento de la marca y/o información del cliente (demográfica, motivo de compra, hábitos de consumo, etc.) y el cliente no cuente con ella, se deberá contemplar un campo de inmersión más amplio en un presupuesto adicional.

2 Identidad

1. Presentación de rutas gráficas

El equipo de diseño de INFINITO se encargará de explorar rutas gráficas sólidas y diferenciadas alineadas al brief y al manual de marca de A1.

Resultado de esta búsqueda, se trabajarán dos rutas gráficas y se presentarán al cliente aplicadas a los principales empaques (solo front), a manera de boceto.



2. Elección de sistema gráfico de identidad

Una vez aprobado uno de los sistemas gráficos presentados, se desarrollará sobre este los ajustes finales y se presentarán los signos de identidad para la marca, siendo estos:

- Logotipo
- Isotipo (de ser necesario)
- Elementos gráficos de soporte
- Colores corporativos: primarios y secundarios
- Tipografía: primaria y secundaria
- Estilo fotográfico y/o de ilustración (de ser necesario)

Observaciones

- El desarrollo no incluye: redacción de mensajes y/o claims, diseño de campañas específicas, desarrollo de iconografía/señalética o costos de terceros como ilustración, producción, fotografía, retoques, redacción, tipografías, entre otros (ver anexos).
- Este presupuesto está calculado sobre la base del tiempo que se dedicará al proyecto. Por tanto, cualquier otro trabajo no incluido en este documento, o cambios adicionales después de aprobado el diseño, generarán un nuevo presupuesto de acuerdo al tiempo adicional requerido.

Entregable: Presentación de sistema gráfico

Plazo total de la fase: 2 semanas + 1 de ajustes

3

Empaques

1. Diseño 360°

Se realizará el diseño completo de:

A. Empaques

1. Sachet de 85 g
2. Caja display - 12 unidades de 85 g
3. Pote de 300 g
4. Barril de 1 kg

2. Arte final

Se desarrollará el arte final de los empaques y piezas. Si es necesario, en esta etapa, se realizará la producción de otros insumos como: ilustraciones, fotografía, montaje, retoque fotográfico, etc. Estos costos no están incluidos en los honorarios y cronograma de Infinito.

Observaciones

- El cliente deberá proporcionar los textos y/o imágenes correspondientes para el desarrollo de los empaques y piezas detalladas.
- No se contempla desarrollo industrial de cajas y/o materiales. Se asume que se trabajará de manera conjunta con el proveedor industrial del cliente.
- No contempla tiempo de respuesta del cliente y/o tiempo de terceros, en caso sea necesario.

Entregable: Entrega de empaques en arte final

Plazo total de la fase: 2.5 semanas

Cronograma

Plazos referenciales.
No contempla el tiempo de
respuesta de cliente
y/o terceros.

- Diseño
- Ajustes

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|------------------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
| 1 | Inmersión | Diseño | | | | | |
| 2 | Identidad visual | Diseño | Diseño | Ajustes | | | |
| 3 | Empaques | | | | Diseño | Diseño | Diseño |

Honorarios

FASES

Fase 1 — Inmersión

Fase 2 — Identidad visual

Fase 3 — Empaques y aplicaciones

PRECIO TOTAL:

USD\$ 9,000* + IGV

*No incluye impuestos o retenciones. No incluye costos de seguro SCTR, costos de pruebas COVID u otros gastos que se podrían necesitar dada la coyuntura del COVID-19 para visitas de supervisión en imprenta, oficinas, etc. No incluye costos de terceros. (Ver anexos).

Forma de pago y facturación:

60% a la aprobación del presupuesto

40% a los 30 días de aprobado el presupuesto

La primera factura se emitirá cómo adelanto a la aceptación del presente presupuesto. Las facturas deberán ser canceladas a los 15 días de emitidas.

Tiempo aproximado: 5.5 semanas.

No incluye tiempos de respuesta de clientes/proveedores.

En caso de paralización del proyecto, este deberá ser reactivado en un plazo máximo de 06 meses.

¡Gracias!

MÁS INFO

Claudia Boggio
cboggio@infinito.pe

Maruchi Rodriguez-Mariategui
maruchirm@infinito.pe

Alfredo Burga
aburga@infinito.pe

Astrid Sifuentes
asifuentesinfinito.pe

infinito.group
saffron-consultants.com

Anexos

Consideraciones adicionales (1)

Sobre el Proyecto

Las semanas de duración del proyecto consideran días laborables, no calendario. No se consideran los días no laborables en Perú: 14 y 15 de abril, 29 de junio, 28 y 29 de julio, 30 de agosto, 1 de noviembre y 8 de diciembre. El presente presupuesto es válido por 90 días, desde la fecha de envío o presentación de la propuesta.

Costos de Terceros

Los costos de terceros adicionales no están incluidos en nuestros honorarios.

Los costos de terceros son aquellos costos que no son parte de nuestros honorarios como: contratos, gastos de carta fianza, consulta y registro de marcas (INDECOPI), investigación de mercado, llamadas telefónicas internacionales, realización y producción de tomas fotográficas, ecónoma, compra de fotos, videos, mockups o tipografía, modelos, escenógrafos, maquillaje, utilería, ilustraciones y/o caligrafías, trabajos de pre prensa (escaneos, retoques, fotomontajes, pruebas de color, etc.) e imprenta, redacción creativa, creación de textos y traducción, fuentes Mac y PC, supervisión fuera de Lima metropolitana, prototipos de señalética, dibujos 3D, animaciones, programación web, entre otros.

Si fuesen necesarios, serán facturados al 100% por adelantado y cobrados en 15 días útiles de emitida la factura, con la debida coordinación y aprobación del presupuesto por ustedes.

Reprocesos

Este presupuesto está calculado en base al tiempo que se dedicará al proyecto. Por tanto, cualquier otro trabajo no incluido en este documento, cambio de brief, reprocesos, o cambios adicionales después de aprobado el diseño, generarán un nuevo presupuesto de acuerdo al tiempo adicional que se deba invertir.

Si fuese necesario sesiones adicionales de soporte y asesoría, estas tendrán un costo adicional.

Tiempos de respuesta y término del proyecto

Se establecerá un cronograma entre **EL CLIENTE** e Infinito al inicio del proyecto. El cliente deberá designar las personas responsables para la gestión del proyecto, toma de decisiones y/o envío de información requerida. Esta persona(as) deberán dar una respuesta y comentarios del entregable de cada fase en el plazo determinado en el contrato para beneficio del avance del proyecto y cumplimiento del cronograma.

Consideraciones adicionales (2)

Manejo de información y derechos de propiedad

Toda información proporcionada por **EL CLIENTE** a Infinito será considerada confidencial durante la prestación de los servicios a **EL CLIENTE**.

Cualquier diseño, nombre, marca, o cualquier otro material tangible en forma final entregado por Infinito a **EL CLIENTE** (ya sea entregado en forma electrónica o impresa) que sea aprobado, seleccionado y pagado enteramente por **EL CLIENTE**, pasará a ser propiedad privada de **EL CLIENTE** para uso local, Infinito no será responsable por alteraciones hechas por **EL CLIENTE** a las piezas indicadas.

Se considera que los diseños, nombres o marcas y demás piezas creadas por Infinito son originales y no violan los derechos de propiedad de ningún otro autor.

Factores y riesgos para el éxito del proyecto

Factores críticos de éxito

1. El cliente debe establecer un comité de marca conformado por las personas que tomen las decisiones estratégicas respecto al futuro de la marca.
2. La participación activa de los integrantes del comité de marca en las 3 primeras reuniones de presentación y aprobación, será fundamental para el desarrollo del proyecto.
3. Se requiere de la disponibilidad y flexibilidad del comité de marca para proporcionar información relevante que aporte al desarrollo de la propuesta como: estudios de mercado, estudios de tendencias, entre otros.
4. El cliente deberá designar a una persona para la gestión del proyecto y/o envío de información requerida. La persona asignada deberá participar desde el inicio del proyecto y será la persona a cargo en el proceso de implementación.

Riesgos para el éxito del proyecto

1. Modificar/cambiar durante el proceso a las personas que conforman el comité de decisiones estratégicas, esto interrumpiría el correcto flujo de aprobaciones y avances del proyecto.
2. El involucramiento de un nuevo integrante en el comité, una vez iniciado el proceso, puede ocasionar un reproceso o cambio de brief.
3. Una mala gestión o liderazgo y la gestión en la implementación de la identidad por el lado del cliente: las decisiones a tiempo de la persona asignada en la fase de implementación hará que sean posibles los entregables a tiempo.
4. Ausencia de las personas claves a las reuniones de toma de decisiones y/o presentación de brief, idea de marca o identidad.