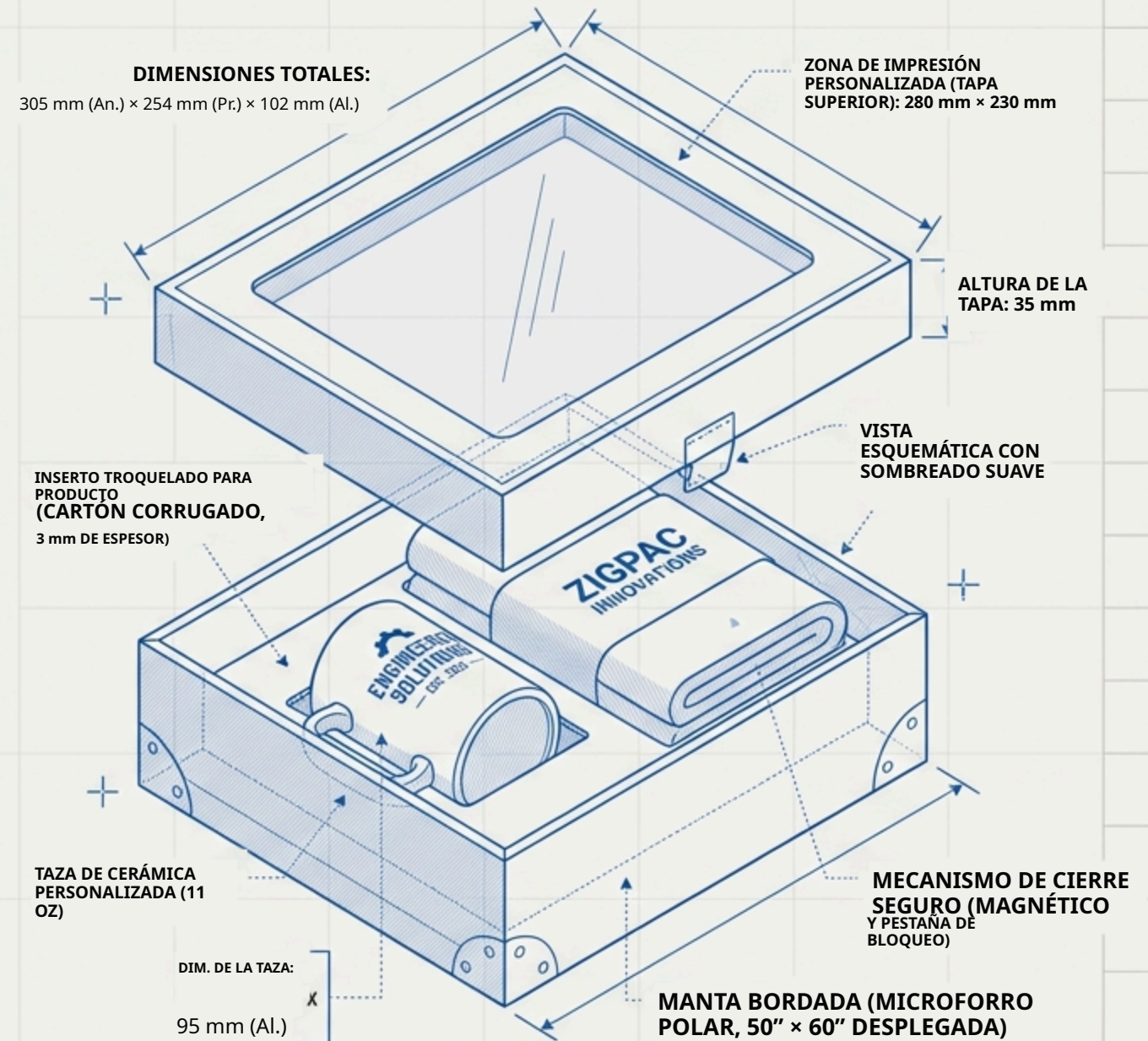


# Regalos personalizados: Guía de planificación de compras

Guía visual de diagnóstico para  
definir, especificar y adquirir  
recuerdos personalizados impresos.



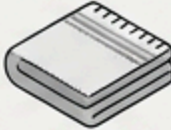
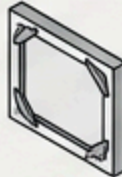
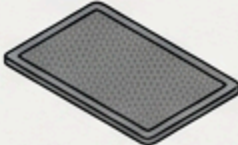
# Matriz de categorías: adecuación del producto al uso

**Regla general: adapte el tamaño, la durabilidad del material y la estructura al valor percibido por el destinatario.**

Obsequios masivos y uso diario Artículos pequeños de uso diario optimizados para campañas amplias.

|                                                                                     |                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
|    | Posavasos personalizados             |
|    | Alfombrillas de ratón personalizadas |
|   | Tazas personalizadas                 |
|  | Fichas de póquer personalizadas      |
|  | Vasos térmicos personalizados        |

Decoración prémium y recuerdos de alto valor Artículos prémium de mayor valor para destinatarios específicos de alto valor.

|                                                                                       |                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
|    | Manta personalizada                  |
|   | Impresiones personalizadas en lienzo |
|  | Letreros metálicos personalizados    |
|  | Felpudos personalizados              |

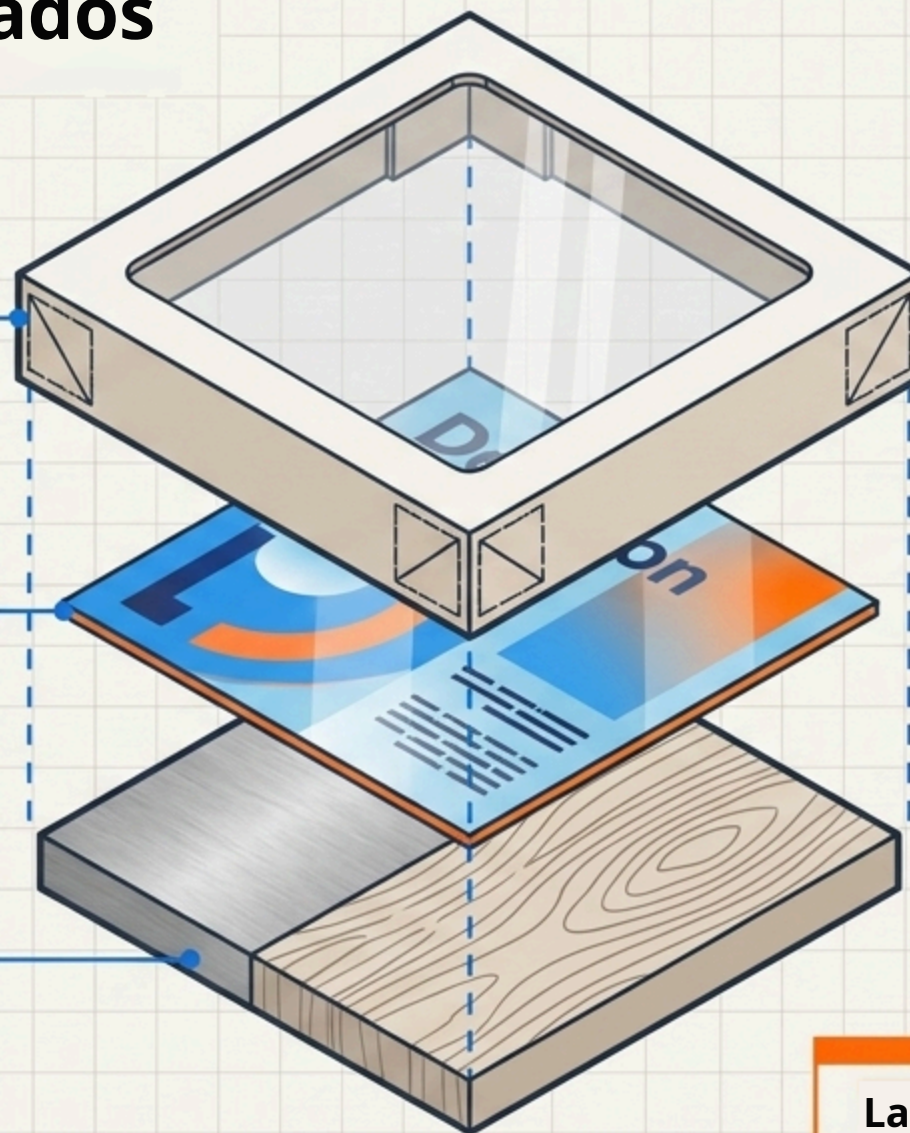
# Estrategia de materiales y acabados

**Capa 3: embalaje y presentación** Adapte el embalaje final al valor percibido del material y acabado elegidos.

**Capa 2: optimización del área de impresión** La elección del material determina directamente el área

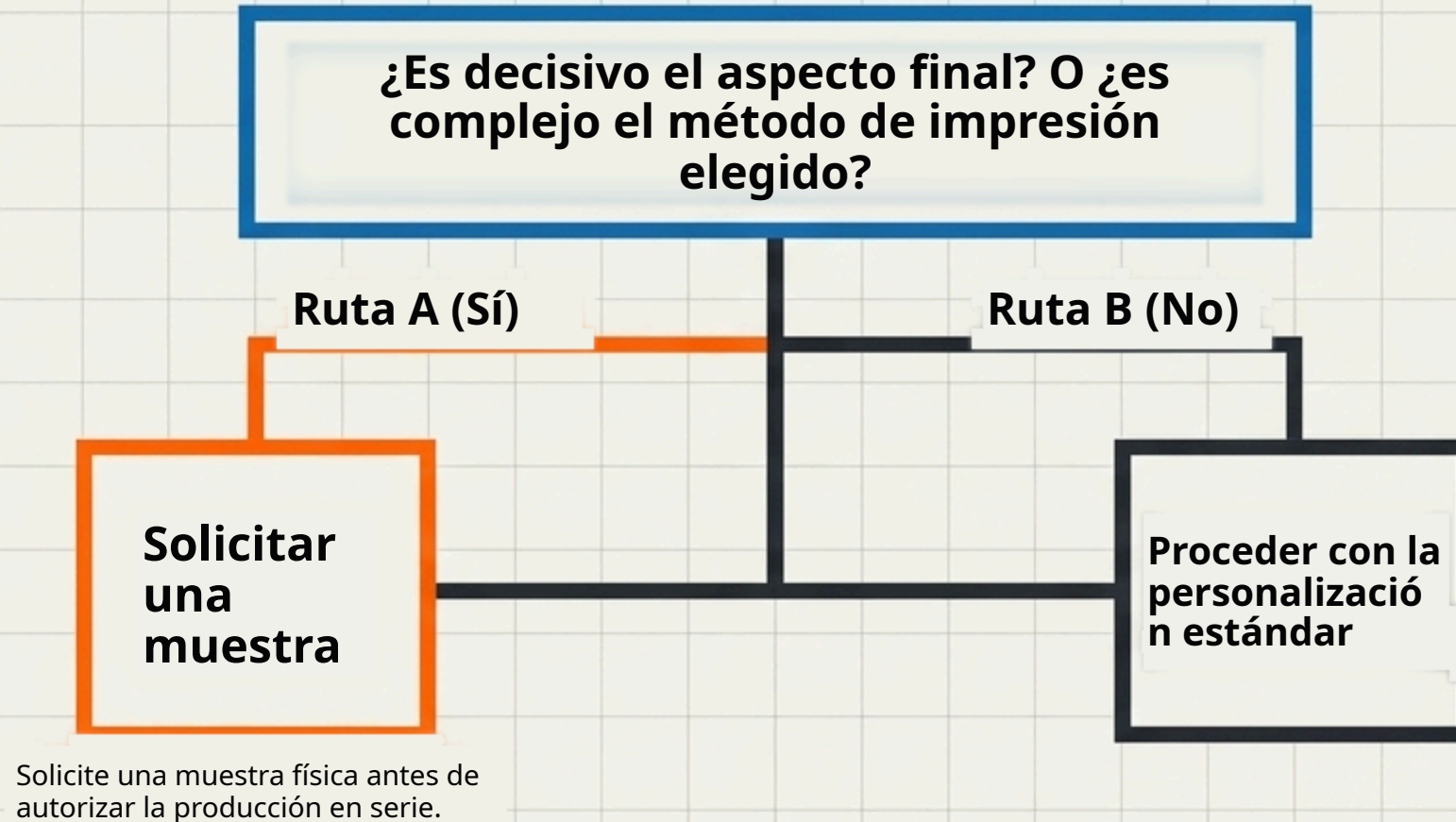
de impresión viable. Asegúrese de que el método de personalización deseado sea compatible con las propiedades superficiales del material.

**Capa 1: base del material** Seleccione el sustrato principal según la durabilidad necesaria y el público objetivo.



**La percepción final de la marca depende de la armonía entre material, ejecución de impresión y embalaje.**

# Logística de artes, utillaje y muestras

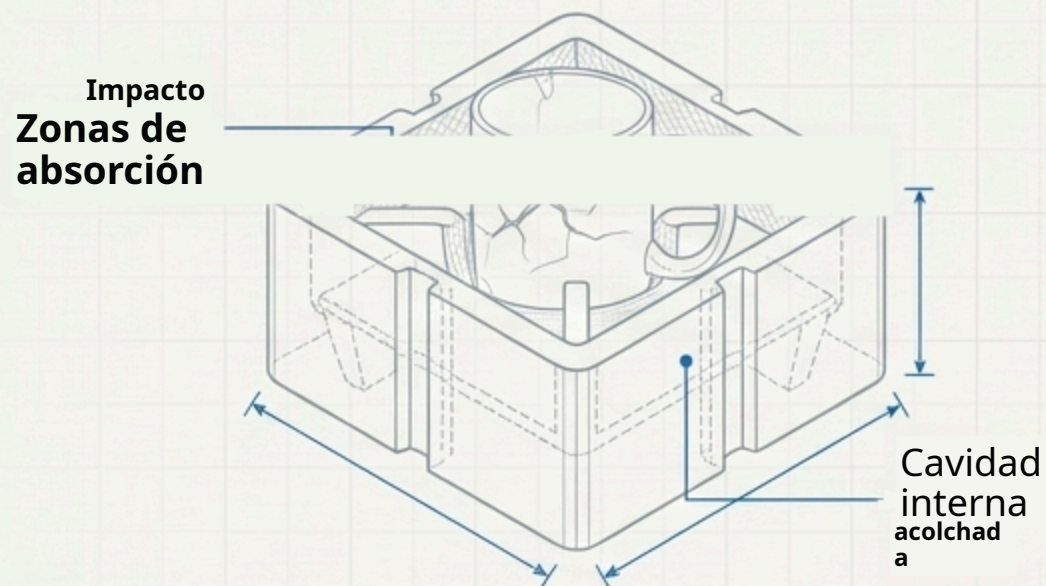


**\*Nota sobre disponibilidad\*: Las muestras no siempre están disponibles. Dependen estrictamente del material solicitado, el utillaje específico y el método de impresión elegido.**

# Mitigación de riesgos: embalaje y plazos



**Riesgo físico (fragilidad)** Los regalos irregulares o frágiles (p. ej., tazas y letreros metálicos personalizados) requieren protección especial durante el transporte. Defina el embalaje con antelación, no después de producir.



**Riesgo de plazo (estacionalidad)** Los plazos de producción se acortan en festividades punta (Navidad, Halloween, Pascua, etc.). Agrupe los artículos de temporada y finalice las artes con antelación para evitar producción urgente y retrasos de envío.

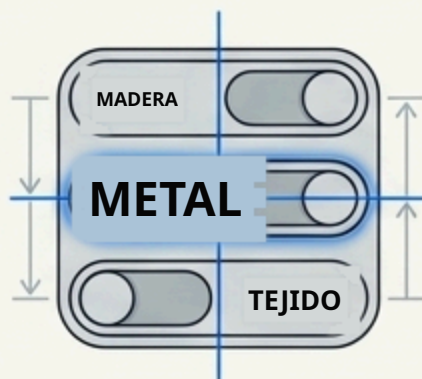


# Fórmula de factores de coste

Los presupuestos finales se generan dinámicamente a partir de seis datos específicos.

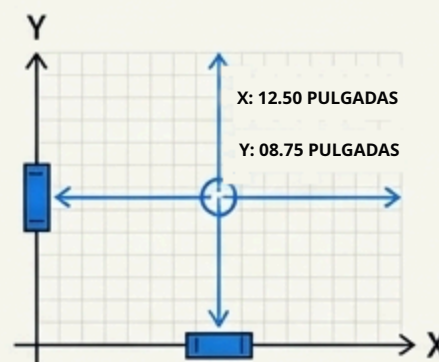
## 01

Selección  
de material



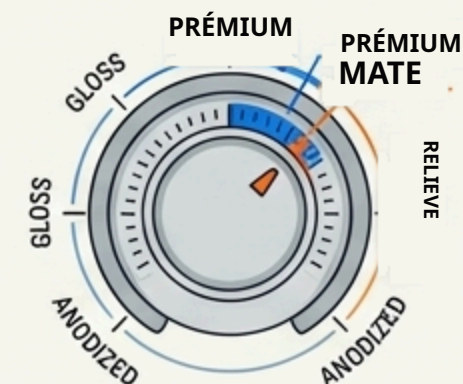
## 02

Dimensiones  
exactas



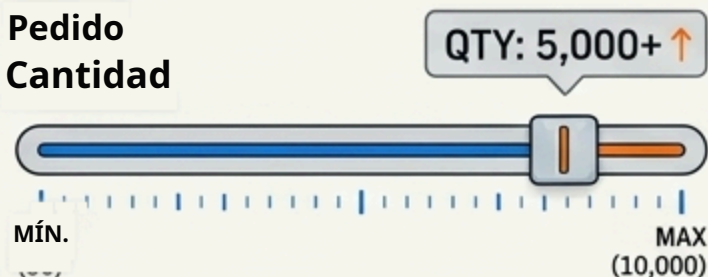
## 03

Acabado  
Opciones



## 04

Pedido  
Cantidad



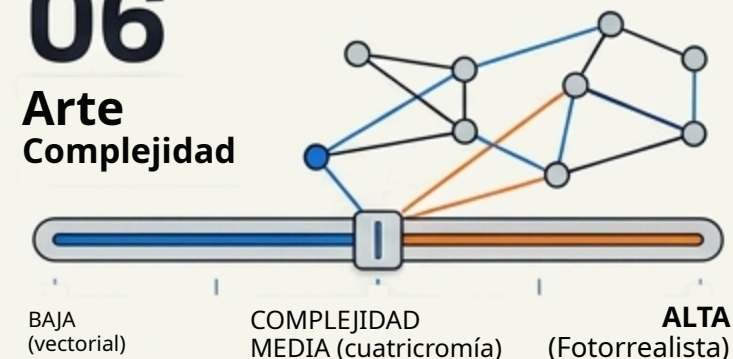
## 05

Embalaje  
Requisitos



## 06

Arte  
Complejidad



La personalización afecta tanto al tamaño como al arte. Modificar cualquiera de estas seis variables cambiará directamente el cálculo del precio final.

ZIGPAC

# Lista de preparación previa a la RFQ

☐

¿Escenario del destinatario confirmado? [Obsequio masivo o decoración prémium]

☐

¿Tamaño exacto y formato del arte confirmados?

☐

¿Material y acabado preferidos confirmados?

☐

¿Cantidad del pedido confirmada?

☐

¿Embalaje especializado/protección de envío confirmados?

**Comparta las especificaciones completas para que el presupuesto inicial se ajuste exactamente al alcance del proyecto. Listo para producción en serie.**