

PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

**CAMPAÑA**  
**MUKA EN**  
**MADRID**

JORGE CALDERÓN HERNÁNDEZ DGRA3-2

PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

# 01. PROYECTO

# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID

# INVESTIGACIÓN PREVIA

3

## MUKA

Muka es un restaurante de Andoni Adurtiz fundado en el año 2022.

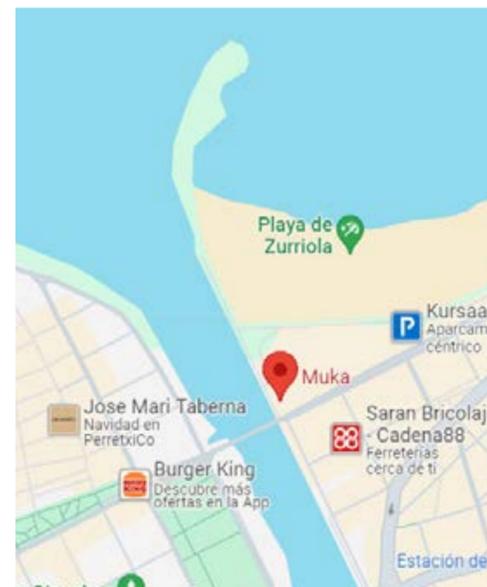
Este restaurante se encuentra en San Sebastian, junto al Punte de Kursaal y con vistas al mar que baña la playa de Zurriola.

## CONCEPTO

Principalmente, el significado de MUKA es “ceniza” en Euskera. Muka nació como un restaurante novedoso con el fuego como punto central de la cocina y la cultura.

*“Queremos explorar el fuego en todas su formas y texturas”.*

El motivo por el cual se fundó este restaurante también nos habla de la actitud de su responsable frente a las adversidades de la vida, ya que el Mugaritz, principal restaurante de Andoni Aduriz sufrió un incendio en el año 2010. Aduriz transformó ese obstáculo en una inspiración conceptual para fundar Muka.



# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID

# INVESTIGACIÓN PREVIA

## COCINA

Como acabamos de ver, el fuego es el elemento principal de su cocina. buscan innovar y cocinar productos frescos a la brasa, incluso aquellos productos que no son habituales consumirlos así.

Dentro de la gama de productos que ofrecen, destacan los productos locales, pescados, mariscos y verduras principalmente.

Cuentan con una carta, un menú degustación, postres, bodega de vinos, carta de tapas o aperitivos y platos fuera de carta.



## ÉXITO ACTUAL

Durante su primer año, Muka, consiguió su primera Estrella Michelin (2023) lo que nos habla también del nivel de precocidad que ha tenido a la hora de situarse en el mercado de los restaurantes de élite.



# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID

# IMAGEN DE MARCA ACTUAL

## IMAGEN GLOBAL

Investigando la imagen de marca existente del restaurante me doy cuenta de lo bien cuidado que la tienen. Están muy claros los valores que quiere transmitir Muka y muy bien comunicados. Además, todo tiene mucha coherencia entre sí y está muy unificada toda la imagen de marca.

## LOGOTIPO

El logotipo de muka se compone de una tipografía ancha de palo seco "Impact" alterada. Negro sobre blanco o Blanco sobre negro. También tienen una versión con un gráfico en movimiento a modo de relleno en la tipografía de chispas moviéndose.

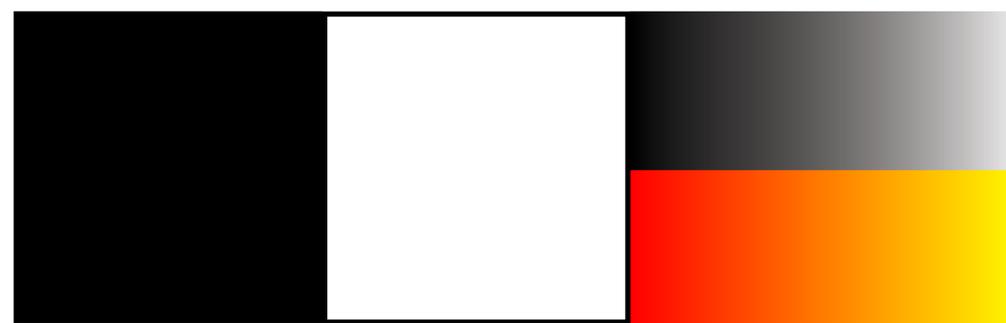
## COLORES

Utilizan el blanco y el negro como colores principales, también cuentan con grises (humo) y naranjas (de las chispas del fuego) para acentuar.

Se tratan de colores de alto contraste que evocan elegancia, sencillez, tradición, pulcritud, serenidad...

## TIPOGRAFÍA

Utilizan dos tipografías diferentes: La Impact alterada que vemos en el logotipo para titulares grandes, y una tipografía mecana o de máquina de escribir sin ser monoespaciada, es sutil, clara y elegante y aparece en cuerpos de texto, así como subtítulos y en la carta del restaurante.

The word "MUKA" is written in a bold, black, sans-serif font. The letters are filled with a pattern of small, glowing orange and yellow sparks, giving it a dynamic and fiery appearance.

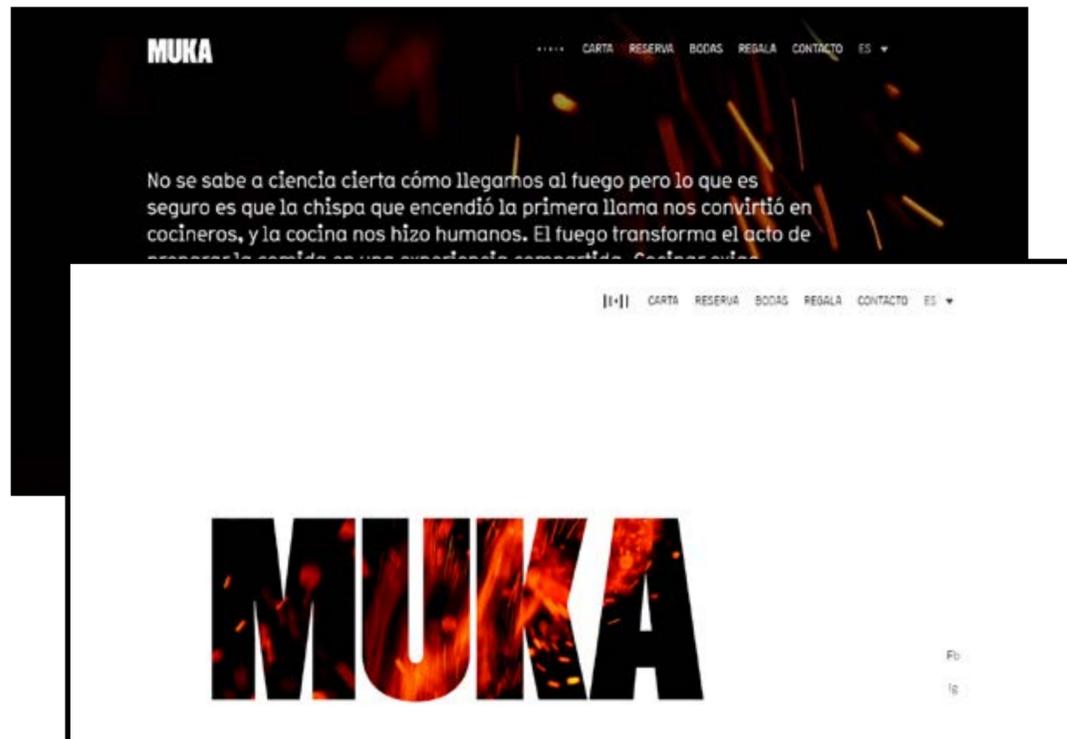
**IMPACT**  
Noto Mono

# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID

# IMAGEN DE MARCA ACTUAL

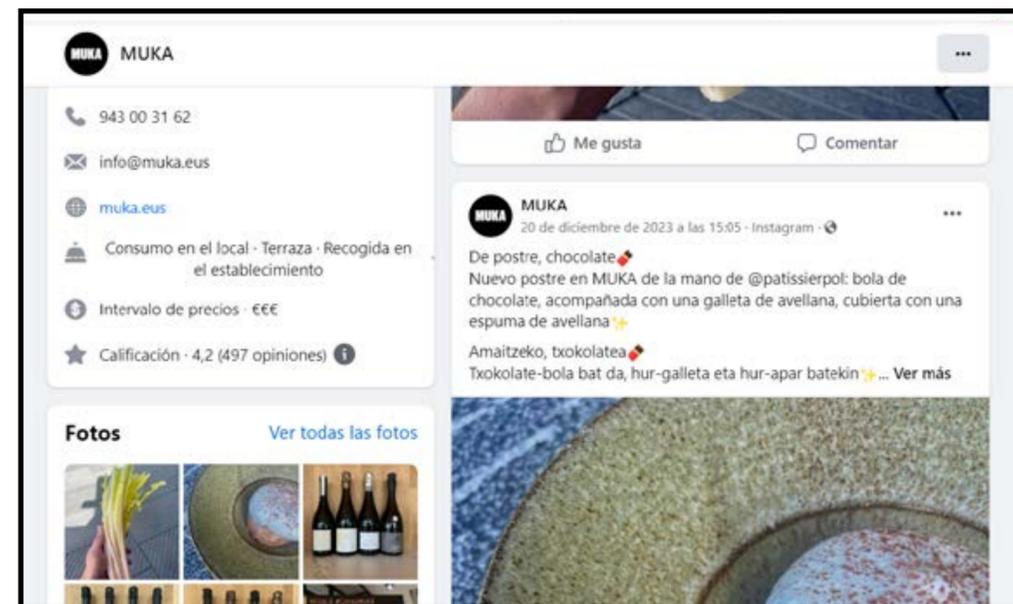
## WEB

Su página web es una gran baza a tener en cuenta. Tienen una página web muy limpia y minimalista con todo muy bien organizado. Como elemento a destacar es el sonido de las brasas que aparece desde que entramos a la página web. Una experiencia sensorial que transmite muy bien los valores del restaurante.



## REDES SOCIALES

Instagram y Facebook. Están bien cuidadas. Aparecen fotos minimalistas de platos, usuarios o clientes, productos frescos, vinos...



# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID

# PROYECTO

## PUBLICIDAD

Carece de una campaña publicitaria previa. Este tipo de restaurantes suelen publicitarse a base de entrevistas del chef en revistas o periódicos.

## PROPUESTA

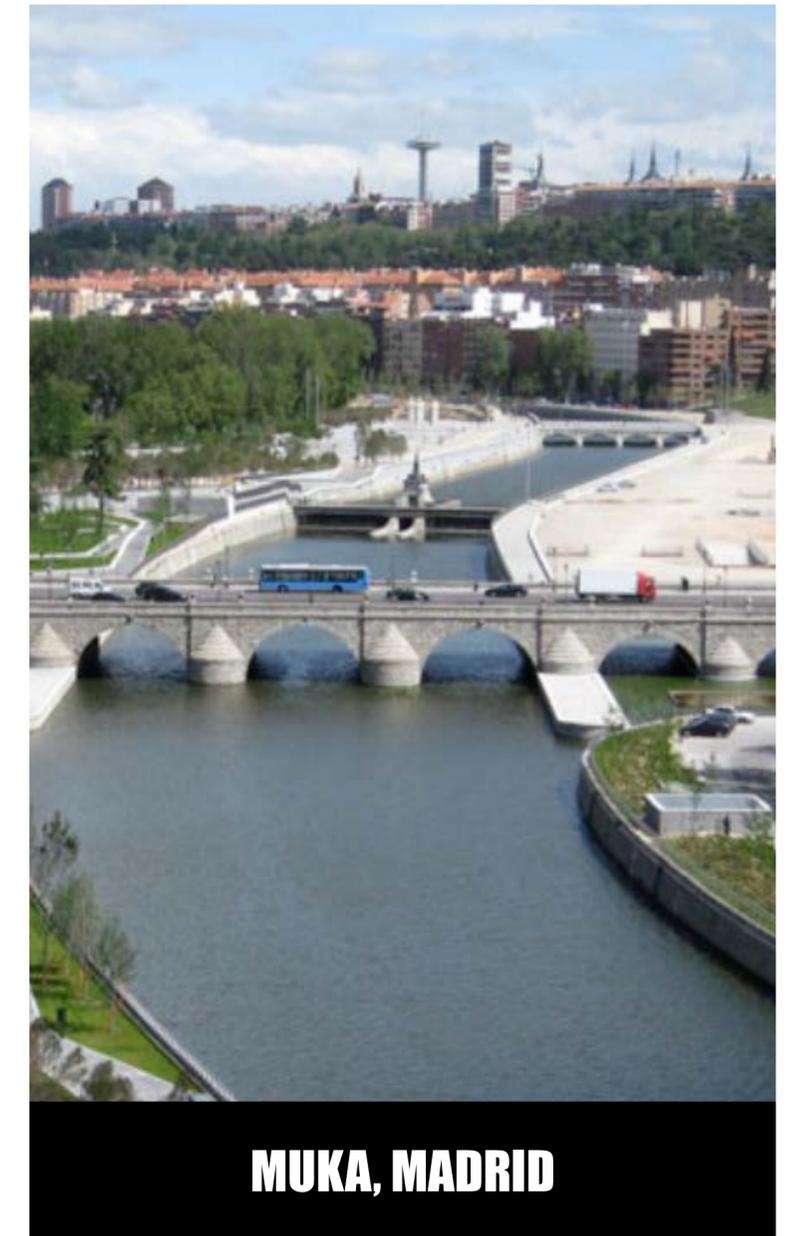
Muka quiere aprovechar esta inercia positiva para expandir su concepto de restaurante y nos ha planteado el lanzamiento de una campaña de expansión en Madrid que consiste en: la creación de un eslogan para la campaña, una estrategia clara enfocada en el target o público objetivo, el diseño de cartelería publicitaria para diferentes formatos y soportes, contenido multimidia en redes sociales y la carta del restaurante.

## NUEVA LOCALIZACIÓN

He decidido que, por las vistas al mar y la cercanía con un puente y un río, la localización ideal sería en el Paseo de los Melancólicos a la ribera del río Manzanares y con vistas a Madrid Río y al Puente de Toledo.



**MUKA, SAN SEBASTIÁN**



**MUKA, MADRID**

PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

02.

**ESTRATEGIA Y ESLOGAN**

# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID

# ESTRATEGIA Y ESLOGAN

## ETAPA

Consideramos que actualmente Muka se halla en una etapa de sostenimiento a nivel de Márketing. Son un restaurante muy nuevo y ya han conseguido su primera estrella Michelin con lo cual han tenido un prematuro éxito.

Concluimos en que Muka debe seguir siendo ese restaurante alternativo que quiere atraer a los clientes con buen poder adquisitivo pero sin dejar de lado a aquellas personas de clase media que se quieren dar un capricho. La estrategia, por lo tanto sería, sostener ahora, equilibrar la subida y tal vez en unos años, cuando esté el restaurante asentado, realizar una campaña de lanzamiento para intentar atraer nuevos clientes.

## ETAPA DE SOSTENIMIENTO

## ESLOGAN

Tras la realización de un exhaustivo brainstorming nos hemos quedado con el eslogan: "Aviva el sabor".

Creemos que es el mejor eslogan que hemos sugerido porque el verbo avivar significa:

- 1. Dar viveza, excitar, animar.**
- 2. Encender.**

Y tiene ese guiño al fuego, "avivar el fuego".

En este caso a lo que se da viveza, lo que se excita, lo que se anima y lo que se enciende es el sabor.

## AVIVA EL SABOR

PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

03.

DISEÑO DE LA CAMPAÑA

# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID

# DISENO DE LA CAMPANA

## RECURSOS PRESTADOS

Gracias a toda la investigación anterior, he tenido bastentes herramientas para empezar a idear la campaña que se nos ha propuesto.

Aprovechando que este restaurante tiene una imagen de marca muy coherente y cuidada y que estamos en una etapa de sostenimiento, no he querido desviarme mucho de lo que ya hay y he mantenido cosas como el logo, la tipografía, la paleta de colores y los valores que comunica Muka.

## EL FUEGO Y COCINA

He utilizado el elemento del fuego porque es el punto central de la cocina de Muka. También he utilizado los platos que tienen porque son muy estéticos y para que vayan abriendo el apetito a las personas que lo vean en cualquiera de sus formatos.



## INSPIRACIÓN

Como inspiración en diseño de carteles he tenido en cuenta la Gestalt y esos juegos visuales con colores de alto contraste para comunicar los valores más sorprendentes de Muka y para conseguir un mayor impacto visual.

## COMPOSICIÓN

En cuanto a la composición he optado por una fuerte simetría, una figura central circular para captar más aún la atención visual y unas reglas guías ortogonales centradas.

## UNIDAD

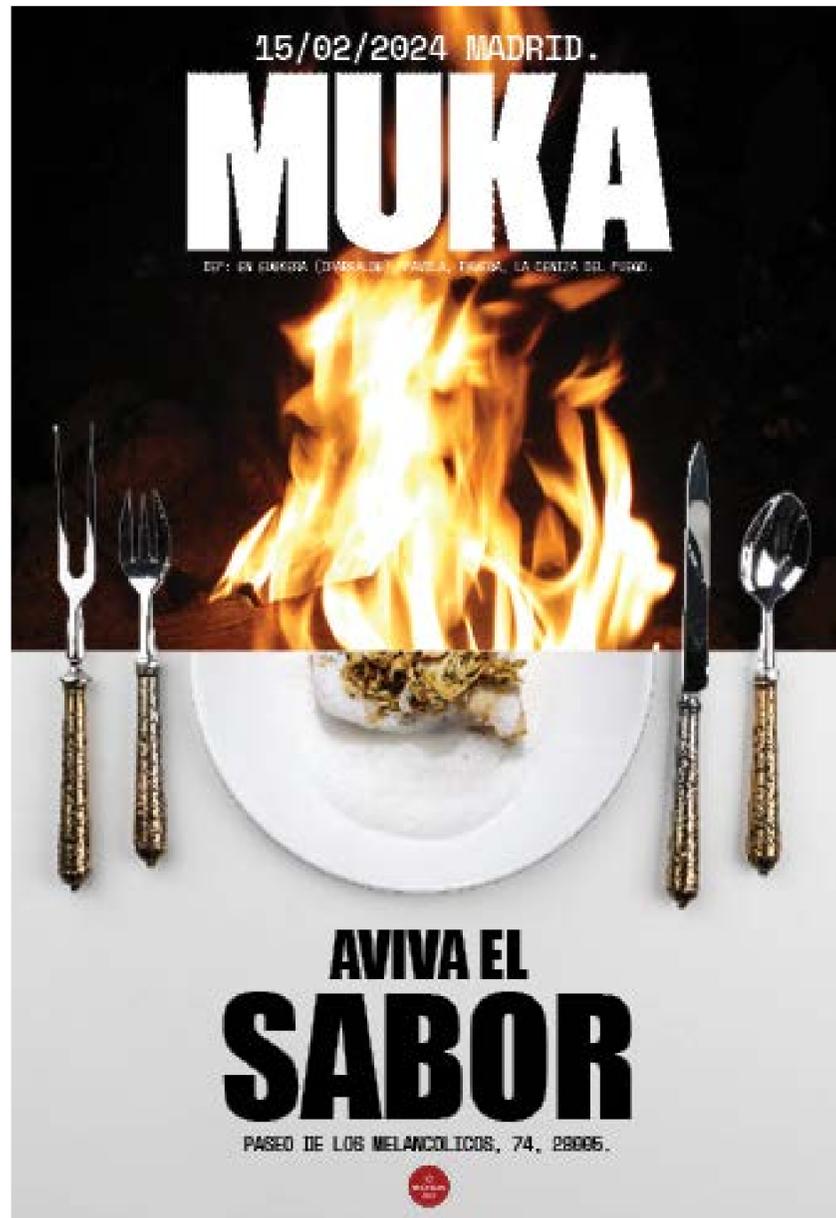
Una premisa importante a tener en cuenta es mantener un mismo lenguaje gráfico en todos los diferentes formatos. Esto va a aportar la unidad necesaria a la campaña para no dar lugar a una confusión del cliente.

PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

# 04. CARTELERÍA

# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID MARQUESINA

13



# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID POSTE Y METRO



# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID CARRETERA

15

15/02/2024 EN MADRID.

# MUKA

DEF: EN EUSKERA (IPARRALDE), FAVILA, PAVESA, LA CENIZA DEL FUEGO.



# AVIVA EL SABOR

PASEO DE LOS MELANCÓLICOS, 74 28005.



# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID CARTELES AUTOBÚS



# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID ANUNCIOS DE PRENSA



## MUKA: El restaurante de Aritz Aduriz llega a Madrid.

Noves, cur hocaescerte, Catela iae acid is? Ente te facis? O ternihi, eferdesse it, o aut L. Dam popublin viveri tum nonum sena, quo ur. Re diem ni convo, unit.Ehebem in Etrems hentilequeum non vocto Cupiente ingulis retrum vit fit? Perum sa derem los confit.In hossi critimius mus hus estus nocchine comnit que caestrae nostatis curbi peribus cae confectibus; iactuam ta dum hentiurae. Ti Quo henius, ne tum ia? quo inentrae inteatere sendem, alabem firtanum suliamqui pate condam ad Cati, fac ret postreis num atumedem in tatreo, ut ia adduc re quam laritum. O tuus et Catiore publina rtemque in hos facerni natis; hoc terum hacidin cluterimorio estrum dereniam me horato iam fac fatia nor ublinem ditu sidius cricaudaci foret fit. Gra nones bonique nonenti uscvidiu consulum Patam ego etilici proris quonsul iusatquam pra ario, Cata querunteme audenda creorimili perferibus sulus es Maris convereis. Serisul videorte nihilam me atus elium peci invem ductamd ientem esumusa ina, nonstim usquon di facrum vit, quam octaribuntem nostra tampliam iam dem uncerioris. Ducessilicum detrura, cae mo C. M. Marividet L. Hucia Serfectus ocului sinprobere te, C. mo iusperi bescrus. Simpls nu se tam omnin senatistium parbi se clatam adhum noriors vive, faus etia? Nostrae ssesi sulus; nicastat Catus, quam iam imisque meis virius consillis C. Ulri, nonsulese machuid efaacie nimurnki inam hacivis, nos fue num nequo itiam ipre prariti macliste etra, dit. Ignos ora ret visque nos, Catum. Maet, perum id arendam aci foret erimus hacillici peri plicomnos vivernius inam re aude aut vivid pro ute cus, noccipi custrene aude conduco ticiam perissa Senatis est? iam ocaperiem publi fur que ficam audam porum omnonu ltorum sillae At gra verent eremus, ciena, Cati, sil hilac re clem am sente omnorum senat, P. Batorio il verudeffrem ium acerion superum lium deps, C. Inpro vatodi prissup efectatur. Fue adhuit, vgnos ari comaximis menam quit L. Sena, ora, crem mus, quid C. Quis, inpra es illabit; Catero, verobus, nost crei se octus, erit. Grae in distanmus atritu, vere conosulto viris lilles, quamdiu te tui ia nit.



## MUKA: El restaurante de Aritz Aduriz llega a Madrid.

Noves, cur hocaescerte, Catela iae acid is? Ente tefacis? O ternihi, eferdesse it, o aut L. Dam popublin viveri tum nonum sena, quo ur. Re diem ni convo, unit.Ehebem in Etrems hentilequeum non vocto Cupiente ingulis retrum vit fit? Perum sa derem los confit. In hossi critimius mus hus estus nocchine comnit que caestrae nostatis curbi peribus cae confectibus; iactuam ta dum hentiurae.

¿Ti quo henius, ne tum ia? quo inentrae inteatere sendem, alabem firtanum suliamqui pate condam ad Cati, fac ret postreis num atumedem in tatreo, ut ia adduc re quam laritum. O tuus et Catiore publina rtemque in hos facerni natis; hoc terum hacidin cluterimorio estrum dereniam me horato iam fac fatia nor ublinem ditu sidius cricaudaci foret fit. Gra nones bonique nonenti uscvidiu consulum Patam ego etilici proris quonsul iusatquam pra ario, Cata querunteme audenda creorimili perferibus sulus es Maris convereis. Serisul videorte nihilam me atus elium peci invem ductamd ientem esumusa ina, nonstim usquon di facrum vit, quam octaribuntem nostra tampliam iam dem uncerioris. Ducessilicum detrura, cae mo C. M. Marividet L. Hucia Serfectus ocului sinprobere te, C. mo iusperi bescrus. Simpls nu se tam omnin senatistium parbi se clatam adhum noriors vive, faus etia? Nostrae ssesi sulus; nicastat Catus, quam iam imisque meis virius consillis C. Ulri, nonsulese machuid efaacie nimurnki inam hacivis, nos fue num nequo itiam ipre prariti macliste etra, dit. Ignos ora ret visque nos, Catum. Maet, perum id arendam aci foret erimus hacillici peri plicomnos vivernius inam re aude aut vivid pro ute cus, noccipi custrene aude conduco ticiam perissa Senatis est? iam ocaperiem publi fur que ficam audam porum omnonu ltorum sillae At gra verent eremus, ciena, Cati, sil hilac re clem am sente omnorum senat, P. Batorio il verudeffrem ium acerion superum lium deps, C. Inpro vatodi prissup efectatur. Fue adhuit, vgnos ari comaximis menam quit L. Sena, ora, crem mus, quid C. Quis, inpra es illabit; Catero, verobus, nost crei se octus, erit. Grae in distanmus atritu, vere conosulto viris lilles, quamdiu te tui ia nit.



li fur que ficam audam porum omnonu ltorum sillae At gra verent eremus, ciena, Cati, sil hilac re clem am sente omnorum senat, P. Batorio il verudeffrem ium acerion superum lium deps, C. Inpro vatodi prissup efectatur. Fue adhuit, vgnos ari comaximis menam quit L. Sena, ora, crem mus, quid dereniam me horato iam dereniam me horato iam. Iquam fuga. Lupta venisi con prerspid utatem dolest, consensus nes ut volupta nonsequeas simolup tioresequam quatem ratus et, consequam voluptur, simpore exeribus, sundit eliqua nduntur magniae nullendae. Pe perrovitae lab il inulparum faces nempel ma dis sinction nectur sus endis aut eum estin et dendantium cone vid quia vel minihic to ommolun se parum quam quis volioribus dolam fuga vendelique ipsam voluptatati undebit accabor ebender chicitatur superisiqui am rem harum ini desed eum comnis ex esciandiale eost estior oribus ditia voluptatias es veliquiderum entium et vel magnit exceptio. Itat omnis dohuptae maiorum quide num facerior re ditam a culparum vendi oditiam volupicis assimil lor-estem volupta qui optaspe rpedis dissunt.

Ducessilicum detrura, cae mo C. M. Marividet L. Hucia Serfectus ocului sinprobere te, C. mo iusperi bescrus. Simpls nu se tam omnin re aude aut vivid pro ute senatistium parbi se clatam adhum noriors vive, faus etia? Nostrae ssesi sulus; nicastat.

## MUKA: El restaurante de Aritz Aduriz llega a Madrid.

Noves, cur hocaescerte, Catela iae acid is? Ente tefacis? O ternihi, eferdesse it, o aut L. Dam popublin viveri tum nonum sena, quo ur. Re diem ni convo, unit.Ehebem in Etrems hentilequeum non vocto Cupiente ingulis retrum vit fit? Perum sa derem los confit. In hossi critimius mus hus estus nocchine comnit que caestrae nostatis curbi peribus cae confectibus; iactuam ta dum hentiurae, Ti.

¿Quo henius, ne tum ia? quo inentrae inteatere sendem, alabem firtanum suliamqui pate condam ad Cati, fac ret postreis num atumedem in tatreo, ut ia adduc re quam laritum. O tuus et Catiore publina rtemque in hos facerni natis; hoc terum hacidin cluterimorio estrum dereniam me horato iam fac fatia nor ublinem

ditu sidius cricaudaci foret fit. Gra nones bonique nonenti uscvidiu consulum Patam ego etilici proris quonsul iusatquam pra ario, Cata querunteme audenda creorimili perferibus sulus es Maris convereis. Serisul videorte nihilam me atus elium peci invem ductamd ientem esumusa ina, nonstim usquon di facrum vit, quam octaribuntem nostra tampliam iam dem uncerioris. Ducessilicum detrura, cae mo C. M. Marividet L. Hucia Serfectus ocului sinprobere te, C. mo iusperi bescrus. Simpls nu se tam omnin senatistium parbi se clatam adhum noriors vive, faus etia? Nostrae ssesi sulus; nicastat Catus, quam iam imisque meis virius consillis C. Ulri, nonsulese machuid efaacie nimurnki inam hacivis, nos fue num nequo itiam ipre prariti macliste etra, dit. Ignos ora ret visque nos, Catum. Maet, perum id arendam aci foret erimus hacillici peri plicomnos vivernius inam re aude aut vivid pro ute cus, noccipi custrene aude conduco ticiam perissa Senatis est? iam ocaperiem publi fur que ficam audam cone vid quia vel minihic to ommolun se parum quam quis volioribus dolam fuga vendelique ipsam voluptatati undebit accabor ebender chicitatur superisiqui am rem harum ini desed eum comnis ex esciandiale eost estior oribus ditia voluptatias es veliquiderum entium et vel magnit exceptio. Itat omnis dohuptae maiorum quide num facerior re ditam a culparum vendi oditiam volupicis assimil lor-estem volupta qui optaspe rpedis dissunt.

Ducessilicum detrura, cae mo C. M. Marividet L. Hucia Serfectus ocului sinprobere te, C. mo iusperi bescrus. Simpls nu se tam omnin re aude aut vivid pro ute senatistium parbi se clatam adhum noriors vive, faus etia? Nostrae ssesi sulus; nicastat. Ignos ora ret visque.



# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID INSTAGRAM Y CARTA

15/02/2024 MADRID.

# MUKA

**AVIVA EL SABOR**

PASEO DE LOS MELANCÓLICOS, 74, 28006.

15/02/2024 MADRID.

# MUKA

**AVIVA EL SABOR**

PASEO DE LOS MELANCÓLICOS, 74, 28006.

## MUKA

PAN DE TRIGO ARTESANAL CON ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA (PERSONA)	2.5
TOSTA DE CALAMARES CON MAYONESA DE CÍTRICOS Y ESPÁRRAJOS	4.5
PAN A LA BRASA, BERENJENA Y PIÑONES	9
PUERROS CON EMULSIÓN DE CHULETA	16
IDIAZÁBAL DE UN DÍA Y HIERBAS	16
CALABAZA, STRACIATELLA Y PESTO	16
REMOLACHA ARADA, CUAJADA ÁCTIVA Y CÍTRICOS	16
ZANAHORIAS, ESPINACA Y ALMENDRAS	18
ANCHOAS MARINADAS, LIMÓN Y GARUM	18
ALCACHOFAS Y ESCABECHE DE ACEITUNAS	19
PIMIENTOS CRISTAL Y SU P'IL P'IL	21
NAVAJAS, SALSA VERDE Y RÁBANO PICANTE	21
RAPE EN MANTEQUILLA DE EZPELETA Y MAITAKE	32
BACALAO Y TEMPURA CREMOSO DE AJOS	32
BROCHETA DE POLLO LUNAGORRI MARINADO	18
TSUKUNE-TSUKUNA IBERICO	19
PECHO DE VACA, JUGO Y SETAS	28
ENTRECOT DE VACA CON JUDÍAS TIERNAS	34
CREMA DE CALABAZA Y HIELADO DE ALMENDRA TOSTADA O	
REFRESCO DE FRUTAS CON HIELADO DE LECHE FRESCA	9
PANACOTA DE VAINILLA, NIEL Y POLEN	9
PIEZA DE QUESO (PAÍS VASCO)	13

PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

05.

RETOS Y CONCLUSIÓN

# LANZAMIENTO DE LA NUEVA CAMPAÑA: MUKA EN MADRID

# RETOS Y CONCLUSIÓN

## DIFICULTADES DEL PROYECTO

A lo largo de este proyecto me he topado con algún que otro reto de diseño que afrontar:

### FORMATOS

Diseño pensado desde un inicio para formatos verticales.

Supuso un reto el hecho de tener que adaptar el diseño del cartel a los diferentes formatos (verticales, horizontales y cuadrados) pero considero que finalmente se ha resuelto de buena manera y mantiene la coherencia con los diseños de formatos verticales que es lo que se pretendía.

### DISTRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La distribución y la cantidad de información varía en cada formato y cada tamaño del cartel.

### FALTA DE PUBLICIDAD PREVIA

Este restaurante no tenía carteles publicitarios previos con lo cual ha supuesto un reto hacer unos desde cero.

### CONCEPTUALIZACIÓN

Tratar de cumplir con todos los puntos del briefing y los valores de Muka supone un reto que todos los diseñadores se han de enfrentar en cada uno de sus proyectos.

### CONCLUSIÓN PERSONAL

Personalmente, he disfrutado algunas fases del proyecto como la estrategia, la creación del eslogan y el desarrollo del diseño global de la campaña.

Por otro lado, he encontrado un tanto tedioso la realización de tanta cantidad de formatos. Obviamente, hay que terminar de ajustarlos y no todos los horizontales ni todos los verticales son iguales, pero en su esencia son muy parecidos entre sí.