



Instituto Politécnico
de Castelo Branco

Instituto Politécnico de Castelo Branco

Venâncio, João

**Estratégia de comunicação e identidade visual :
Quinta da Aldeã - Centro Hípico e Hortofrutícola**

<https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/3083>

Metadados

Data de Publicação	2016
Resumo	Este projeto final consiste na definição de estratégia de comunicação e na criação da identidade visual para dois ramos de negócio da Quinta da Aldeã: centro hípico e hortofrutícola O centro hípico que já opera no mercado, precisa de se reposicionar com o objetivo de captar novos cliente e manter os atuais, aumentando assim o volume de serviços. A área de negócio de hortofrutícola, criada recentemente, pretende especializar-se na comercialização de comida natural e saudável na região de Ca...
Editor	IPCB. ESART
Palavras Chave	Identidade visual, Estratégia de comunicação, Centro hípico, Hortofrutícola
Tipo	report
Revisão de Pares	Não
Coleções	ESART - Design de Comunicação e Produção Audiovisual

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-04-26T03:54:00Z com informação proveniente do Repositório



Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Artes Aplicadas

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E IDENTIDADE VISUAL QUINTA DA ALDEÃ CENTRO HÍPICO E HORTOFRUTÍCOLA

João Venâncio

20120774

Orientadores

Isabel Castro

Madalena Ribeiro

Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciatura em Design, Comunicação e Produção Audiovisual, realizada sob a orientação científica da especialista Isabel Lopes de Castro e da mestre Madalena Ribeiro da Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Julho 2016

Composição do Júri

Presidente do júri

Doutor, Daniel Raposo

Prof. Adjunto do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Arguente

Doutor, José Miguel Gago da Silva

Prof. Adjunto do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Dedicatória

Aos meus pais

Agradecimentos

Agradeço a todos os que me apoiaram moralmente, ou que com a sua experiência me ajudaram; às minhas orientadoras, Professora Isabel Lopes Castro e Professora Madalena Ribeiro, por acreditarem no meu trabalho, e por todo o apoio que me deram ao longo desta etapa.

Agradeço também aos responsáveis da empresa Quinta da Aldeã, Sra. Teresa Lopes e Sr. Tiago Lopes, pelo apoio e disponibilidade demonstrada.

À Sara Alveirinho Martins, que me apoiou e incentivou durante toda a minha licenciatura.

Por último, agradeço aos meus pais que me apoiaram, não só ao longo deste projeto, mas durante todo o meu percurso académico.

A todos o meu obrigado!

Resumo

Este projeto final consiste na definição de estratégia de comunicação e na criação da identidade visual para dois ramos de negócio da Quinta da Aldeã: centro hípico e hortofrutícola

O centro hípico que já opera no mercado, precisa de se reposicionar com o objetivo de captar novos cliente e manter os atuais, aumentando assim o volume de serviços.

A área de negócio de hortofrutícola, criada recentemente, pretende especializar-se na comercialização de comida natural e saudável na região de Castelo Branco, de modo a distinguir-se de todas as outras, com o seu profissionalismo e qualidade.

Este será um projeto que ajudará a empresa a relançar-se no mercado e a alcançar o sucesso nos dois ramos de negócio.

Palavras Chave

Identidade Visual, Estratégia de comunicação, Centro hípico, Hortofrutícola.

Abstract

This final project represents the concept to define the communication strategy and the creation of a visual identity for the Quinta da Aldeã two business branches; Equestrian Centre-Riding School and Horticulture-Fruit Growing.

The Equestrian-Centre, already a well-known and performing concept in the region is demanding to approach new clients and therefore expand the company.

The recently created fruit and vegetable business branch gold aim is to target the increasingly demand for Organic-Healthy food in the region of Castelo Branco and will hopefully provide and boost the company with the tools to become a successful and a key player role in this area.

Keywords

visual identity, communication strategy, equestrian centre, horticulture-fruit growing

Índice Geral

Dedicatória	III
Agradecimentos	VII
Resumo	IX
Abstract.....	XI
Índice de Figuras.....	XVII
Índice de Tabelas	XIX
1 Introdução.....	1
1.1 Motivação.....	1
1.2 O problema.....	2
1.3 Definição do projeto.....	2
1.3.1 Questão do estudo.....	2
1.4 O estudo.....	2
1.5 Objetivos.....	2
1.6 Metodologia projetual.....	3
1.7 Estrutura do projeto.....	4
1.8 Calendarização do projeto.....	5
2 Fundamentação Teórica.....	7
2.1 Estratégia de comunicação.....	7
2.2 Posicionamento.....	8
2.3 Análise <i>SWOT</i>	8
2.4 <i>Brand personality</i>	9
2.5 Públicos-alvo	9
2.6 <i>Personas</i>	9
2.7 Arquétipos emocionais.....	10
2.8 <i>Naming</i>	10
2.9 <i>Slogan/tagline</i>	11
2.10 Identidade visual	11
2.10.1 Estrutura de identidade visual.....	11
2.10.2 Símbolo	12
2.10.3 Cores.....	12
2.10.4 Tipografia.....	12
3 Estudo de Caso	13
3.1 Centro Hípico Lacan.....	13
3.2 Grupo Paloma – Grupo Hortofrutícola	19

3.3	Considerações e conclusões.....	25
4	Elaboração do projeto.....	26
4.1	Fase de análise.....	27
4.1.1	Quinta da Aldeã – centro hípico.....	27
4.1.1.1	Caraterização.....	27
4.1.1.2	A comunicação.....	28
4.1.1.3	A imagem.....	31
4.1.1.4	O mercado.....	32
4.1.1.5	O Setor.....	34
4.1.1.6	Os concorrentes.....	34
4.1.1.7	Principais concorrentes: identificação e análise.....	35
4.1.1.8	Análise SWOT.....	37
4.1.2	Quinta da Aldeã – hortofrutícola.....	38
4.1.2.1	Caraterização.....	38
4.1.2.2	O mercado.....	39
4.1.2.3	Os concorrentes.....	40
4.1.2.4	Principais concorrentes: identificação e análise.....	40
4.1.2.5	Análise SWOT.....	43
5	Fase de intervenção.....	45
5.1	Centro Hípico.....	45
5.1.1	Definição do(s) público-alvo(s).....	46
5.1.2	Personas.....	46
5.1.3	Arquétipos emocionais.....	48
5.1.4	Brand personality.....	49
5.1.5	Definição de posicionamento.....	49
5.2	Hortofrutícola.....	50
5.2.1	Definição do(s) público-alvo(s).....	50
5.2.2	Personas.....	50
5.2.3	Arquétipos emocionais.....	52
5.2.4	Brand personality.....	53
5.2.5	Definição de posicionamento.....	54
6	Investigação ativa.....	55
6.1	Definição de conceitos e estratégia de comunicação para centro hípico.....	55
6.2	Definição de conceitos e estratégia de comunicação para hortofrutícola.....	56
7	Conceção, propostas e maquetas.....	57

7.1	Centro Hípico.....	57
7.1.1	Identidade visual (símbolo, cores, tipografia e fotografia).....	57
7.1.2	Manual de Normas Gráficas.....	60
7.2	Hortofrutícola.....	61
7.2.1	Identidade visual (símbolo, cores e tipografia).....	61
7.2.2	Manual de Normas Gráficas.....	63
8	Aplicações.....	65
8.1.1	Centro Hípico.....	65
8.1.1.1	Estacionário e outros documentos.....	65
8.1.1.2	Flyer.....	68
8.1.1.3	Outros Objetos.....	70
8.1.1.4	Website.....	72
8.1.1.5	Redes sociais.....	83
8.1.2	Hortofrutícola.....	84
8.1.2.1	Estacionário e outros documentos.....	84
8.1.2.2	Outros Objetos.....	87
8.1.2.3	Redes sociais.....	90
9	Conclusão.....	91
	Bibliografia.....	92
	Webgrafia.....	93
	Anexos.....	Erro! Marcador não definido.

Índice de Figuras

Figura 1. Antigo logótipo Lacan.....	15
Figura 2. Novo logótipo Lacan.....	15
Figura 3. <i>Layout</i> da página de entrada do <i>website</i>	16
Figura 4. <i>Layout</i> da página de entrada do <i>website</i> acedida via <i>smartphone</i>	17
Figura 5. Página de Facebook.....	18
Figura 6. Canal de Youtube.....	19
Figura 7. Antigo logótipo Paloma.....	21
Figura 8. Atual logótipo Paloma.....	21
Figura 9. <i>Layout</i> da página de entrada do <i>website</i>	22
Figura 10. Página de Facebook.....	23
Figura 11. Catálogo Paloma.	24
Figura 12. <i>Flyers</i> Paloma.	24
Figura 13. Stand de vendas Paloma.....	25
Figura 14. Atual logótipo da Quinta da Aldeã.	28
Figura 15. Página de Facebook.....	29
Figura 16. Cartão de visita.....	30
Figura 17. <i>Flyer</i>	31
Figura 18. Análise ao questionário.....	32
Figura 19. Mapa de localização.....	33
Figura 20. Segunda análise ao questionário.....	34
Figura 21. Logótipo Centro Equestre de Castelo Branco.....	35
Figura 22. Perfil de Facebook.....	37
Figura 23. Mapa de localização.....	39
Figura 24. Logótipo Infinifrutas.....	41
Figura 25. <i>Layout</i> da página de entrada do <i>website</i>	42
Figura 26 Página de Facebook.....	43
Figura 27. Imagem de pessoa fictícia para definição do público-alvo.....	47
Figura 28. Estrela de grau de importância dos arquétipos emocionais.	48
Figura 29. Imagem de pessoa fictícia para definição do público-alvo.....	51
Figura 30. Estrela de grau de importância dos arquétipos emocionais.	52
Figura 31. Nova marca gráfica Quinta da Aldeã.....	58
Figura 32. Fotografia da Quinta da Aldeã.....	59
Figura 33. Fotografia da Quinta da Aldeã.....	59
Figura 34. Fotografia da Quinta da Aldeã.....	60

Figura 35. Fotografia da Quinta da Aldeã.....	60
Figura 36. Imagem ilustrativa da capa do manual de normas gráficas da Quinta da Aldeã.....	61
Figura 37. Nova marca gráfica Horta da Aldeã.....	63
Figura 38. Imagem ilustrativa da capa do manual de normas gráficas da Horta da Aldeã.....	64
Figura 39. Estacionário Quinta da Aldeã.....	66
Figura 40. Cartão de visita Quinta da Aldeã.....	66
Figura 41. Envelope Quinta da Aldeã.....	67
Figura 42. Papel de carta Quinta da Aldeã.....	68
Figura 43. <i>Flyer</i> sobre os serviços disponíveis.....	69
Figura 44. <i>Flyer</i> sobre os serviços disponíveis.....	70
Figura 45. <i>Mockup</i> de polo para Quinta da Aldeã.....	71
Figura 46. <i>Mockup</i> de boné para Quinta da Aldeã.....	71
Figura 47. <i>Mockup</i> de crachá para Quinta da Aldeã.....	72
Figura 48. Mapa do website.....	73
Figura 49. Ícones criados para a página Serviços.....	73
Figura 49. Página inicial da Quinta da Aldeã.....	74
Figura 50. Página “Quem Somos”.....	75
Figura 51. Página “Serviços”.....	76
Figura 52. Página “A Equitação”.....	78
Figura 53. Página “Galeria”.....	79
Figura 54. Galeria de fotografias em funcionamento.....	80
Figura 55. Página “Contactos”.....	81
Figura 56. <i>website</i> em dispositivo móvel.....	82
Figura 57. Versatilidade do website.....	82
Figura 58. Facebook Quinta da Aldeã.....	83
Figura 59. Estacionário Horta da Aldeã.....	84
Figura 60. Cartão de visita Horta da Aldeã.....	85
Figura 61. Envelope Horta da Aldeã.....	86
Figura 62. Papel de Carta Horta da Aldeã.....	87
Figura 63. <i>Mockup</i> de t-shirt para Horta da Aldeã.....	88
Figura 64. <i>Mockup</i> de saco em papel para Horta da Aldeã.....	88
Figura 65. Etiquetas de identificação.....	89
Figura 66. Etiqueta aplicada.....	89
Figura 67. Facebook Horta da Aldeã.....	90

Índice de Tabelas

Tabela 1. Calendarização do projeto	5
Tabela 2. Análise SWOT Quinta da Aldeã.....	38
Tabela 3. Análise SWOT	44
Tabela 4. Rotina diária de pessoa fictícia	47
Tabela 5. Rotina diária de pessoa fictícia	51