

Aquí tienes el canvas inicial con todas las preguntas del brief, aún sin respuestas, listo para que los vayamos llenando juntos:

Brief de Marca – IREAL

Información General

- **Nombre del Proyecto:** IREAL
- **Fecha:** 2/10/2025

Preguntas

1. ¿Cuál es el sector del negocio o producto?

➡ Marketing digital en el espacio de creación de contenido para redes sociales.

2. ¿Cuál es el problema que estamos intentando solucionar?

➡ Hoy en día, los creadores y agencias invierten demasiado tiempo en tareas operativas y repetitivas para gestionar sus redes sociales. Esto limita su capacidad de enfocarse en lo estratégico y creativo. Además, las herramientas existentes suelen estar fragmentadas o no se adaptan de manera integral al proceso de cada creador, limitando el uso de IA para apalancar su proceso creativo. IREAL busca resolver esta brecha ofreciendo un espacio centralizado y potenciado por IA que reduzca la carga operativa, simplifique la experiencia y permita a los Magos del Contenido concentrarse en lo que realmente importa: crear y conectar.

3. ¿Cuál es tu misión?

➡ Nuestra misión es empoderar a los **Magos del Contenido** —creadores, agencias y profesionales que usan las redes sociales como plataforma de marketing— para que aprovechen la inteligencia artificial de forma integral. Buscamos agilizar todos los procesos que rodean la creación de contenido, permitiéndoles enfocarse en la creatividad, la estrategia y el impacto real de sus piezas. Queremos que los *Magos del Contenido* puedan concentrarse en las estrategias y procesos creativos, generando piezas que conecten auténticamente con sus propósitos y audiencias.

4. ¿Cuáles son los objetivos más importantes de la empresa o producto en orden de importancia?

➡ **Objetivo 1:** Automatizar al menos el 0.0001% de la creación de contenido diaria mundial. De los 1.3 mil millones de piezas que se publican en Instagram cada día, que 1,300 sean gestionadas por IREAL.

➡ **Objetivo 2:** Disminuir la operatividad de crear contenido en un 60%, reduciendo el tiempo efectivo que le toma a un usuario, pudiendo montar una pieza en 10 min o menos.

➡ **Objetivo 3:** Alcanzar un mínimo de 2,600 usuarios para finales de 2025, con el objetivo de mantener un churn del 2.5% gracias a una propuesta de valor diferenciada y sostenible.

5. Describe tus productos o servicios.

➡ IREAL es una plataforma de creación y gestión de contenido que centraliza todo el ciclo de vida de las redes sociales: ideación, producción, , publicación, y analítica. Integra módulos clave como: editor con IA para generar y reescribir ideas, biblioteca de activos multimedia, calendario de publicaciones multicanal, reportes analíticos. Su propuesta es reducir el tiempo operativo en

la creación de contenido y aumentar el impacto de las publicaciones mediante inteligencia artificial y buenas prácticas automatizadas.

6. Define tu empresa o producto en una sola frase.

→ IREAL es el *workspace mágico* que combina inteligencia artificial para que los Magos del Contenido creen, gestionen y publiquen en redes sociales de forma ágil y estratégica en un solo lugar.

7. ¿Cuál es tu mercado objetivo?

→ Nuestro mercado objetivo son los **Magos del Contenido**, un universo que abarca: creadores profesionales y semi-profesionales, que utilizan las redes como canal estratégico de comunicación y ventas. Estos segmentos valoran la rapidez, la facilidad de uso, la analítica clara y la posibilidad de escalar su presencia digital sin incrementar excesivamente su carga operativa.

8. ¿Cómo quieres que tus clientes te perciban?

→ Queremos ser percibidos como una herramienta **mágica, confiable y transformadora**, que simplifica la gestión de contenido y genera resultados tangibles. Una marca cercana, innovadora y con un aire vanguardista que inspira a los usuarios a verse como verdaderos Magos del Contenido.

9. ¿Por qué tus clientes prefieren tu producto o servicios sobre otros?

→ Porque IREAL reduce el *time-to-first-post* a menos de 10 minutos, automatiza procesos que consumen hasta un 60% de tiempo operativo y ofrece una experiencia integral en un solo espacio. Además, nuestra capa de IA está entrenada para adaptarse a la voz de marca de cada usuario, lo que garantiza personalización y relevancia frente a soluciones más rígidas o parciales.

10. ¿Quiénes son tus competidores?

→ Nuestros competidores directos son plataformas de gestión de redes sociales como Buffer, Hootsuite, Later y Rella. También competimos indirectamente con herramientas de edición y productividad como Notion, Canva y Metricool, que cubren partes del flujo de trabajo pero no lo unifican de manera integral ni con la misma apropiación de nuestros sistemas de IA.

11. ¿Cuáles son tus ventajas frente a la competencia?

→ Nuestra ventaja competitiva está en el diseño de una **UX amigable y empática** con el proceso creativo de quienes trabajan en marketing digital y redes sociales. Nos enfocamos en que la experiencia de los Magos del Contenido se sienta natural, inspiradora y eficiente, acompañándolos en cada fase de creación. Además, ofrecemos una propuesta integral donde la inteligencia artificial potencia la creatividad sin reemplazarla.

12. ¿Cuáles son tus desventajas frente a la competencia?

→ Actualmente, el principal reto es que el proyecto se está construyendo con recursos limitados: no contamos con un presupuesto robusto ni un equipo amplio. Esto implica que el desarrollo avanza a un ritmo más lento y que el soporte inicial depende directamente del fundador y de las inteligencias artificiales con las que trabaja. Estas condiciones pueden generar sesgos y limitar la velocidad de crecimiento en comparación con jugadores más consolidados.

13. ¿Hay un competidor que admires? ¿Cuál y por qué?

→ Admiramos a **Buffer**, por ser uno de los líderes del sector y marcar estándares de referencia en la gestión de redes sociales, y a **Notion**, por su UX sencilla y poderosa que ha sabido capturar millones de usuarios alrededor del mundo. Ambos representan referentes que inspiran nuestro

desarrollo: Buffer por su especialización y liderazgo, Notion por su simplicidad y adopción masiva.

14. ¿Cuál es tu visión para tu empresa a corto y mediano plazo?

→ En el corto plazo, consolidar presencia en Medellín y llenar el espacio que existe en el mercado de agencias de marketing digital locales. A mediano plazo, expandir operaciones a Estados Unidos, Europa y otras regiones, posicionando a IREAL como una plataforma global que conecta creatividad con inteligencia artificial en la creación de contenido.

15. ¿Qué tiempo tienes disponible para la planeación del proyecto?

→ Actualmente, el fundador trabaja en un horario 9-to-5, por lo que el tiempo dedicado a IREAL se concentra en los espacios libres: antes y después de la jornada laboral y durante los tiempos de almuerzo. Esto implica un compromiso de dedicación constante en los ratos disponibles, con la intención de maximizar cada momento para avanzar en el desarrollo.

16. Siguiendo una línea gráfica, ¿qué buscas para tu empresa? (ejemplos: minimalista, clásico, etc.)

→ El logotipo oficial de IREAL muestra la palabra “ireal” en minúsculas con una tipografía serif elegante. A su derecha aparece el isologo de un sombrero minimalista con dos orejas estilizadas, simbolizando la magia de la marca. Las características clave de este diseño son la unidad tipográfica-simbólica y la neutralidad cromática. Hay tres versiones autorizadas: primaria (negro sobre fondo off-white), inversa (blanco sobre negro) y monocromática en negro o blanco. Siempre debe mantenerse una zona de seguridad y no distorsionar proporciones.

17. ¿Qué intenta comunicar la empresa y por qué? ¿Cuál es el valor agregado?

→ La paleta de IREAL consta de cinco colores definidos, cada uno con un rol claro: Off-white #FDF6EB (fondos y contraste suave), Blanco #FFFFFF (áreas de descanso), Negro #000000 (tipografías, logotipo e iconos), Rojo #E50914 (acentos mágicos y llamadas a la acción) y Gris neutro #E5E5E5 (líneas y fondos secundarios). Estas combinaciones logran contraste elegante y profesional. Se evita usar colores fuera de esta paleta, degradados o sombras.

18. ¿Qué referencias gráficas consideras apropiadas para este proyecto y por qué? (pueden ser marcas competidoras o no relacionadas)

→ La identidad tipográfica equilibra tradición y modernidad. Para títulos y logotipo se recomienda una serif principal (Playfair Display o Libre Baskerville) que aporta elegancia y reminiscencias mágicas. Para cuerpos de texto y navegación se usa una sans-serif secundaria (Inter, Work Sans o Satoshi) que garantiza legibilidad y frescura. Es importante establecer jerarquías de tamaño y peso para mantener cohesión tipográfica.

19. ¿Qué esperas de la marca gráficamente? (colores, estilos, ideologías, simbolismos, actitudes)

→ El moodboard de Pinterest sugiere un ambiente cálido y neutro, con fondos off-white o gris claro y luz natural. Las imágenes deben narrar el proceso creativo: estudios de grabación caseros, cámaras, micrófonos, tablets, escenas de brainstorming, edición de vídeo y producción de audio. Se pueden incluir detalles de magia sutil como barajas o destellos. La composición debe priorizar espacio negativo y simplicidad.

20. ¿Qué no te gustaría que tuviera la marca gráficamente? (colores, estilos, ideologías, simbolismos, actitudes)

→ Los patrones de la marca se construyen con líneas finas, destellos y formas geométricas inspiradas en trucos de magia. Los iconos deben ser monocromáticos y lineales, representando objetos del proceso creativo (cuaderno, micrófono, cámara, herramientas). Deben evitarse

iconos con sombreado o estilos ilustrativos complejos. Este lenguaje visual comunica modernidad y magia con sutileza.

21. ¿Cuáles son los entregables de tu proyecto? (identidad corporativa, sitio web, empaques, etiquetas, etc.)

→ En la interfaz digital (sitio y app) se combinan fondos off-white y negro con toques de rojo. Las secciones están estructuradas en bloques con espacio y bordes suaves. En redes sociales se emplean plantillas con el logotipo y mensajes motivadores; fotografías del proceso creativo sirven de fondo para citas. La papelería y presentaciones mantienen fondo claro, destacan el logotipo en negro y usan jerarquía tipográfica y paleta oficial. Para proteger la integridad de la marca siempre se respetará proporción, zona de seguridad, contraste adecuado y se evitarán efectos como sombras o degradados.