La ESPOL promueve los Objetivos de Desarrollo Sostenible

DISEÑO DE MARCA PARA EMPRENDIMIENTO DE POLLOS FAENADOS EN QUEVEDO

Problema

El emprendimiento de pollos faenados carece de identidad y línea gráfica que sea atractiva y reconocida para los consumidores. Al no tener una identidad de marca que la diferencie visualmente de la competencia, es posible que el producto sea percibido como una opción genérica del mercado.

SOSTENIBLE



Objetivo general

Diseñar una marca e identidad visual que represente la calidad, responsabilidad y autenticidad del emprendimiento de pollos faenados en Quevedo, de modo que el producto se posicione en el mercado local y establezca una conexión efectiva con los consumidores.

ropuesta

Karina + Pío = Karipio

Nombre de marca *"Karipío"*, y un manual de marca digital como referencia para todos los responsables de uso adecuado de la marca.

El manual contiene:

- Uso correcto del logo
- · Uso sobre fondos de color
- Uso incorrecto
- Tipografía e iconografía
- Aplicativos

Conclusiones

 La marca alcanzó una aceptación positiva del 80-90%, destacando en atractivo visual, confianza y recomendación.

 El diseño refleja con claridad los valores fundamentales de la marca generando percepción alineada con una propuesta del emprendimiento.

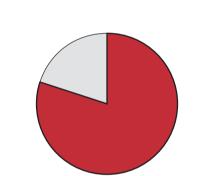
 La facilidad de recordación (75%) efectividad confirma SU elemento de identidad visual, aportando diferenciación frente a la competencia en el mercado local.



Resultados

Se consultó a un experto en diseño de marca con el propósito de analizar la percepción visual de la marca y piezas gráficas.

Adicionalmente, se realizó una encuesta dirigida a personas de entre 30 a 65 años que consumen pollo, para evaluar el nivel de efectividad del diseño de marca.



80% lo considera atractivo o muy atractivo.

Valores reflejados

Calidad 72,7 % **57,6** % Confianza 51,5 % Modernidad





