La ESPOL promueve los Objetivos de Desarrollo Sostenible

OBJETIVS

DE DESARROLLO

SOSTENIBLE

REDISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA CAFÉ RESTAURANTE BOBA HOUSE

PROBLEMA

Boba House es una marca de café restaurante especializada en la venta del famoso "Bubble tea", una bebida a base de leche, té y perlas de tapioca, originaria de Taiwán. A pesar de sus tres años en el mercado ecuatoriano, la marca busca alcanzar una identidad visual más fuerte y distintiva que le permita poder diferenciarse significativamente de su competencia local y atraer a nuevos posibles usuarios.

OBJETIVO GENERAL

Evaluar el nivel de efectividad del rediseño en la marca Boba House, mediante un estudio de la identidad visual del cliente, para así poder lograr un mejor posicionamiento de la marca dentro del mercado de los Coffe-bar.

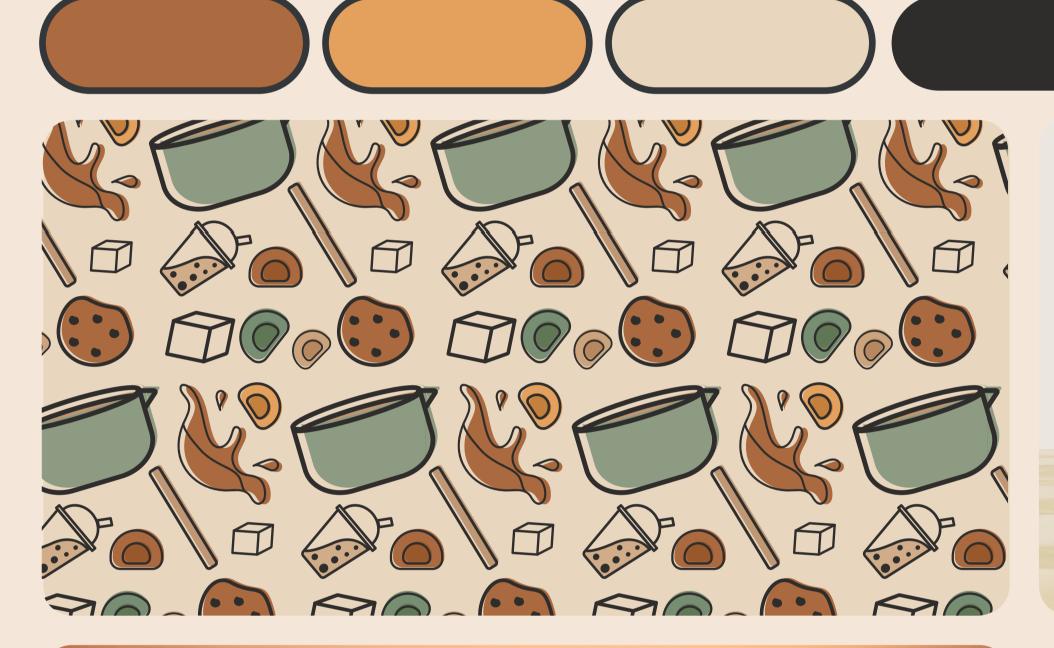
PROPUESTA DE VALOR

Basándose en la idea del nombre Boba House, que alude a las **famosas** casas de té, comúnmente establecidas en Asia, se rediseñó la identidad con un aspecto minimalista, acogedor y sofisticado. El nuevo diseño presenta el vaso de bubble tea junto con un arco que hace referencia a la casa en un estilo más abstracto.



BOBA HOUSE

AUTHENTIC MILK TEA & BOBA



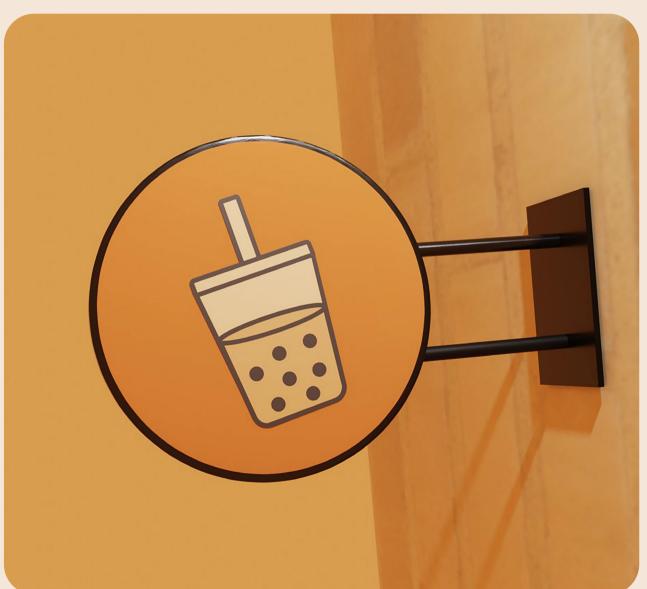












RESULTADOS

ARTE-491

Código Proyecto

A través de una encuesta realizada a 35 personas, se pudo observar que el rediseño del logo de Boba House tuvo una muy buena acogida entre sus consumidores, alcanzando una aprobación del 82.9%, así como también el 94,3% de los encuestados consideran que los empaques van acorde con el estilo gráfico.

CONCLUSIONES

Un buen rediseño tiene el poder de generar una gran aceptación entre los consumidores. Sin embargo, para que el rediseño sea exitoso, es esencial mantener la esencia de la marca intacta. Al hacerlo, se asegura que la sensación de familiaridad, tan valorada por parte de los consumidores, no se pierda.

