

Rediseño y construcción de la comunicación de marca para el restaurante Puerto Maní

PROBLEMA

La ausencia de una identidad diferenciadora y funcional, en un sector muy competitivo y poco diferenciado, hace que sea necesario el rediseño del logo de la marca Puerto Maní. Es por eso que se ha creado la identidad de la marca para su uso homogéneo, coordinado a través de una investigación, la cual se presentará en un manual de marca con todos sus aplicativos.

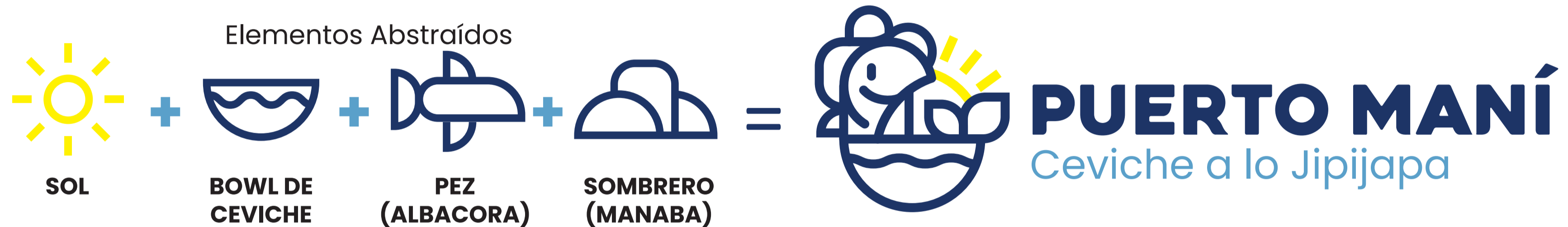


Logo Actual

OBJETIVO GENERAL

Rediseñar la comunicación de la marca del restaurante Puerto Maní en la ciudad de Guayaquil, mediante el análisis de los factores diferenciales para la creación de una identidad competitiva.

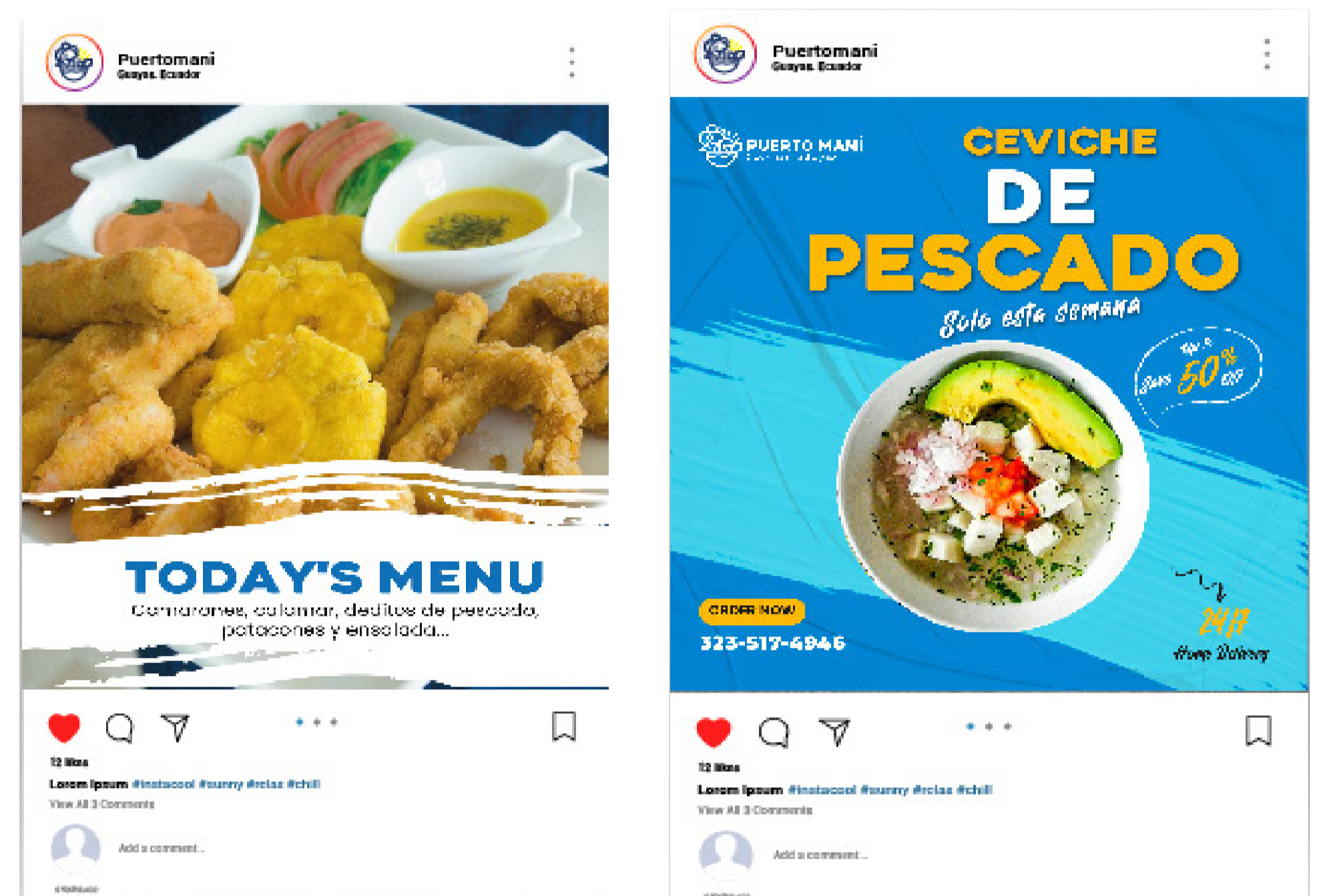
PROPUESTA



PAPELERIA



REDES SOCIALES



MERCHANDISING



ADAPTACIONES EXTERNAS



ADAPTACIONES EXTERNAS



RESULTADOS

Los iconos simbólicos de la marca (pescado, sombrero), consideró el uso de colores fríos con relación a productos del mar y marcas de cevicherías.

COCLUSIONES

La creación y uso de una guía visual, aportará de esta manera a que la empresa pueda seguir en el mercado y lograr incrementar los ingresos, generando impacto visual a su público objetivo.

