

# Café Especial

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior  
Diseño Gráfico  
Sexto Semestre  
Bogotá D.C  
2024

Nicol Alejandra Prada Benavides  
Alejandro Penagos Mendoza  
Erika Juliet Contreras Rey

# Introducción

**Feria del café del 2 a 5 de octubre – Corferias**

**Cliente: Café especial**

Café especial vende una experiencia a sus clientes de manera “especial”. Todo con el fin de que el consumidor tenga una experiencia cercana al producto, más allá del café, se llevan una experiencia de catación. La cual ayuda a diferenciar del café que se acostumbra a tomar a diario, a tomar un café propio y 100% colombiano. Analizado por expertos que tienen conocimiento más cercano a la catación. Café especial no maneja una línea gráfica, porque no tienen un asesoramiento para su marca. Desarrollaremos una línea que se asocie con la marca, dando así entregables que el cliente puede aprovechar y utilizar en su emprendimiento y destacar en la feria del café.

## Abstract

Specialty coffee sells an experience to its customers in a “special” way. All so that the consumer has an experience close to the product, beyond the coffee, they get a tasting experience. Which helps to differentiate the coffee that we usually drink every day, from having our own, 100% Colombian coffee. Analyzed by experts who have closer knowledge of cupping. Special coffee does not have a graphic line, because they do not have advice for their brand. We will develop a line that is associated with the brand, thus providing deliverables that the client can take advantage of and use in their venture and stand out at the coffee fair.

Palabras clave:

- \*Café
- \*Emprendimiento
- \*Diseño
- \*Experiencias
- \*Interactividad

Keywords:

- \*Coffee
- \*Entrepreneurship
- \*Design
- \*Experiences
- \*Interactivity

# Línea gráfica

El one line art, es un estilo creativo y minimalista, que permite tener una forma orgánica y tranquila, lo que va alineado con el significado sentimental que le tenemos al café, es una bebida que nos acompaña día a día, depende del momento nos puede dar muchas sensaciones, va acorde con la catación que realiza la marca, ya que a partir de ese punto, los 5 sentidos, pueden ser subjetivos en cada persona, el gusto, el olfato, puede tener una intensidad distinta en cada persona, lo que justifica el porqué de la variación de líneas en las ilustraciones.

Tipografía:

Gotham Family  
Montserrat Family  
Helvética  
Verdana

Piezas gráficas:

- \*Interactividad 3D
- \*Instagram
- \*Página Web
- \*Empaque

## Metodología

Nuestra metodología es mixta por la recopilación de datos que se basa a través de la experiencia de las personas. A base de esa interpretación de las vivencias nos basamos en generar una propuesta de valor para el cliente.

## Misión

Mediante nuestra metodología mixta lograremos saber si nuestra línea gráfica es idónea para el cliente, y darle una identidad gráfica a la marca .

## Visión

Proporcionar una propuesta en la que nuestro cliente pueda destacar, en las futuras ferias del café u otros eventos.

## Problemática:

Café especial (Cliente) no tiene una línea gráfica que los haga destacar entre otros emprendimientos.

## Pregunta problema:

¿Cómo nuestra propuesta gráfica puede mejorar de forma visual el emprendimiento de Café especial, de manera interactiva, incluyendo el 3D?

## Público objetivo:

Según Revista PyM la edad promedio de las personas que consumen café, es de 26 a 40 años. Es decir a las personas jóvenes y adultas.

## Objetivo general

Desde la estrategia de comunicación generar una propuesta para dar a conocer a nuestro cliente y así los jóvenes y adultos se interesen en participar de manera interactiva en el emprendimiento, y durante la feria del café.

## Objetivos específicos:

1. Generar una propuesta gráfica para nuestro cliente en la feria del café de manera gráfica que se realiza anualmente en Corferias del 2 al 5 de octubre y para su marca.
2. Mediante el 3D invitar a las personas jóvenes y adultas a interactuar con el entorno y fomentar la participación de estos mismos con el cliente, café especial.
3. Generar una propuesta gráfica que se adapte a medios digitales, cómo páginas web y el entorno interactivo 3D.

## Propuesta de Valor

Nuestra propuesta de valor ofrece un recorrido por la cafetería y vivir una experiencia para que los jóvenes y adultos conozcan los productos de nuestro cliente desde el 3D y hacer sentir exclusivo al público objetivo al momento de interactuar dentro de la cafetería, es decir café especial.

## Propuesta de solución:

Generar una línea gráfica para destacar a nuestro cliente.

## Marco teórico

### Café:

El café crece en un árbol llamado cafeto, de hojas perennes y fragantes flores blancas. Estas flores efímeras, que recuerdan al jazmín, permanecen en el árbol durante 24/48 horas. En estado silvestre, un cafeto puede alcanzar una altura de 6 metros (12 metros en el caso del Robusta), pero en las plantaciones se podrá hasta un máximo de 3 metros para facilitar la recolección de los frutos, conocidos como cerezas. Cada cereza tarda de 6 a 9 meses en madurar, cambiando de color de verde a rojo, amarillo o naranja, según la variedad, y contiene dos granos de café. Cada cafeto produce entre 1,5 y 2,5 kilos de cerezas al año, lo que da una producción preciosa de unos 350 g de granos de café. El cafeto requiere unas condiciones climáticas especiales: mucha agua y calor alterno, y una temperatura que no baje de 12°C por la noche. Por eso se cultiva principalmente en las regiones tropicales del “cinturón del café”, cerca del ecuador, entre los trópicos de Cáncer y Capricornio: en América Latina, África, Asia y Oceanía.

### Catación:

Los cazadores son las personas que mediante los sentidos de la vista, el olfato y el gusto, sienten, perciben, analizan, describen, comparan y valoran la calidad del café. Estas personas se conocen como panelistas, degustadores y jueces analíticos. La catación es el método usado para conocer el aroma, el sabor y la sanidad del café. Este análisis también se llama evaluación sensorial de la calidad del café y prueba de la taza. Por medio de esta técnica se pueden identificar los defectos presentes en la bebida del café, medir la intensidad de una característica sensorial como la acidez y el dulzor, y de igual forma, calificar el sabor, el aroma y la calidad global del producto.

## Bibliografía:

<https://www.revistapym.com.co/articulos/consumidor/64423/con-que-frecuencia-consumen-y-compran-cafe-los-colombianos>

<https://latiendadelcafe.co/blogs/cafe-colombiano/estadisticas-del-consumo-del-cafe-en-colombia-2023>

[https://www.instagram.com/cafe\\_especial/](https://www.instagram.com/cafe_especial/)

El café:

<https://www.malongo.com/wp-content/uploads/2023/06/1.png>

Catación:

<https://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/367/1/avt0381.pdf>