

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**DISEÑO Y BRANDING DE MARCA PARA YANUMA (CAFÉ
ECUATORIANO-FORMATO PRÁCTICO DE BLISTER)**

Angie Daniela Almeida Torres

Licenciado/a en Diseño Gráfico Comunicacional

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Quito, 08 de mayo de 2025

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**DISEÑO Y BRANDING DE MARCA PARA YANUMA (CAFÉ
ECUATORIANO-FORMATO PRÁCTICO DE BLISTER)**

Angie Daniela Almeida Torres

**Nombre del profesor, Título académico
MFA**

Rodrigo Muñoz Valencia,

Quito, 17 de octubre de 2024

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Angie Daniela Almeida Torres

Código: 00211853

Cédula de identidad: 1724443898

Lugar y fecha: Quito, 5 de diciembre de 2024

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación desarrolla la identidad y estrategia de marca de Yanuma, un café de origen ecuatoriano proveniente del río Intag, en Cotacachi. La propuesta se centra en la innovación a través del uso de blisters de café soluble, un formato práctico y diferenciado que permite a los consumidores disfrutar de café de especialidad en cualquier lugar. El estudio aborda el contexto del consumo de café en Ecuador, las tendencias de conveniencia y especialidad, y la viabilidad del producto en un mercado dirigido a personas entre 18 y 35 años con un estilo de vida dinámico. A través de una investigación cualitativa y exploratoria, se desarrolla una estrategia de branding que resalta la innovación y el origen del producto, diferenciándose de las propuestas tradicionales.

Palabras clave: Yanuma, café de origen, innovación, café soluble, branding, blisters de café, Ecuador, consumo de café.

ABSTRACT

This graduation project develops the brand identity and strategy for Yanuma, an Ecuadorian-origin coffee sourced from the Intag River in Cotacachi. The proposal focuses on innovation through the use of soluble coffee blisters—a practical and distinctive format that allows consumers to enjoy specialty coffee anywhere. The study addresses the context of coffee consumption in Ecuador, trends in convenience and specialty coffee, and the product's feasibility in a market targeting individuals aged 18 to 35 with a dynamic lifestyle. Through qualitative and exploratory research, a branding strategy is developed that highlights the product's innovation and origin, setting it apart from traditional offerings.

Keywords: Yanuma, specialty coffee, innovation, instant coffee, branding, coffee blisters, Ecuador, coffee consumption.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	11
DESARROLLO DEL TEMA	12
Oración del problema	12
Público objetivo	12
Ejemplo de buyer persona	13
Antecedentes	13
Antecedente 1.	13
Antecedente 2:	14
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos	14
Confirmación del problema	15
Datos INEC	15
Encuestas	15
Entrevistas	16
Insights.....	16
DESCRIPCIÓN DE SERVICIO O PRODUCTO	18
¿Qué es blissbust y cómo funciona?	18
Propuesta detallada:	18
Nombre e identidad de marca:.....	18
Cómo funciona:	18
La campaña incluirá:	19
Propuesta gráfica	19
Logo	19
Patrón.....	19
Tipografía	20
Cromática	20
Materiales	21
Plano mecánico de la caja	23
Gráficos y Mockups	23
Prototipos.....	24
Blister	24
Prototipo de la campaña de Blissbust.....	25

Testeo del prototipo	25
Exhibición.....	26
Comentarios obtenidos	27
CONCLUSIONES:	29
REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍAS	31
ANEXOS	32

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. BUYER PERSONA	13
------------------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. LOGO YANUMA	19
FIGURA 2. TIPOGRAFÍA, PATRÓN Y PALETA CROMÁTICA EN EL PLANO ABIERTO DE LA CAJA.	23
FIGURA 3. MOCKUPS DE CAJAS Y BLISTERS.....	23
FIGURA 4. SABORES DE BLISTERS DE YANUMA.....	24
FIGURA 5. PROTOTIPO BLISTERS.....	25
FIGURA 6. TESTEO DE YANUMA.....	26

INTRODUCCIÓN

El café es una de las bebidas más consumidas en el mundo y ha evolucionado junto con las necesidades y estilos de vida de los consumidores. En Ecuador, aunque el país es reconocido por la calidad de su café de origen, el consumo interno se inclina hacia opciones más accesibles y prácticas, como el café soluble. Sin embargo, estos productos suelen estar asociados con una menor calidad y una experiencia de consumo limitada. En este contexto, surge la oportunidad de ofrecer una alternativa que combine la conveniencia del café instantáneo con la calidad y trazabilidad de un café de especialidad.

Este proyecto desarrolla la identidad y estrategia de marca de Yanuma, un café de origen ecuatoriano proveniente del río Intag, en Cotacachi, que se presenta en un formato innovador: blisters de café soluble. Este empaque permite a los consumidores disfrutar de café de especialidad en cualquier momento y lugar, alineándose con las tendencias de practicidad y movilidad del mercado actual.

La investigación se basa en un enfoque cualitativo y exploratorio para comprender las preferencias del consumidor, las oportunidades de posicionamiento y la viabilidad de Yanuma en un segmento que busca innovación sin perder la conexión con el origen del café. A través del desarrollo de una estrategia de branding, se busca diferenciar a Yanuma en un mercado altamente competitivo, resaltando su propuesta de valor basada en calidad, conveniencia y sostenibilidad.

DESARROLLO DEL TEMA

Oración del problema

Las personas que llevan una vida ajetreada enfrentan dificultades para acceder al café debido a la falta de tiempo y altos costos, ya que las opciones disponibles en el mercado no siempre combinan calidad, rapidez y accesibilidad.

Público objetivo

El público objetivo de Yanuma está compuesto por personas con un estilo de vida ajetreado, que buscan soluciones prácticas para disfrutar de café sin sacrificar calidad. También incluye a quienes viajan con frecuencia a lugares con acceso limitado a cafeterías, como montañas o destinos al aire libre, donde un formato innovador como los blisters de café soluble les permite disfrutar de su bebida favorita en cualquier momento y lugar.

Ejemplo de buyer persona

Perfil Profesional	Características Personales	Motivaciones	Desafíos
- Trabaja en un ambiente dinámico y de alta exigencia - Jornadas laborales de 9-10 horas diarias - Frecuentemente realiza trabajo remoto y presencial - Utiliza tecnología constantemente - Participa en proyectos creativos que requieren alta concentración	- Soltera, vive sola en un departamento urbano - Práctica de yoga y running los fines de semana - Interesada en sostenibilidad y consumo responsable - Usa redes sociales profesionales y personales - Valora el desarrollo personal y profesional	- Optimizar su tiempo de preparación de café - Mantener alto nivel de energía y concentración - Consumir productos de calidad - Apoyar marcas con responsabilidad social	- Poco tiempo para preparar café tradicional - Gasto frecuente en cafeterías - Necesidad de mantener alto rendimiento - Busca equilibrio entre conveniencia y calidad
Comportamiento de Consumo	Canales de Comunicación	Expectativas de Yanuma	
- Compras online - Sensible a reseñas y recomendaciones - Prefiere productos innovadores - Busca marcas con propósito	- Instagram - LinkedIn - Podcasts de emprendimiento - Blogs de tecnología y estilo de vida	- Café rápido y de alta calidad - Packaging sostenible - Experiencia de marca innovadora - Conexión con comunidad de consumidores	

Tabla 1. Buyer persona

Antecedentes

Antecedente 1.

Tesis "Desarrollo de Pastillas Solubles de Café con Microencapsulación: Análisis de Viabilidad Técnica y Comercial" (Universidad de Guayaquil, 2018)

Laura Mendoza y Juan Pérez investigaron un método innovador para el café soluble mediante microencapsulación, con el objetivo de preservar su sabor y aroma. El estudio analizó la estabilidad, evaluación sensorial y viabilidad comercial del producto, demostrando que esta

tecnología podría conservar hasta un 85% de las características originales del café, con una vida útil extendida y mayor practicidad.

Antecedente 2:

Tesis "Formulación de Blisters de Café Soluble Enriquecidos con Micronutrientes: Una Alternativa Nutricional para Consumidores Urbanos" (Escuela Politécnica Nacional, 2019)

María Sánchez y Carlos Ramírez desarrollaron blisters de café soluble con micronutrientes como vitaminas B y zinc, combinando conveniencia y beneficios para la salud. El estudio incluyó pruebas de estabilidad, análisis sensorial y un estudio de mercado, donde el 72% de los encuestados mostró disposición a pagar más por un café con valor nutricional agregado.

Objetivo general

Desarrollar una innovadora línea de blisters de café soluble que optimice la experiencia de consumo para personas con un estilo de vida ajetreado y viajeros, integrando conveniencia, calidad sensorial y valor social para los productores de Intag.

Objetivos específicos

1. Diseñar un proceso de liofilización que conserve las características organolépticas del café de origen de Cotacachi, garantizando una experiencia sensorial superior en el formato de blister soluble.
2. Desarrollar un modelo de negocio que agregue valor a los productores locales de Cotacachi, promoviendo técnicas de transformación y presentación innovadoras para mejorar sus ingresos.

Confirmación del problema

Datos INEC

Durante nuestra salida de campo a Cotacachi, descubrimos que, aunque el café no era relevante en la región hace 5 o 6 años, en los últimos años los productores locales han apostado por su cultivo, transformando la industria. Hace 2 años, Cotacachi se consolidó como un importante centro productor de café, lo que ha impulsado la apertura de nuevas cafeterías. Según datos del INEC, el 84,60% de las plantaciones de café en Cotacachi tienen menos de 10 años, lo que refleja el auge reciente en la producción. Aunque el rendimiento de café en Imbabura (0,40 t/ha) es inferior al promedio nacional, la industria está en crecimiento, especialmente en Cotacachi, donde el café se ha integrado a la identidad cultural y económica local.

Encuestas

En las encuestas realizadas, los consumidores expresaron una clara preferencia por según datos internos de Yanuma (Angie Almeida, comunicación personal, 2024), el 95% de los encuestados indicó que valoran la facilidad de llevar el café en formato de blisters, especialmente aquellos con un estilo de vida ajetreado o que viajan frecuentemente a lugares sin acceso a cafeterías. Además, el 78% destacó la calidad sensorial del café, mencionando que preferirían un producto que combine la rapidez del café soluble con las características de un café de especialidad. Un 87% de los encuestados también señaló que se sentirían más conectados con el producto al saber que proviene de una región como Cotacachi, conocida por su producción de café de alta calidad, lo que les genera confianza en su origen y aprecio por el impacto social positivo en los productores locales.

Entrevistas

Las entrevistas realizadas a consumidores reflejan la necesidad de un café conveniente y de calidad. Andrés Santillán (comunicación personal, 2024), creador de contenido, mencionó: “La vida sin café no es vida”, destacando su dependencia del café para mantener su productividad. Michelle Oliva (comunicación personal, 2024), madre soltera y profesional, expresó la dificultad de preparar un buen café debido a la falta de tiempo, lo que resalta la necesidad de opciones rápidas y accesibles. Estas entrevistas subrayan la oportunidad de Yanuma de ofrecer un café de alta calidad en un formato práctico, ideal para personas con vidas ajetreadas.

Además, los baristas Daniel Guevara (comunicación personal, 2024) y Wilmer Panamá (comunicación personal, 2024) resaltan el valor de la calidad y la conexión social en el café, lo que refuerza la importancia de posicionar Yanuma como un producto que une conveniencia, calidad y cultura local.

Insights

Andrés Santillán (Creador de contenido):

Insight: "La vida sin café no es vida."

Solución: Yanuma ofrece café premium en blisters, práctico y rápido, para disfrutar en cualquier momento. Además, el juego de cartas complementa la experiencia, fomentando conexiones sociales mientras disfrutan del café.

Michelle Oliva (Lic. en Relaciones Públicas):

Insight: "...Ni tiempo para prepararme un café."

Solución: Yanuma ofrece cápsulas individuales fáciles de transportar y preparar, ideal para personas con agendas exigentes. Su campaña en Instagram refuerza la idea de disfrutar del café "en cualquier pausa, estés donde estés".

Wilmer Panamá (Barista):

Insight: "La transparencia nos ayuda a entrar a mercados internacionales."

Solución: Yanuma resalta su compromiso con la calidad y transparencia, destacando el origen de su café de Cotacachi. Esta historia se comunica en el empaque y en campañas publicitarias, posicionando a la marca como auténtica y confiable.

Daniel Guevara (Barista):

Insight: "El café es un símbolo de conexión social."

Solución: Yanuma fomenta la conexión social mediante el juego de cartas, que invita a compartir anécdotas y reflexionar mientras disfrutan del café. Esto crea una experiencia más profunda y auténtica.

DESCRIPCIÓN DE SERVICIO O PRODUCTO

¿Qué es blissbust y cómo funciona?

Yanuma es una propuesta innovadora de café premium que fusiona la excelencia del café de especialidad, cultivado en el valle del río Intag-Cotacachi, con la practicidad de un formato único: blisters de café soluble. Cada blister contiene una pastilla individual de café, diseñada para disolverse fácilmente en agua caliente o leche, permitiendo disfrutar de un café de alta calidad en cualquier momento y lugar. Este producto está pensado para un público joven y dinámico, de entre 18 y 35 años, que enfrenta una rutina ajetreada y busca soluciones rápidas sin sacrificar el sabor, el aroma ni la experiencia del café.

Propuesta detallada:

Nombre e identidad de marca:

Yanuma es un nombre inspirado en el río Intag, conocido por su agua oscura que simboliza la pureza y riqueza del café de la región. Esta referencia resalta la esencia del café puro, sin adulteraciones, y refleja el compromiso de la marca con la calidad y la autenticidad. La identidad de Yanuma fusiona la tradición de los cafetales ecuatorianos con la innovación, ofreciendo un café premium en un formato práctico para un público joven y dinámico, que busca una experiencia de sabor auténtico en su día a día.

Cómo funciona:

Cada blister de Yanuma contiene 5 gramos de café de especialidad, que se disuelven fácilmente en agua caliente para ofrecer una taza instantánea de café premium con un sabor excepcional. Este formato práctico facilita el transporte y garantiza la frescura del producto, permitiendo disfrutar de café de calidad en cualquier lugar y momento.

La campaña incluirá:

La campaña de Yanuma, bajo el lema "Más que café, momentos que inspiran", busca conectar emocionalmente con los consumidores, combinando estrategias digitales y experiencias en vivo para posicionar la marca en el estilo de vida moderno.

Propuesta gráfica***Logo***

Figura 1. Logo Yanuma

El logotipo de Yanuma combina un diseño tipográfico moderno y creativo con elementos visuales que refuerzan su conexión con el café. La integración de un grano de café en la tipografía, utilizando espacios positivos y negativos, crea un diseño único que representa la esencia de la marca. Este detalle simboliza la calidad premium y la innovación detrás de cada cápsula de café, destacando tanto el nombre como el concepto del producto.

Patrón

El patrón fue diseñado a mano con un estilo de ilustración orgánico que evoca lo artesanal y auténtico. Integra elementos visuales representativos de la región del río Intag, incluyendo íconos de su rica fauna, flora y cultura local, así como motivos relacionados con el café, su entorno y sus procesos. Esta composición no solo enriquece visualmente el empaque, sino que también conecta al consumidor con el origen del producto, transmitiendo cercanía, identidad y respeto por el territorio.

Tipografía

La identidad tipográfica de Yanuma se compone de dos estilos que equilibran modernidad y cercanía con legibilidad y calidez.

La palabra Yanuma, como logotipo, fue desarrollada con un tratamiento gráfico propio que refuerza su singularidad como marca. Su trazo orgánico y fluido mantiene coherencia con el estilo hecho a mano del patrón visual, evocando naturalidad, conexión humana y autenticidad.

Para los textos informativos se utiliza la tipografía Quicksand, una sans serif geométrica con bordes suavizados que aporta un carácter amigable, contemporáneo y accesible. Su estética limpia facilita la lectura, mientras que sus formas redondeadas generan una sensación de cercanía, ideal para comunicar de forma clara y visualmente armónica.

Complementariamente, se emplea Minion Variable Concept para títulos o acentos tipográficos. Esta serif aporta un contraste elegante y clásico, asociado con el conocimiento, la profundidad y la calidad, valores alineados al origen especial del producto. Además, su versatilidad como tipografía variable permite adaptarse con sutileza a distintos pesos y estilos dentro del mismo sistema visual.

Cromática

La identidad visual de Yanuma se construye sobre una paleta cromática que evoca los paisajes, el suelo fértil y la calidez del río Intag. Los colores principales —**café oscuro** y **crema cálido**— transmiten naturalidad, origen y autenticidad, reforzando la conexión con la tierra y el trabajo artesanal.

- **Café oscuro #4E342E**: Representa el grano de café tostado y el suelo andino, anclando la marca a su esencia natural y robusta.

- **Crema cálido #F5ECD8:** Refleja lo artesanal, lo humano y lo orgánico, aportando equilibrio visual y suavidad en el empaque.

Cada sabor de Yanuma suma un color secundario distintivo, vinculado a un animal representativo del ecosistema del Intag, fortaleciendo el vínculo con la biodiversidad local:

- **Puro – Puma (Naranja vibrante) #F26A1B:** Transmite fuerza, energía y carácter. El puma representa la esencia original del café: libre, potente y sin añadidos.
- **Vainilla – Colibrí (Morado suave) #9B6FC6:** Expresa dulzura, elegancia y ligereza. El colibrí y su delicadeza floral inspiran este perfil aromático y sutil.
- **Chocolate – Lagartija (Celeste verdoso) #5EC1B3:** Simboliza agilidad, frescura y dinamismo. El color refleja el movimiento y vitalidad del bosque y su fauna.

Esta estructura cromática no solo permite diferenciar fácilmente los sabores, sino que también ofrece una experiencia visual coherente y emocional, conectando al consumidor con el territorio y la historia viva detrás de cada taza.

Materiales

Tabla 2. Caja exterior:

El empaque de Yanuma está elaborado en **cartulina plegable de alta resistencia**, lo que permite una estructura firme, funcional y estéticamente cuidada. Para elevar la percepción de calidad y reflejar la innovación del producto, la superficie fue recubierta con un **vinil metalizado plateado**, sobre el cual se imprimió el diseño de la marca. Este acabado aporta un efecto visual brillante y moderno, al mismo tiempo que resalta los colores distintivos de cada sabor, logrando una presentación llamativa y profesional.

Tabla 3. **Blisters individuales:**

Cada dosis de Yanuma se encuentra contenida en un blister desarrollado con materiales pensados para preservar al máximo las propiedades del café soluble.

- La cara exterior del blister está recubierta con **vinil metalizado**, que proporciona una barrera protectora contra la luz y la humedad.
- En su interior, el sistema de sellado incluye una capa de **papel de polipropileno** en la zona de adhesión, que permite un cierre seguro y eficiente.
- Finalmente, el contenido está resguardado por una lámina interna de **aluminio con estaño**, material especializado que garantiza una óptima conservación del aroma, sabor y propiedades del café, evitando el paso de oxígeno o contaminantes.

Estos materiales no solo protegen la calidad del producto, sino que también refuerzan la propuesta de Yanuma como una solución innovadora, práctica y con acabados premium, ideal para un consumidor contemporáneo.

Plano mecánico de la caja

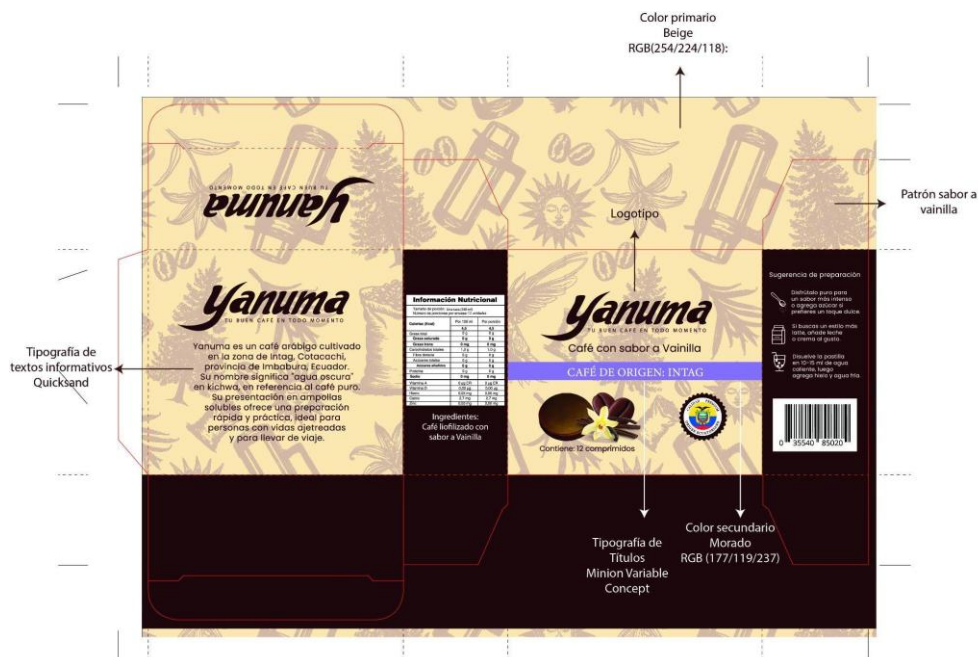


Figura 2. Tipografía, patrón y paleta cromática en el plano abierto de la caja.

Gráficos y Mockups



Figura 3. Mockups de cajas y blisters

La propuesta gráfica incluye mockups del logo, empaques, tarjetas promocionales y presentaciones en diferentes contextos para evaluar su funcionalidad. Cada elemento está diseñado para mantener coherencia visual y destacar la esencia premium y accesible de Yanuma.

Prototipos

Blister



Figura 4. Sabores de blisters de Yanuma

Recurso utilizado: Prototipo utilizando una pastilla de café soluble recubierta con una envoltura física de poliéster metalizado para garantizar su protección, junto con un empaque externo (caja) hecho de cartulina plegable.

Descripción: Se desarrolló un prototipo en el que la pastilla de café soluble está protegida por una envoltura de poliéster metalizado individual, diseñado para evitar cualquier contaminación y preservar la frescura del producto. Esta envoltura, a su vez, está contenida en un empaque externo elaborado con cartulina plegable, lo que aporta un aspecto visual atractivo y profesional.

Prototipo de la campaña de Blissbust

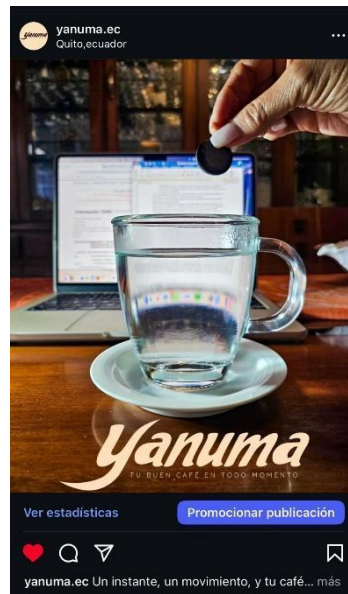


Figura 5. Prototipo blisters

Recurso utilizado: Mockups y simulaciones digitales para pruebas de contenido visual y comunicación.

La campaña de Yanuma destaca su innovación y conexión con el ritmo de vida moderno, posicionándolo como el café ideal para quienes buscan calidad y conveniencia. A través de contenido digital y experiencias interactivas, enfatiza su origen en el río Intag, su impacto en la comunidad cafetera y su practicidad en formato blister, bajo el concepto "Café sin pausa, sabor sin límites."

Testeo del prototipo

Se llevó a cabo un grupo focal con 8 personas diversas en cuanto a edades, ocupaciones y estilos de vida. Este grupo representó un rango amplio de intereses y necesidades, permitiendo obtener una perspectiva completa sobre la experiencia con Yanuma.



Figura 6. Testeo de Yanuma

Exhibición

En esta exhibición se presenta Yanuma, un café de origen ecuatoriano proveniente del río Intag, que destaca por su innovación en el formato de blisters de café soluble. La muestra incluye:

Video que introduce el concepto de Yanuma, su origen, el perfil de su consumidor y cómo su diseño innovador transforma la experiencia del café.

Panel con dos caras: una muestra el proceso de creación del café y su empaque, mientras que la otra proyecta el video.

Stand tipo tienda que permite a los visitantes probar y comprar el café en blisters, simulando una experiencia de compra real.

Mueble de exhibición con el logo de Yanuma y un pintado en color café, reflejando la identidad de la marca.

Yanuma nace del encuentro entre la naturaleza viva del río Intag y la necesidad de una vida moderna y práctica. Este proyecto transforma el ritual del café en una experiencia accesible, sin sacrificar su origen ni su calidad.

La narrativa de Yanuma gira en torno a la conexión con el territorio y su biodiversidad, representada en cada sabor por un animal del ecosistema de Intag: el puma, el colibrí y la lagartija.

Cada elemento —desde el empaque hasta los materiales— comunica un equilibrio entre naturaleza, innovación y libertad, ofreciendo al consumidor una forma distinta de tomar café: rápida, auténtica y con sentido de origen.

Comentarios obtenidos

Los siguientes participantes del focus group compartieron los comentarios:

Logo: Todos los miembros del focus group consideran que el logo es atractivo y efectivo para transmitir las vibraciones de café. Señalaron que el diseño es moderno y una propuesta innovadora del producto.

Favorito: El café de vainilla fue el más valorado por el grupo, destacando su equilibrio entre dulzura y un toque suave de vainilla que lo hace único.

Innovación: Yanuma fue ampliamente elogiado como un producto innovador que combina funcionalidad y diseño estético, diferenciándose de las opciones tradicionales de café instantáneo.

Disponibilidad de pago: Los participantes estarían dispuestos a pagar hasta 50 centavos de dólar por cada pastilla, considerando el valor agregado de la calidad y la experiencia.

Impacto social: Un aspecto importante para el grupo fue la inclusión del impacto social, sugiriendo que en las redes sociales se muestre tanto el proceso de producción como la colaboración con productores locales, resaltando su contribución en la sostenibilidad y el apoyo a la comunidad.

CONCLUSIONES:

A continuación, se presentarán las conclusiones que resumen los hallazgos y aportes clave del desarrollo de *Yanuma*, destacando su innovación, diseño y conveniencia en la experiencia del café.

Yanuma representa una innovación en el consumo de café al introducir blisters de café soluble, pequeñas pastillas que permiten disfrutar de un café de alta calidad en cualquier momento y lugar, sin necesidad de equipo adicional. Este formato responde directamente a las necesidades de practicidad y calidad de jóvenes profesionales, estudiantes y personas con vidas ajetreadas.

La identidad visual de Yanuma, inspirada en la cultura, la fauna, la flora y los elementos del café ecuatoriano, fortalece su posicionamiento en el mercado y la hace destacar frente a la competencia. Es recomendable continuar explorando nuevas formas estructurales para el empaque, con el fin de maximizar su impacto visual, atractivo comercial y funcionalidad.

Aunque el café proviene del valle del río Intag-Cotacachi, la comunicación de marca debe centrarse principalmente en su propuesta de valor: la conveniencia, la experiencia sensorial y la conexión emocional con el consumidor, más allá de su origen.

El mercado actual muestra una tendencia creciente hacia el consumo de café de especialidad en formatos prácticos, lo que representa una oportunidad significativa para que Yanuma se posicione como una opción innovadora y relevante. Con una estrategia adecuada de comunicación y distribución, Yanuma tiene el potencial de consolidarse como una marca fuerte tanto en el mercado nacional como internacional, ofreciendo un producto diferenciado que combina conveniencia, calidad y experiencia sensorial.

Optimizar el diseño estructural del empaque será clave para reforzar la identidad de Yanuma, mejorar la experiencia del usuario y asegurar un impacto memorable en los puntos de venta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

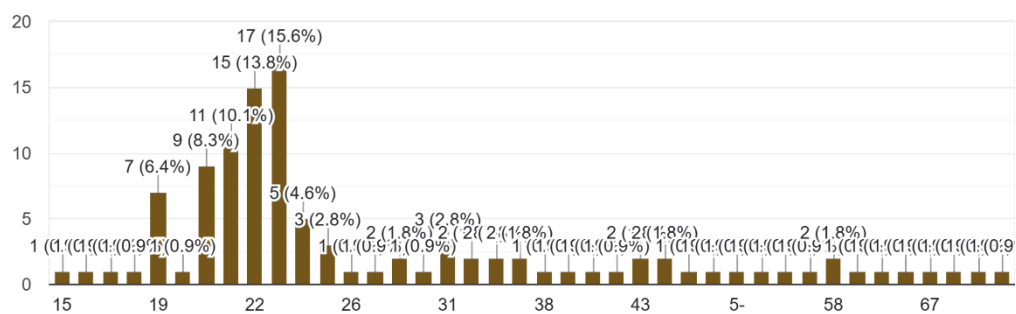
- Mendoza, L., & Pérez, J. (2018). Desarrollo de pastillas solubles de café con microencapsulación: Análisis de viabilidad técnica y comercial [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil.
- Sánchez, M., & Ramírez, C. (2019). Formulación de blisters de café soluble enriquecidos con micronutrientes: Una alternativa nutricional para consumidores urbanos [Tesis de pregrado, Escuela Politécnica Nacional]. Repositorio Digital de la Escuela Politécnica Nacional.
- C, E. V. (2024, 1 octubre). Pepe Jijón: entusiasmo por el café - Revista Mundo Diners. Revista Mundo Diners. <https://revistamundodiners.com/entrevistas/entrevista-pepe-jijon-productor-cafe>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (n.d.). Rendimiento de café. SIPA. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/informe-de-rendimientos-objetivos/rendimiento-de-cafe>

ANEXOS

Anexo A. Preguntas de entrevistas y encuestas a detalle

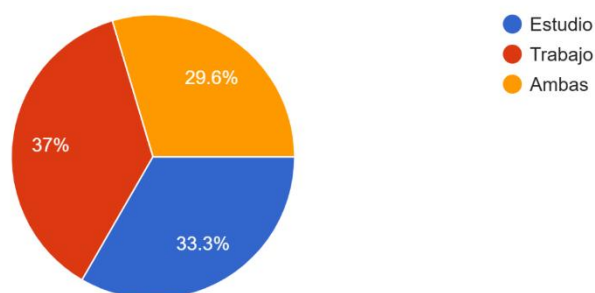
¿Qué edad tienes?

109 respuestas



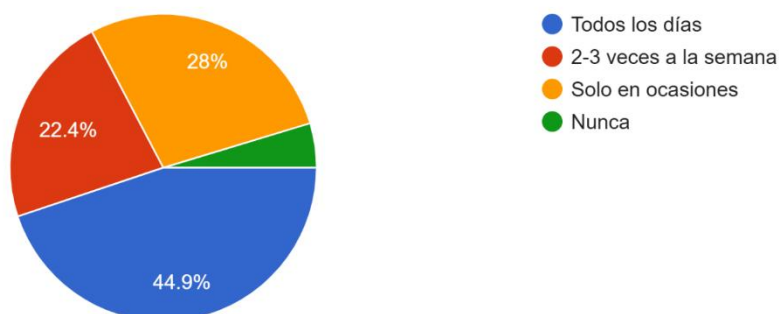
¿A qué te dedicas?

108 respuestas



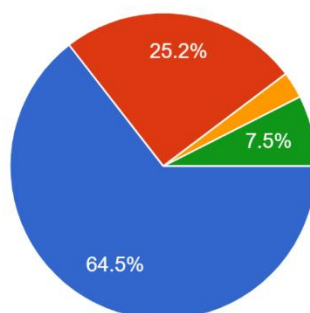
¿Con qué frecuencia consumes café?

107 respuestas



¿Cómo obtienes habitualmente el café que consumes?

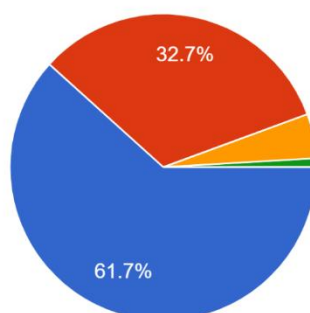
107 respuestas



- Lo preparo en casa
- Lo compro en una cafetería
- Lo compro en máquinas expendedoras
- Otros

¿Cuánto dinero gastas semanalmente en café?

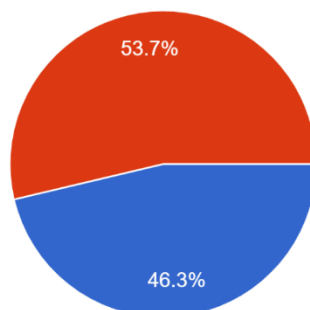
107 respuestas



- Menos de \$5
- Entre \$5 y \$10
- Entre \$10 y \$20
- Más de \$20

¿Te parece que el costo del café es elevado?

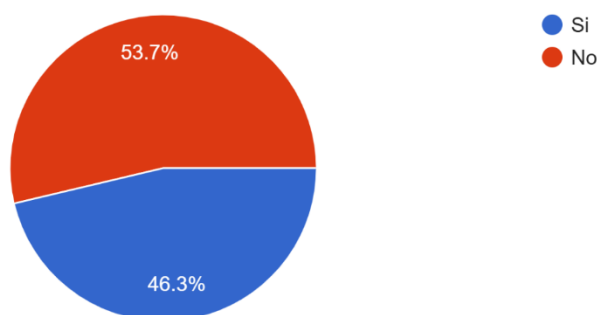
108 respuestas



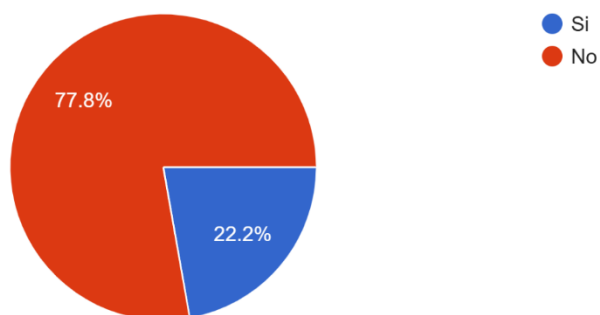
- Si
- No

¿Te parece que el costo del café es elevado?

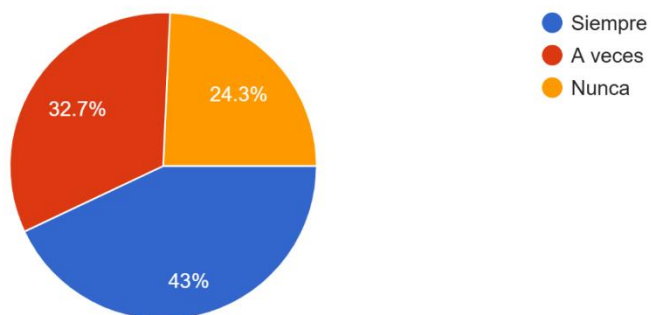
108 respuestas

**¿Has tenido que reducir o dejar de consumir café por su costo elevado?**

108 respuestas

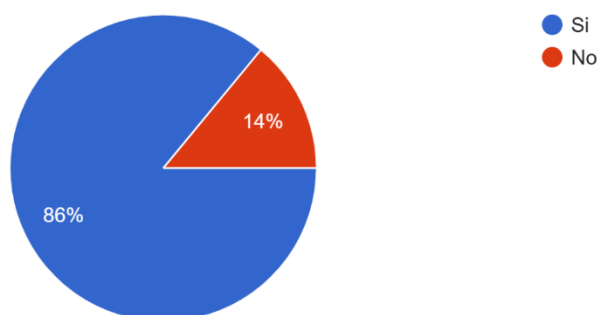
**¿Has considerado preparar tu propio café en casa para reducir costos o ahorrar tiempo?**

107 respuestas



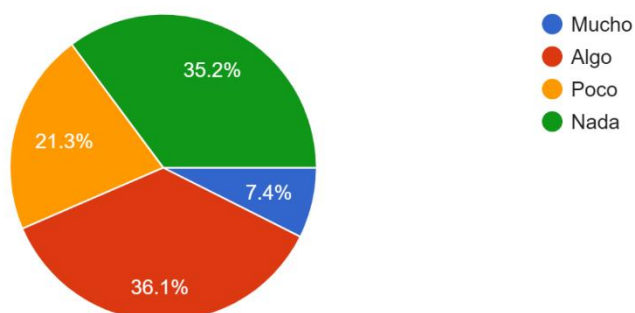
¿Te gustaría que hubiera más opciones de café accesible cerca de tu lugar de trabajo o estudio?

107 respuestas



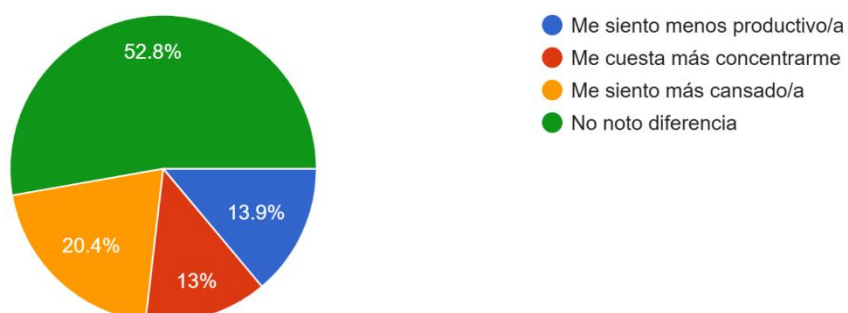
¿Consideras que la falta de café afecta tu rendimiento y energía durante el día?

108 respuestas



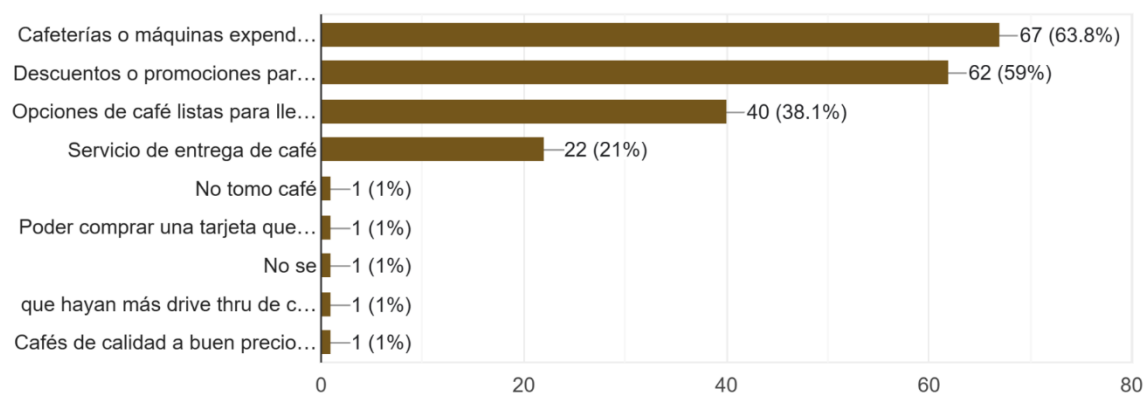
¿Cómo sientes que te afecta no poder consumir café en tu día a día?

108 respuestas



¿Qué soluciones crees que podrían facilitar tu acceso al café? (Puedes seleccionar más de una opción)

105 respuestas



PREGUNTAS ENTREVISTAS:

Sección 1: Hábitos y Preferencias

¿Podrías contarme cómo es tu rutina diaria en cuanto al consumo de café?

¿En qué momentos sueles tomar café y por qué?

¿Por qué eliges café en lugar de otras bebidas para mantener tu energía?

¿Qué beneficios percibes del café en comparación con otras alternativas?

¿Dónde sueles obtener tu café?

¿Prefieres prepararlo en casa, comprarlo en una cafetería o usar máquinas expendedoras?

Sección 2: Barreras y Dificultades

¿Te ha resultado difícil acceder al café por razones de tiempo o costo?

¿Podrías darme ejemplos de situaciones en las que el costo o la falta de tiempo han afectado tu consumo?

¿Te ha afectado el costo elevado del café en tus decisiones de consumo?

¿Con qué frecuencia has tenido que dejar de consumir café debido a su costo?

¿Qué tan accesibles son los lugares para comprar café cerca de tu trabajo o lugar de estudio?

¿Has tenido que recorrer largas distancias o hacer sacrificios para comprar café?

Sección 3: Impacto en el Rendimiento

¿Cómo te afecta en lo personal no poder consumir café durante tu jornada diaria?

¿Notas una diferencia en tu energía, concentración o productividad?

¿Consideras que tu rendimiento diario mejora cuando tienes acceso fácil al café?

¿Cómo describirías tu nivel de productividad con y sin café?

Sección 4: Soluciones y Alternativas

¿Has probado alguna alternativa al café para mantener tu energía?

¿Te ha funcionado igual de bien o notas alguna diferencia?

¿Qué soluciones crees que podrían hacer más accesible el café para personas que estudian y trabajan?

¿Te interesarían opciones como descuentos para estudiantes, café a domicilio o máquinas expendedoras en lugares clave?

¿Si hubiera opciones más económicas y accesibles cerca de ti, cambiarías tu rutina de consumo de café?

¿Qué tipo de cambio te sería más útil?

Sección 5: Opiniones Finales

¿Cómo crees que el café influye en tu capacidad de cumplir con las demandas tanto del estudio como del trabajo?

¿Qué recomendarías a empresas o universidades para mejorar el acceso al café para personas con poco tiempo?

¿Has considerado formas creativas de ahorrar tiempo o dinero al consumir café?

Por último, si pudieras diseñar una solución perfecta para acceder al café en tu día a día, ¿cómo sería?

ENTREVISTA AL PRODUCTOR DE CAFÉ:

Sección 1: Producción de Café

¿Cómo describiría el proceso de producción de café en Cotacachi?

¿Cuáles son las principales etapas y retos que enfrenta en la producción?

¿Qué tipo de café producen y qué lo hace especial en comparación con otras regiones?

¿Cómo influye el clima y la geografía de Cotacachi en la calidad del café?

¿Cuál es el volumen promedio de producción de su finca cada año?

Sección 2: Distribución y Mercado

¿A qué mercados locales o internacionales distribuyen su café?

¿Qué porcentaje de su producción se vende en Ecuador en comparación con el extranjero?

¿Cómo han influido los costos de producción y distribución en los precios finales que los consumidores enfrentan?

¿Considera que estos costos son un factor clave en el acceso limitado al café?

¿Qué medidas han tomado para mantener competitivos los precios de su café frente a las marcas comerciales más grandes?

Sección 3: Impacto Social y Económico

¿Cómo ha influido la producción de café en la comunidad local de Cotacachi?

¿Genera empleo o oportunidades para las familias de la zona?

¿Ha considerado implementar prácticas más sostenibles en la producción de café?

¿Cree que la sostenibilidad es importante para atraer a consumidores conscientes del impacto ambiental?

¿Qué apoyo reciben los pequeños productores de café en Ecuador en términos de financiamiento, tecnología o capacitación?

¿Hay programas gubernamentales o privados que faciliten la producción y distribución?

Sección 4: Acceso y Posibles Soluciones

¿Cómo cree que los productores locales podrían ayudar a que las personas que estudian y trabajan tengan mejor acceso al café?

¿Consideraría trabajar en iniciativas locales para que el café sea más accesible a este grupo?

¿Qué ideas tiene para reducir el costo del café sin comprometer la calidad?

¿Sería viable crear asociaciones con universidades o empresas para ofrecer café a precios más asequibles?

¿Ha pensado en estrategias para que el café de Cotacachi llegue a los consumidores de forma más directa, reduciendo intermediarios?

Sección 5: Perspectivas Futuras

¿Qué cambios espera ver en la industria del café en los próximos años en Ecuador?

¿Cómo se prepara para enfrentar esos desafíos?

¿Qué papel cree que juega el café en la cultura ecuatoriana y en la vida diaria de las personas que estudian y trabajan?

Si pudiera mejorar algún aspecto del mercado de café en Ecuador, ¿cuál sería y por qué?