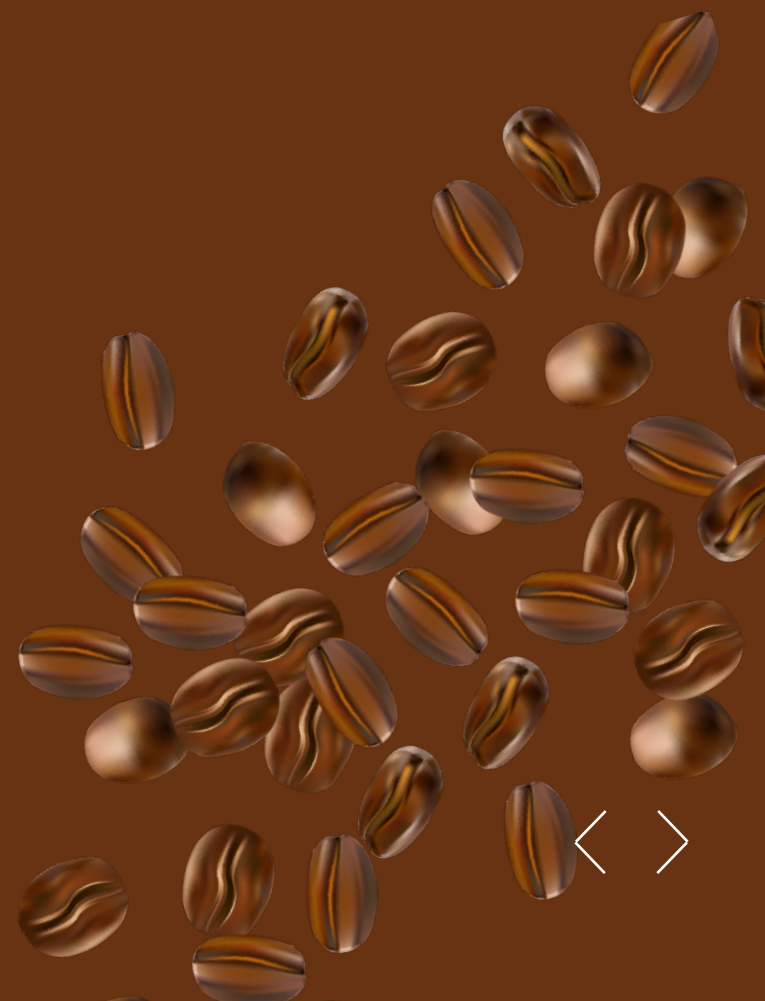


PROYECTO FINAL DE MÁSTER

TIKUSI COFFEE

Raúl Guerrero



BRIEFING

MEMORIA

MARCA

MOCKUPS Y
MERCHANDISING

IMPLEMENTACIÓN
WEB

BRIEFING

Vamos a hablar de la empresa





INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA

Creación de una nueva empresa, basada en la elaboración del tueste del café exclusivamente **100% arábica**.

Seleccionamos **cafés de especialidad** de todo el mundo cuidando al máximo el tueste para extraer lo mejor de cada origen, y lo más importante, el café que pides hoy, será **tostado 24h antes de su envío**, puesto que el café y sus propiedades se van perdiendo conforme va pasando el tiempo del tueste, cada vez pierde mas sabor, aroma y componentes importantes para saborear al máximo cada grano. Te podemos asegurar la **calidad/precio** de nuestro producto, no encontrarás nada mejor, cuando lo pruebes solo querrás repetir; **y la inigualable experiencia** que tenemos en el sector.

INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA

También nos dedicamos a impartir pequeños **cursos**, para enseñarte a **preparar un buen café en casa**: cómo calcular un buen molido del café, recomendaciones de máquinas de molido, como calcular la cantidad de café para cada taza, el secreto del espresso, recomendaciones de cafeteras, etc. Todo esto de forma totalmente **gratuita** una vez realizas tu primer pedido, para que, puedas disfrutar de tu compra con la mejor experiencia posible. Como se suele decir “el café, depende de quien te lo sirva está más o menos bueno”, queremos que **TÚ seas de los que SÍ sabe servir un buen café**.

¿Sabes cuanto café se consume a día de hoy?



El consumo de café ha aumentado un **95%** en los últimos 30 años, llegando a la cifra de casi **10.000 millones de kg de café al año.**



NOMBRE DE LA EMPRESA

Al ser el café **originario de ETIOPÍA**, queríamos relacionar el nombre con ello, ya que nosotros somos un nuevo origen, TIKUSI significa en el idioma amhárico, original de este país, **FRESCO**. ¿Y por qué llamar fresco a un producto amargo? Por la diferenciación entre nosotros y la competencia, mientras la gran inmensa mayoría de empresas, cuyo producto es el café, suelen venderte el producto tostado y tratado químicamente y de mezcla con otro tipo de componentes e incluso ya molido, nosotros te enviamos un producto **100% recién tostado** en las últimas 24/48h, un producto **100% arábico** y **100% ecológico** sin ningún tipo de aditivo ni componente químico. Consideramos que nuestro café es el **GRANO MÁS FRESCO** que puedes consumir en comparación a la competencia.

TIKUSI COFFEE





VALORES DIFERENCIALES Y METAS

Como ya hemos comentado nuestros valores diferenciales, son muy claros con respecto a la compañía:

- **Producto 100% arábica**
- **Producto 100% ecológico**
- **Granos tostados 24/48h antes de su envío**
- **Cursos "Tú sí sabes servir un buen café"**
- **Garantía de calidad**

METAS U OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Queremos, por supuesto a parte de vender la mayor cantidad del producto posible, darnos a conocer a la vez que nuestros servicios, que nuestros clientes sepan que **no sólo vendemos café**, sino que le ayudamos para saber elegir entre la gran cantidad de cafés que existen y ser todos unos expertos. **Queremos llegar más lejos** de ser "una marca de café", y tener nuestro **producto repartido en todo el mundo.**



BRIEFING

MEMORIA

MARCA

MOCKUPS Y
MERCHANDISING

IMPLEMENTACIÓN
WEB

MEMORIA PROYECTO

Especificación de los diferentes elementos de implementación





PROGRAMAS Y COLORES

Para la creación del logotipo, usaremos el programa **ILLUSTRATOR** de ADOBE, para crear un vector manejable y que se adapte a las distintas situaciones, intentando respetar una serie de valores de **armonía, sencillez y implementación gráfica del producto.**

Hemos seleccionado los colores previamente visualizados en una pantonera llamada: Pantone Extended Gamut Coated.

Para mockups y tratado de imágenes así como los poster hemos usado **Photoshop. Indesign** para la creación de el manual de identidad y **Adobe Xd** para el diseño web.

COLOR PRINCIPAL #4a281a RGB 74, 40, 26 CMYK 44, 73, 77, 69	
COLOR COMPLEMENTARIO #bae0ef RGB 186, 224, 239 CMYK 34, 0, 14, 0	
COLOR SECUNDARIO #643413 RGB 100, 52, 19 CMYK 37, 73, 94, 54	COLOR SECUNDARIO #ba6028 RGB 186, 96, 40 CMYK 21, 67, 90, 11



BRIEFING

MEMORIA

MARCA

MOCKUPS Y
MERCHANDISING

IMPLEMENTACIÓN
WEB

MARCA

DESARROLLO DE LOGOTIPO PARA NUEVA MARCA





ELECCIÓN DEL GRANO DE CAFÉ COMO ISOTIPO

Como ya hemos explicado anteriormente, nuestra principal diferencia con la competencia es **EL TUESTE DEL GRANO PREVIO AL ENVÍO**, entonces, creemos que no hay nada que nos represente más que el grano de café con un **aire fresco**, renovado y minimalista al ser posible implementado en la parte superior del nombre, intentando crear una “caja” cuadrada para la futura implementación del logo.

ELECCIÓN DEL GRANO DE CAFÉ COMO ISOTIPO

Cuando un alimento está dentro de la boca, percibimos su **“olor”** no por la nariz sino por la nasofaringe, que conecta a la faringe con el bulbo olfatorio. Para darnos cuenta de la **importancia del olfato en la percepción del sabor** – sea del café o de cualquier otro alimento – basta hacer un pequeño experimento: bebemos un sorbo de café y **nos tapamos la nariz** apretando con los dedos (como cuando estamos acatarrados). Notaremos que **el café “no nos sabe”**. Después nos destaparemos la nariz y exhalaremos suavemente por ella, mientras tenemos el café en la boca: ¡El sabor del café aparece de inmediato! ¿Donde queremos llegar con esto? Queremos que aparezca algo relacionado con el **OLOR** directamente en el isotipo, ya que este mismo olor y sabor, nos hará darnos cuenta de la cantidad de sabores que podemos **diferenciar** dentro de nuestro café, dependiendo principalmente del tueste pero hay que destacar que hay inmesidades tipos de **sabores**: hay cafés florales, frutales, especiados, etc.





IMPLEMENTACIÓN DEL LOGO EN NEGATIVO



BRIEFING

MEMORIA

MARCA

MOCKUPS Y
MERCHANDISING

IMPLEMENTACIÓN
WEB

Mockups y merchandising

Ejemplos de implementación de la marca





PACKAGING DE PRODUCTO

Este sería el packaging de nuestros productos, utilizando el color **cian como elemento del envoltorio**, exactamente el color contrario al usado para el logotipo, **PANTONE 566 XGC**.

Podemos observar que hay dos tipos de productos, uno es **café de 1kg y otro de 250gm**. En la parte superior, habrá otro tipo de diferenciación podremos diferenciar las variedades de café según su sabor o variedad de tostado.



BRIEFING

MEMORIA

MARCA

MOCKUPS Y
MERCHANDISING

IMPLEMENTACIÓN
WEB

MOCKUPS



MOCKUP



BRIEFING

MEMORIA

MARCA

MOCKUPS Y
MERCHANDISING

IMPLEMENTACIÓN
WEB

MOCKUP



MERCHANDISING



BRIEFING

MEMORIA

MARCA

MOCKUPS Y
MERCHANDISING

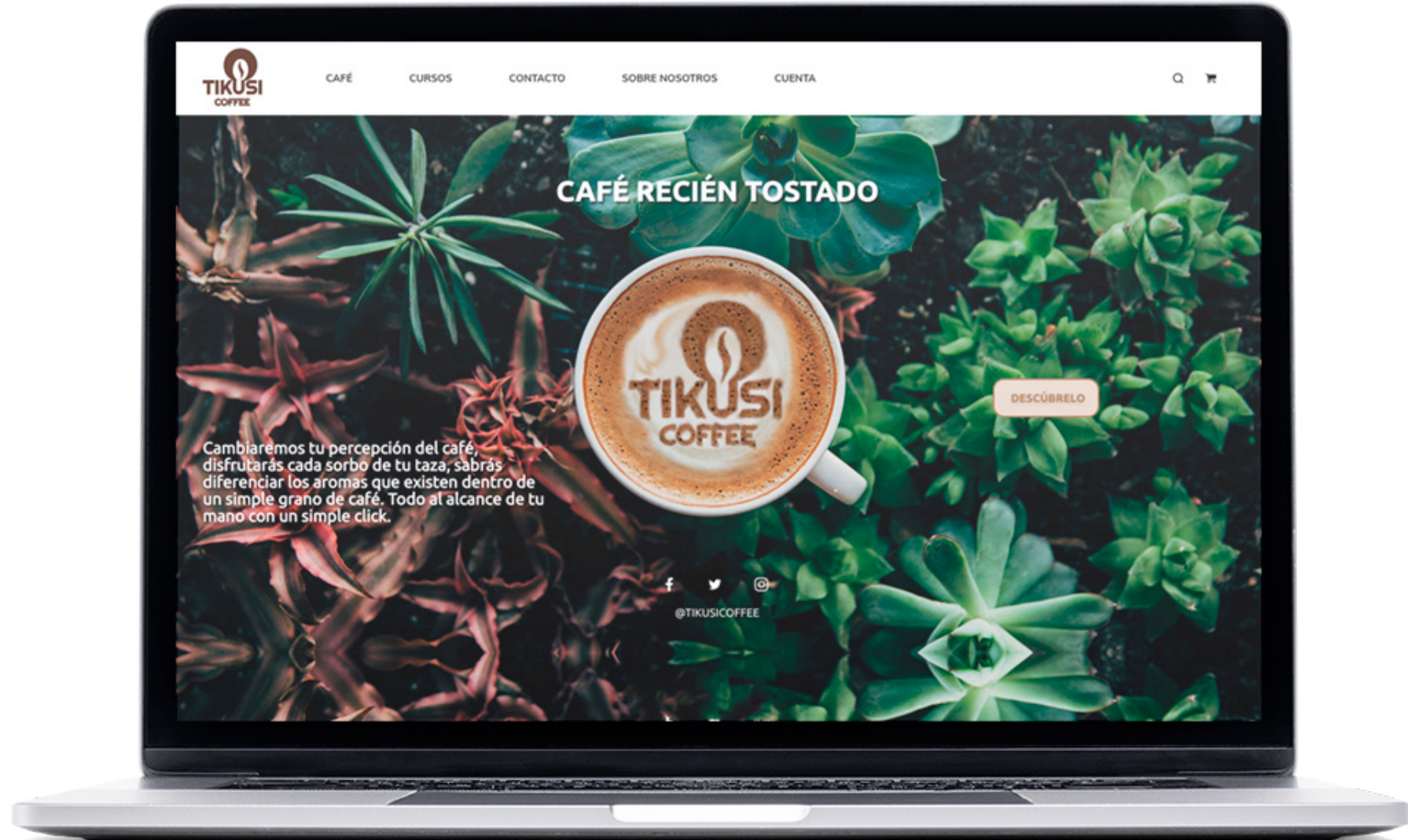
IMPLEMENTACIÓN
WEB

Implementación web

Vamos a ver el diseño web de escritorio y móvil



IMPLEMENTACIÓN WEB ESCRITORIO



BRIEFING

MEMORIA

MARCA

MOCKUPS Y
MERCHANDISING

IMPLEMENTACIÓN
WEB

IMPLEMENTACIÓN WEB MÓVIL

