

COSTOS

INTRODUCCION

AUD81003 / AUD8V003 PORTAFOLIOS E INDUCCIÓN LABORAL

PROFS. FRANCISCO ROJAS Y FELIX MALDONADO



VALIDO PREGUNTAR...

¿COMO ESTIMAR COSTOS?

NOCIONES

FUNDAMENTALES

Estimar los Costos, consiste en realizar una aproximación de los recursos monetarios necesarios para completar las actividades del proyecto. La exactitud de la estimación del costo de un proyecto, aumenta según avanza el proyecto, de manera que es un proceso iterativo.

Para estimar costos, existirían cuatro variables a considerar, y que son comunes a todo proyecto:

INFRAESTRUCTURA

Considerar toda la infraestructura necesaria para realizar el proyecto, incluyendo variables como inmuebles, maquinaria y todo soporte físico.

Los que sirven de soporte para el desarrollo de las actividades y funcionamiento, necesario en la organización para llevar adelante un proyecto.

RECURSOS HUMANOS

Considerar que en algunos proyectos, sobretodo multidisciplinarios, el valor de las profesiones participantes, pueden ser muy variables.

Esto incluiría desde el reclutamiento, selección, contratación, *onboarding* o bienvenida, formación, promoción, nóminas, contratos y despidos.

FINANCIAMIENTO

Es el proceso por el cual una persona o empresa capta fondos y corresponde entonces a la obtención de dinero.

Los que puede ser destinados, por ejemplo, al presupuesto de un proyecto. Igualmente, puede servir para pagar a proveedores o empleados.

TERCERIZACION

Es una organización proyectual por la que una empresa denominada PRINCIPAL encarga o delega el desarrollo de una o más partes de su actividad principal a una ó más empresas denominadas TERCERIZADORAS, para que estas lleven a cabo un servicio u obra a través de sus propios trabajadores, quienes se encuentran bajo su exclusiva subordinación.



VALIDO PREGUNTAR...

¿CÓMO PRESUPUESTAR?

NOCIONES

FUNDAMENTALES

Un presupuesto es un plan de operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios. Hacer un presupuesto es simplemente sentarse a planear lo que quieres hacer y expresarlo en dinero.

En los proyectos de diseño, se debe planear, entre otras cosas, cuánto hay que gastar en infraestructura, recursos humanos avanzados y soportar financieramente mientras se recibe un pago del cliente, cuyas variables principales son:

TIEMPOS

Dependiendo del plazo que cubran, existen tipos de presupuestos. Cuando menor sea el plazo que cubran, los objetivos del presupuesto serán más tácticos, mientras que cuanto mayor sea el plazo, se centrarán más en planes de desarrollo por parte de las organizaciones que los realicen. En función del tiempo podemos encontrar:

1. Presupuesto a corto plazo: son los presupuestos donde existen periodos de tiempo máximos desde uno a tres meses.
2. Presupuesto a mediano plazo: presupuestos para proyectos de cuatro a ocho meses.
3. Presupuesto a largo plazo: presupuestos que cubren periodos de más de ocho meses o incluso un año.

COSTOS

Hay dos maneras para estimar costos PROYECTUALES: la primera es calcularlos de acuerdo con tu propia experiencia. En contraposición el otro camino consiste en utilizar costos estándar obtenidos con anterioridad. Los costos estándar son aquellos que deberías obtener trabajando en condiciones óptimas, y se obtienen mediante la experiencia y estudios de gente especializada.

ALCANCE

Se puede encontrar dos grandes ventajas al planear y hacer presupuestos: facilitar la utilización adecuada de los recursos, proporcionar eficiencia en las operaciones, ayudar a lograr una buena planeación y mostrar los resultados que se obtendrán de poner en práctica los planes.

Sin embargo, aunque hacer presupuestos ayuda a manejar un proyecto, eso no es todo. Tiene limitaciones también, porque están basados en estimaciones, en proyecciones, y si no se hacen bien, no se obtiene ningún resultado que traiga beneficios.

A business meeting scene with a laptop displaying charts and a person holding a clipboard. The laptop screen shows a bar chart with blue bars and a line graph. A person in a white shirt is holding a clipboard with a document and a pen. Another person in a white shirt is visible on the right side of the frame, with their hand near their face. The background is bright and out of focus.

VALIDO PREGUNTAR...

¿CÓMO ES UN MODELO
DE PRESUPUESTO?

NOCIONES

FUNDAMENTALES

El presupuesto debe incluir una clara descripción del trabajo que se realizará.

Por ejemplo, si se tratase de un proyecto de diseño para la identidad corporativa, debería indicarse el tiempo total del trabajo, la cantidad de procesos estimados, y las condiciones en que el trabajo se realizará.

Es muy importante ser específico con los detalles que hacen a las tareas y evitar cualquier reclamo o duda ante quien demanda el trabajo y, en definitiva, paga por ello (*los sobrecostos también son un punto necesario*).

Las variables base a considerar son:

ALCANCE

Qué pretende lograr el cliente con el encargo, cuál es el destino del resultado, cuál es la relación entre nuestro cliente y sus propios clientes.

RENTABILIDAD

Considerar cómo el diseño se hace rentable en el tiempo, lo que debe incluir la variable de "tiempo de duración" del diseño propuesto.

Aparte está la rentabilidad para el realizador, la que se analiza de manera independiente de nuestro cliente.

DESCRIPCION

Es clave describir con total precisión, lo que se hará y lo que recibirá el cliente.

Esto incluye, las etapas, la planificación, el formato y porcentaje de los pagos.

PRECIO

Hay que considerar que nuestro precio de costo NO es el precio por el que venderá el producto creativo.

El precio de costo solo indica cuánto costó crear uno de los productos de diseño.

EJEMPLOS

FUNDAMENTALES

TNTK_innovation + sustainability

The New Think®
simple · smart · feasible

felix.maldonado.delafuente@gmail.com
femaldon@uchile.cl
+569 7791 170
Dr. Johow 425, ap.205.
Ñuñoa CP. 7760602
Santiago de Chile

Santiago, 11 de abril de 2019.-

Sr. Andrés Zolezzi
TG-Cordillera
Ref: Presupuesto por levantamiento.-
Cc. Cristian Soto
Presente

Estimado Andrés:

De acuerdo a lo conversado con Cristian Soto, te hago llegar cotización y formato de trabajo, por los items que se señalan en la página siguiente y que están referidos al levantamiento requerido por ustedes.

Sin otro particular le saluda atentamente,



Félix Maldonado de la Fuente
Diseñador Senior TNTK



TERMINOS DE REFERENCIA (TdR)

A. Proceso de levantamiento

1. Detallar levantamiento y necesidades del cliente:

- Realización de tomas fotográficas.
- Compilación de nomenclatura técnica, materialidad y medidas de los productos.
- Organización y plano esquemático de ubicación en el recinto.
- Anotaciones adicionales tales como: estado, daños, etc.

2. Compilación y clasificación del material obtenido in-situ, en 28 locales, donde 18 son fuera de Santiago y 10 son dentro de la región metropolitana:

- Zona norte: LOS ANDES, VIÑA DEL MAR, VALPARAISO, EL BELLOTO, QUILLOTA, COPIAPO, CALAMA.
- Zona sur: RANCAGUA, CURICO, TALCA, LINARES, CHILLAN, LOS ANGELES, BIO BIO, CORONEL, CHIGUAYANTE, OSORNO, PUERTO MONTT.
- Región metropolitana: CHICUREO, LA DEHESA, LA REINA, QUILIN, LA FLORIDA, MAIPU, FISA (CERRILLOS), PUENTE ALTO, OCHAGAVIA, SAN BERNARDO.

3. Concepción visual y diseño gráfico de los informes técnicos de levantamiento, cuyo contenido es:

- Nombre, fotografías y descripción.
- Plano esquemático de ubicación de los elementos gráficos.
- Materialidad y medidas.
- Anotaciones adicionales.

4. En relación con estos servicios, se presentará al cliente tras cada visita un informe del levantamiento. Toda producción de maquetas impresas y digitales, está incluido en los costos. También está incluido todo el material para la captura fotográfica y la logística de traslado.

5. Todo el registro, los documentos anexos e informes serán de propiedad de TG Cordillera.

B. Formato de trabajo

Al respecto se propone reunión de comité –definido por el mandante- para toma de decisiones y revisión, una vez por semana durante todo el proceso del proyecto. Asistencia on-line y telefónica permanente.



TERMINOS DE REFERENCIA (TdR)

D. Costos: el monto global de honorarios es de:

28 sucursales: valor levantamiento e informe de levantamiento	CLP\$ 2.240.000
Logística 18 sucursales fuera de región metropolitana	CLP\$ 1.554.000
TOTAL 28 sucursales con informe de levantamiento (Incluye impuestos profesionales)	CLP\$ 3.794.000

28 sucursales: valor levantamiento, informe de levantamiento e informe final	CLP\$ 3.080.000
Logística 18 sucursales fuera de región metropolitana	CLP\$ 1.554.000
TOTAL 28 sucursales con informe de levantamiento e informe final (Incluye impuestos profesionales)	CLP\$ 4.634.000

E. Notas

E.1. Respecto de la forma de pago, se propone un pago inicial para logística de un 30% y un 70% restante contraentrega del último informe entregado.

E.2. Estos valores no incluyen la producción de todo el programa y ninguna otra tarea que no haya sido especificada anteriormente.

E.3. Estos valores no incluyen planimetría en CAD, desarrollo de imágenes de apoyo, retoques fotográficos y desarrollo *renders*.

E.4. Duración total de desarrollo de levantamiento e informe final, alcanza a siete semanas.

E.4. Calendario por zona y detalle del levantamiento:

EJEMPLOS

FUNDAMENTALES



femaldon@uchile.cl
+569 7791 1709
Dr. Johow 425, ap.205.
Ñuñoa CP. 7760602
Santiago de Chile

Santiago, 29 de junio de 2021.-

Sra. Karol Bortnick
Maimonides School
Ref: Presupuesto por desarrollo de Kavod.-
Presente

Estimada Karol:

De acuerdo a lo conversado, le hago llegar cotización y formato de trabajo, por los items que se señalan en la página siguiente y que están referidos a diseños requeridos por ustedes.

Sin otro particular le saluda atentamente,

Félix Maldonado de la Fuente
Diseñador Senior TNTK



TERMINOS DE REFERENCIA (TdR)

A. DESCRIPCION DE LAS ETAPAS

ETAPA 1: Presentaciones y diseño de kavods

- 1.1. Levantamiento general del programa y análisis de kavod en el edificio.
- 1.2. Concepción visual y diseño industrial de los identificadores (kavods).
- 1.3. Definición de materiales a emplear, anclajes, criterios visuales, cromáticos, tipográficos y ubicaciones según requerimientos de comité.
- 1.4. Aplicación y producción de originales según cantidad estimada (30 kavods).
- 1.5. Todas las presentaciones visuales -no incluyen renders de arquitectura- para todos los kavods, tanto para toma de acuerdos en comité como para los donantes, en formato powerpoint editables por comité.
- 1.6. Maquetas digitales en formato 3D de cada kavod.
- 1.7. En relación con estos servicios, se presentará al cliente bocetos con el objeto de definir el diseño de estructura y grilla generales del producto final. Toda producción de maquetas impresas y digitales, está incluido en los costos. También está incluido todo el material para la captura fotográfica de los Kavods, el cliente deberá proveer de textos y traducciones efectivas en idioma hebreo.
- 1.8. Con respecto a los distintos procesos productivos de los elementos gráficos, tales como flexo grafía, serigrafía, huecograbado y offset; se incluye en los costos toda la asesoría técnica para la producción óptima. Incluyendo la supervisión de la calidad en la industria gráfica.
- 1.9. El diseño de los elementos gráficos, incluye el desarrollo de todos los originales para imprenta, la captura digital, una impresión de referencia y registro en CD para la producción y copias adicionales para el archivo del cliente.
- 1.10. Adicionalmente a los servicios básicos arriba descritos, los honorarios podrán incluir la provisión de cierto material específico -servicios suplementarios-, los cuales pueden incluir: - servicios creativos que involucren el desarrollo de contenidos, textos, edición, fotografía e ilustración; realización de material especial tal como: tipografía no convencional, caligrafía, mapas, diagramas, gráficos; preparación de material existente para su reproducción tales como: re-dibujo parcial o total, conversión a líneas, escaneado y retoque de imágenes.

ETAPA 2: Diseño industrial de detalles y requerimientos de fabricación

- 2.1. Diseño industrial de detalles para producción de kavods.
- 2.2. Nomenclatura y libro técnico de producción.
 - 2.2.a. Todas las planimetrías.
 - 2.2.b. Todas las descripciones de materiales, formatos y procesos productivos.
 - 2.2.c. Manual de normas constructivas del producto con respaldo impreso y digital.
 - 2.2.d. Control de calidad en la selección y producción de los proveedores.

ETAPA 3: Presentación a Donantes

- 3.1. Acompañamiento en el proceso:
 - 3.1.a. Desarrollo de presentación en powerpoint para cada prospecto de donante:
 - Portada
 - Página con video institucional
 - Imagen de Kavod ejemplar
 - Imagen del Kavod personalizado
- 3.2. Secuencia de presentaciones:
 - 3.2.a. Presentación inicial genérica, con o sin personalización de textos en el kavod.
 - 3.2.b. Si donante se interesa, se realiza una presentación con el kavod personalizado.
 - 3.3.c. Si donante aprueba y/o modifica, se prepara presentación final de kavod para aprobar.
 - 3.4.c. Presentación de original que irá a producción para aprobación final y firma.



TERMINOS DE REFERENCIA (TdR)

ETAPA 4: Diseño del video corporativo

- 4.1.1. Levantamiento general de necesidades, desarrollo de guión y storytelling.
- 4.1.2. Concepción visual y storyboard.
- 4.1.3. Diseño de producción.

B FORMATO DE TRABAJO

Al respecto se propone reunión de comité –definido por el mandante- para toma de decisiones y revisión de propuestas, una vez por semana durante todo el proceso del proyecto, el que alcanza a las 6 semanas para el diseño de kavods y del video. Posteriormente a ese proceso, viene el proceso de producción y edición del video. Asistencia on-line y telefónica permanente. Asistencia a reuniones especiales solicitadas por el mandante.

C. COSTOS

ETAPA 1: Presentaciones y diseño de kavods	\$ 1.850.000
ETAPA 2: Diseño industrial de detalles y requerimientos de fabricación	\$ 520.000
ETAPA 3: Presentación a Donantes	\$ -
ETAPA 4: Diseño del video corporativo (no incluye producción)	\$ 450.000

TOTAL	\$ 2.820.000
--------------	---------------------

D. NOTAS

- G.1. Todos los valores incluyen impuestos profesionales.
- G.2. Algunas de las etapas podrían realizarse de manera simultánea.
- G.3. Forma de pago, 50% contra el cierre de la etapa 1 y un 50% contra la entrega total.
- G.4. Estos valores no incluyen:
 - G.3.a. Desarrollo de imágenes de apoyo, principalmente tomas fotográficas.
 - G.3.b. Producción final del video (filmación y edición), el que debe cotizarse una vez tengamos el guión.
 - G.3.c. Fabricación e Instalación de cada Kavod.

ESPECIALES DE COLECCIÓN

¿TE GUSTA LA VARIEDAD? DISFRUTA EN TODO EL SABOR DE CARAVANA EN PLATOS QUE NO SE VEN TODOS LOS DÍAS. ¡COLECCIONÁMONOS!

COMO MARIANO EN BOMBAS - \$14.900
Ternero asado de 150 gr. en corte grueso, marinado en paprika y tres hierbas aromáticas, acompañado de papas fritas, tomate con crema de queso y una pequeña guarnición de vegetales al grill. ¡Más tomate mejor!

COMO MARIANO - \$14.900
El típico asado a jugoso ternero de res vacuna a la parrilla, sañado en nuestra marinada seca de ajo y especias, acompañado de papas fritas y salsa BBQ. ¡Más tomate mejor!

PIZZA MARIANO - \$12.900
Pizzas de queso ahumado, jamón, tomate, espárragos y más de 10 tipos de toppings seleccionados, con la base de nuestra exclusiva y deliciosa salsa BBQ. Acompañado de papa al horno con queso ahumado, salsa crema y vegetales al grill.

COMO MARIANO - \$14.900
Nuestro asado en asador a carbón, marinado con especias y papas fritas en salsa BBQ de la casa, acompañado de vegetales ahumados al grill y salsa BBQ.

NUESTROS SALTADOS

El más sano y jugoso ternero de res vacuna en nuestra aderezo especial, queso de altura catúlla y fresco tomate y brócoli al horno. Acompañado con lo que más te guste.

COMO MARIANO - \$12.900
Con papas fritas y salsa BBQ.

COMO MARIANO - \$12.900
Con arroz granado y papas fritas.



Como Mariano (Bebida)



Mariano (Bebida)



Como Mariano



Como Mariano



Como Mariano (Bebida)



CARAVANA



CARAVANA

VALIDO PREGUNTAR...

¿EXISTE UNA BANDA DE PRECIOS DEL DISEÑO EN CHILE?

NOCIONES

FUNDAMENTALES

La respuesta es:
NO EXISTE una
tarificación del
diseño en Chile.



Igualmente las cuatro variables para fijar precio son:

TAMAÑO DEL CLIENTE

Siempre hay que considerar el tamaño económico del cliente, una buena pauta es la definición y estratos de las PYMES en Chile, los que son nuestros principales clientes.

TAMAÑO DEL PROYECTO

Evaluar cuál es el tamaño de lo que realizaremos, alguna vez hablamos que no es lo mismo el diseño de una etiqueta de vino que el sistema de packaging de una viña completa.

TRAYECTORIA

La trayectoria es diferente de la experiencia porque apunta a los logros principalmente en un lapso de tiempo.

Una trayectoria profesional es la ruta que toma el trabajo mientras avanzas, retrocedes o te mantienes en el mismo lugar durante tus años de crecimiento profesional.

EXPERIENCIA

La experiencia tiene que ver principalmente con la diversidad de proyectos realizados y como se han dado en el tiempo.

GRACIAS

