

tf g

memoria

bellas artes



MENCIÓN: _____

TÍTULO: _____

ESTUDIANTE: _____

DIRECTOR/A: _____



PALABRAS CLAVE: _____

RESUMEN: _____



Índice

pág/s.



1. Propuesta y Objetivos	<input type="text"/>	-	<input type="text"/>
2. Referentes	<input type="text"/>	-	<input type="text"/>
3. Justificación de la propuesta	<input type="text"/>	-	<input type="text"/>
4. Proceso de Producción	<input type="text"/>	-	<input type="text"/>
5. Resultados	<input type="text"/>	-	<input type="text"/>
6. Bibliografía	<input type="text"/>	-	<input type="text"/>

1 Propuesta y objetivos

La idea inicial surge después de observar durante varios años que la ropa más “comercial” no satisface a diferentes tribus urbanas y bajo la idea de “como lo que hay no me gusta, me lo hago yo” pensamos que una buena forma de solucionar esto, no solo para nosotros sino también para toda aquella gente que no encaja con el gusto estético general de la población, era crear una marca de ropa que tuviera tres líneas de ropa diferentes orientadas a diferentes segmentos del mercado, al final nos hemos quedado solo con la línea de merchandising friki, ya que es en parte la que más ilusión nos hace lanzar primero y la que mediáticamente puede tener más salida debido a los diferentes fandoms ya existentes alrededor de la cultura japonesa y en el mundo otaku.

Planteamos crear una imagen de marca nueva, que haga referencia al mundo friki, lanzar algunos mockups para ver diferentes aplicaciones de la misma y un pequeño plan de redes.

Desde el principio teníamos muy claro que la distribución iba a ser enteramente online porque así reducimos el gasto inicial. También queremos una fuerte presencia online vendiendo un estilo de vida y haciendo colaboraciones con diferentes creadores de contenido o pagando sponsors.

Objetivos:

- Crear una empresa dedicada al merchandising
- Crear sistema de loot boxes
- Crear plan de redes
- Crear línea de ropa
- Crear imagen corporativa

2 Referentes

Nuestros referentes más directos son *Nikifilini* son un estudio ruso y trabajan haciendo su línea de ropa con referencias a animes populares como *Naruto*, *Camichanshop* una pareja española que lanza sus productos de merchandising anime tanto online como en eventos frikis como los salones del manga.

Estas dos empresas son referentes temáticos porque trabajan desde el fandom del mundo otaku para este mismo nicho de mercado y sus obras visualmente llaman mucho la atención, no son los únicos que están haciendo esto pero sí los que más nos gustan, por la estética que tienen sus prendas y por la forma que tienen de venderlo en redes sociales.

3 Justificación de la propuesta

Este proyecto surge como una respuesta audaz a la necesidad de innovar en el mercado actual. Nuestro objetivo trasciende los límites convencionales al desarrollar una línea de ropa única destinada a los apasionados seguidores del anime y manga, pero con un toque de estilo urbano vanguardista. En lugar de recurrir al merchandising genérico que abunda en plataformas como AliExpress, nuestra visión es permitir que cualquier persona pueda llevar consigo a sus personajes favoritos de una manera auténtica y sofisticada.

Nuestra empresa busca mucho más que la simple confección de prendas; aspiramos a crear una auténtica comunidad de individuos enamorados del arte, el manga, el anime y la cultura urbana en general. Para lograrlo, nos hemos propuesto crear una identidad de marca versátil, capaz de encajar tanto en el ambiente urbano como en el mundo otaku, fusionando elementos de ambos universos. Nuestro logo, sólido y con un toque deportivo, está adornado con líneas curvas que aportan dinamismo y una gran línea central torcida de forma transversal, expresando la energía y la pasión que nos mueven.

Los referentes que hemos seleccionado son clave en nuestro proceso creativo, ya que crean auténticas obras de arte originales basadas en los personajes más icónicos de las series más amadas.

Sin embargo, queremos ir más allá y marcar la diferencia al establecer una comunidad en torno a servicios como Patreon. A través de nuestro sistema de "loot boxes" mensuales, ofreceremos diversas recompensas en función del nivel de suscripción. Este espacio nos permitirá llevar a cabo emocionantes actividades, como podcasts, transmisiones en vivo, sorteos y la participación directa en las votaciones para elegir la camiseta del mes siguiente.

La camisa del mes será un regalo exclusivo incluido en todos los loot boxes, sin importar el rango de suscripción. Este concepto tiene como objetivo hacer que nuestros afiliados se sientan parte integral de nuestra compañía, ya que aquellos en los niveles más altos podrán influir en las votaciones para decidir qué camisa se creará y se incluirá en estas cajas. Queremos que sepan que su opinión nos importa y que siempre estamos atentos a sus deseos y necesidades.

Dependiendo del nivel de suscripción, los beneficios irán desde camisetas y stickers hasta la posibilidad de elegir un print exclusivo y, en los niveles más altos, incluso una sudadera. Además, nuestra tienda en línea es el escenario perfecto para satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, ya que entendemos que muchos de ellos prefieren la comodidad de realizar sus compras en internet. Por supuesto, esto no implica que en un futuro descartemos la idea de contar con un espacio físico que funcione como taller artístico.

El hecho de trabajar bajo el sistema de preventa es un requisito fundamental para nosotros, ya que al tratarse de una tienda en línea, no disponemos del presupuesto necesario para mantener un stock. Por lo tanto, los pedidos se realizarán a medida que los consumidores realicen sus compras, en colaboración con un taller de serigrafía. Si bien esto puede resultar en envíos que no sean tan rápidos como los convencionales, nos aseguramos de minimizar pérdidas iniciales y, al mismo tiempo, permitimos que nuestra marca crezca para cumplir con todos nuestros objetivos a largo plazo.

Nuestra forma de trabajo se basa en lanzar varias camisetas en una plataforma similar a Kickstarter, de modo que los primeros suscriptores obtengan una serie exclusiva de camisetas de nuestra marca. Con esta estrategia, buscamos lograr dos cosas: crear un nicho de mercado sólido y asegurarnos de tener compradores para las camisetas futuras, y obtener la financiación necesaria para materializar todos nuestros proyectos. A cambio, los primeros mecenas recibirán productos únicos que solo estarán disponibles en ese momento, creando así un sentimiento de colección y pertenencia. Con estas ideas innovadoras y nuestra pasión compartida, estamos listos para llevar la moda otaku urbana a nuevos niveles y establecer una comunidad vibrante donde el arte y la cultura se fusionen en una explosión de estilo y originalidad

4 Proceso de producción

Primero hemos creado el logo de la marca usando dos K's la idea inicial era crear una especie de kanji pero al final lo hemos sintetizado dando un resultado más urbano, de tal forma si la marca evoluciona hacia esta dirección no habría ninguna necesidad de rediseñar el logo, junto al logo creamos el eslogan "Discover, unleash and ignite your spark" además escogimos dos tipografías libres de uso Noto Sans JP y Gang of Three.

Hemos creado una paleta de colores usando colors, pero realmente se le puede poner casi cualquier color al logo según se necesite.

Seguidamente diseñamos como sería la página web, tomando como referencia la de *Nikifilini* ya que su página se ve muy limpia, con fotos muy llamativas, para esto creamos unos mockups buscando imágenes de skaters y demás culturas urbanas en un banco de imágenes, aunque en un futuro estaría bien hacer nuestras propias fotos pero para el prototipado y definir la estética general de la web y redes la verdad que han hecho un trabajo muy bueno y acompañan mucho a la idea de marca que teníamos en mente.

Creamos las ilustraciones para las camisas, prints, stickers... y después empezamos a diseñar cómo iban a quedar las camisas con la ilustración a la espalda de esta y textos en japonés que hagan referencia a alguna frase o sentimiento que represente al personaje ilustrado, la cara de delante es más limpia tiene los logos de la empresa y un pequeño texto en la parte superior izquierda del pecho tematizado también con la serie de la camisa.

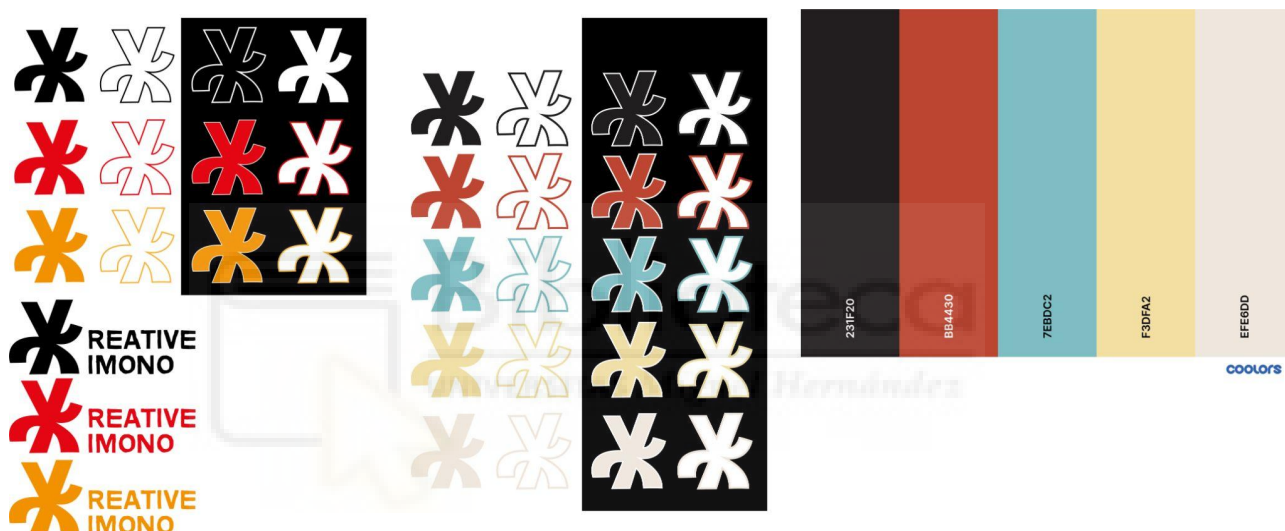
Continuamos diseñando cajas personalizadas para el servicio de suscripción, inspirado en el vaporwave con el icono de la empresa en dorado en la etapa y las redes en un lateral, además de crear unas imágenes promocionales donde se ve el eslogan la caja y en otra imagen un mockup del contenido de una de las cajas.

Posteriormente buscamos distribuidores tanto de blankets (camisas básicas) y encontramos algunos que calidad precio parecen bastante buenos además de buscar un estudio de serigrafía que pueda hacer camisas y vimos uno en la provincia de Alicante que trabaja con una de las marcas de blankets que nos gustó.

El siguiente paso fue informarnos de cómo podemos abrir una tienda online con las características que buscamos para el proyecto y hemos encontrado servicios como shopify que al parecer son bastante populares entre la gente que está empezando proyectos autónomos como este, aunque lo más seguro es que en el futuro tengamos nuestro propio dominio web.

5 Resultados

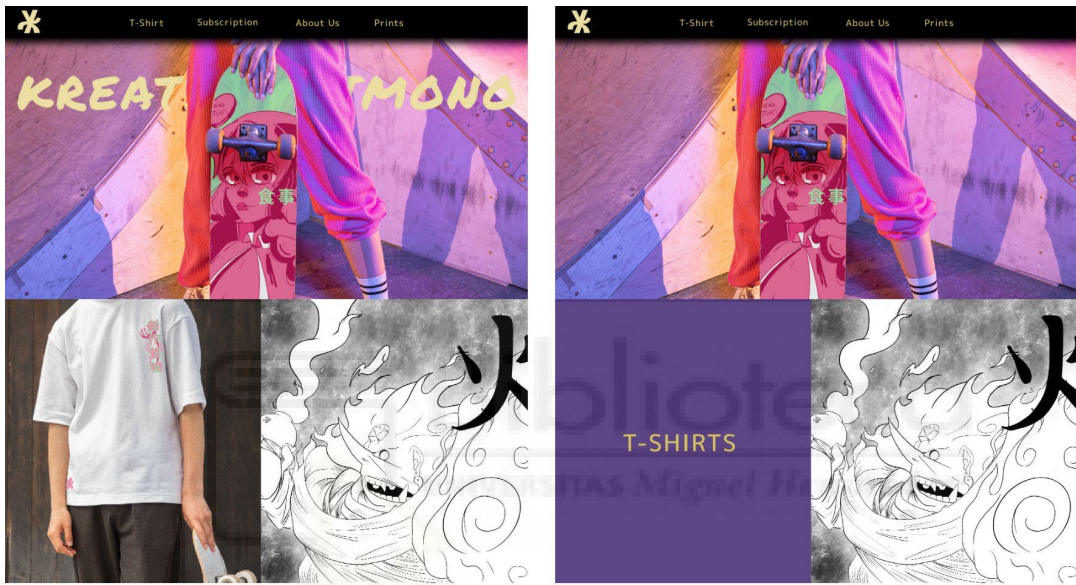
Hemos creado una imagen de marca urbana basada en la cultura otaku. La cual conseguimos fusionar de manera excepcional elementos estéticos callejeros y vanguardistas con la esencia misma de la cultura otaku, sin dejar de lado la realidad. Cada detalle de nuestros diseños ha sido cuidadosamente elaborado para transmitir la pasión y la energía del universo otaku en una forma contemporánea y auténtica.



Annex.1 : Logo y colores propuestos

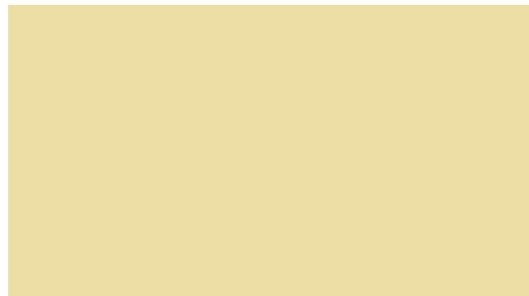
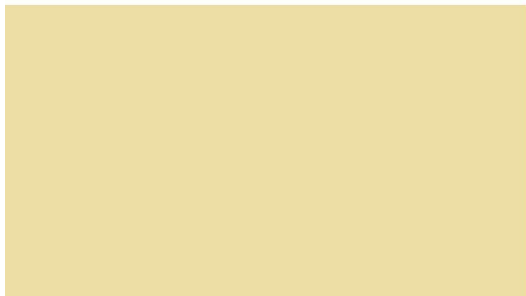
Hemos trabajado arduamente en la creación de nuestra identidad de marca, desarrollando una página web con varios mockups que capturan la esencia de nuestro estilo urbano otaku. Estos mockups permitirán a nuestros clientes visualizar cómo lucirían nuestros productos, creando expectativas emocionantes y generando un gran interés en nuestra propuesta.

Además hemos creado una pequeña preview de como quedarán los perfiles de nuestras diferentes redes sociales, aprovechando algunos mockups creados para visualizar cómo quedarían las prendas puestas en diferentes personas, emulando una sesión de fotos profesional.

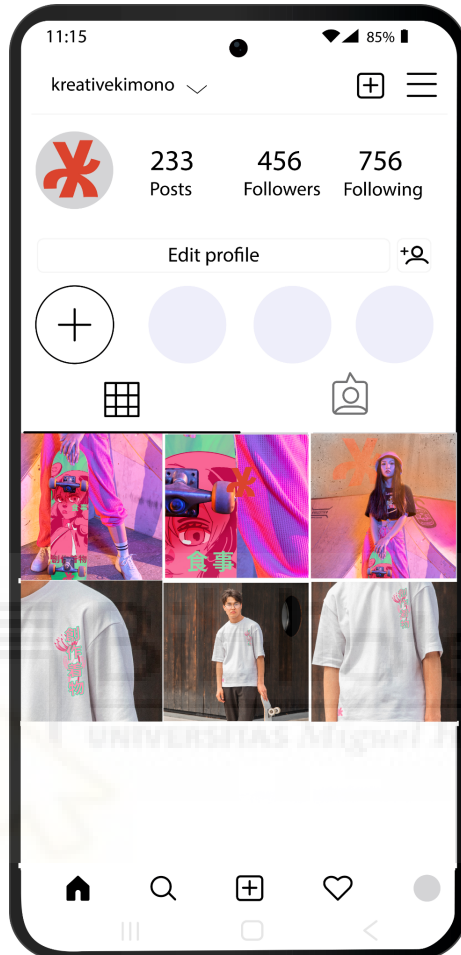


NEW

NEW



Annex.2 : Web y mockups varios



Annex.3: Propuesta de social media

En cuanto a nuestros productos, nos enorgullece anunciar que hemos diseñado con éxito dos camisetas únicas y un skate. Cada diseño ha sido cuidadosamente creado para reflejar la esencia de algunos de los personajes y las series más icónicas del mundo otaku, combinándolos con elementos urbanos que los hacen verdaderamente especiales y versátiles.



Annex.7: Diseño final camisas



Annex.5: Diseño final camisas

Pero eso no es todo, hemos dado un paso más allá y hemos creado el primer diseño de loot box con un enfoque inspirado en la estética wave vapor. Esta loot box está llena de sorpresas y recompensas exclusivas para nuestros suscriptores, que van desde camisetas y stickers hasta objetos coleccionables y productos especiales relacionados con la cultura otaku. Cada loot box es una experiencia emocionante y única, brindando a nuestros clientes una forma única de expresar su pasión por el anime y el manga.



Annex.6: Contenido loot box y skate



Annex.7: Loot box

Hemos logrado capturar la esencia de la cultura otaku y presentarla de una manera fresca y contemporánea, sin dejar de lado la verdadera esencia de lo que significa ser otaku.

En resumen, nuestro proyecto ha sido un éxito al crear una imagen de marca urbana basada en la cultura otaku. Hemos lanzado con éxito dos diseños de camisas y un skate, y hemos creado la primera loot box con un diseño inspirado en la estética wave vapor.

Estamos satisfechos con el resultado final e incluso hemos realizado una prueba de impresión para asegurarnos que los diseños se reflejen con los colores y tamaños adecuados, considero que todo esto es un muy buen punto de partida para seguir completar el punto de la creación de empresa, ya que todos los papeles y plataformas también han sido estudiados aunque no formen parte de este proyecto, ya que aquí nos hemos centrado más en la parte artística de la marca y el producto.

El plan de redes como tal no se ha podido elaborar en parte por miedo a posibles plagios o algún problema de copyright que aún estamos estudiando.



6 Bibliografía

<https://nikifilini.com/> pagina web de un referente

<https://camichanshop.com/> pagina web del referente mas cercano

Chat GPT usado para corrección del texto

Guía del TFG usada para tamaños fuentes y cómo construir este documento

Otras fuentes que he consultado son páginas como Drop Dead, Impericom y Pampling para ver otros diseños de marcas populares y así poder comparar y diseñar algo nuevo.

Google fonts para tipografías

Coolers para generar y extraer los codigos de color de la paleta

