

CONCEPTUALIZACIÓN Y DISEÑO DE UNA IMAGEN DE MARCA PARA LA EMPRESA RIUYRABDELLS S.L.U, RELACIONADA CON EL ALQUILER VACACIONAL TEMPORAL EN LA COSTA DE ALICANTE

TRABAJO FIN DE GRADO

GENAR SANJUAN ORQUÍN

Valencia, 2018

ÍNDICE



- 1 Objetivos
- 2 Análisis del sector turístico
- 3 Factores de atracción de los turistas
- 4 Tipos de empresas inmobiliarias
- 5 Problemática de las empresas inmobiliarias
- 6 Análisis gráfico de marcas de empresas inmobiliarias
- 7 Conceptos y propuestas gráficas
- 8 Desarrollo gráfico de la marca
- 9 Manual de Identidad Corporativa
- 10 Presupuesto

1. OBJETIVOS

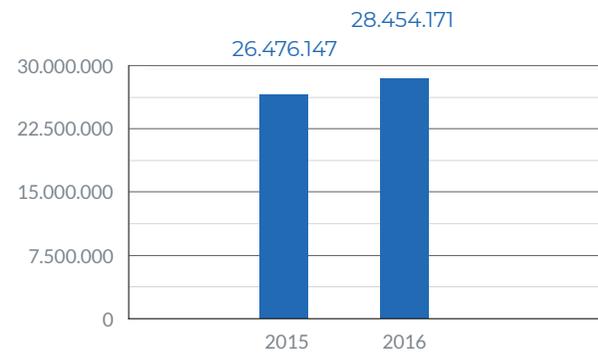
- 1 Conocer y analizar la problemática de empresas inmobiliarias en la zona costera de Alicante
- 2 Conocer y analizar gráficamente las marcas de las empresas inmobiliarias que existen en la zona
- 3 Desarrollar una estrategia de comunicación
- 4 Conocer las herramientas gráficas de edición para llevar a cabo el desarrollo de una imagen gráfica corporativa
- 5 Aplicar los conocimientos estéticos y funcionales relacionados con el Diseño Gráfico que permitan abordar el desarrollo de un manual corporativo

2. ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO

Actividad turística en la costa alicantina

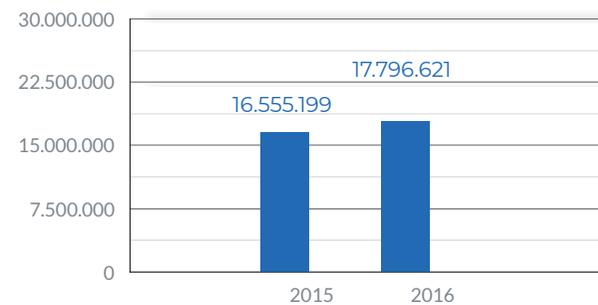
- Función económica principal
- 400 empresas
- 16000 apartamentos

Pernoctaciones en la Comunidad Valenciana



Fuente: Diputación de Alicante, 2018

Pernoctaciones en Alicante



Fuente: Diputación de Alicante, 2018

3. FACTORES DE ATRACCIÓN DE LOS TURISTAS

Factor principal



Factor climático

Recursos turísticos



Recursos naturales



Folclore



Actividades culturales



Gastronomía

4. TIPOS DE EMPRESAS INMOBILIARIAS

Empresas inmobiliarias tradicionales

- 1 Disponen de un local físico
- 2 Compra, venta, alquiler y administración
- 3 Servicio personalizado
- 4 Locales, regionales e internacionales
- 5 Mediador entre el propietario del inmueble y el interesado en él

Portales inmobiliarios digitales online

- 1 Servicio vía online
- 2 Oferta de alojamientos turísticos
- 3 Servicio estándar
- 4 Internacionales
- 5 Contacto directo entre el propietario del inmueble y el interesado

5. PROBLEMÁTICA DE EMPRESAS INMOBILIARIAS

5.1 PROBLEMÁTICA LEGISLACIÓN



Criterios a tener en cuenta

- 1 Necesidad de una regulación homogénea en las Comunidades Autónomas
- 2 La regulación debe responder a los criterios exigidos en cualquier país de la Unión Europea
- 3 Las comunidades de propietarios deben disponer de una facultad de prohibición del uso del alquiler vacacional
- 4 Los daños causados por los inquilinos en la comunidad deberán ser asumidos por el propietario

5. ANÁLISIS GRÁFICO DE MARCAS DE EMPRESAS INMOBILIARIAS

5.1 PROBLEMÁTICA EMPRESA



Entrevista realizada

“Es importante transmitir a los clientes una sensación de seguridad y tranquilidad en la gestión sobre el alquiler de la vivienda y que sean tratados adecuadamente en función de sus necesidades”

Salvador Aguilar Piera

“Pensemos que los propietarios que arriendan pueden ser gente mayor, joven, mayor o menor formación académica... Considero que dicha regulación debería aplicarse sobre entidades como las empresas gestoras de viviendas turísticas que son profesionales y pueden agrupar a todos los personajes ofreciéndoles un servicio personalizado”

Salvador Aguilar Piera

6. ANÁLISIS GRÁFICO DE MARCAS DE EMPRESAS INMOBILIARIAS

Tipos

- 1 Empresas internacionales y nacionales
- 2 Empresas regionales
- 3 ANACASA INMOBILIARIA

Parámetros

- 6.1 Marca
- 6.2 Página web

6. ANÁLISIS GRÁFICO DE MARCAS DE EMPRESAS INMOBILIARIAS

6.1 MARCA



Parámetros



Identidad gráfica

- Expresión visual y verbal de la marca
- Isotipo, logotipo, imagotipo, isologo



Color

- Diferenciación y percepción



Tipo de letra

- Significado y atributos concretos

6. ANÁLISIS GRÁFICO DE MARCAS DE EMPRESAS INMOBILIARIAS

Empresas internacionales



Empresas nacionales



Empresas regionales



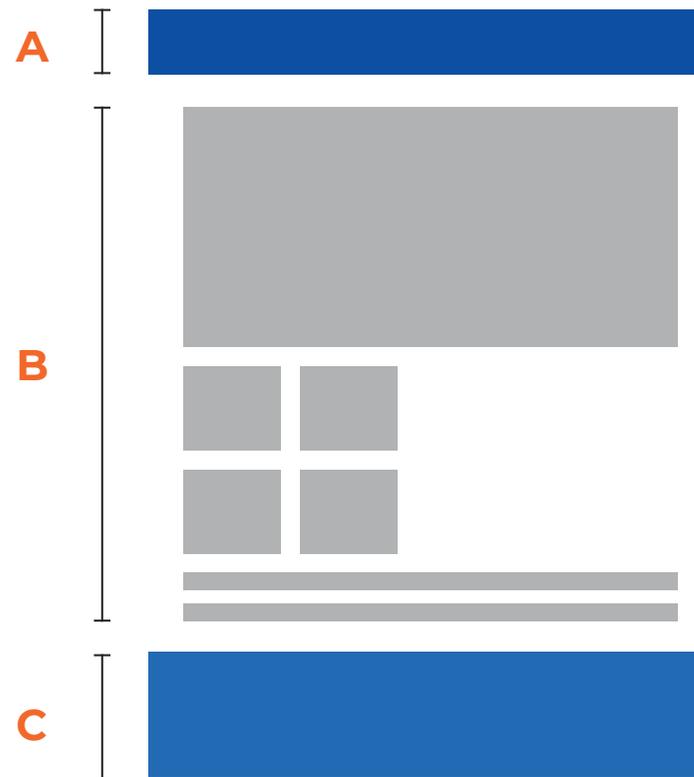
6. ANÁLISIS GRÁFICO DE MARCAS DE EMPRESAS INMOBILIARIAS

6.2 PÁGINA WEB



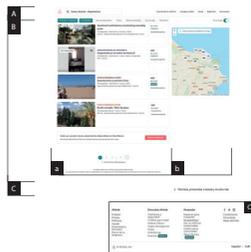
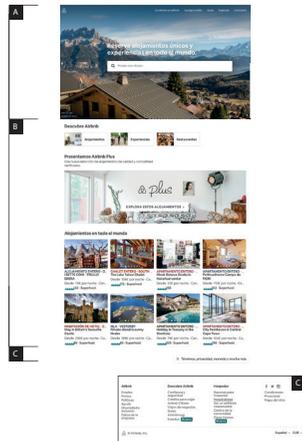
Parámetros

- 1 Página de inicio a la web
- 2 Página de búsqueda de inmuebles de la web
 - Destino: Dénia, España
 - Fechas: 16/09/2018 a 22/09/2018
 - Personas: 2

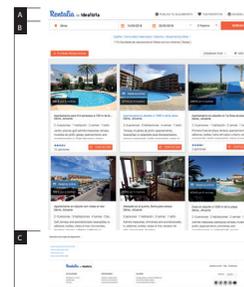
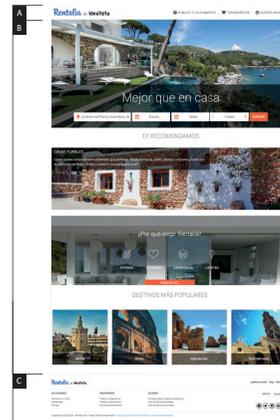


6. ANÁLISIS GRÁFICO DE MARCAS DE EMPRESAS INMOBILIARIAS

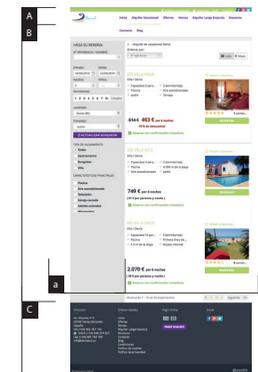
Empresas internacionales



Empresas nacionales



Empresas regionales



6. ANÁLISIS GRÁFICO DE MARCAS DE EMPRESAS INMOBILIARIAS

ANCASA INMOBILIARIA



A

B

C

A

B

C

7. CONCEPTOS Y PROPUESTAS GRÁFICAS

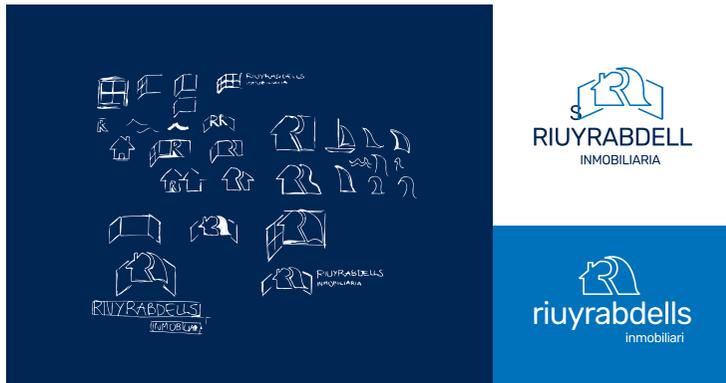
Moodboard



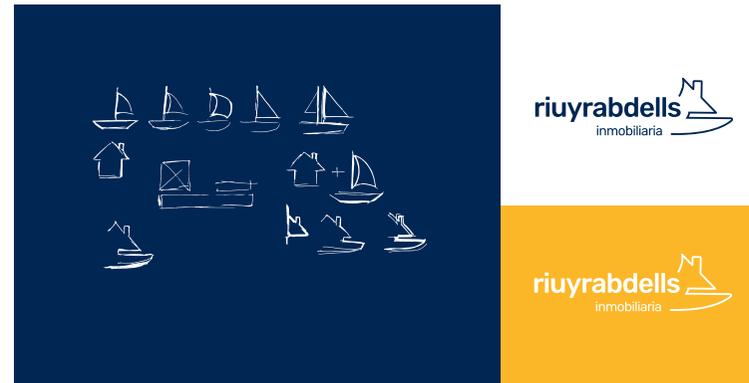
7. CONCEPTUALIZACIÓN Y PROPUESTAS GRÁFICAS

Propuestas gráficas

Propuesta 1



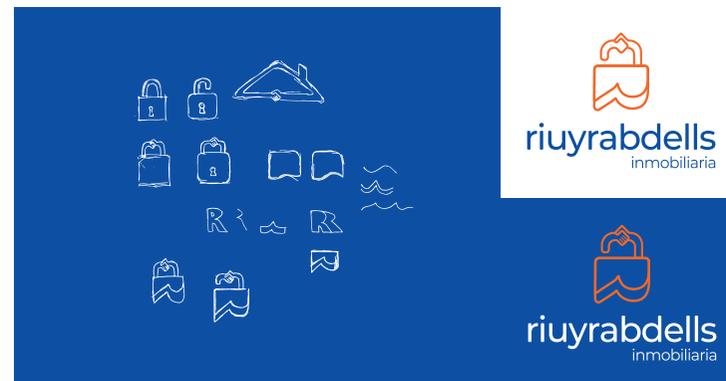
Propuesta 2



Propuesta 3



Propuesta 4 (seleccionada)



8. DESARROLLO GRÁFICO DE LA MARCA

Símbolo gráfico



9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Imagotipo



riuyrabdells
inmobiliaria

4. MARCA

4.2 Pauta modular y tamaño mínimo

A continuación se indica la construcción del imagotipo y los márgenes de protección para garantizar su visibilidad e independencia.

Reticula de construcción

Área de respeto

Impresión

Digital

También se especifica el tamaño mínimo que debe presentar el imagotipo, tanto para medios impresos como digitales.

Genar Sanjuan Orquin, 2018 23

9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Tipografía corporativa

3. COLOR

3.1 Colores corporativos

En esta página se indican los colores corporativos utilizados para garantizar que la marca sea reproducida de manera correcta.

PANTONE 293 C



RGB 0 61 165
HTML #003DA5
CMYK 100 69 0 4

PANTONE Bright Orange C



RGB 255 95 0
HTML #FF5F00
CMYK 0 72 100 0

Genar Sanjuan Orquin, 2018 19

Colores corporativos

2. TIPOGRAFÍA

2.1 Tipografía corporativa

Se ha utilizado la tipografía Montserrat, una tipografía de palo seco que transmite modernidad e innovación. Para conseguir un equilibrio visual entre el símbolo gráfico y el texto se han redondeado ligeramente los vértices de cada letra y se ha reducido el tracking.

Montserrat Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

riuyrabdells

inmobiliaria

16 Genar Sanjuan Orquin, 2018

9. DESARROLLO GRÁFICO DE LA MARCA

APLICACIONES



Papelería corporativa



Entorno digital



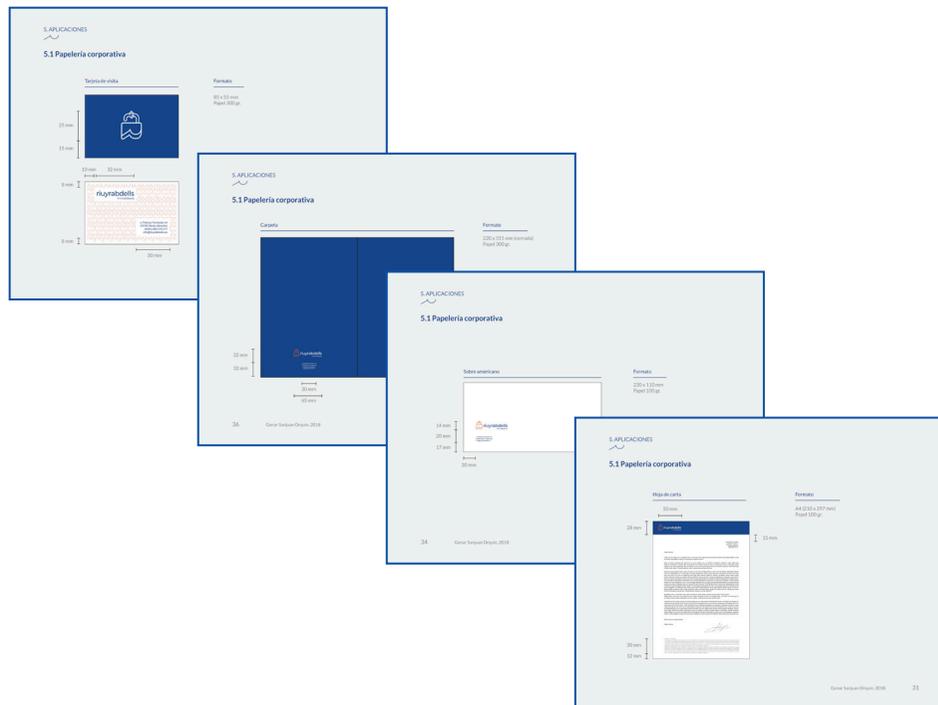
Publicidad



Elementos de promoción

9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

PAPELERÍA CORPORATIVA



8. DESARROLLO GRÁFICO DE LA MARCA

PAPELERÍA CORPORATIVA



9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

PAPELERÍA CORPORATIVA



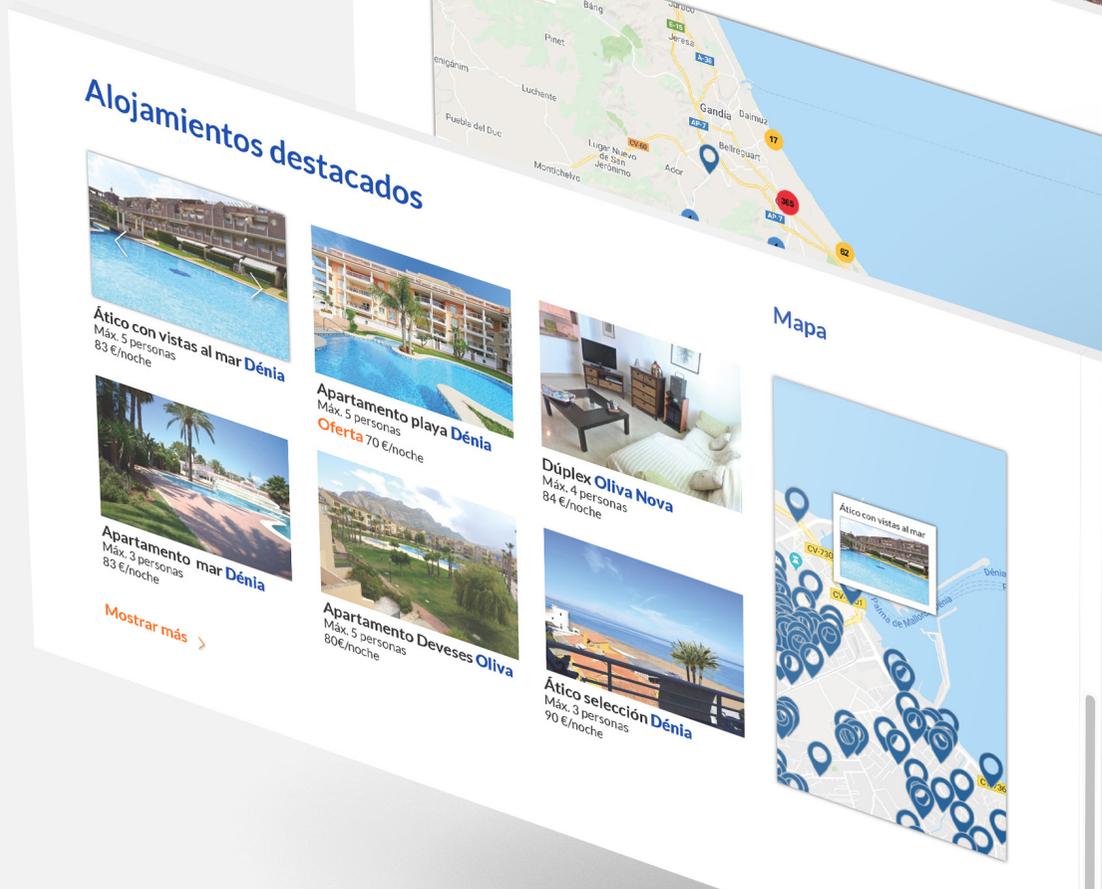
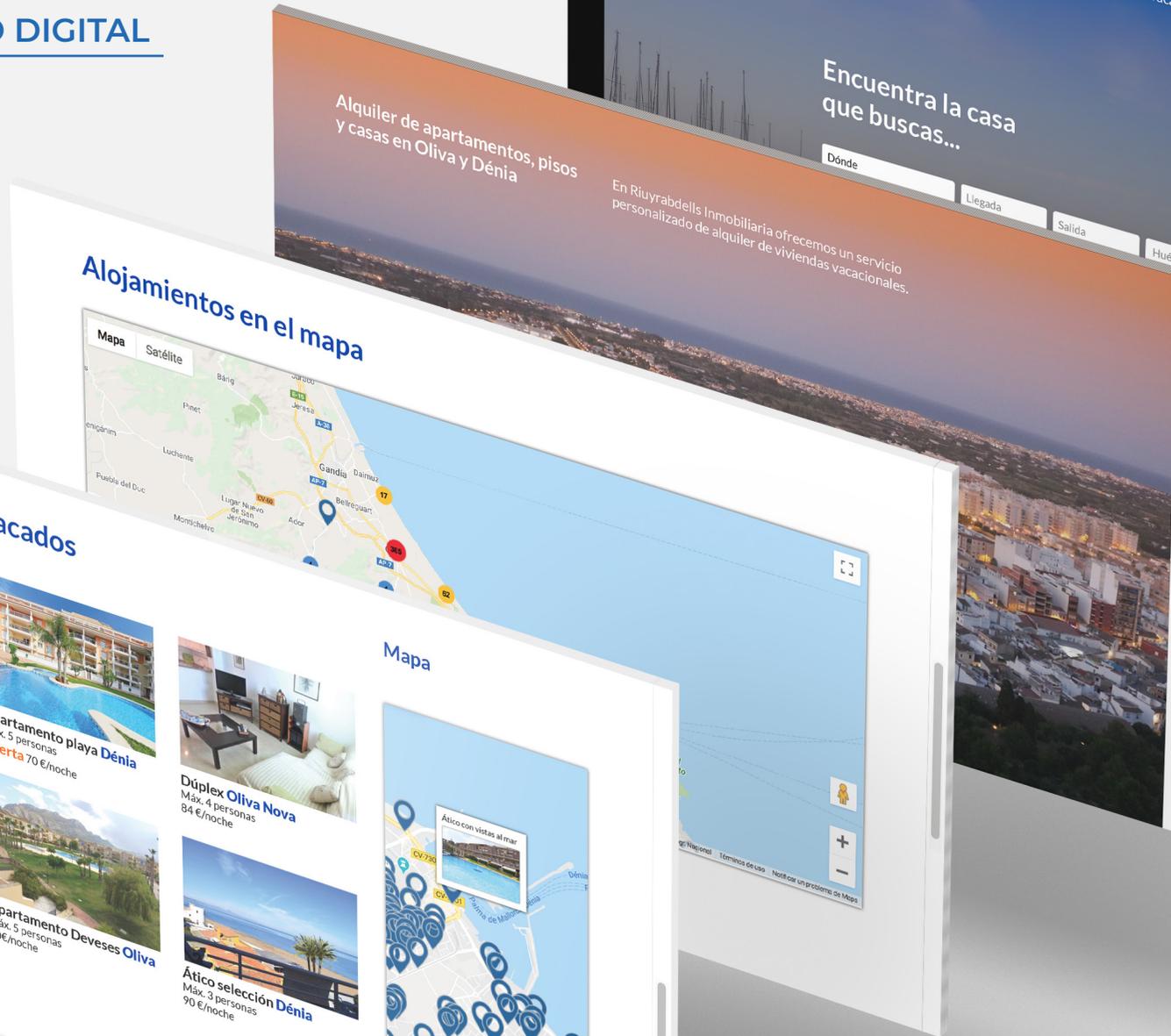
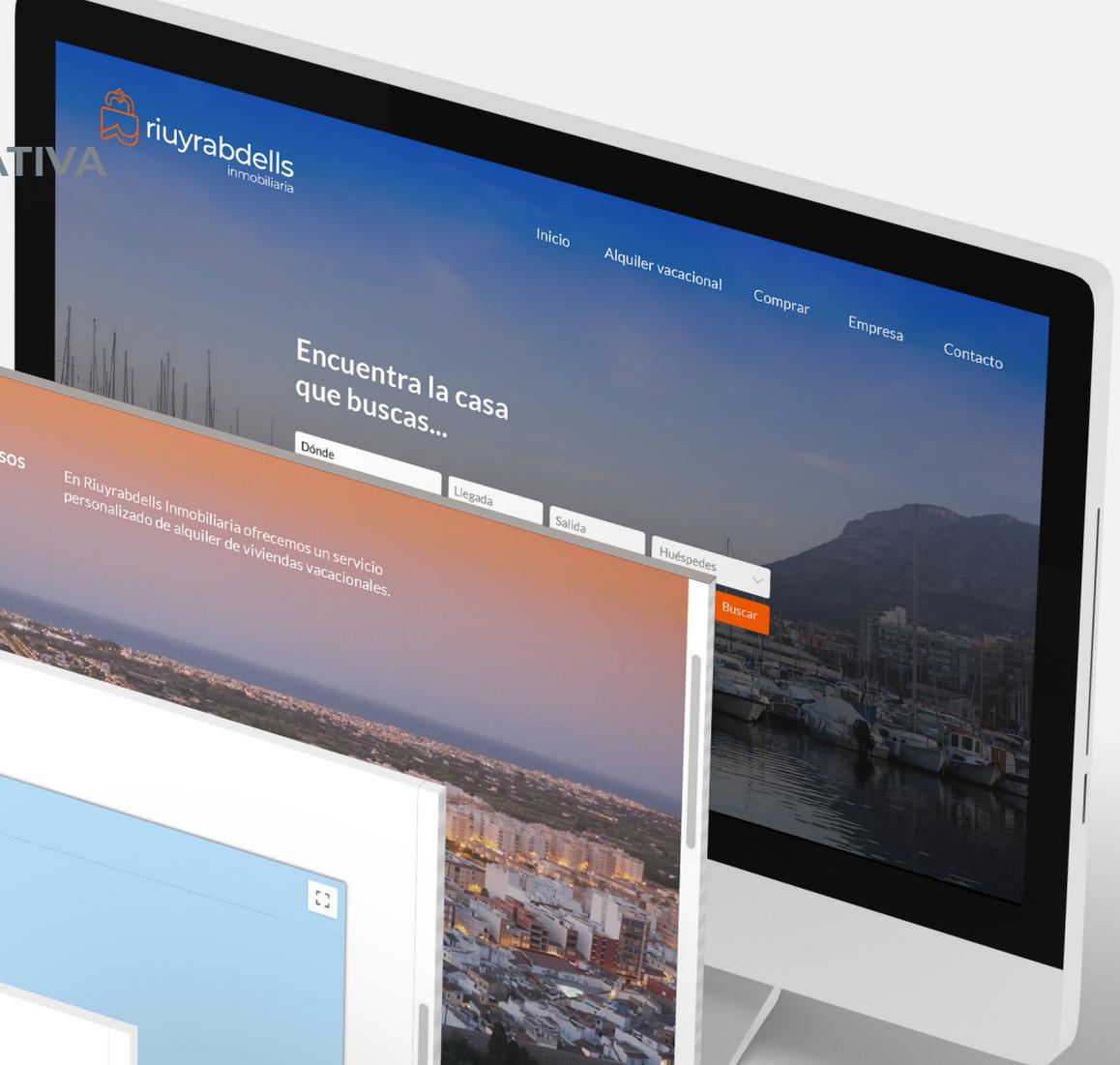
9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ENTORNO DIGITAL



9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ENTORNO DIGITAL



9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

PUBLICIDAD



9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

PUBLICIDAD



9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

PUBLICIDAD



riuyrabdells
inmobiliaria

9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS DE PROMOCIÓN



9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS DE PROMOCIÓN



9. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ELEMENTOS DE PROMOCIÓN



10. PRESUPUESTO

PRESUPUESTO GENERAL

Proyecto Fin de Grado: Conceptualización y Diseño de una imagen de marca para la empresa RIUYRABELLS S.L.U, relacionada con el alquiler vacacional temporal en la costa de Alicante.

Tabla 4. Presupuesto general del Trabajo de Fin de Grado

Costes de realización del proyecto			
1. Realización del trabajo de fin de grado			
Descripción de la tarea	Coste por hora	Dedicación en horas	Total
Análisis y recopilación de la información teórica relacionada	15 €	30	450 €
Redacción del proyecto	15 €	30	450 €
		Total	900 €
2. Diseño gráfico y generación del manual de estilo (marca gráfica)			
Descripción de la tarea	Coste por hora	Dedicación en horas	Total
Diseño de la marca gráfica	15 €	20	300 €
Maquetación del manual de estilo de la marca gráfica	30 €	60	1800 €
Diseño de elementos de promoción	15 €	10	150 €
		Total	2250 €
3. Otros costes adicionales			
Costa compra del dominio (20 €)	Anual	(a cargo de la empresa)	-
Impresión a color y encuadernación de los documentos			50 €
		Precio final (sin IVA)	3200 €

Fuente: Elaboración propia, 2018



**GRACIAS POR
SU ATENCIÓN**