

## BRIEF OFICIAL DEL TALLER

# Café Aurora — "Reserva Caldas"

Edición limitada de café de especialidad. Este es el caso hilo conductor que usaremos en los tres bloques (prompts, ElevenLabs y FloraFauna) para producir una mini campaña terminada.

<b>Cliente</b>	Café Aurora (marca ficticia)
<b>Producto</b>	Aurora Reserva — Origen Caldas, edición limitada 500 unidades
<b>Categoría</b>	Café de especialidad, tueste medio, notas a panela, cacao y mandarina
<b>Precio sugerido</b>	COP 68.000 / 340 g
<b>Lanzamiento</b>	Campaña digital de 3 semanas, foco Instagram + TikTok
<b>Entregable final</b>	Teaser vertical 9:16 · 15 segundos · MP4

## 1 · La marca

Café Aurora nace en Manizales en 2019. Trabaja directamente con 14 fincas pequeñas en Caldas bajo modelo de comercio justo. Su promesa: **café trazable, tostado fresco semanal y origen único**. Tono cercano, artesanal, sin pretensión gourmet. Habla de oficio, manos, montaña y rituales — no de premios ni catas técnicas.

## 2 · El producto a lanzar

**Aurora Reserva — Origen Caldas** es un microlote de la finca La Esperanza (vereda San Peregrino, 1.780 msnm). Variedad Caturra, proceso lavado, fermentación 36 h. Perfil sensorial: panela, cacao oscuro, mandarina madura, final largo y dulce. Empaque kraft con sello de cera verde lima y etiqueta tipográfica minimalista.

## 3 · Audiencia

Adultos 28–45, urbanos, ingreso medio-alto, ya consumen café de especialidad o están entrando al mundo. Valoran historias de origen, sostenibilidad real y rituales matutinos. Siguen cuentas de baristas, diseño y gastronomía. Compran online y en cafeterías de barrio.

## 4 · Tono y estética

Cálido, artesanal, contemplativo. Luz natural de mañana, sombras suaves, paleta tierra (kraft, verde montaña, dorado tostado, blanco hueso). Nada de stock corporativo, nada de saturación digital. Referencias visuales: cinematografía slow, planos cerrados de manos y vapor, macro del grano, paisaje de cordillera al amanecer.

## 5 · Mensaje central

"Cada taza guarda una montaña." La idea es que el consumidor entienda que detrás del sorbo hay un territorio específico, una familia y un oficio.

## 6 · Restricciones

- No mostrar logos de competencia, cadenas de cafeterías ni packaging genérico.
- No usar voces robóticas ni música electrónica intensa.
- Evitar clichés: granos cayendo en cámara lenta sobre fondo negro, latte art en taza blanca, mano sosteniendo taza humeante con suéter de lana.
- Sin texto en inglés en piezas finales (la marca es local).
- Respetar derechos: nada de rostros reconocibles ni marcas registradas en el frame.

## 7 · Entregable final del taller

Al cierre de las 4 horas, cada estudiante exporta:

Pieza	Especificación	Herramienta
Guion + copy	Voz en off 12–14 s + 1 headline + 1 CTA	Manus
3 imágenes clave	Hero del paquete + ritual + terroir (2K)	FloraFauna (Flux/Ideogram)
3 clips animados	Image-to-video, 4–5 s c/u, 9:16	FloraFauna (Kling/Hailuo)
Audio completo	Voz + 3 SFX + música 15 s	ElevenLabs (TTS, SFX, Music, Studio)
Master final	MP4 9:16 · 15 s · 1080x1920	ElevenLabs Studio

## 8 · Criterios de éxito (rúbrica)

Criterio	Qué se evalúa	Peso
Claridad del mensaje	¿Se entiende qué se vende y por qué importa en 15 s?	25%
Calidad técnica	Resolución, sincronía audio-video, sin artefactos visibles	25%
Coherencia de marca	Tono, paleta y estética alineados al brief	25%
Uso de las 3 herramientas	Evidencia de prompts, FloraFauna y ElevenLabs en el flujo	25%

## 9 · Eje personalizable por estudiante

Para que no salgan piezas idénticas, cada participante elige **un eje narrativo** y lo defiende durante toda la jornada:

- **A · Ritual matutino** — la primera taza del día, intimidad doméstica, luz de ventana.
- **B · Terroir** — la finca, la montaña, las manos que recogen, la altura.
- **C · El barista** — oficio, precisión, técnica de preparación, servicio.
- **D · El regalo** — el café como objeto que se obsequia, empaque, ceremonia de abrir.

## 10 · Antes del taller

Llega con: cuenta creada en ElevenLabs (link Confa), FloraFauna y Manus · audífonos · este brief impreso o en pantalla · ganas de producir, no de mirar.