

BRAND BREW · V2

El Gran Café de México.

La excelencia no se hereda. Se construye con intención.

Estrategia integrada + evidencia de mercado y consumidor · + concepto visual · Café Punta del Cielo

ANTES DE EMPEZAR

Estrategia ordenada, respaldada con datos, lista para validar en campo.

- **LO REAL (VERIFICABLE)**

- Tamaño y crecimiento del mercado (Euromonitor)
- Shares, nº locales, SOV, ticket
- Reseñas reales (Tripadvisor)

- **LO PRELIMINAR (ESTIMADO)**

- Saliencia, top-of-mind, atributos, segmentos %
- Estimaciones calibradas con fuentes públicas (INEGI/ENIGH)
- **Lo confirman los grupos de enfoque**

Intención del documento: **más orden y significado**. Cada idea de marca conectada a una evidencia, con honestidad sobre qué falta confirmar.

EL MOMENTO

El café mexicano se **premiumiza** — pero le falta un ritual que lo justifique.

• REAL · Euromonitor / Kantar

+71%

Valor retail café MX 2020→25
(\$36→\$61.4k M MXN), volumen
plano

Euromonitor

+61%

Tazas fuera de casa 2020→25

Euromonitor

28%

toma café fuera de casa (41%
kiosko)

Kantar / El CEO

+24%

Grano fresco en valor; especialidad
CAGR +11.6%

Euromonitor / GVR

Todo el crecimiento es **precio/mix, no volumen**: ya pagan más por taza. El "premium mexicano con momento propio" aún no existe en su mente. **Esa es la ventana.**

01 · NUESTRO SUELO

Una nueva generación de marcas mexicanas que construyen excelencia con intención.

"Punta del Cielo" = un nivel más alto. Como el buen café, las grandes marcas se definen por su suelo: orgullo mexicano, oficio y diseño intencional.

El origen mexicano es un activo — hoy driver **latente**, palanca a construir.

• PRELIMINAR

02 · NUESTRA GENTE

Para quienes viven **con intención** — aterrizado en segmentos reales.

• PRELIMINAR · a confirmar en grupos de enfoque

"Those who live with intention"
eje de comunicación



Orgullosa del Origen · 36%

promotor, evangelismo privado → activarlo

El que busca lo hecho con propósito



Pragmático Precio/Valor · 33%

"el mejor americano sin pagar \$80" → penetración

"Intención" como **eje creativo**; los segmentos (36%/33%) son los reales del estudio. No inventamos tamaños: el campo confirma.

03 · NUESTRA BATALLA

Tienes el café. No tienes el recuerdo.

El enemigo no es "el café mexicano es inferior". Es la inercia + **Caffenio con capital FEMSA** ocupando la mente primero.



"Caffenio no necesita ganarte en calidad: le basta ser 80% tan bueno y 200% más presente." · SOV real: 29K IG vs Cielito 74K.

04 · NUESTRA PROMESA

Diseñamos el café con intención.

Coffeeness + Craftsmanship — con el right-to-win en el lugar correcto.

• PRELIMINAR · índices de percepción

RIGHT TO PLAY (YA GANADO)

- Calidad / sabor — **idx 118** (sobre-dotado)
- Granos mexicanos, tazas consistentes
- Diseño sensorial cuidado

RIGHT TO WIN (MOVER AQUÍ)

- **Distintividad / saliencia** (activos ownable)
- **Capital de proposición:** proponer PDC = buen gusto
- Presencia en el momento de decisión

La calidad ya no compra la elección — **migrar inversión a disponibilidad mental + presencia social.**

05 · NUESTRO PROPÓSITO

Devolverle **presencia** a lo cotidiano.

El café crea presencia; el diseño le da sentido. Y "presencia" tiene doble filo: estar en la vida del consumidor **y** al frente en su mente cuando elige.

Contra la inercia de lo ordinario: "suficiente" se volvió el estándar. Nosotros no. Diseñar con intención es quitar lo que no importa para que quede lo que sí — el café, y el recuerdo de elegirnos.

TODO JUNTO

Café Punta del Cielo pertenece a una nueva generación de marcas mexicanas que redefinen la excelencia con creatividad, oficio e **intención**. Existimos para quienes viven con intención y se niegan a lo automático. Pero hoy el mercado no duda de nuestro café — **nos olvida al elegir**. Por eso nuestra batalla es la **distintividad**. Diseñamos cada experiencia con intención para **devolverle presencia a lo cotidiano**. Somos **el gran café de México**.



CONCEPTO VISUAL · DISEÑO INTENCIONAL

Si Apple diseñara Punta del Cielo.

La filosofía "diseñar con intención", hecha espacio: vidrio, roble, piedra, luz — y la marca real de PDC.



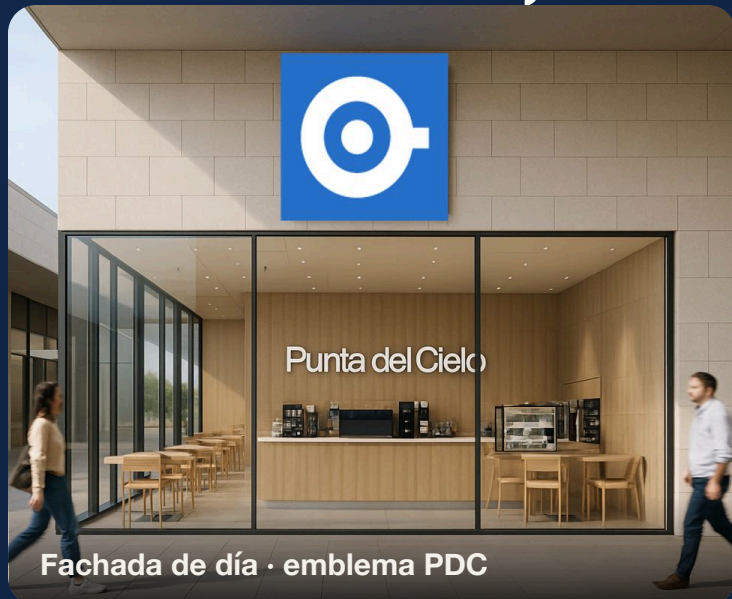
EL ESPACIO

Sin puertas. Sin barreras.

Planta abierta, luz cenital, el café como héroe. Menos, pero mejor.

EL LUGAR, CON INTENCIÓN

Cada rincón, en su sitio.



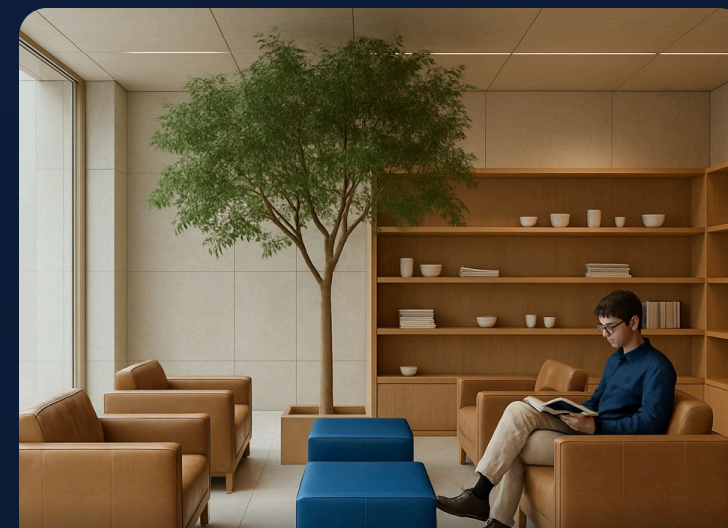
Fachada de día · emblema PDC



Barra sin mostrador-barrera



El vaso como producto



DE ATRIBUTOS A SIGNIFICADO

Conectar lo que **somos** con lo que **significamos**.

Café premium → **Café con significado**

Origen mexicano → **Nueva excelencia mexicana**

Experiencia de producto → **Diseño intencional**

Brand assets → **Filosofía de marca**

HONESTIDAD DE COMITÉ · QUÉ VALIDAN LOS GRUPOS DE ENFOQUE

La dirección es sólida. El campo confirma la magnitud.

- **YA REAL**

- Mercado, shares, locales, SOV, ticket
- Control FEMSA de Caffenio
- Reseñas reales de clientes

- **A VALIDAR (GRUPOS DE ENFOQUE + CUANTI)**

- Segmentos y su tamaño (36%/33%)
- Saliencia / TOM / drivers
- Conjoint de pricing · $n \geq 300$ · por ocasión

Preliminar para dirigir; campo para decidir.