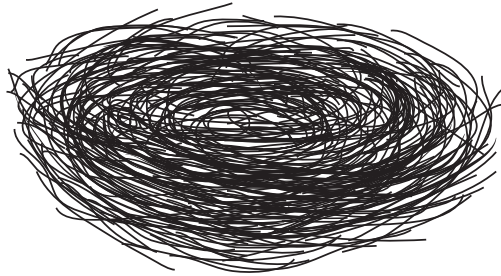




ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS



IDENTIDAD CORPORATIVA

LIGRA

**Licenciatura en Diseño Gráfico y
Publicitario**

BROCHURE DE PROCESOS

Tema:
Identidad corporativa y reestructuración
de plataforma digital Venntura

Autores:
Karla Liz Villacís Espinel
Pedro Michael Villon Rodríguez
Paralelo # 2

Firma del Profesor

.....

Contenido:

Resumen	# 5
Antecedentes	# 6
Público objetivo o target	# 8
Investigación y Metodología del proyecto	# 8
Objetivos del proyecto	#17
Cronograma	#18
DISEÑO	#19
Concepto creativo	#19
Proceso de bocetos	#20
Prueba - error	#22
Proceso técnico	#24
Detalle de piezas gráficas	#26
Presentación del producto gráfico	#28
Presupuesto	#46
Resultados	#47
Conclusiones	#48
Bibliografía	#49
Anexos	#50

RESUMEN

A través de la información proporcionada por la empresa Venntura y mediante la elaboración del moodboard y brandboard realizado para este proyecto, se demuestra la baja e inadecuada implementación de plataformas online especializadas en la compra y venta de productos agroalimenticios autóctonos en España.

Es por este motivo que se procedió a crear una apropiada imagen corporativa para la marca Venntura y una reestructuración de su plataforma digital con la finalidad de así poder transmitir a su público un adecuado mensaje sobre sus valores de marca.

ANTECEDENTES

La marca Venntura nace como un proyecto emprendedor familiar cuya parte administrativa radica en el país de España y la parte de programación y diseño gráfico en Ecuador.

Es una plataforma de comercio electrónico: www.venntura.es, bajo el esquema marketplace: tiendas y marcas independientes presentan sus productos, se destaca el perfil de cada organización, su proceso de fabricación. Actualmente trabaja con 8 marcas y cerca de 84 productos.

Los afiliados son Artesanos, micro empresas establecidas en la Provincia de Badajoz – Región extremeña – España. El inventario de Venntura está compuesto de productos gourmet: Vinos, Quesos y Embutidos, también tiene una línea de mermeladas, chocolates, cafés de Corporación Noboa, empresa ecuatoriana. En un futuro piensa extender su línea de productos a la venta.

Venntura tiene como mercados objetivos: España, Francia y Reino Unido

La empresa Venntura cree que cada momento debe ser aprovechado de la mejor manera, ya sea con la familia o entre amigos. Por eso ofrece a sus consumidores productos gourmet de excelente sabor, artesanales, ecológicos y saludables. Ideales para compartir y disfrutar cada momento

Venntura quiere llevar la experiencia de servicio al cliente al mejor nivel, haciendo llegar recurrentemente cada 30 o 60 días un set de productos de acuerdo a las preferencias personales del consumidor.

Al cumplir este objetivo, se creará un canal con permanente comunicación con el consumidor en el cual se enviará sugerencias de nuevos sabores todos los meses.

El nombre Venntura significa buena fortuna, en términos generales expresa que se creará beneficios y entornos ganar y ganar para todos con quienes trabaja: sus vendedores y sus compradores.

Sus vendedores ganan al tener a su disposición un canal innovador de ventas.

Sus compradores ganan por la excelente relación calidad / precio, así como soluciones y entregas a tiempo

Venntura es una plataforma tecnológica y organización que aporta con una solución a un problema cotidiano: abastecer de vinos, quesos, embutidos y conservas a sus consumidores lo hace combinando sus preferencias personales, con las sugerencias propias que genera.

El concepto es amplio, tomando en consideración que ofrece productos que a más de tener un excelente sabor, son altamente saludables, amigables con el medio ambiente y forman parte de una cadena de producción basada en la economía colaborativa.

Para cumplir con lo que hace dispone de una plataforma web con básicamente 2 canales o funcionalidades específicas:

Venta en línea : ciclo de eCommerce: registro - carrito de compras - pago con Paypal – entrega con SEUR

Club Venntura: Los miembros del club reciben sus productos cada 30 días o cada mes, según sus preferencias.

El paquete es variado: Sólo vinos, o, vinos más quesos, o, quesos más embutidos y próximamente conservas.

La proyección de Club Venntura es aportar a un mejor estilo de vida basado en 3 pilares fundamentales:

1. Disfrutar de sabores deliciosos y diferentes a lo cotidiano.
2. Consumir alimentos saludables, naturales y orgánicos.
3. Con nuestra compra aportamos a la economía colaborativa, porque nuestros productores son responsables con el medio ambiente: ecológicos; así como con la sociedad: fair play y fomento a la responsabilidad social corporativa.

PÚBLICO OBJETIVO

Hombres y mujeres, estudiantes, profesionales o empresarios entre 25 a 75 años de estrato socio económico medio , medio alto y alto, con y sin hijos, radicados en la parte urbana o rural de España y Francia. Pasan tiempo en familia o con amigos disfrutando de productos exclusivos, refinados y sobre todo gourmet, además sienten inclinación por realizar compras para consumo personal o regalos en tiendas online por la comodidad y facilidad que brinda.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS DEL ENTORNO

P. E. S. T.

ANÁLISIS POLÍTICO

Forma de Gobierno

El gobierno español es una monarquía constitucional hereditaria con un régimen de democracia parlamentaria. Sus poderes se dividen en legislativo, ejecutivo y judicial.

Según la constitución de España, el Rey es el jefe de estado y capitán general de los tres ejércitos. Entre sus funciones está el proponer el candidato a presidente de gobierno y nombrarlo, una vez obtenida la confianza de las Cortes, nombra a los restantes miembros del gobierno propuestos por el presidente y puede vetar las leyes aprobadas en las Cortes.

El poder legislativo recae en las Cortes Generales compuestas por el congreso de diputados y el senado. Su elección es mediante sufragio universal y se realiza cada cuatro años, el derecho al sufragio solo lo realizan los ciudadanos con nacionalidad española. Sus funciones son las de aprobar el presupuesto de estado, elegir presidente de gobierno y la supervisión de la acción del gobierno.

El presidente de gobierno quien ejerce el poder ejecutivo asistido por un consejo de ministros dirige la política interior exterior, la administración civil y militar y la defensa del estado.

El Consejo General del Poder Judicial es el órgano de gobierno del poder judicial y el Tribunal Superior de Justicia es el cuerpo jurídico más alto del estado. El poder judicial se administra en nombre del rey por jueces y magistrados.

ANÁLISIS ECONÓMICO

España se encuentra en una constante recuperación de la crisis que se inició en el 2010 debido a los diversos cambios en los indicadores macroeconómicos.

A raíz de esta crisis el país desarrolló otros problemas en el sector inmobiliario, bancario y laboral.

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y el Banco de España en su página web demuestran que la tasa del Producto interno bruto (PIB) se ha mantenido estable con un índice de 3.2 en los años 2015 y 2016 proyectándose una disminución del mismo al 2.7 en el año 2017. Así mismo proyectan que la tasa de paro (porcentaje de la población activa) para el 2017 será de 17,0% con relación al año 2016 que era de 18.5% por lo tanto nos muestra una disminución en el paro.

La estabilidad del PIB en los años 2015 y 2016 se debe al surgimiento de nuevas empresas por parte de jóvenes y la facilidad que ofrece el país para hacer negocios en España, entre ellos está la adquisición de franquicias económicas, servicios de turismo, productos de limpieza para autos, negocios online desde el hogar siendo esta última un campo abierto para muchos emprendedores. La facilidad y la rentabilidad de este modelo de negocio resulta atractivo ya que no necesita mucha inversión, y el emprendedor puede manejar su negocio sin recurrir a mayor personal externo, además de permitirle auto gestionarse en el proceso de crecimiento de su negocio. Además existe la posibilidad de comerciar con otros países como se puede deducir del último análisis económico por parte del INE y el Banco de

España en el que se afirma el aumento de intercambios comerciales de bienes con el resto del mundo en el cuarto trimestre del año 2016, tras la notable desaceleración que tuvo en el verano, esto reflejaría mayor firmeza en el flujo de exportaciones-importaciones frente al conjunto de economías emergentes.

Aspectos económicos de Extremadura

La región de Extremadura que posee 4.6 puntos del PIB en la escala nacional en el 2015 su PIB per cápita se situó en 16.166€ euros en comparación a los 23.200€ euros de PIB per cápita total en España, indicándonos una buena calidad de estilo de vida a pesar de ser el más bajo de España. Extremadura una región con productos de excelente calidad como son: jamones, embutidos, pimentón de la vera, aceite de oliva entre otros no perecederos y su economía se basa en la exportación dentro y fuera del país.

Las empresas en el mercado del internet

Estudios realizados en los años 2013 y 2014 por el INE (Instituto Nacional de Estadística, España), nos indican que el estimado de usuarios frecuentes de Internet es de 93,5% del total de los internautas en los últimos tres meses, cantidad que se aproxima a 24,5 millones de personas, siendo este el 71,2% de la población Española.

Otro estudio realizado por Online Business School, demostró que el 32% de la población española realiza sus compras por Internet compitiendo a la par con los países como Reino Unido y Dinamarca, líderes en e-commerce europeo en donde 77% de la población realiza compras por Internet. Estos valores constante le permitió a España posicionarse en uno de los puestos más alto en el crecimiento de online Retail de toda la Unión Europea para el año 2013, en donde se sitúa en el 22,5% con respecto al promedio de la Unión Europea que es de 20,1% del total de su crecimiento.

ANÁLISIS SOCIO - CULTURAL

El uso de las tiendas online

El marketplace (plaza de mercado) permite facilitar una

transacción de compra – venta entre dos personas que permanecen bajo un entorno técnico hasta que esta es finalizada. En España existe alrededor de 22.000 tiendas en Marketplace que promocionan productos, pero la existencia de una plataforma de productos especializados que reúna pequeñas y grandes empresas es muy poca, esto se refleja en el sector de Extremadura, región que menos comercializa o compra en España pero que tiene un mercado con mucho potencial para crecer en el e-commerce.

Factores de compra por internet en el Mercado Español

Las principales razones de compra en el mercado online español son: Comodidad en un 78%, precio en un 73.2%, ahorro de tiempo 65.5% y facilidad de compra 55.6% con respecto al perfil del comprador. Según las cifras del año 2013 nos muestran que el comprador por Internet en España tiene entre 25 y 44 años constituyendo el 57,4% del total de los compradores y el 14,6% entre 16 y 24 años mientras que las personas mayores de 55 años constituyen menos del 10% del total de los usuarios.

Según datos del 2015 por la INE, el promedio de compra anual por persona es de 1354€, y en donde los usuarios de entre 25 y 34 años declara que gasta un promedio de 1.606€

ANÁLISIS TECNOLÓGICO

Compra en línea

Los Españoles destinan casi 13.000 millones de euros a la compra en línea, cifras que solo pueden ser superados por los líderes del e-commerce como son Reino Unido que destina un gasto total en comercio electrónico de 96.193 millones de euros, Alemania con 50.000 millones y Francia con 45.000 millones mientras que el número de e-shopper compradores en Internet en España alcanzan los 15 millones que correspondería a un 32% de la población que alguna vez ha realizado compras en algún sitio en Internet.

Uso de la herramienta Digital.

En Extremadura existen un aproximado de 100.829 comercios que se dedican a la venta de diferentes productos en donde el 57% se dedica a la producción en venta de productos agroalimentarios, estas ventas son de manera directa y poseen sus propias páginas web en donde no necesariamente realizan ventas en línea sino más bien se enfocan en informar a sus consumidores de sus productos.

ANALISIS FODA

FORTALEZAS

- Ganancia relación calidad/precio
- Facilidad de compra y envío
- Cumplimiento con las normas de seguridad online otorgado por la institución de confianza online.
- Disponibilidad 365 días las 24 horas del día.
- Seguimiento de postventa personalizado.
- Impulsar la identidad regional por medio de productos.

OPORTUNIDAD

- Ampliación del mercado de la región a nivel global, ya que incursiona muy poco en las ventas online.
- Ser un portal que promueva la Región en todos sus aspectos ya que actualmente no se encuentra un sitio que abarque todo lo que Extremadura posee.
- Convenio entre la Unión Europea y Ecuador debido a la facilidad de exportación de productos nacionales.
- Ayuda de instituciones gubernamentales en Ecuador.

DEBILIDADES

- Marca nueva y poco conocida en el mercado nacional e internacional.
- Pocos recursos económicos para invertir en publicidad y material físico.

AMENAZAS

- El comercio electrónico genera desconfianza.
- Muchos comerciantes son reacios al cambio por ende, no poseen plataformas online.
- La existencia de grandes empresas en el mercado online.
- Percances en el transporte de la mercadería.

Brandboard
Supermercados de productos agroalimentarios o gourmet en línea

El Corte Inglés

UVINUM
Te encantará comprar vino

Alcampo.es

carritus.com
El comparador de súper nº 1

SUPERMERCADOSONLINE.ES

campomar
SELECCIÓN GOURMET

Dia 

HIPERCOR
ALIMENTACIÓN Y LIMPIEZA

EROSKI online
contigo

moroy
tapas y vinos


MERCADONA
SUPERMERCADOS DE CONFIANZA

GADIS
gadisine.com

Carrefour 

MOODboard

Comprador en línea

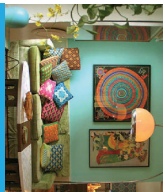
ESCENARIO

Lugares donde este grupo vive

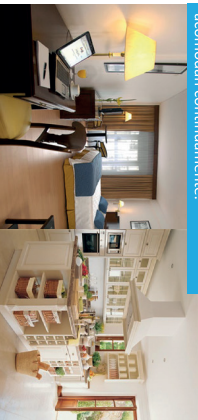
Casa externa con una fachada bien acabada.



Casa interna con espacios decorados y bien distribuidos



Cocina y ambientes de comodidad es el espacio favorito, lo decoran y acomodan continuamente.



CONDUCTA

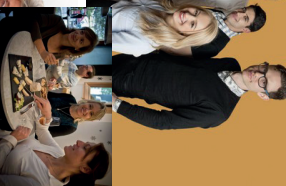
Personas entre 25 y 75 años



Introversos y extroversos navegadores de internet.



Les gusta probar alimentos nuevos, son curiosos y tienen facilidad de compra.



OBJETOS DE COMPRA

Consumo personal, regalos, festividades.

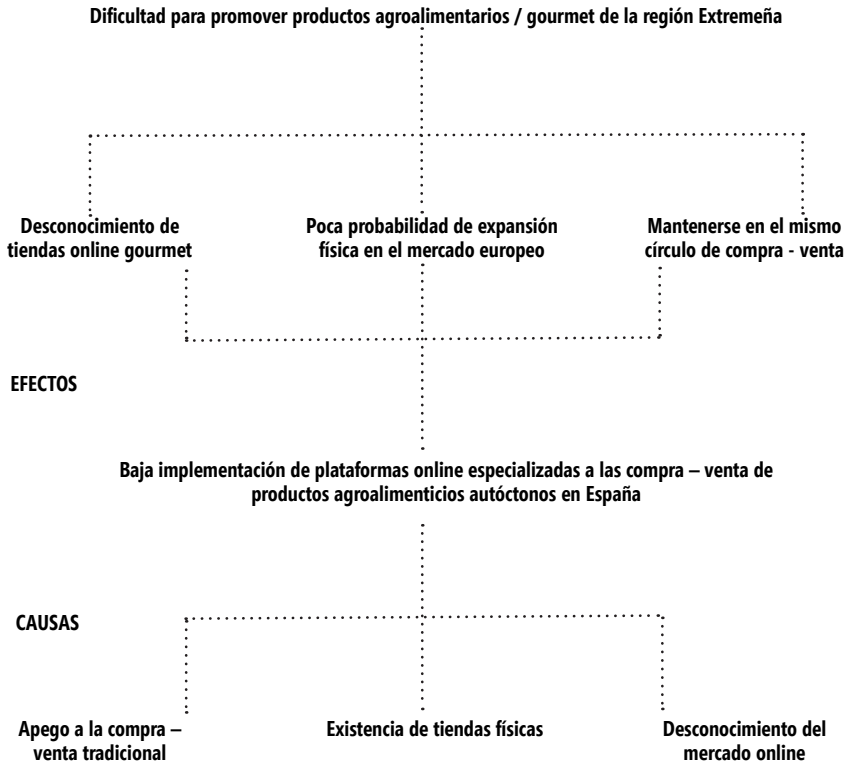


Ocupación

Estudiantes universitarios, Profesionales, empresarios.



ÁRBOL DE PROBLEMAS



OBJETIVOS

DE COMUNICACIÓN

Promover la venta subrayando la exclusividad de los productos y valores de marca dentro del diseño de la plataforma digital.

DE DISEÑO

General:

Elaborar la identidad corporativa de la marca Venntura y sus aplicaciones en la plataforma digital.

Específicos:

1. Recopilar datos de la empresa para la definición del concepto de la marca.
2. Desarrollar valores y contenidos aplicados a la marca.
3. Elaborar la marca gráfica y el manual para uso en aplicaciones digitales.

CRONOGRAMA

Descripción	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Entrevista con el cliente y planteamiento del proyecto</i>		■																		
<i>Metodología de Investigación y recopilación de datos</i>			■	■	■															
<i>Análisis y ejecución de metodologías de generación de ideas.</i>						■	■													
<i>Conceptualización y generación de arquitectura de marca</i>								■	■											
<i>Presentación de avances al cliente</i>									■											
<i>Elaboración de Bocetos, imágenes y contenidos</i>										■	■	■								
<i>Implementación de plataforma y su contenido</i>													■							
<i>Correcciones de Imágenes y contenidos</i>														■						
<i>laboración de piezas gráficas de redes sociales</i>															■	■				
<i>Correcciones de piezas gráficas y contenidos de redes sociales</i>																	■	■		
<i>Implementación del material corregido</i>																		■	■	

diseño

concepto creativo

El concepto de la marca Venntura es un compendio del siguiente contenido:

* comercio

*variedad

*Lo nuevo

*Lo gourmet.

Uniendo estas variantes representadas en cada una de las formas y tipografía que componen la marca Venntura se logró obtener lo que es su Isotipo.



Comercio

venntura

tipografía lo nuevo

+

+



Variedad

CLUB DE VINOS, QUESOS Y JAMONES

Lo gourmet

=



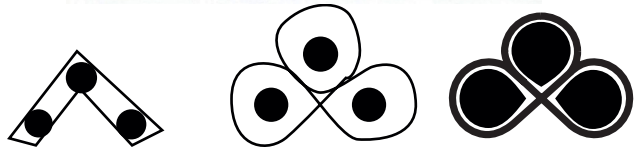
venntura

CLUB DE VINOS, QUESOS Y JAMONES

Proceso de bocetos

Durante el proceso de bocetos se definieron dos etapas: la etapa de boceto de Logotipo de la marca y la etapa de bocetos para la reestructuración de la plataforma digital Venntura.

En la etapa de los bocetos del logo de la marca Venntura se procedió a trazar formas que comunican el contenido bajo el cual se deseaba realizar el logo de Venntura como comercio, variedad, lo nuevo y lo gourmet que forman parte de lo que es la marca.



Los bocetos se vectorizaron en el programa de Adobe Illustrator y se fue colocando las diferentes partes que expresaban el contenido bajo el cual fue creado.



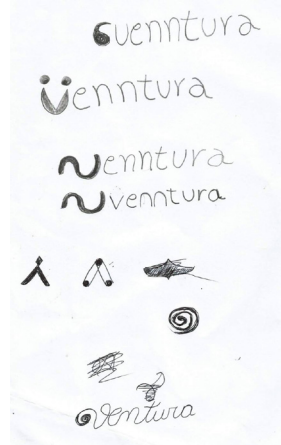


Los bocetos de las piezas gráficas de la aplicación web se realizaron a lápiz para luego proceder a vectorizar en el programa de Illustrator.



Prueba error

Durante el proceso de elaboración del logotipo para esta marca se realizaron bocetos de diversos posibles logos hasta llegar al que transmitía correctamente los valores que se deseaban.
A continuación se muestran bocetos de los diversos posibles logos que se elaboraron para la marca pero que no fueron los idóneos.



Una vez escogido el logotipo se procedió a realizar pruebas de colores acordes a los valores que se deseaban transmitir para el mismo.



Colores seleccionados para el logotipo final:





También se realizaron pruebas sobre fondo de colores planos y degradados procediendo a realizar una selección de las opciones más adecuadas para la marca.

PROCESO
TÉCNICO

El logotipo de la marca Venntura consta de la siguiente arquitectura:



Dentro de la arquitectura de la marca se puede observar que el valor de X es la letra a del logotipo .





Se utilizó dos clases de tipografía para el logotipo de la marca Venntura estas tipografías son la Rounded elegance y la Veronique 64 ambas tipografías fueron modificadas para agregar valor al diseño del logotipo

Tipografía:
Rounded elegance modificada
Modificada en letras V-T-U-R-A

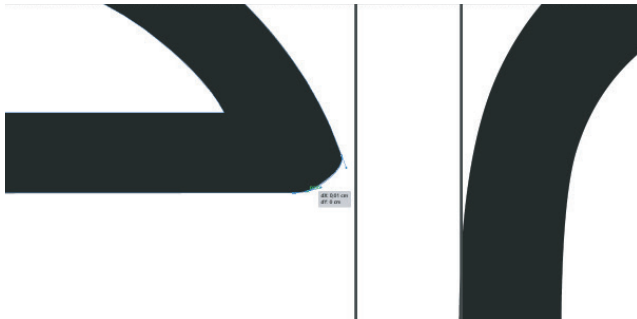
venntura

Traking: 0,30pt

VENNTURA

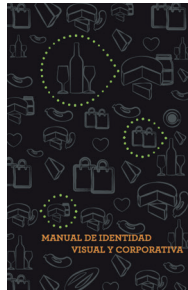
Tipografía:
Veronique 64 modificada
Modificada en letras E-N

venntura
VENNTURA



detalle de piezas gráficas

Parte de las piezas gráficas es el manual de marca que fue realizado con los colores corporativos y una retícula a dos columnas.



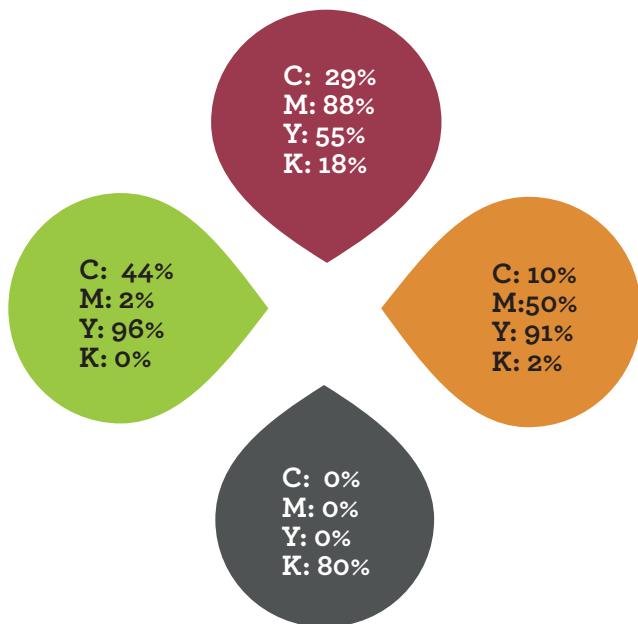
Para la portada del manual de marca se utilizó una diagramación de dos columnas, en la parte derecha se colocó el Logotipo de la marca y del lado izquierdo se colocó un fondo negro con íconos realizados para la aplicación en la parte digital.

La tipografía que se utilizará para las diversas aplicaciones de la marca es la familia Archer, para los encabezados archer regular, archer bold y archer bold italic. Mientras que para los cuerpos de textos se utilizarán las demás variedades de la familia archer.

Archer
ARCHER
Archer
ARCHER
archer
aRcHeR

Encabezado: Archer (Regular,Bold, Bold Italic).
Usos: Encabezados, subtítulos, textos cortos.

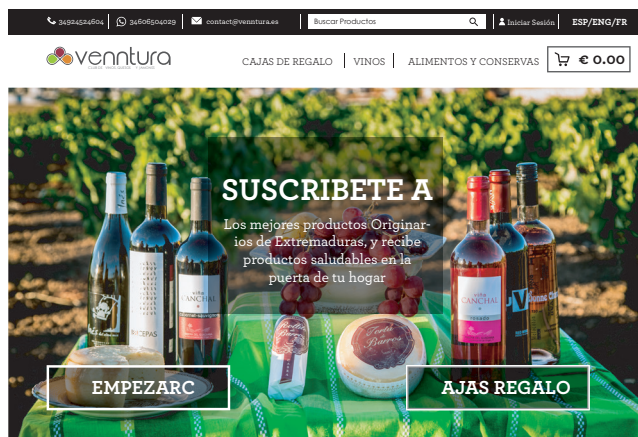
Cuerpo de texto: Archer (Regular, Italic, Bold, Bold Italic).
Usos: Textos largos, descripciones, entre otros relacionados y pertinentes.



Los colores corporativos de la marca Venntura son los siguientes: rojo, naranja, verde, gris.

Cada color representa uno de los productos que actualmente la empresa Venntura comercializa por ejemplo el rojo oscuro representa los productos de vinos, el verde las mermeladas y el naranja los jamones.

Sus tonalidades exactas estan descritas en la imagen ubicada del lado izquierdo parte superior de esta página.



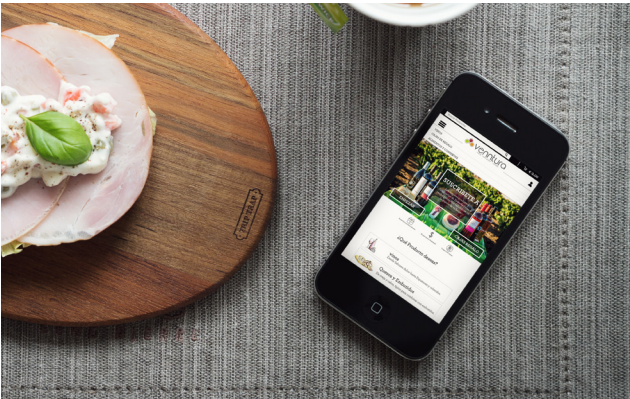
En la plataforma digital se ven expresados los colores y gráficas que se han realizado para el proyecto de imagen corporativa y reestructuración de la plataforma digital de la misma

Presentación del producto gráfico

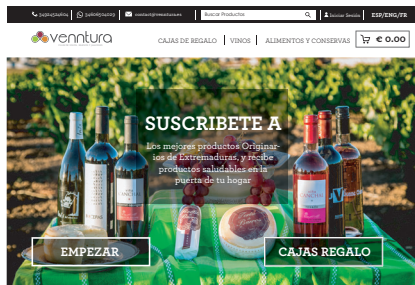


Uno de los productos gráficos que se han elaborado en este proyecto es el manual de marca de Venntura el cual fué impreso en papel couche de 150g en tamaño A5, su diagramación es a dos columnas con tipografía de la familia Archer, se han usado los colores corporativos para la presentación del mismo.





Otro de los productos gráficos que se han producido en el proyecto es la reestructuración de la plataforma digital tanto web como aplicación para móvil.

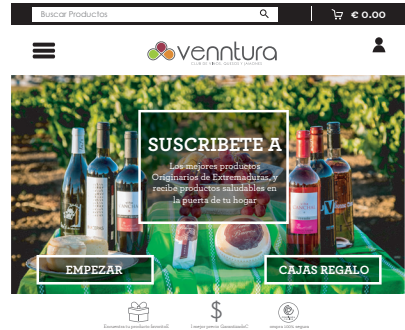


Se procedió a realizar un diseño del home de la página web de Venntura mucho más agradable estéticamente siguiendo la línea gráfica que se diseñó para la marca Venntura.

En las siguientes imagenes se muestran dos de las más importantes páginas reestructuradas para Venntura su Home page y su página de suscripción.

El fondo blanco contrasta perfectamente con los colores e imagenes que se han colocado evitando así que el protagonismo de las mismas se vea afectado y a su vez dando un toque elegante que va ligado a lo gourmet de los productos que se venden en la página web.

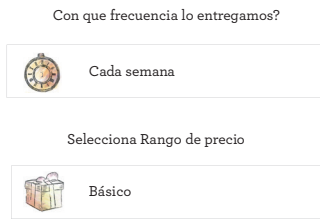




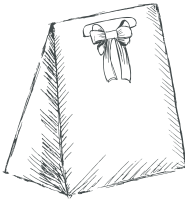
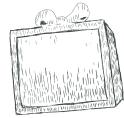
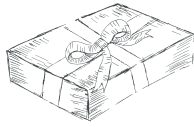
Para la aplicación móvil se utiliza los mismos contrastes de la página web pero con una diagramación diferente debido a su plataforma.



En la aplicación móvil se destacan mayormente los iconos que se crearon con sutiles toques coloridos que le otorgan al diseño un toque original.






Entre los varios íconos que se crearon para la aplicación web y la línea gráfica en general tenemos los siguientes:



CAJA DE LUJO EXTREMEÑA	DESCRIPCIÓN DE SUSCRIPCIÓN								
	<p>DETALLE</p> <p>Dos vinos canchal Un vino Mar de Plata Un Queso de Oveja Pinton</p> <table border="1"> <tr> <td>Subtotal</td> <td>20,00 €</td> </tr> <tr> <td>Iva 21%</td> <td>4,20 €</td> </tr> <tr> <td>Envío</td> <td>0,00 €</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>24,20 €</td> </tr> </table> <p>COMPRAR</p>	Subtotal	20,00 €	Iva 21%	4,20 €	Envío	0,00 €	Total	24,20 €
Subtotal	20,00 €								
Iva 21%	4,20 €								
Envío	0,00 €								
Total	24,20 €								

* Con esta compra te estas ahorrando 10,00 € mensualmente

Acerca de venntura

Sobre nosotros

Cómo funciona?

¿Necesitas ayuda?

📞 34 924 52 46 04

📧 34 608 50 40 29

✉ contact@venntura.es


Garantía y servicio Venntura.es

Secure Website

GOADORY VERIFIED & SECURED

Delivery **SEUR**

Payment accepted



© Venntura Europa Marketplace

Política de Cookies | Política de Privacidad | Condiciones de Uso





Agradece tu suscripción!
Recuerda que estamos a tu disposición
comunicate con nosotros
contact@venntura.es

En la presente página se puede observar como se vería la página con un cuadro de mensaje.



CAJAS DE REGALO | VINOS | ALIMENTOS Y CONSERVAS

€ 0.00

BODEGAS LÓPEZ MORENÁS
 CREATIVIDAD Y CALIDAD

Mensaje

Información de la Tienda

- Home
- Perfil
- Producto

Categorías

- Bebidas 7
- Vino 4
- Bebidas 3
- Vino 2
- Bebidas 2
- Bebidas 2
- Bebidas 1
- Vino 1
- Bebidas 1



Destacado | Ofertas | Recomendaciones | Nuevo



12 3



Acerca de venntura

Sobre nosotros
 Cómo funciona?

¿Necesitas ayuda?

34 924 52 46 04
 34 606 50 40 29
 contact@venntura.es

Garantía y servicio Venntura.es

Secure Website | Delivery

GOADAPT VERIFIED & SECURED VERIFY SECURITY

SEUR

Payment accepted

VISA | Mastercard | PayPal | GORRANA ONLINE | GORRANA ONLINE

94924524604

94606504029

contact@venttura.es

BUSCAR PRODUCTOS

Iniciar Sesión

ESP/ENG/FR



CAJAS DE REGALO | VINOS | ALIMENTOS Y CONSERVAS

€ 0.00

LOPEZ MORENAS
 1942

Mensaje

Información de la Tienda

- Home
- Perfil
- Producto

Categorías

Bebidas	7
Vino	4
Bebidas	3
Vino	2
Bebidas	2
Bebidas	2
Bebidas	1
Vino	1
Bebidas	1



Información de la Empresa



NUESTRA HISTORIA

Inicios de nuestra Empresa

La empresa nace en 1942 en Barro de Maestre en la provincia de Badajoz, como una bodega tradicional.

Años después se instala una pequeña embotelladora que produce 1500 botellas por hora y se empieza a distribuir por la localidad y por la comarca. También se distribuye vino en grandes cantidades de 40 litros y se amplía el radio de acción las provincias Andaluzas limítrofes con Badajoz.

En 1990 se constituye en Sociedad Limitada y es a partir de entonces cuando la empresa se transforma y empieza a adaptar la dimensión que ahora tiene.

Durante los siguientes años, se triplica el volumen de facturación, ampliando la línea de negocio con la elaboración de zumos.

En el año 2007 se instalan 4 máquinas de envasado de vino en Bag in Box. Estas máquinas refuerzan la capacidad de envasado de la empresa, al tiempo que permiten aumentar la gama de productos y formatos de su catálogo.

EXPANSIÓN

Internacionalización

La empresa inició su internacionalización hace 15 años a países próximos como Portugal y República Checa. En la actualidad está presente en 75 países.

La compañía cuenta con una amplia gama de productos vitivinícolas con la Garantie de Provenance y la calidad de los productos certificados BRC food e ISO food.



Sobre el Vendedor

Nombre legal: BODEGAS LOPEZ MORENAS S.L.
 Número B: 0846247
 NIF B: 45040247
 Correo e: info@bodegaslopezmorenas.com
 Teléfono: 949245246
 Dirección: C. de Méndez, 13 P.º 04910

Acercas de venttura

Sobre nosotros

Cómo funciona?

¿Necesitas ayuda?

34 924 52 46 04

34 606 50 40 29

contact@venttura.es

Garantía y servicio Venttura.es

Secure Website

Delivery

VERIFIED & SECURED

Payment accepted

VISA, Mastercard, PayPal, CONTRASERVIDOR, COMERCIO ELECTRONICO

© Venttura Europa Marketplace | Política de Cookies | Políticas de Privacidad | Condiciones de Uso

SUSCRIBETE AHORA!

CAVA BRUT Y SEMI BRUT







DESCRIPCIÓN DE SUSCRIPCIÓN

Disfruta de una caja con el mejor Cava de España. El Pack consiste en 3 botellas de Cava brut y 3 Semibrut.

Aroma: Fresco y afrutado
Sabor: Dulce
Maridaje: Quesos, ensaladas con frutas, postres

Precio
20,70 € -10%

Cantidad

Añadir a carrito

Clientes que compraron este artículo, también compraron



Ácerca de ventura

Sobre nosotros
 Cómo funciona?

¿Necesitas ayuda?

 34 924 52 46 04
 34 606 50 40 29
 contact@ventura.es

Garantía y servicio Ventura.es

Secure Website



Payment accepted



Delivery



34924524604

34606504029

contact@ventura.es

Buscar Productos

Iniciar Sesión

ESP/ENG/FR



CAJAS DE REGALO | VINOS | ALIMENTOS Y CO

Queso De Oveja De Pasta Blanda Torta De Barros 1400 Kg 23,28€

Queso Cremoso De Serena Cancho Roano 14 Kg 24,23€

Vino Espumoso Variedad Pinot Noir 24,23€

Caja Espumosa Caja 24,23€

Total: 631,72€

[Continuar la Compra](#)

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	TOT
 <p>Queso De Oveja De Pasta Blanda Torta De Barros 1400 Kg</p>	1	23,28€	23,28€
 <p>Queso Cremoso De La Serena Cancho Roano 14 Kg</p>	1	24,23€	24,23€

DATOS DE FACTURACIÓN

Nombre

Liz

Apellido

Karla

Email

lizie_karia@hotmail.com

Teléfono

País

ESPAÑA

Dirección

Localidad/Ciudad

Provincia

DNI / NIF

Código Postal

ENVIO E IMPUESTO

Seur Express



Tiempo de entrega

3 días

TU PEDIDO

ITEM	PRECIO SIN IVA
Queso De Oveja De Pa...	22,38€
Queso Cremoso De La ...	23,30€
SUBTOTAL	45,68€

CUPÓN DE DESCUENTO

Aplicar cupón

IVA 4%	1,83€
ENVIO	5,58€
TOTAL	53,09€

METODO DE PAGO

PayPal



PAGAR AHORA

34924524804 | 34606504029 | contact@venntura.es | | Iniciar Sesión | ESP/ENG/FR



CAJAS DE REGALO | VINOS | ALIMENTOS Y CONSERVAS

€ 0.00



Acercas de venntura | ¿Necesitas ayuda? | Garantía y servicio Venntura.es

Sobre nosotros | 34 924 52 46 04 | Secure Website | Delivery

Cómo funciona? | 34 606 50 40 29 | VERIFIED & SECURED | SEUR

contact@venntura.es | Payment accepted | VISA | Mastercard | PayPal | CORTELAES | GONZALEZ

© Venntura Europa Marketplace | Política de Cookies | Políticas de Privacidad | Condiciones de Uso

Identidad corporativa y reestructuración de la plataforma digital Venntura

En esta página se puede destacar las fotografías de Vinos que la empresa Venntura tiene a la venta para sus clientes.



Cómo Funciona

Selección de una manera muy sencilla el producto que te encanta. Nosotros nos encargamos de entregártelo según cómo lo definas

NO ESPERES MAS COMIENZA AHORA



SUSCRIPCIÓN PERSONAL

Para que nunca te falte lo que más te gusta, todos los días.



SUSCRIPCIÓN REGALO

Sorprende a tus amigos y familia con nuestras sugerencias, te lo agradecerán!



RECIBE TU PRODUCTOS

Tú eliges la frecuencia y lugar de entrega, puedes cambiarlo en cualquier momento.



IN COMPROMISO

Puedes cancelar tu suscripción en cualquier momento, sin largos contratos ni costos ocultos.



COMPRA EN LÍNEA

Encuentra increíbles productos en nuestro sitio web.



PRODUCTO GARANTIZADO

La más alta calidad y exquisito sabor en todo lo que te entregamos.

NO ESPERES MAS COMIENZA AHORA

Acerca de venntura

Sobre nosotros

Cómo funciona?

¿Necesitas ayuda?

34 924 34 46 04

34 606 50 40 29

contact@venntura.es

Garantía y servicio Venntura.es

Secure Website Delivery

VERIFIED & SECURED
TRUSTED STORE

SEUR
DELIVERY

Payment accepted

© Venntura Europa Marketplace

[Política de Cookies](#) | [Políticas de Privacidad](#) | [Condiciones de Uso](#)



Identidad corporativa y reestructuración de la plataforma digital Venntura



También se elaboraron diseños de tarjetas de presentación y su respectiva papelería. Las tarjetas en dos tonos de color de fondo blanco y negro con letras grises.



En la página siguiente se muestra el packaging diseñado para la marca Venntura que será utilizado en el envío de mercadería a sus clientes.





Se realizaron mock ups de la furgoneta repartidora de Venntura aplicado su respectivo logo.



Para aquellas promociones o eventos especiales en los que Venntura premiará a su clientela se elaboró mock ups de los elementos que piensa obsequiar como copas de vino y gorras



Para la publicidad de las calles se hicieron banner y publicidad rodante para la marca Venntura.

La publicidad debe ser colocada en las paradas de buses con los afiches de se muestran en las siguientes imagenes.

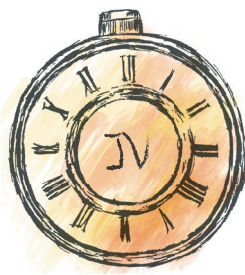
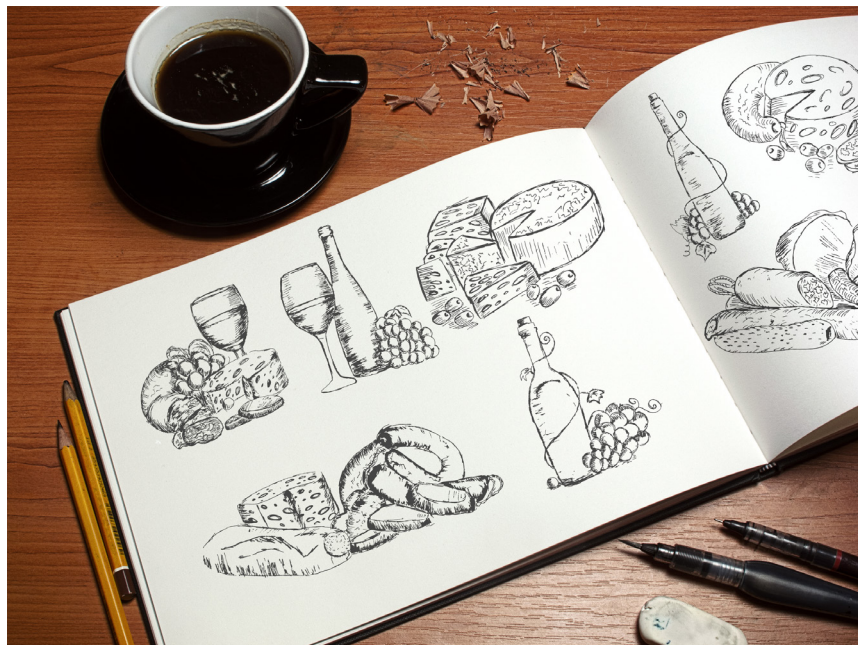


Sobre la publicidad móvil se propone el siguiente anuncio publicitario que se colocará en el respectivo camión publicitario para que circule por las calles de las principales ciudades de España.



En esta página se muestran los mock ups de la parte digital en diversas versiones de aparatos electrónicos como lo son tablet, celular, computadora de escritorio y portátil. En la página siguiente se muestran mock ups de los diversos bocetos de los iconos que se elaboraron para la reestructuración digital.





PRESUPUESTO

Proyecto de diseño identidad corporativa y reestructuración de plataforma digital Venntura

		Unitario	Total
EGRESOS			\$ 4027,20
Diseño	Investigación + desarrollo		
	Equipo Proyecto	\$300	\$600
	Concepto creativo	\$300	\$300
	Diseño de propuestas (pruebas)	\$100	\$100
	Digitalización de propuestas	\$100	\$100
	Diagramación	\$100	\$100
	Prototipo final	\$100	\$100
	Total Mes 01 a 04	\$1000	\$1300
Diseño de piezas	Descripción		
	Diseño de marca (creación de identificador)	\$300	\$300
	Diseño de manual de marca	\$500	\$500
	Diseño de Packaging	\$100	\$100
	Diseño de página web	\$400	\$400
	Total	\$1300	\$1300
INVERSIÓN			\$ 2600
Implementación			
	Impresiones sugeridas de manual de marca 2 unidades, 59 páginas.	\$0,80	\$47,20
	Impresiones sugeridas de Packaging 1000 unidades	\$1,00	\$1000
	Cartulina marfil tamaño A4 de 160gr,1000hojas	\$100	\$100
	Cartulina plegable, pliego de 260gr, 500 pliegos	\$0,50	\$250
	Impresiones sugeridas de Tarjetas de presentación1000 unidades filtro UV doble lado	\$0,03	\$30
Total	Egresos+inversión Mes 01 a 04		\$ 1427,20

RESULTADOS

Los resultados obtenidos con la correcta imagen corporativa de la marca Venntura en conjunto con la reestructuración de la plataforma digital de la misma y con los cambios implementados han arrojado respuesta positivas, ya que muestra un correcto mensaje de los valores de marca y de todas aquellas características que Venntura ha querido transmitir a sus consumidores.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que el problema encontrado sobre la baja implementación de plataformas online especializadas a la compra venta de productos agroalimentarios autóctonos de España es un hecho que puede ser solucionado con la ayuda del Diseño Gráfico comunicando así de manera adecuada los valores que se desean transmitir.

Así mismo podemos decir que los objetivos planteados en el presente trabajo se han cumplido a cabalidad otorgando a la marca Venntura un correcto mensaje comunicacional y un adecuado isotipo que le da identidad.

Se recomienda en un futuro actualizar su línea gráfica y su isotipo sin cambiar en extremo para que el consumidor pueda aún hacer la debida asociación del isotipo con la marca.

BIBLIOGRAFÍA

Descripción general de España, tipo de Gobierno. MeQuierolr.com 2001-2017. Recuperado de <http://www.mequieroir.com/paises/espana/emigrar/descripcion/gobierno/>

Banco de España, Proyecciones macroeconómicas. Recuperado de http://www.bde.es/bde/es/areas/analisis-economi/analisis-economi/proyecciones-mac/Proyecciones_macroeconomicas.html

Banco de España, Boletín económico, informes trimestrales 2016. Recuperado de http://www.bde.es/bde/es/secciones/informes/boletines/relac/Boletin_Economico/Informes_trimes1/, diciembre del 2016

Europa Press, extremadura 2016. Recuperado de <http://www.europapress.es/extremadura/noticia-extremadura-presenta-2015-pib-per-capita-mas-pais-16166-euros-20160804115819.html>.

Issuu, General Jet, manual de identidad corporativa enero 15 2012. Recuperado de https://issuu.com/ricardocalvivivian/docs/general_jet_-_miv_virtual?backgroundColor=%23222222

ANEXOS

ENCUESTA

Encuesta realizada para obtener información sobre consumo y preferencias de compradores online.

Sexo: masculino femenino

Edad:

- 25-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 66-75

1.- ¿Usted realiza compras por internet?

- Si
- No

2.- ¿Qué clase de productos compra por internet?

- Alimentos
- Vestimenta
- Hogar

Otros _____

3.- ¿Usted conoce alguna tienda online de productos alimenticios o productos gourmet en España?

- Si
- No

4.-Con relación a la pregunta anterior, Especifique el/los nombres de las tiendas online que conoce

5.- ¿Con qué frecuencia, usted realiza compras de productos agroalimentarios o gourmet?

- Semanalmente
- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

6.- ¿Qué productos agroalimentarios o gourmet son los que usted consume con mayor frecuencia?

- Vinos
- Quesos
- Mermeladas
- Jamones

Otros_____

7.- ¿Qué beneficios le gustaría obtener de una tienda online de productos agroalimentarios o gourmet?

- Descuentos
- Regalos

Otros_____

8.- Le gustaría mantener comunicación con la tienda online de productos agroalimentarios o gourmet por medio de

- Redes sociales
- Email
- Por medio de la misma página
- Teléfono



Fotografías tomadas en horas de materia integradora. Exposición de avances de proyecto.



En esta página se muestran imágenes del proceso de elaboración del manual de marca, reestructuración digital y del brochure para el proyecto fuera de horas de materia integradora.



