

Jane  
Moira



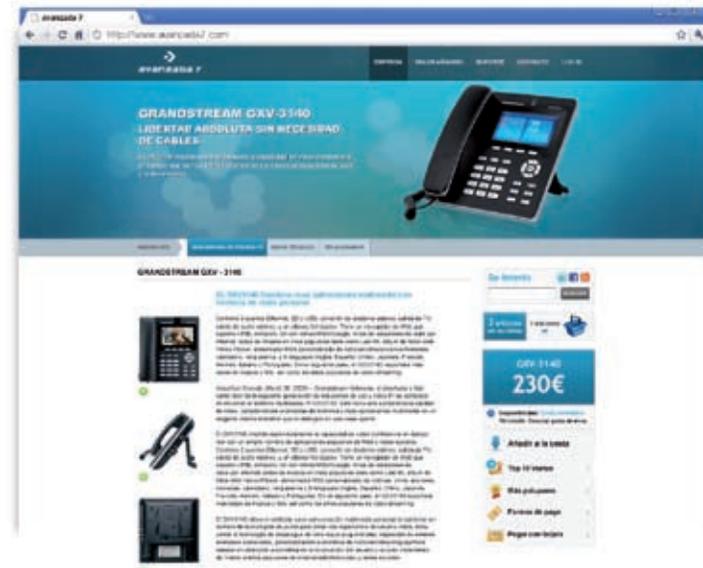
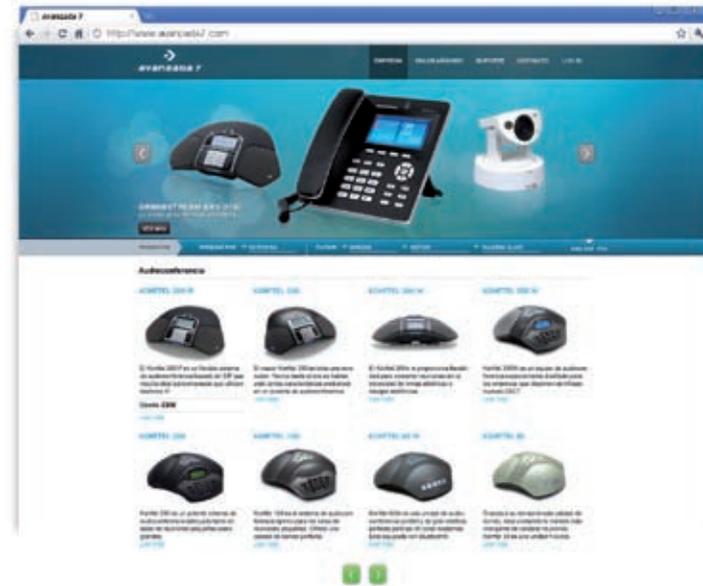
# 01

## Web Corporativa Avanzada 7

Rediseño de la web corporativa de la empresa Avanzada 7, especializada en nuevas tecnologías y en desarrollo de I+D+i en telefonía VOIP.  
 Reconceptualización de la navegación.  
 Uso del color corporativo azul como valor añadido.  
 Querían destacar su función como tienda on-line, ya que en su web actual no destacaban en ese campo. Para ello se decidió crear una interfaz gráfica basada en sus productos, donde siempre se destacaría un producto por página visitada.



Nombre  
 Web/Interfaz Avanzada 7  
 Concepto  
 Conceptualización y jerarquización de contenidos. Rediseño visual.  
 Cliente  
 Avanzada 7  
 Agencia  
 takeone  
 Web  
 http://www.avanzada7.com





02

## Web XIII Festival de Cine de Málaga

Diseño del site corporativo del XIII Festival de Cine de Málaga. El proyecto se ha basado en torno a códigos de color que marcan la jerarquía informativa, haciendo que ésta conviva en armonía con el abanico cromático que forma el cartel oficial del Festival. La meta fue conseguir una navegación sencilla a la vez que impactante para el visitante. Home realizada por Lourdes Molina, Directora creativa de takeone.



**Nombre**  
Portal XIII Festival de Málaga de Cine

**Concepto**  
Diseño y desarrollo, en base a la gráfica del Festival

**Ciente**  
Festival de Cine de Málaga

**Agencia**  
takeone

**Web**  
<http://www.festivaldemalaga.com>



03

## Web Oficial ONG Granito de Arroz

Granito de Arroz es una asociación autofinanciada sin ánimo de lucro que tiene como objetivo **Ayudar a los más necesitados**. No es una ONG al uso. Es un grupo de amigos unidos y reunidos en torno a una idea: ayudar. Con un poco de cada uno, porque poco a poco se hace mucho, granito a granito. Necesitaban un site donde poder mostrar su actividad y, a la vez, concienciar a las personas de la realidad que se vive en el Tercer Mundo.



### Nombre

Web ONG Granito de Arroz

### Concepto

Site visual y de fácil manejo. Gestión de contenidos.

### Cliente

ONG Granito de Arroz

### Agencia

takeone

### Web

<http://www.granitodearroz.org>



**Nombre**  
Portal web Microvoluntarios Málaga

**Concepto**  
Diseño y desarrollo, interfaz de usuario

**Ciente**  
Ayuntamiento de Málaga

**Agencia**  
takeone / Consoltic

**Web**  
<http://www.microvoluntarios.org>

## 04 Microvoluntarios Málaga

En esta web, ONG cuelgan sus necesidades en forma de Microtarefas y los Microvoluntarios las realizan de forma altruista. Una microtarea es aquella que se puedan realizar desde un ordenador con conexión a internet, en un tiempo estimado de entre 15 a 120 minutos. Los microvoluntarios se inscriben en estas tareas, en función de sus preferencias y habilidades. El proyecto se proyectó en torno a una interfaz de usuario fácil de usar y fácil de navegar. A su vez se hizo un ranking visual para potenciar el voluntariado y premiar a los más solidarios.



05

## Roomore, Monitor de presencia online para hoteles

Roomore es un monitor de presencia online para hoteles. Se trata de una herramienta muy interesante para potenciar las empresas turísticas de Andalucía. Mediante esta plataforma, el usuario dispone de toda la información posible para averiguar cómo captar nuevos usuarios, así como saber a través de qué lugares acceden los navegantes a su web.

Se realizó toda la interfaz gráfica de la plataforma, así como la identidad corporativa.



**Nombre**  
Roomore, Monitor de la presencia online para hoteles

**Concepto**  
Diseño y desarrollo, interfaz de usuario

**Ciente**  
Andalucía LAB

**Agencia**  
takeone

**Web**  
<http://www.roomore.es>



06

## Publifestival 2010

Publifestival es la gran gala de la publicidad y el punto de encuentro para empresas y los profesionales del mundo de la comunicación con un interés común: el Marketing con Causa o la Publicidad Social.

Diseño y desarrollo de site de este importante evento para su IV edición, cambiando de forma radical la imagen, apostando por una dirección gráfica mucho más limpia y jerarquizada.



**Nombre**  
Site corporativo IV Edición Publifestival

**Concepto**  
Conceptualización y jerarquización de contenidos. Rediseño visual. Dirección gráfica del evento.

**Ciente**  
MMK

**Agencia**  
takeone

**Web**  
<http://www.publifestival.com>





## 07 Plantilla tiendy

Diseño de plantilla modelo para tienda online. Creación de estilos y patrones gráficos para adaptar a distintos tipos de negocios, siendo muy cómodo su adaptación a la gráfica real de cada empresa.

**Janet**  
**molina** web

**Nombre**  
Plantilla modelo web tienda online

**Concepto**  
Diseño de la interfaz visual.  
Creación de estilos de fácil edición para el usuario final.

**Cliente**  
tiendy.com

**Web**  
<http://www.tiendy.com>





Nombre  
 quieroserfotografo.com  
 Concepto  
 Diseño de la interfaz visual.  
 Creación de estilos y desarrollo  
 de códigos visuales.  
 Cliente  
 Apertura, Escuela de Fotografía  
 Web  
 http://www.quieroserfotografo.com



08

## quieroserfotografo.com

Quieroserfotografo.com es una plataforma enfocada a todos los amantes de la fotografía, desde los más experimentados, hasta los que comienzan a usar la cámara por primera vez. Se ha desarrollado toda la gráfica y la navegación de tal forma que el usuario pueda interactuar con la infinidad de opciones que ofrece de una forma sencilla y cómoda.



## 09 quieroserfotografo.com



Quieroserfotografo es una comunidad virtual para amantes de la fotografía, así como un curso anual de fotografía. Desde el primer momento quisimos que fuese una comunidad "para amigos de la fotografía", por lo que buscamos una identidad acorde con el concepto.

Desarrollo de diversos ítems corporativos para la promoción y conocimiento de la comunidad.

### Nombre

quieroserfotografo.com

### Concepto

Diseño de identidad corporativa.  
Diseño de aplicaciones y merchandising.

### Cliente

Apertura, Escuela de Fotografía

### Web

<http://www.quieroserfotografo.com>



## 10 Microvoluntarios Málaga

Diseño de marca y conceptualización de códigos visuales de conducta para la marca.

Se ha creado una batería de aplicaciones para dar mayor dinamismo a la marca a la hora de ponerla en movimiento.

El imatogipo, integrado en la marca principal se ha creado de forma que pueda funcionar por sí sólo.

### Nombre

Microvoluntarios Málaga

### Concepto

Desarrollo de marca y códigos visuales.

### Cliente

Ayuntamiento de Málaga

### Web

<http://www.microvoluntarios.org>

Janet  
maína

identidad  
corporativa



11

## Community, la comunidad virtual de los apasionados del surf.

Community nace como idea para crear un portal dedicado en exclusiva a los entusiastas de los deportes náuticos.

Un espacio único para crear enlaces llegados de todos los lugares para compartir experiencias.

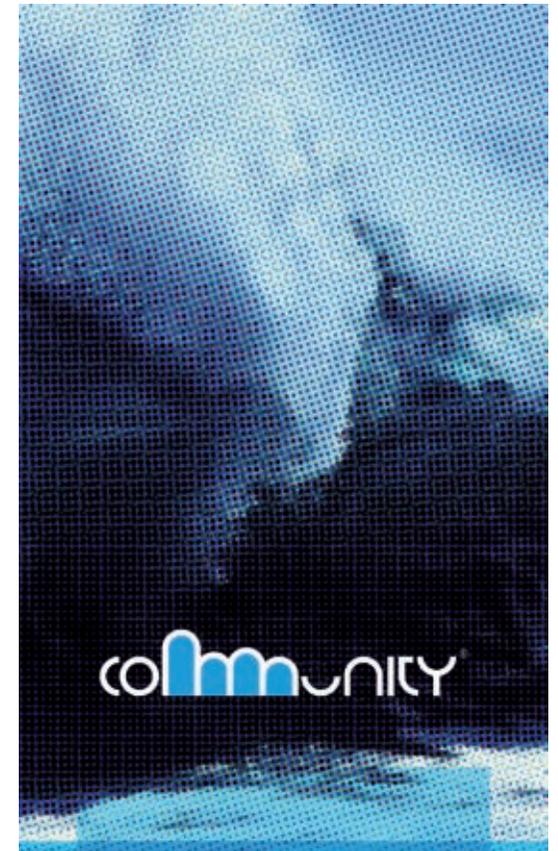
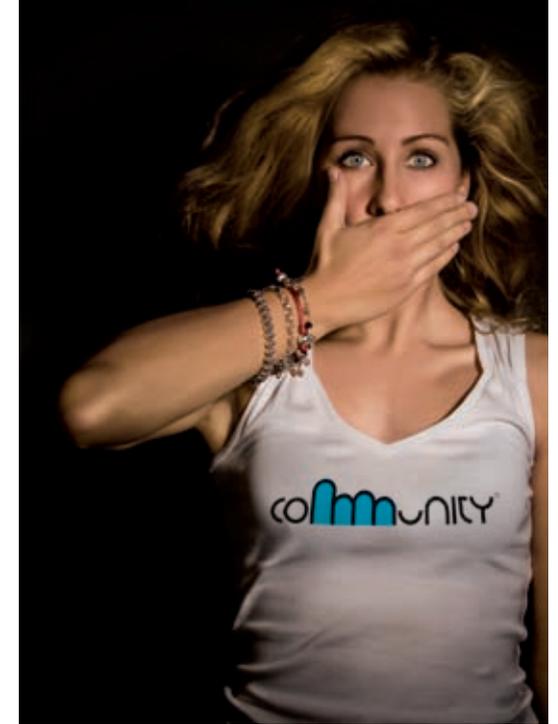
El proceso de identidad se realizó exclusivamente para ser implantado en todo tipo de artículos deportivos, así como en prendas de moda.



**Nombre**  
Community  
**Concepto**  
Desarrollo de marca y concepto visual  
**Cliente**  
Community

Juan de  
Morra

identidad  
corporativa



## ONG Granito de Arroz. Nada para ti, mucho para otros.



La ONG Granito de Arroz encargó la creación de una campaña de concienciación para la ciudadanía, a la vez que sirviese para proclamar el lema de la organización. Para ello se basó toda la estrategia de comunicación en experiencias vividas por los propios miembros de la ONG. Se creó la marca en base a la idea que tienen de ayudar a los más pequeños, darles los recursos básicos. Se usaron fotografías reales de sus expediciones bajo el lema NADA PARA TI, MUCHO PARA OTROS. Las fotografías se retocaron para que tuviesen un efecto roto y gastado, fruto del olvido y el paso del tiempo, haciendo alusión a la realidad que se vive en los países tercermundistas.



### Nombre

Proyecto de identidad.  
Campaña gráfica.

### Concepto

Concienciación ciudadana sobre las carencias del tercer mundo, es decir, África.

### Ciente

ONG Granito de Arroz

### Agencia

takeone

### Web

<http://www.granitodearroz.org>

## 13 scout sek

El grupo scouts San Estanislao de Kostka pidió un "símbolo diferenciador" que les diera una señal de identidad dentro del amplio mundo del escultismo.

Teniendo en cuenta que se rigen por una serie de simbologías superiores (la flor de lis, la escala de valores del escultismo, sus propias simbologías individuales de cada rama, etc.) decidí por romper lo tradicional e ir al símbolo más universal del scout; su saludo. Envuelto sobre una circunferencia que evoca la ronda solar, esta propuesta pretende ser una marca pionera dentro del mundo del escultismo.



**Nombre**  
scout sek  
**Concepto**  
Desarrollo de identidad corporativa.  
Conceptualización del Naming  
**Ciente**  
Grupo Scout San Estanislao de Kostka

## 14 gogogoteam

Gogogoteam es un grupo de aficionados al póker que compiten profesionalmente.

Para darse a conocer, pidieron una identidad aplicable y fácil de identificar con su labor. Querían que tuviese un color corporativo familiar con el póker, por lo que se usó el rojo intenso.



**Nombre**  
gogogoteam  
**Concepto**  
Desarrollo de marca y códigos visuales.  
**Ciente**  
gogogoteam



JANE  
MORA

identidad  
corporativa

## 15 Metro Málaga

Proyecto personal para la creación de la identidad visual del metro de Málaga. Desarrollo completo de marca, comunicación, campaña, retail, diseño de interiores, señalética, merchandising, etc. La identidad está planificada en base al concepto de velocidad.

### Nombre

Metro Málaga

### Concepto

Diseño de un proyecto completo de identidad corporativa, comunicación y publicidad.

Janet  
Morra

Proyecto  
corporativo





Nombre  
Metro Málaga  
Concepto  
Desarrollo proyecto gráfico.





# 16 SilverFish

Desarrollo completo de Identidad, comunicación, retail y gestión de marca.  
 Claves de posicionamiento en el mercado, códigos de conducta, unificación de criterios gráficos y códigos de color personalizados.  
 Estudio completo de mercado, análisis de competencia y conceptualización de contenidos.

**Nombre**  
 SilverFish  
**Concepto**  
 Diseño de un proyecto completo de identidad corporativa, comunicación y publicidad.





Nombre  
SilverFish  
Concepto  
Desarrollo proyecto gráfico.



## 17 Jordan Shmulyck

La agencia takeone construye la nueva arquitectura de marca de Jordan Shmulyck. Marca de productos cosméticos con distribución nacional exclusiva en el Corte Inglés. Diferenciamos el posicionamiento de la marca global uniendo el concepto que ya poseía, su verdadera proposición de valor, minerales del Mar Muerto, con los principios activos vegetales. Esta es la verdadera ventaja competitiva de la marca. Hay numerosos competidores posicionados en "el mundo vegetal"; hay multitud de empresas comercializando productos cosméticos como minerales del mar muerto.

Segmentamos los productos por líneas de producto, y éstas a su vez, con sus segmentos de gama. Definimos su submarca Mineralia, como la opción cosmética de Jordan Shmulyck para pieles sensibles: Mineralia Sensitive Care. Y creamos una segunda submarca Umpluge Me: su línea de productos relajantes y spa.

Con nuestra arquitectura, las seis líneas que surgen de la marca Jordan Shmulyck son: Faces, Bodies, Haircare, Sun Friendly, Fragance y About Man.

Cada una con su código de colores que harán los metros lineales de la marca altamente visibles e internamente diferenciables.

**Texto** Segismundo Palma Trigo  
Desarrollo de packaging realizado junto al equipo creativo de la Agencia takeone.



**Nombre**  
Productos Jordan Shmulyck  
**Concepto**  
Desarrollo de packaging.  
Conceptualización de contenidos.  
Jerarquía de información.

**Cliente**  
Jordan Shmulyck  
**Agencia**  
takeone  
**Web**  
<http://www.jordanshmulyck.com>

Juan  
Morán

packaging

## Deportivas WINGS

18



### Nombre

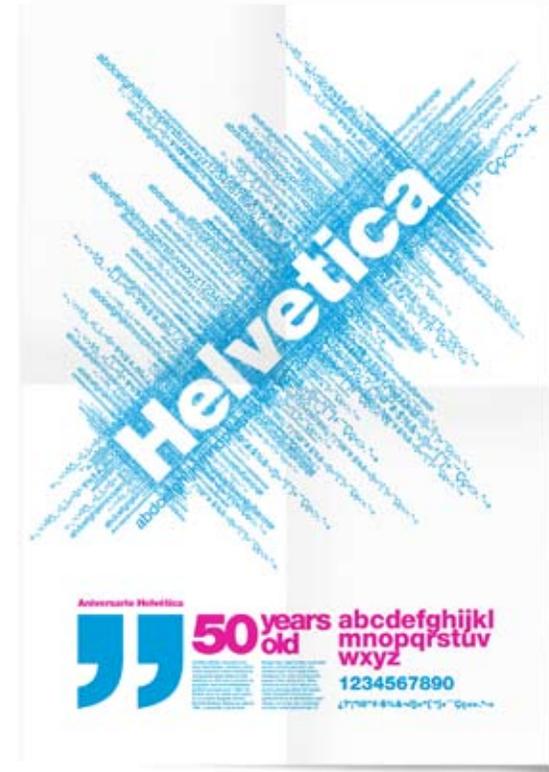
WINGS Sport Shoes

### Concepto

Proyecto personal de desarrollo de identidad y packaging para unas deportivas infantiles. Desarrollo de toda la barbería de elementos gráficos y de las propias zapatillas.



Creación de packaging para zapatillas deportivas infantiles. Concepto, Naming, desarrollo gráfico y creatividad del producto y su packaging. Proyección virtual y desarrollo real del producto, así como de la composición fotográfica en bodegón de luz.



## 19 Helvetica, 50 años

Hace unos años fue el 50 aniversario de la Helvetica, una tipografía versátil y atractiva, que ha hecho que los diseñadores tengan un referencia en ella como principal fuente de inspiración. Este cartel formó parte de una colección de ocho creatividades realizadas por varios diseñadores malagueños.

### Nombre

Homenaje a la Helvetica

### Concepto

Diseño libre de un cartel 70x100 que diera protagonismo y relevancia a la tipografía Helvetica.

Jane  
Molina

Proyectos

Juanje  
molina

fastbook  
portfolio

615 62 64 77

juanje@  
juanjemolina.es



Creativo gráfico formado por la Universidad de Gales, con experiencia profesional. Hice práctica durante mi periodo universitario en Apertura, Escuela de Fotografía siendo creador y director creativo de [quieroserfotografo.com](http://quieroserfotografo.com) encargándome de la identidad gráfica y visual de la marca. He trabajado como creativo en la agencia de publicidad malagueña takeone, donde he adquirido gran experiencia tanto en el diseño web, como en la creación de identidad corporativa, gráfica y visual. He trabajado como freelance colaborando en proyectos de identidad corporativa y web, así como en proyectos propios. Me baso en la conceptualización y jerarquiación de cada proyecto que afronto, buscando la máxima información en la mínima expresión. No me conformo con algo correcto, busco nuevas formas de transmitir conceptos.