

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“Plan de Comunicación de Aldaia Ràdio”

TRABAJO FINAL DE CARRERA

Autor:
Rául Fornés Garrido

Tutora:
Margarita Cabrera Méndez

Tutora en empresa:
María Pilar Moreno Aguado

GANDIA, 2011



Plan de comunicación de Aldaia Ràdio

Raúl Fornés Garrido, Septiembre 2011

ÍNDICE

PRIMER capítulo

Introducción al proyecto comunicativo

1. Introducción	4
2. Objetivos	5
3. Plan de trabajo	6

SEGUNDO capítulo

Fase de análisis

1. Introducción	8
2. Análisis del municipio	10
Situación geográfica	10
Historia	10
Demografía	11
Tradiciones y fiestas	12
3. Análisis de la empresa	13
Ficha técnica	13
Quién somos	14
Actividades empresariales	14
Cultura corporativa	16
Mercado y público objetivo	19
Análisis de la imagen gráfica.....	20
Análisis DAFO	25
4. Análisis de la competencia	27
Logotipos	28
Páginas web	31

TERCER capítulo

Fase de creación

1. Introducción	36
2. La marca	37
La identidad visual	38
Proceso de creación de la marca	39
3. El eslogan	43
Proceso de creación del eslogan	45
4. Las aplicaciones	47
5. El entorno web	48

CUARTO capítulo

Conclusiones y bibliografía

1. Conclusiones	54
2. Bibliografía	58

ANEXOS

Manual de Identidad Corporativa

CD-ROM con el proyecto y las aplicaciones en digital

PRIMER
capítulo

Introducción al proyecto comunicativo

1. Introducción

El presente Trabajo Final de Carrera constituye un estudio general para la elaboración de un **plan de comunicación** para la empresa radiofónica municipal Aldaia Ràdio. El plan de comunicación de cualquier organización empresarial se compone de un sinfín de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen de una empresa de forma eficiente. Este estudio pretende contribuir a mejorar la imagen, difusión y comercialización de los productos y la marca Aldaia Ràdio.

La meta y el objetivo principal que nos hemos propuesto alcanzar es la creación de un modelo para la gestión de la comunicación de la empresa, que ayude a la homogeneización de su imagen, la mejora de las aplicaciones gráficas, la optimización de sus recursos y a la integración de todos los procesos de trabajo relacionados con la comunicación, contribuyendo todo ello a crear marca y mejorar la comunicación de nuestra empresa.

ALDAIA RÀDIO, empresa objeto de nuestro plan de comunicación, es una organización radiofónica perteneciente al Ayuntamiento de Aldaia, y cuyo principal objetivo es hacer llegar a todos los habitantes del municipio las últimas noticias del mismo. Asimismo, se pretende ofrecer una programación radiofónica de calidad, veraz, próxima y, que a su vez, aporte entretenimiento a todos sus oyentes.

Así pues, para la creación de este exhaustivo y detallado plan de comunicación se ha necesitado pasar por diferentes fases, las cuales han quedado plasmadas en los distintos capítulos que componen el actual proyecto final; documentación, análisis, creación y redacción son algunas de las acciones que se han desarrollado para este plan de comunicación de Aldaia Ràdio.

2. Objetivos

Como en todo proceso de creación de una estrategia de comunicación, antes de comenzar a trabajar, se necesitan marcar un o unos objetivos y metas que, a su vez, sirven de guía en todo el proceso. En nuestro caso, hemos marcado un **objetivo principal y general** como elemento y camino a seguir:

principal

Creación de un plan de comunicación para la emisora radiofónica municipal “Aldaia Radio” de cara a la nueva temporada 2011/2012, año en el que celebra su décimo aniversario.

Así pues, conseguir el objetivo principal también nos va a permitir centrar las características gráficas y las aplicaciones de la empresa para así evitar el reflejo de diversas imágenes, diseños y estilos que actualmente dificultan la identificación del producto final.

Por otra parte y a su vez, en nuestro camino de búsqueda hacia el objetivo principal, se han originado distintos objetivos que los llamaremos **objetivos secundarios**.

secundarios

- 1) Creación de un manual de identidad corporativa de la emisora, concluyendo así con el anterior grafismo de diez años de existencia.
- 2) Estudio de la empresa “Aldaia Radio” a través de un análisis DAFO para conocer sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.
- 3) Realización de productos de comunicación gráfica adecuados a las necesidades de la empresa.
- 4) Adaptación de la nueva imagen gráfica en su portal web y, a su vez, integración de las nuevas redes sociales en él.

3. Plan de trabajo

El plan de trabajo llevado a cabo para elaborar el presente trabajo final de carrera ha constado de diferentes acciones, pertenecientes cada una de ellas a una fase del proyecto:

documentación

- Búsqueda bibliográfica acerca del municipio y de la empresa radiofónica de Aldaia
- Entrevistas

análisis

- Análisis DAFO de la empresa
- Estudio de las diferentes líneas de actuación del plan de comunicación para conocer de cerca los objetivos específicos a mejorar
- Estudio de la comunicación corporativa de la competencia

creación

- Creación de un nuevo manual de identidad corporativa de la empresa a través de los programas informáticos “Adobe Photoshop” y “Adobe Indesign”
- Aplicación de la nueva imagen en las diferentes acciones comunicativas gráficas que se crearán de cara a la nueva temporada radiofónica 2011/2012
- Creación de una nueva página web donde las nuevas redes sociales serán una importante vía de comunicación entre los radioyentes, aplicando también la nueva imagen gráfica de la empresa

conclusiones y maquetación

- Redacción y maquetación de la memoria del proyecto
- Elaboración de conclusiones
- Bibliografía

SEGUNDO capítulo Fase de análisis

1. Introducción

En todo proyecto, ya sea de comunicación o no, es importante dedicar el tiempo que sea oportuno para analizar los diferentes aspectos y factores que pueden ser de vital importancia para la creación del producto o propósito final. Por esa razón, antes de comenzar con lo que sería considerado como el objetivo central de este proyecto (plan de comunicación de Aldaia Ràdio), es importante realizar un exhaustivo y profundo análisis de determinados factores que nos ayudarán a acortar y centrar, más aún, nuestro principal propósito. Además, estamos hablando de una fase inicial de análisis, que debe ser considerada de vital importancia para el trabajo final y, por lo tanto, uno de los principales pilares de este proyecto.

Cuando hablamos de factores o aspectos nos estamos refiriendo, concretamente, a los diferentes puntos que forman parte, directa o indirectamente, del medio de comunicación a analizar. Así pues, en esta primera fase del proyecto, vamos a proceder a estudiar tres partes vitales para Aldaia Ràdio:

análisis del municipio

Es trascendental conocer profundamente los diferentes aspectos del municipio donde se desarrolla nuestra empresa. La historia, la demografía y las fiestas y tradiciones populares, entre otros aspectos, serán estudiados por las informaciones que éstos nos pudieran aportar; recordemos que Aldaia Ràdio es un medio de comunicación municipal y, como tal, debe de ofrecer a sus oyentes/ciudadanos los productos y servicios que ellos demanden. Y para ello, necesitamos saber qué tipo de ciudadano vive en nuestro municipio, qué se podría reflejar de nuestra historia y tradiciones en los diferentes servicios que la radio ofrece, etcétera.

Por lo tanto, no nos vamos a limitar a exponer las informaciones encontradas sobre la ciudad de Aldaia, sino que vamos a ir más allá, y vamos a analizarlas para poder sacar el máximo partido de los servicios que vamos a generar a raíz de este plan de comunicación.

análisis del empresa radiofónica

En toda fase de análisis de un proyecto empresarial, es imprescindible realizar un reconocimiento de la situación actual de nuestra empresa. Necesitamos estudiar los diferentes aspectos que definen a la empresa de hoy y, sobre todo, cuales son los aspectos imprescindibles a corto, medio y largo plazo que deseáramos tener. Además, como se trata de un proyecto centrado en la imagen gráfica, analizaremos profundamente este punto para, así, en la fase de creación conseguir mejorar todo lo examinado.

Así pues, en esta segunda parte de nuestro análisis constataremos cuáles son los objetivos, la misión y visión, los valores corporativos, los productos y servicios que Aldaia Ràdio ofrece, tanto hacia el exterior como hacia el interior de la empresa.

análisis de la competencia

Éste sería el último punto a analizar y, por ello, no el menos importante. En el marco empresarial, conocer y estudiar de cerca a la competencia directa de tu empresa es de vital importancia para conseguir los objetivos marcados. Esto quiere decir que, gracias al análisis, la empresa podrá crear y ofrecer servicios y productos a su público objetivo con mejores prestaciones y, al mismo tiempo, competitivos en el mercado.

Por lo tanto, en este tercer y último punto se analizarán los diferentes aspectos de las empresas radiofónicas que son consideradas como competencia directa de Aldaia Ràdio, y que, al igual que ella, abarcan un ámbito municipal en pueblos y ciudades colindantes. Al tratarse de un proyecto centrado en el grafismo, estudiaremos y evaluaremos los diferentes aspectos de diseño para así poder sacar el mayor beneficio a los grafismos que se realizarán en un futuro para nuestra empresa.

Así pues, como hemos podido comprobar, estamos delante de una fase de vital importancia para el proyecto final, donde el análisis de estos tres aspectos (municipio, empresa y competencia) pueden ayudarnos y ofrecernos conclusiones trascendentales para nuestro objetivo: la creación de un plan de comunicación competente y eficaz para Aldaia Ràdio.

2. Análisis del municipio

situación geográfica

El municipio de Aldaia, con más de 30.000 habitantes, está situado a 8,2 kilómetros de la ciudad de Valencia. Perteneciente a la huerta oeste, el pueblo está situado en la zona de contacto entre Quart de Poblet al norte, Torrent y Alaquàs al sur y Xirivella y Xiva al este y oeste, respectivamente.

El pueblo cuenta con 1.620 hectáreas y tiene la característica particular de contar con dos paisajes diferentes: por una parte, la zona occidental, conocida como el llano de Quart, mantiene contacto con las primeras estribaciones de la sierra Perenchiza y, por otra parte, la zona oriental se caracteriza por una fisonomía propia de la huerta valenciana, regada gracias a la acequia de Benàger.

El topónimo de Aldaia es de origen musulmán: Ad daya, que dio origen a la palabra “aldea”. Esta etimología sugiere que el origen del pueblo fuera una aldea más que una sencilla alquería.

historia

Se conocen restos de cultura romana en diferentes lugares del término municipal, como en el Bovalar y la Punja.

Aldaia fue una alquería musulmana que, después de la reconquista oficiada por Jaime I, pasó a poder del Monasterio de San Vicente de la Roqueta, al igual que el pueblo vecino de Quart de Poblet. Ambas poblaciones compartieron las mismas vicisitudes históricas hasta la extinción de los señoríos en el siglo XIX.

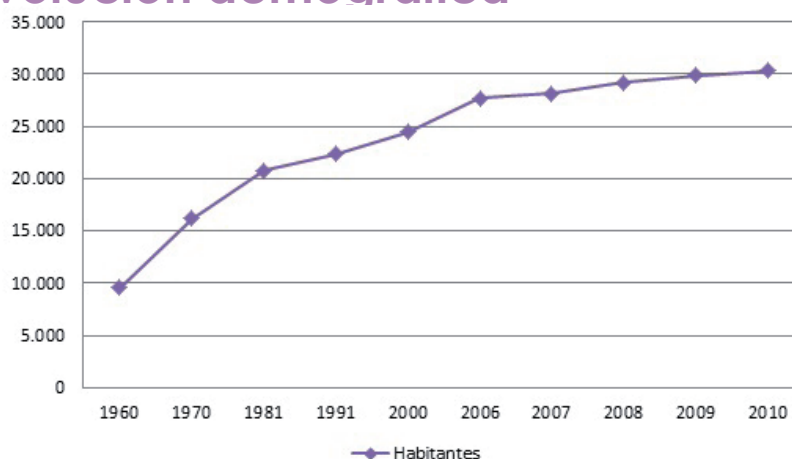
Se conserva la carta de población otorgada, junto a la de Quart de Poblet, por privilegio del rey Alfonso IV de Aragón al abad del monasterio de Poblet, en el año 1334. Mediante este documento poblacional, el abad y prior del monasterio de San Vicente de la Roqueta, expulsó a los musulmanes del municipio territorial que no habitaban en él al tiempo de la conquista, y lo pobló con cristianos. En 1798 se concedió el término municipal a Aldaia.

demografía

Como ya hemos dicho, el objetivo de esta primera parte del trabajo es realizar un exhaustivo análisis sobre los diferentes aspectos que incumben al objeto de este proyecto de comunicación, Aldaia Ràdio. Por esa razón, los datos demográficos son de vital importancia para poder orientar nuestra empresa hacia una mejora de la confección y creación de nuestros productos y servicios, los cuales, sin ninguna duda, son realizados con el fin de llegar a los ciudadanos de Aldaia.

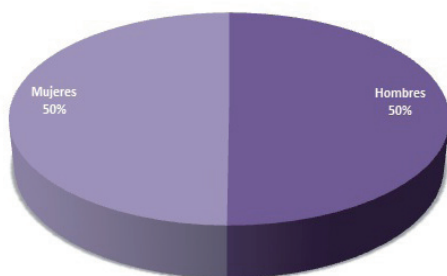
El municipio de Aldaia cuenta con 30.303 habitantes según el estudio anual realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadística (INE). A lo largo de los años, la población no ha parado de incrementarse gracias, en parte, a la enorme proximidad existente entre la ciudad de Valencia.

evolución demográfica

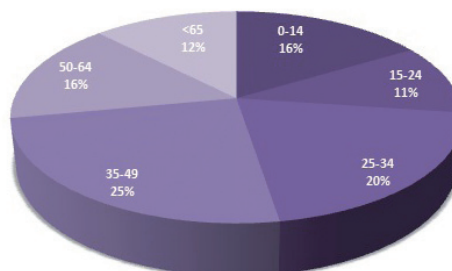


A continuación, exponemos diferentes gráficos sobre la población del municipio que posteriormente analizaremos de forma precisa y metódica para, como ya hemos dicho, poder llegar de manera óptima al objetivo principal y, por consiguiente, a los objetivos secundarios que hemos nombrado anteriormente.

Población por sexo



Población por edad



Como podemos observar en el primer gráfico, Aldaia es un municipio donde hay una división equitativa de la población en cuanto a sexo. Un porcentaje a tener en cuenta para la programación que llena la emisora. Además, por otra parte, en el segundo gráfico que está reservado a la división de la población por edad, podemos observar como la mayor parte de la misma es una población entre los 25 y 49 años, unos números que casi reúnen al 50% de los habitantes. El resto se lo llevan, en partes iguales, la población entre 0 y 24 y de 50 en adelante.

Por lo tanto, estamos delante de unos datos muy importantes para la confección de productos para la emisora, entre ellos la imagen gráfica.

tradiciones y fiestas

Son muchas y variadas las fiestas y tradiciones que se celebran en Aldaia y todas ellas con un punto en común: la participación del ciudadano. Por ello, es importante la retransmisión de este acontecimiento donde la audiencia sea la protagonista, y así es como lo realiza Aldaia Ràdio. Con estas retransmisiones lo que la emisora gana es la confianza del ciudadano y, además, deja patente la calidad y la proximidad a sus oyentes.

De las tradiciones y fiestas destacan entre todas, las fiestas patronales en honor al Cristo de los Necesitados en el mes de Agosto con su tradicional “*baixà*”, declarada en 2010 Fiesta de Interés Turístico Nacional. También, son muy conocidas en Aldaia “*les clavaries*”, las fallas del municipio o la celebración de carnavales. Para todas ellas, Aldaia Ràdio reserva parte de su programación para celebrar todos los festejos y tradiciones al lado de sus protagonistas. Sin embargo, no son solo estas las retransmisiones especiales que la emisora radiofónica realiza. A lo largo de sus diez años, se ha ganado el respeto de todos los habitantes del municipio, y llega a ser un ejemplo a seguir para muchas radios municipales de la Comunitat Valenciana.

3. Análisis de la empresa

En este punto se va a definir qué es Aldaia Ràdio recopilando todo tipo de datos con el objetivo de establecer un punto de partida sobre el que diseñar y desarrollar una estrategia de comunicación corporativa. Para ello es importante presentar la ficha técnica de la empresa en la actualidad.

ficha técnica

Nombre o razón social	Aldaia Ràdio (Ajuntament d'Aldaia)
Dirección	Plaça de la Constitució, 14 bajo 46960 ALDAIA (Valencia)
Teléfono	96 198 87 92 96 198 87 93 96 198 87 95
E-mail	aldaiaradio@aldaia-ajuntament.es
Página web	www.aldaiaradio.com
Actividad de la empresa	Emisora radiofónica del municipio valenciano de Aldaia
Persona de contacto	María Pilar Moreno Aguado
Cargo	Gestora de medios de comunicación del Ayuntamiento de Aldaia
Plantilla	Cuatro empleados Pilar Moreno, coordinadora Carles X. Puig , redactor Shaila Marzo, redactora Juan Ruiz, técnico
Su actividad se desarrolla	Municipio de Aldaia y alrededores

quiénes somos

Aldaia Ràdio es una empresa dependiente del ayuntamiento del municipio que se dedica a la emisión radiofónica de productos informativos y programas locales propios. Se trata de una pequeña empresa que se lleva a cabo gracias a cuatro trabajadores y un elevado número de colaboradores radiofónicos. Además de ello, también dispone de una programación variada gracias a coproducciones con la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes.

Son diez años los que avalan la profesionalidad y la trayectoria de esta pequeña radio municipal que ha sabido renovarse de acuerdo a los nuevos tiempos, formatos y, sobre todo, a las nuevas tecnologías.

Hoy en día es una empresa radiofónica consolidada y líder dentro de la información local del municipio de Aldaia y alrededores, tales como Alaquas, Quart de Poblet, Torrent o Paterna.

Nuestro objetivo es seguir alcanzando el liderazgo radiofónico del municipio, en cuanto a información local y comarcal, a través del perfeccionamiento, modernización y la continua renovación de todos nuestros servicios. Todo ello tiene como único fin el ofrecer a nuestros oyentes unos productos de calidad suprema.

actividades empresariales

La emisora municipal de Aldaia dedica su máximo esfuerzo a la confección y creación de productos y servicios radiofónicos al servicio de los ciudadanos de su municipio. Su principal fuerte es la creación de productos informativos y locales de realización propia donde la calidad y el esfuerzo por mantenerse a primera línea de la noticia es su máximo fuerte. Además, cabe remarcar, que la creación de programas culturales y de entretenimiento por parte de sus numerosos colaboradores completan su variopinta programación. Una programación donde los oyentes pueden encontrar programas de viajes y de animales domésticos, hasta una programación especial dedicada a las fiestas populares del pueblo.

Por otra parte, Aldaia Ràdio se sumó hace más de cuatro años a la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes (XEMV). Una organización voluntaria de diferentes emisoras municipales que nació con la finalidad de trabajar para que los ciudadanos dispongan de unos medios de comunicación independientes, sin ningún tipo de presión política ni mercantilista, sino más bien todo lo contrario, ofreciendo informaciones veraces y de calidad.

Todos los servicios y productos creados por la emisora, incluso algunos creados para la XEMV, son grabados y editados en las instalaciones situadas en el centro de la ciudad de Aldaia.

El esfuerzo y empeño invertido en la creación de este tipo de productos ha tenido a lo largo de mucho tiempo su recompensa, no solo en cuestión de audiencia, ya que Aldaia Ràdio es la emisora líder en información local del municipio, sino también en numerosos premios:

- Premio Ràdio Associació de Catalunya en 2008 al programa “Quatre en un taxi” producido en Aldaia Ràdio para el conjunto de emisoras municipales valencianas.
- El programa “Aldaia en emergència” nominado a los Premis de la Comunicació Local que otorga la Diputació de Barcelona, en 2009.
- El programa “7 Dies” que produce Aldaia Ràdio y en la que participan otras emisoras municipales de la XEMV, Premi Diputació de Barcelona, al mejor programa emitido en una emisora del Estado Español.

cultura corporativa

Una vez analizadas y descritas la situación actual del municipio de Aldaia y de la empresa radiofónica del mismo, es hora de definir nuestro plan estratégico que constituirá una de las bases principales de este proyecto comunicativo. Para ello, en primer lugar, es primordial conformar y declarar cual es la misión y la visión de esta empresa, lo que nos ayudará a descubrir sus objetivos y sus metas empresariales a corto, medio y largo plazo. Además, por otra parte, se van a definir y analizar los valores de esta organización empresarial. Se trata de unos valores de vital importancia para la gestión de la empresa y que, sin lugar a dudas, cualquier organización debería realizar, independientemente de su tamaño.

misión

“ La misión de una organización es un propósito general ”

(*Introducción a los negocios en el mundo cambiante*, O.C. Ferrel y Geoffrey Hirt - McGraw Hill, 2004)

Para complementar la definición realizada por O.C. Ferrel y Geoffrey Hirt, se podría añadir que la misión de una organización empresarial es la razón de su existir con el objetivo de ser rentable, no olvidemos que la rentabilidad es el primer objetivo de cualquier empresa en la actualidad. Es decir, en este primer concepto se deberían definir, de manera resumida y clara, el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos o servicios, el mercado donde se desarrolla y, en definitiva, lo que la diferencia de las demás organizaciones empresariales. Se podría resumir todo con la respuesta a la sencilla pregunta, ¿qué se supone que hace la organización?

La misión de Aldaia Ràdio es atender a las necesidades informativas locales de los ciudadanos de su municipio, proporcionando a sus oyentes productos y servicios radiofónicos de calidad, y a sus empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias profesionales libremente.

visión

“ El camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad ”

(Negocios exitosos, Feitman Jack, McGraw Hill, 2000)

Como bien describe Feitman Jack, la visión de una organización empresarial sería una descripción de la situación futura de la misma con el objetivo de guiar, controlar y alentar a la empresa en su conjunto a alcanzar los objetivos marcados. Se trata de un concepto coherente y conciso que ayudaría a la organización en los duros momentos a trabajar por el motivo y la dirección de negocio marcadas. Al igual que con la misión, la visión se podría reflejar con la respuesta a una simple pregunta, ¿qué queremos que sea la organización en los próximos años?

La visión de Aldaia Ràdio es seguir siendo el principal grupo radiofónico de nuestro municipio que ofrece a nuestros oyentes una información local de forma detallada y contrastada, y ofreciendo, también, una ampliación de desarrollo profesional y personal a nuestros empleados.

valores corporativos

Los valores de cualquier organización empresarial se definen como los principios, creencias y reglas que regulan y organizan la misma. Se podría decir que, a su vez, son las virtudes con las que cuenta la empresa y, por supuesto, los trabajadores de la misma, para así poder conseguir los resultados finales deseados. En definitiva, el objetivo de estos valores corporativos es tener una referencia ideológica que inspire y regule la vida de la empresa.

comunicación social Conseguir llegar a nuestros clientes las principales noticias e informaciones del municipio de Aldaia es uno de nuestros mejores valores. Sin lugar a dudas, se trata de nuestro principal punto corporativo que nos diferencia del resto.

actualidad Es inconcebible la existencia de cualquier medio de comunicación sin el principal apoyo de la actualidad diaria. Es por esa razón por la que apostamos por ella en todos nuestros productos y servicios.

cercanía Lograr la proximidad tanto con nuestros oyentes como con la noticia es importante para nosotros. Queremos estar en contacto directo con lo que está pasando, que el ciudadano de a pié nos vea que estamos comprometidos en lograrlo.

participación Es muy significativo para nosotros ofrecer productos y servicios donde podamos contar con la opinión del oyente en primera persona. Ante todo, queremos informar sobre lo que le pasa a nuestra gente: a los ciudadanos de Aldaia.

compromiso social En Aldaia Ràdio tenemos la promesa de servir a la sociedad, por ello tenemos una fuerte vinculación con los problemas y preocupaciones de nuestros ciudadanos.

modernidad Consideramos de vital importancia la necesidad de vincularnos a las nuevas tecnologías y tendencias del momento. Para ello, ofrecemos a nuestros oyentes numerosos productos y servicios donde la innovación y la vanguardia están patente.

mercado y público objetivo

El mercado objetivo de Aldaia Ràdio está situado en el ámbito local y municipal. Los productos y servicios están dirigidos a un público general, sin ningún tipo de exclusión alguna, ya que se confeccionan programas en todos los ámbitos radiofónicos: programación destinada a diferentes rangos de edad (jóvenes, adultos e, incluso, mayores), productos culturales, sociales, de entretenimiento y un largo etcétera.

Durante estos diez años de vida de la emisora se han asistido a todos los actos y acontecimientos, lo que ha hecho publicitarse de manera positiva e, incluso, captar a numerosos clientes. Sin embargo, con la llegada de las nuevas tecnologías, se quiere empezar a potenciar y a buscar nuevos clientes a través de la red, mediante la radio online, y también a todos esos oyentes potenciales que pertenecen a la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes, agrupación radiofónica a la que pertenece Aldaia Ràdio.

Así pues, podemos llegar a afirmar que no existe un mercado concreto para nuestra emisora, queremos seguir buscando cualquier cliente que puede llegar a ser potencial y primordial para nosotros. Por esa razón, ofrecemos y ofreceremos una programación de calidad variada que responda a la demanda de todos nuestros clientes.

análisis de la imagen gráfica

Hemos llegado a uno de los apartados más importante de esta fase de análisis. En él realizaremos una investigación de los diferentes componentes gráficos que tiene la actual imagen de Aldaia Ràdio. Además, examinaremos exhaustivamente la evolución de los elementos de grafismo que se han utilizado durante los 10 años de existencia de la emisora radiofónica.

Cuando hablamos de uno de los apartados más importante, lo hacemos porque la imagen gráfica y corporativa es uno de los puntos fuertes de este proyecto comunicativo. El fin del mismo es actualizar la imagen gráfica de todos los componentes corporativos (marca, papelería, imagen web, etc.).



logotipo



Aquí podemos comprobar, de izquierda a derecha, la evolución que ha tenido el logotipo de Aldaia Ràdio hasta su momento actual, siendo el de la derecha el utilizado en la actualidad. Como podemos observar no existe una clara diferencia entre los tres logotipos existentes, aunque sí que han habido ciertos cambios y algunas agregaciones las cuales comentaremos a continuación.

En los tres logotipos, por una parte, se utiliza un elemento gráfico donde se incluyen una circunferencia opaca de color rojo y, lo que se podría considerar, un triángulo con uno de los lados más curvado. Este último elemento está situado como si formara parte del primero y fuese una onda, componente gráfico típico en los logos de emisoras radiofónicas. Por otra parte, el otro elemento esencial es el nombre de la emisora radiofónica.

similitudes

- Tipografía IMPACT
- Elemento gráfico del mismo color y con un efecto de sombra en la parte inferior derecha

diferencias

- Diferente tamaño de tipografía
- En el tercer logotipo no hay acento
- No existe un color rojo principal estándar
- Utilización de un tercer color naranja en el segundo logotipo
- La palabra "RADIO" del tercer logo no tiene el mismo tamaño que "ALDAIA", cosa que en los otros logotipos no ocurre

Cabe destacar, que aunque en este análisis veamos las diferencias en la evolución del logotipo, actualmente se utilizan recursos gráficos de todas las etapas de Aldaia Ràdio. Es decir, no se sigue un patrón y unas normas estrictas para la creación de cualquier elemento gráfico. Por ejemplo, el nombre aparece en algunas ocasiones con acento y en otras sin él. Sin lugar a dudas, un error gráfico que intentaremos solventar con la creación de este plan de comunicación para la emisora.

posters promocionales



Estos cuatro posters que aquí podemos observar, son posters promocionales correspondientes a la temporada 2010-2011 de algunos programas radiofónicos de Aldaia Ràdio. Se trata de unos elementos gráficos con grandes diferencias y similitudes que a continuación comentaremos. Hay que resaltar, que existen dos tipos de cartelería; por una parte los de fondo blanco donde resalta el color claro y las fotografías y, por otra parte, los de fondo negro donde lo principal son el logotipo y los elementos gráficos secundarios de la emisora.

similitudes

- Utilización de la misma tipografía IMPACT en todos los textos
- Los patrocinadores y colaboradores situados en la zona inferior del cartel
- Utilización de fotografías rectangulares reales

diferencias

- La disposición del texto e imágenes no sigue un orden concreto
- El segundo poster, de color negro de fondo, rompe completamente con la cartelería corporativa dominante (incorpora el color naranja)
- El color de los textos no tiene una regla concreta
- Diferentes dimensiones del cartel
- Utilización de una imagen prediseñada para el cartel del día de los enamorados

elementos web



Cuando hablamos de elementos web, nos referimos a todos los componentes gráficos que forman parte del portal de Aldaia Ràdio: cabeceras, banners, publicidad de programas y un largo etcétera. Como podemos observar al ver estas tres cabeceras correspondientes a la última temporada de la emisora, existen numerables diferencias y escasas similitudes que veremos a continuación.

similitudes

- Tipografía IMPACT
- Utilización de una imagen de fondo, ya sea prediseñada o una fotografía real

diferencias

- Diferente tamaño de la tipografía
- No existe una regla estándar en la alineación de los textos
- Existencia de diferentes gamas cromáticas del rojo para los textos

análisis DAFO

“*Una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas*”

La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

“*Es la herramienta estratégica más utilizada para conocer la situación real en que se encuentra la organización. Durante la etapa de planificación estratégica y a partir del análisis DAFO se debe poder contestar cada una de las siguientes preguntas:*

- *¿Cómo se puede aprovechar cada fortaleza?*
- *¿Cómo se puede explotar cada oportunidad?*
- *¿Cómo se puede detener cada debilidad?*”
- *¿Cómo se puede defender de cada amenaza?*

(WIKIPEDIA, LA ENCICLOPEDIA LIBRE: Análisis DAFO. [En línea]. [Consulta: 23 de agosto de 2011]. Disponible en Web: <http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO>)

análisis interno

Debilidades: Se refieren a todos aquellos elementos, recursos, habilidades que nuestra emisora Aldaia Ràdio ya tiene y que constituyen una barrera para conseguir una buena marca. Son problemas internos que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia pueden y deben eliminarse.

Fortalezas: Son aquellos elementos internos y positivos que diferencian a Aldaia Ràdio del resto de competencia similar. Se trata de aquellos puntos fuertes que deberían de potenciarse como distintivos de la emisora.

análisis externo

Amenazas: Son situaciones negativas externas a la emisora que pueden ir en contra de la marca. Por esa razón, es necesario diseñar una estrategia adecuada.

Oportunidades: Son las situaciones y elementos externos y positivos que se generan en el entorno y que, una vez identificados, pueden ser utilizados para convertirse en fortalezas de la emisora.

debilidades

- La capacidad económica
- Reducido número de empleados
- Reducido espacio de trabajo
- Incoherencia en sus actuales elementos corporativos gráficos
- Concepto de marca poco potenciado
- Pocos recursos a la hora de promocionar y publicitar la emisora y sus productos

fortalezas

- Audiencia local fiel a la emisora
- . Experiencia profesional con diez años de trayectoria
- Productos de gran calidad
- . Diversidad de productos
- Cercanía con su audiencia y con la últimas informaciones
- Numerosos productos y servicios galardonados en diferentes certámenes

amenazas

- Dependencia del consistorio público del municipio
- Competencia con grandes emisoras que no ofrecen un producto local
- . Mercado cambiante debido a las nuevas tecnologías
- Necesidad de , cada vez más, ofrecer servicios y programas a través de internet con los mismos recursos de siempre

oportunidades

- No existe una competencia directa en comunicación local
- Utilización de las nuevas tecnologías para poder llegar a más público y poder permanecer en contacto con él
- Inexistencia de marcas potentes en emisoras de los municipios colindantes
- Posibilidad de intercambio de productos gracias a pertenecer a la XEMV

3. Análisis de la competencia

Antes de comenzar con una de las fases más importantes de este proyecto que es la de creación del manual corporativo, es importante realizar un exhaustivo análisis de la competencia directa de nuestra organización empresarial.

Como ya hemos dicho anteriormente, ALDAIA RÀDIO se caracteriza por ser una televisión municipal pública al servicio del ciudadano. Lo que la diferencia del resto es que se trata de una de las pocas emisoras municipales de la Comunitat Valenciana, que apuesta fuerte por la información y la producción propia de programas y horas de emisión donde la información sobre el municipio es lo más importante.

Así pues, debido a que el objetivo de este proyecto está centrado en la remodelación gráfica de todos los componentes de la emisora municipal, nuestro profundo análisis de la competencia va a estar centrado en la imagen gráfica de la misma. Aunque, hay que remarcar, que algunos puntos de esta fase de análisis se han realizado con el fin de asentar unas bases para cualquier tipo de remodelación de este ente público.

Las tres emisoras municipales elegidas para este análisis son: Paterna Radio, Radio Municipal de Torrent y Radio Municipal de Manises. Todas ellas son radios municipales dependientes de sus respectivos ayuntamientos y, por lo tanto, públicas. Además, otro de los factores que han condicionado nuestra elección es que pertenecen a tres municipios próximos a Aldaia.



logotipos

radio Torrent

Se trata de una emisora municipal pública de reciente creación, razón por la cual no tiene una numerosa imagen corporativa, tan sólo está creado su logotipo. Los colores corporativos por los que está formado son el blanco, el verde claro y el amarillo, estos dos últimos crean un degradado en el fondo del logotipo. Por otra parte, la tipografía utilizada es de palo seco. En su conjunto, se trata de una imagen gráfica joven y moderna.

Lo primero en lo que se llega a fijar el espectador es en las dos letras grandes que aparecen en el centro de la imagen “RT”, que son las iniciales de la radio. Estas letras están formadas por una tipografía redondeada y con un elevado grosor. Cabe destacar que la forma de unas ondas invaden el espacio de estas dos letras, lo que hace descifrar que se trata de una radio.

Ya debajo nos encontramos con el significado de las dos palabras anteriores “radiotorrent”, con una tipografía más pequeña. Se trata de dos palabras juntas pero que han sido separadas con el recurso de poner la primera palabra en negrita y la segunda normal. Finalmente, debajo nos encontramos con la frecuencia por la que podemos sintonizar a esta radio, todo ello con el mismo tamaño de tipografía y con una alineación centrada.



Paterna radio

Paterna Radio, al igual que el objeto de estudio de este proyecto comunicativo, es una emisora municipal dependiente del Ayuntamiento de Paterna.

Como podemos observar, su logotipo es más sobrio y sencillo comparado con el anterior. Utiliza el color negro para el texto y el naranja para una marca gráfica identificativa.

Se trata de una tipografía de palo seco con formas redondeadas, pero muy fina en cuanto a grosor. Tiene una alineación con ubicación hacia la izquierda para las tres palabras que utiliza, las cuales tienen el mismo tamaño excepto la última que es más pequeña y que corresponde a la frecuencia de la emisora.

En cuanto al elemento gráfico, se hace uso de una línea curva con elevado grosor y que acaba en punta por ambos extremos. Se trata de un elemento que podría considerarse una onda, ya que estamos hablando de una emisora radiofónica. Pero que, sin embargo, podría utilizarse para cualquier tipo de entidad, debido a que no es un elemento gráfico clave con el que se podría identificarse una radio.



radio municipal de Manises

Es una emisora con diez años de existencia, al igual que Aldaia Ràdio. Se trata de una radio con gran trayectoria profesional y que podría compararse perfectamente en todos los ámbitos con nuestra emisora.

Su logotipo está formado por tres colores principales: el blanco, el verde claro y el azul neutro. Todos ellos utilizados tanto en los textos y en el elemento gráfico principal de la emisora.

La tipografía, al igual que en los dos logotipos anteriores, es de palo seco con escaso grosor.

Debido al tiempo de trayectoria de la emisora, no utiliza su nombre completo para el logotipo, tan solo sus iniciales (“R.M.M.”), las cuales están situadas en la parte inferior del logotipo y que tienen el mismo tamaño que la frecuencia de la emisora. Por otra parte, también existe un texto en trayectoria vertical que nombra el décimo aniversario de la emisora radiofónica (“10é aniversari”), todo ello con un tamaño más pequeño de tipografía.

En cuanto al elemento gráfico principal, se trata de unas ondas radiofónicas, elemento utilizado normalmente en logotipos de este tipo. En este caso, está compuesto por los tres colores del logotipo y, cabe destacar, que se tratan de ondas que no siguen un padrón determinado, más bien todo lo contrario.



páginas web

Antes de comenzar con el análisis de las respectivas páginas webs de las emisoras de radio, cabe remarcar que Radio Torrent no dispone todavía de una, debido principalmente a que es una emisora de reciente creación.

radio Torrent



Aunque no disponen de un portal web, sí que disponen de una página de empresa dentro de Facebook. Por el momento se trata de una página pequeña con casi 200 seguidores, pero que, a medida que la radio se va dando a conocer, va creciendo poco a poco. En ella, informan e interactúan con todos sus oyentes diariamente, varias veces al día; contestando a las posibles cuestiones y mensajes que los “amigos” de Radio Municipal de Torrent realizan. Además, mediante Facebook se informa de las novedades y eventos destacables en los que la empresa participa.

En definitiva, se trata de un portal web donde los usuarios anónimos de la red tienen nuevas oportunidades para dar su opinión y participar en un entorno que ayude a crear nuevos productos que reconozcan a su marca.

Paterna radio

La emisora municipal de Paterna tiene una página web sencilla y austera donde los colores blanco y negro son los predominantes. En el menú, situado en la parte superior del portal web, nos encontramos los apartados de inicio, programación, programas, chat y contacto.

Al entrar en la página, el espectador ve más primordial y que destaca por encima de todo el logotipo de la emisora y el espacio central de la página, donde se sitúan las diferentes informaciones, ya sea la programación o los programas, todo ello dependiendo de la sección en donde estemos. Ya en los laterales, se reservan apartados importantes como la radio online, la descarga de programas y una pequeña sección de videos que ellos han llamado "Paterna Radio TV".

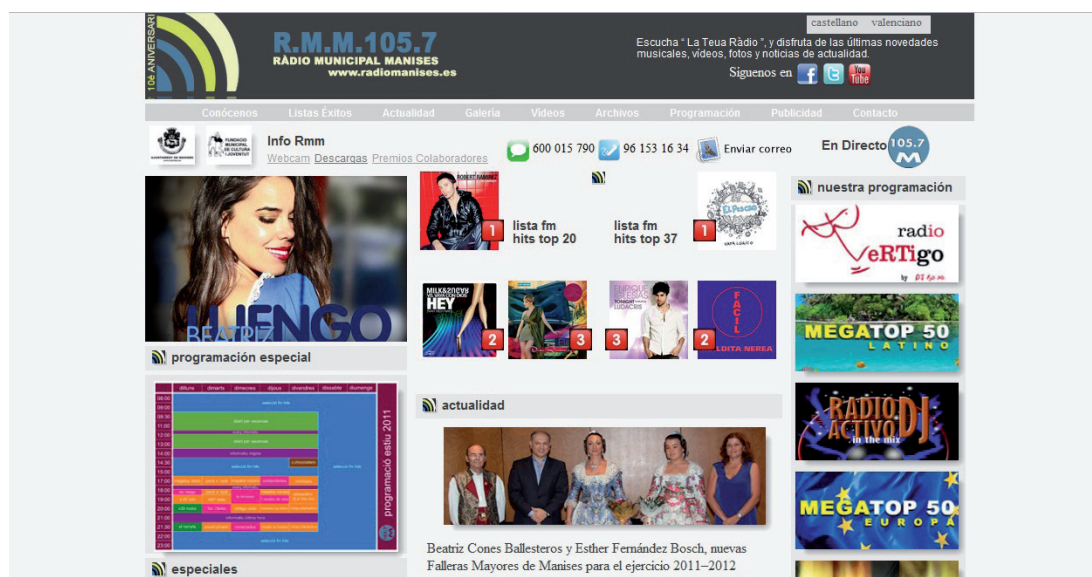
Viendo secciones como el apartado de Facebook, el chat del portal y la sección de contacto, el espectador se puede dar cuenta de que estamos delante de una emisora radiofónica en constante contacto con sus oyentes. Una emisora que quiere saber la opinión de los mismos y que ellos sean los partícipes de la creación de la radio. Sin lugar a dudas, estamos hablando de un punto de vital importancia para un medio de comunicación donde lo principal es la respuesta de los oyentes y, sobre todo, estar al lado de las nuevas tecnologías.



radio municipal de Manises

El portal web de la emisora municipal de Manises es más completo y cargado en comparación con el anterior. Los colores predominantes son el blanco y un gris oscuro utilizado de fondo para la parte superior de la página. En la parte superior izquierda podemos encontrar el logotipo que, a diferencia del que hemos analizado anteriormente, éste sí que tiene el nombre de la emisora al completo. Por otra parte, en la parte superior derecha aconsejan al espectador seguir a la emisora a través de las últimas redes sociales como Facebook y Twitter, lo que llega a decir que es una radio próxima a sus oyentes. Cabe destacar también, que en esta página web se nos da la opción de cambiar al valenciano.

El menú está compuesto por nueve apartados: conócenos, lista éxitos, actualidad, galería, vídeos, archivos, programación, publicidad y contacto. Al ver las secciones y la parte central de la página, el espectador se da cuenta de que estamos en un portal donde se da más prioridad a la información musical y de fiestas que a las últimas noticias de la actualidad política del municipio. Tan solo hay que fijarse más detenidamente en el portal de inicio donde hay una lista de los últimos éxitos de la emisora y la actualidad de las fiestas del municipio.



Al igual que en la página de Paterna radio, el cuerpo de la página también está dividido en tres partes, pero solo sigue esta regla en la página de inicio, no cuando accedemos a las demás secciones. Además, estas tres secciones están compuestas por los puntos más relevantes de las demás secciones (actualidad, programas, música, etc). Cabe remarcar, que en la parte derecha hay una aplicación de Facebook para que sus espectadores se agreguen al espacio personal de la radio de esta red social.

Por lo tanto, se podría decir que la emisora de Manises tiene un portal web donde el contacto con sus oyentes es constante gracias a secciones como la de contacto y galería (donde se muestran imágenes de sus oyentes en eventos organizados por la radio), o apartados como el de las redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube.



TERCER
capítulo **Fase de creación**

1. Introducción

Llegados a esta fase de creación del presente Trabajo Final de Carrera, y después de haber realizado un profundo análisis sobre el municipio, la empresa y la competencia directa de la misma, es hora de crear los diferentes componentes gráficos que formarán parte, a partir de ahora, de su identidad corporativa.

Así pues, comenzamos una nueva fase donde se expondrán la nueva marca y el eslogan de Aldaia Ràdio y, sobre todo, el proceso de creación de los mismos. Además, se presentarán los diferentes componentes de papelería y del portal web que deberán ser exteriorizados al público.

En conclusión, estamos hablando de un apartado de vital importancia donde se verán y se pondrán en acción todo lo aprendido y estudiado durante la anterior fase de análisis.

2. La marca

La marca es una de las variables estratégicas más importantes de cualquier empresa o institución, esto se debe a que actualmente vivimos bajo la sombra del márketing de percepciones. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor u oyente, la marca tiene que tener el mejor reconocimiento del mercado.

Una marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño o una combinación de estos componentes que identifican el producto y lo diferencian de la competencia. Pero la marca no es simplemente un nombre y un símbolo, sino que es una verdadera herramienta estratégica dentro del entorno económico actual.

Cualquier marca (incluyendo una marca radiofónica) tiene que cumplir con las siguientes funciones fundamentales:

1. **Uso específico.** La primera condición de señalar consiste en que la marca no se interprete como algo exclusivo de cualquier emisor particular. La marca corresponde al emisor radiofónico y todo aquel que la utilice tiene que usarla como tal.
2. **Estabilidad.** La marca tiene que durar en el tiempo y no puede pasar de moda.
3. **Individualidad.** La marca radiofónica no puede confundirse con ninguna otra, y menos con marcas del mismo sector. Tiene que tenerse en cuenta y valorarse el propio nombre de la emisora como primera y principal característica diferenciadora.
4. **Pregnancia.** La estructura del símbolo debe ser de ayuda para su retención. Formas simétricas, asimétricas, sólidas, lineales, centradas... son algunos ejemplos de características técnicamente eficaces.

la identidad visual

Llamamos identidad visual al conjunto de símbolos que utiliza una organización para representarse. Se compone de cinco componentes principales:

1. **Logotipo.** Es el elemento verbal que designa a una organización a la que se ha dotado de unos rasgos gráficos y visuales específicos. En ocasiones, se intenta traducir la sonoridad de la palabra a términos gráficos. Los logotipos intentan convertirse en elementos visuales y muchas veces están identificados con determinados colores.
2. **Símbolo.** Es un elemento estrictamente icónico que representa a la organización y que puede ser figurativo o abstracto. Dentro de los figurativos, pueden existir los realistas o no realistas.
3. **Color corporativo.** Gama cromática que sirve para reforzar los significados del logotipo y del símbolo, tanto a nivel semántico como a nivel psicológico. Cumple una función simbólica y otra señalítica. La función simbólica complementa los significados del logotipo y del símbolo. La función señalítica se refiere a la capacidad de los colores de llamar la atención de los espectadores.
4. **Logosímbolo.** También denominado identificador. Es la combinación normativa del logotipo, el símbolo y la gama cromática, combinación sistematizada en un manual de normas. Siempre debe hacerse de la misma forma. En ocasiones el diseño del logotipo y el del símbolo se complementan mutuamente (como por ejemplo Leroy Merlin).
5. **Tipografía.** Son los tipos de letra que la organización elige como normativos. Muchas veces es el mismo del logotipo. Se puede crear una tipografía específica para la empresa, o usar una tipografía del dominio público, tal como es o adaptándola a la empresa.

proceso de creación de la marca

Antes de comenzar con el proceso de creación de la marca de Aldaia Ràdio, hace falta definir los elementos con los cuales se puede formar la misma. De esta manera también se aclararán los términos que normalmente se confunden.

Una marca se compone de los siguientes elementos. No necesariamente tienen que concurrir siempre juntos, como se ha dicho previamente.

1. **Componente verbal.**

a. Logotipo. Configuración estética y artística del nombre de la empresa o el producto. Es el tipo de letra que deseamos ver siempre impreso.

b. Anagrama. Es la abreviación o deformación de un nombre o frase que designa una actividad cualquiera por medio de siglas.

2. **Componente icónico.** Es cualquier objeto, animal o diseño gráfico que sirve para identificar una empresa o producto.

3. **Componente cromático.** Es un color que identifica a una empresa o producto. Así como el componente verbal y el icónico son registrables, ningún tipo de color puede ser propiedad de ninguna empresa o producto.

4. **Componente psicológico.** Las emociones contribuyen sensiblemente a consolidar las dos dimensiones de la estatura de la marca: conocimiento y estima, constituyendo una distinguida plataforma para el valor del producto.

La emoción afecta a la memoria. Las marcas de colonias y perfumes utilizan ampliamente esta estrategia.

Para la confección de la nueva marca de la emisora, es importante tener en cuenta el análisis que se ha realizado anteriormente a la empresa y a sus competidores directos. Estamos hablando de apartados como el análisis DAFO, la evolución del grafismo de, por una parte, nuestro objeto de estudio y, por otra parte, la competencia radiofónica y, en definitiva, de un largo

etcétera. Así pues, todos ellos facilitarán la confección del logotipo de una forma satisfactoria.

Además de todos los puntos mencionados anteriormente, es importante tener en cuenta los valores corporativos de Aldaia Ràdio para así plasmarlos en la nueva marca. Recordemos que estamos hablando de unos valores corporativos como:

- **Comunicación local**
- **Actualidad**
- **Cercanía**
- **Participación del ciudadano**
- **Compromiso social**
- **Modernidad**

Por lo tanto, teniendo en cuenta todos los análisis realizados hasta ahora y todos los valores que la empresa quiere impregnar en su nueva marca, se realizaron tres logotipos distintos para encontrar el mejor camino y el más adecuado.

Propuesta 1:



Propuesta 2:



Propuesta 3:



Se crearon tres diferentes propuestas para poder elegir el mejor camino hacia una nueva marca eficaz. Como se puede observar, la gama cromática se cambió debido a que en el anterior logotipo se utilizaba un color rojo chillón, además de no tenerlo normalizado en los diferentes componentes gráficos de la empresa. Así pues, con el cambio hacia un color rojo oscuro se ganó una mayor elegancia y modernidad que fue patente desde un primer momento.

- **Propuesta 1.** Se ha buscado romper con el logotipo anterior al completo, además de cambiarse tanto la tipografía como el componente icónico identificativo de la empresa. Podemos observar como todo el conjunto forma un logotipo donde se compenetran perfectamente los diferentes componentes. Cabe destacar que el símbolo en solitario sería también un elemento identificativo por sí solo.

- **Propuesta 2.** Utiliza el mismo símbolo que el actual, aunque la modernidad del mismo se deja patente con la utilización de un efecto 3D en la esfera. En cuanto a la tipografía, se trata de la IMPACT actual de la empresa modificada en sus bordes para darle un toque más redondeado. En su conjunto, se ha querido unir aún más los dos componentes del logotipo para que formen una misma unidad, aunque identificables por separado.

- **Propuesta 3.** Se trata de la propuesta más cercana al logotipo actual de la empresa. Como podemos comprobar es un componente gráfico similar al anterior pero con la tipografía sin modificación alguna.

Con la creación de estas tres propuestas gráficas, lo que se pretendía era que la empresa radiofónica tuviera una propuesta completamente diferente, una similar a la actual pero más moderna y otra situada en un punto medio entre ambas.

Después de sopesar todas las propuestas, cosa que no fue nada fácil, la empresa eligió la primera de ellas ya que querían romper totalmente con la anterior imagen de la misma. Cabe remarcar que esta opción coge fuerza cuando sabemos que la emisora cumple su décimo aniversario, por lo tanto un buen momento para realizar un cambio de su imagen corporativa.

Uno de los encargos posteriores que se realizaron fue el de romper con la gama cromática. Se trata de un encargo personal realizado después de que la empresa municipal tuviera una serie de importantes cambios en su corporación directiva. Así pues, se decidió otorgar un tono morado oscuro al logotipo, cosa que no elimina ninguno de los valores de modernidad y calidad que se querían transmitir. Además, este nuevo color tiene unas connotaciones de dignidad y de elegancia que añaden más valores positivos a la nueva imagen corporativa de Aldaia Ràdio.



3. El eslogan

Uno de los elementos más característicos de la publicidad es el eslogan. Es un elemento verbal que se utiliza en la gran mayoría de formatos publicitarios. Se trata de un aforismo, sentencia o máxima referida al producto o la marca. Su objetivo es proporcionar continuidad a la campaña, por medio de su anclaje en la memoria de las personas que la perciben. La función inexcusable de cualquier eslogan es **atraer y resumir**, esto es:

- Captar la atención y llevar a leer, escuchar o mirar el resto del mensaje.
- Provocar una asociación entre la marca y su ventaja principal.

Desde el punto de vista formal se trata, por lo tanto, de una palabra, un sintagma, una frase o incluso una doble frase, acompañada en ocasiones de un logotipo y marca con la que normalmente termina el mensaje publicitario.

Bassat afirma que el eslogan es a la publicidad como el Aria a la ópera:

“Corto y memorable; profundo y brillante; simple y único; impactante, perdurable, creíble y relevante

(El libro rojo de la publicidad, Luis Bassat, Debolsillo, 1993)

Los rasgos observados para que un eslogan se recuerde sin dificultad se pueden resumir en los siguientes:

1. **Facilidad de comprensión.** Para que un eslogan se fije en la memoria tiene que ser comprensible, independientemente del medio en el que se emita o se reproduzca (radio, televisión, carteles, prensa escrita, etc.) y debe responder al entorno cultural y social al que se dirige.

2. **Brevedad.** Es esta una de las características más frecuentemente señaladas: un eslogan se evocará mejor cuanto menor sea el número de palabras que lo componen; es verdad que algunos de los que

constan de una sola palabra han tenido fortuna, pero quizá el mérito esté más bien en el proceso de selección de la palabra que en el hecho de que sea una sola.

3. Concisión. El hecho de que un eslogan sea breve no implica necesariamente que se formule con palabras precisas. Para lograr mayor eficacia en este tipo de expresiones se deben evitar todos los términos que resulten irrelevantes, motivo por el cual predominan las palabras “llenas” (verbos, sustantivos, adjetivos calificativos y algunos pronombres y adverbios) que aportan mayor contenido semántico que las palabras “vacías” o accesorias (artículos, determinativos, preposiciones, conjunciones y algunos pronombres y adverbios) que sirven para reforzar las palabras “plenas”.

4. Capacidad de atracción. Desde el punto de vista del mensaje que pretende transmitir, un eslogan puede llamar la atención por motivos muy diversos: produce sorpresa, interesa al consumidor, es llamativo, resulta original, provoca fascinación, mueve al individuo a actuar, recurre a veces al absurdo, etc.

Un eslogan será más evocador en la medida que sea fácil de percibir, de comprender, de retener y de repetir.

proceso de creación del eslogan

Después de tener en cuenta todas las características que debe tener un eslogan para que cumpla eficazmente su función, se realizó una tormenta de ideas. En ella, se pueden observar dos tipos de eslóganes: por un lado, los que conmemoran el décimo aniversario de la emisora y, por otro lado, los que no hacen hincapié en ello y se centran más en las funciones y el objetivo de Aldaia Ràdio.

Todos los eslóganes que a continuación se exponen están pensados para situarse bajo la marca y, para que en un futuro, ésta pueda sobrevivir a posibles cambios en el eslogan.

- Aldaia Ràdio, 10 anys gràcies a tu
- Aldaia Ràdio, 10 anys al teu costat
- Aldaia Ràdio, 10 raons per agrair la teua confiança (se expondrían las razones vía web y en las diferentes campañas).
- Aldaia Ràdio, 10 anys escoltant la teua veu
- Aldaia Ràdio, Sintonitza'ns per a escoltar-te
- Aldaia Ràdio, Volem escoltar la teua veu
- Aldaia Ràdio, La veu de tot un poble

Sin embargo, después de escuchar todas nuestras propuestas, la dirección corporativa de esta empresa municipal solicitó que las palabras “gràcies”, “veu” y “ulls” formaran parte del nuevo eslogan de la temporada. Debido a la imposibilidad de que todas ellas crearan un eslogan que fuese fácil de percibir, de comprender, de retener y de repetir, se eligió, finalmente, el siguiente eslogan.



Como se puede observar, en el grafismo del nuevo eslogan sobresalen la palabra “*gràcies!*” y el número “10” por encima del resto, lo que, aparte de agradecer a todos los oyentes su fidelidad, quiere recordarles que gracias a ellos llevan diez años emitiendo ininterrumpidamente. Además, se ha añadido en la parte superior del número “10”, dos velas encendidas que connotan aún más el décimo aniversario de la empresa radiofónica.

Aparte de todo ello, en una tipografía más pequeña nos encontramos las palabras “*anys sent la veu d’Aldaia*” que ayudan, aún más, a leer y entender correctamente el mensaje a transmitir que, como ya hemos dicho, es el hecho de que llevan diez años emitiendo gracias a todos sus oyentes.

4. Las aplicaciones

Después de la confección de la nueva marca y el eslogan que tendrán una incursión inmediata dentro y fuera de la empresa, se han elaborado diferentes aplicaciones útiles para la emisora radiofónica. Estamos hablando de unas aplicaciones como las relacionadas con la papelería corporativa u otros elementos de vital importancia para una radio, como pueden ser los objetos promocionales y el grafismo del micrófono.

A continuación dejamos una detallada lista de las aplicaciones para papelería creadas:

- Hoja A4 (1ª hoja)
- Hoja A4 (2ª hoja)
- Sobre americano
- Sobre A5
- Tarjeta de visitas
- Bloc de notas
- Carpeta corporativa

También han sido creadas otras aplicaciones:

- Poster corporativo
- Folleto corporativo
- Banderola de eventos
- Stand para ferias
- Micrófono y auriculares
- Rotulación turismo
- Objetos promocionales

Todas estas aplicaciones se pueden encontrar en el Manual de Identidad Corporativa que se aplicará a corto plazo dentro de la empresa municipal.

5. El entorno web

Actualmente, internet abre un sinfín de posibilidades de información a toda su comunidad de usuarios. Siendo un medio de comunicación radiofónico el objeto de estudio de este proyecto comunicativo, es importante hacer hincapié en las nuevas tecnologías y en las nuevas redes que pueden llegar a servir de publicidad y de comunicación directa con los oyentes de Aldaia Ràdio.

Por todo ello, se han confeccionado y creado las bases para la actualización del actual portal web de la emisora radiofónica. Además de modificar las líneas gráficas antiguas por las actuales que han sido marcadas en el nuevo manual de identidad corporativa, se ha creado un portal web donde la participación de los internautas mediante las nuevas redes sociales es importante.

Así pues, podríamos considerar que lo que a continuación vamos a ver es una guía para llegar a una óptima actualización de la página web, tanto en su parte gráfica, como en su composición y distribución.

The screenshot displays the website for Aldaia Ràdio, featuring a purple and white color scheme. At the top left is the logo 'Aldaia ràdio' with '98.6 FM' below it. A navigation bar includes links for 'En directe', 'A la carta', 'Notícies', 'Programes', 'Programació', and 'Contacta', along with social media icons for RSS, Twitter, Facebook, and YouTube. A large banner celebrates '10 anys sent la veu d'Aldaia. Gràcies!' and 'NOVA TEMPORADA' over a background of microphones. Below this is the 'Últimes notícies' section with four news items: 'Tornant als anys 60 amb Karina', 'El Barri del Crist viu la seua cavalcada', 'Tot l'estiu amb Aldaia Ràdio', and 'Decai desata el deliri al Barri del Crist'. On the right, there is a search bar, a Twitter widget for 'Aldaia Radio' with recent tweets, and a Facebook widget for 'Aldaia Ràdio' showing a search bar and a list of members.

Como podemos observar en la imagen de la página principal del nuevo portal web, los colores principales son exactamente los mismos que se marcan en el manual de identidad corporativa: el morado y el blanco. Ambos han sido dispuestos y distribuidos de manera idónea para tener una óptima presentación gráfica. Por otra parte, cabe señalar que existe una clara división del conjunto en tres partes o zonas:

- **Parte superior.** Se trata de una zona fija y que permanece igual en todo momento, sin actualización alguna. En ella aparece el logotipo de Aldaia Ràdio en positivo sobre fondo morado, situado en la parte superior izquierda.

En la parte baja de esta zona nos encontramos con el menú principal del portal web. Los botones que aparecen son los siguientes:

- **En directe.** Permite al internauta escuchar la emisora radiofónica en cualquier lugar del mundo y en directo.

- **A la carta.** Espacio donde los espectadores podrán encontrar todos los audios y programas de Aldaia Ràdio desde cualquier sitio, solo con tener acceso a una conexión a internet.

- **Notícies.** La actualidad informativa quedará plasmada en este apartado del portal.

- **Programes.** Descripción e información de todos los programas y productos que forman parte de la cadena de radio. También se tendrá acceso a los audios de los programas mediante un link a la sección “a la carta”.

- **Programació.** El espectador podrá obtener toda la información referente a la programación y a las diferentes franjas que ocupan los productos de Aldaia Ràdio.

- **Contacta.** Los oyentes tendrán la posibilidad de informar de cualquier noticia o enviar cualquier sugerencia a través de esta sección.

Por otra parte, los botones con acceso a todas las redes sociales aparecen en la parte derecha del menú principal (suscripción, Facebook, YouTube, Twitter).

- **Parte derecha.** Al igual que en la parte superior, en esta zona del portal web también existe una gran presencia de las redes sociales, más si cabe. Podemos observar como el internauta podrá tener acceso a las últimas noticias del Twitter de la emisora y, también, podrá hacerse amigo de Aldaia Ràdio en Facebook.

Además de todo esto, habrá un buscador para facilitar la búsqueda específica de cualquier noticia, programa, servicio, etc.

- **Parte central.** Se trata de la zona con mayor dimensión y a la que el internauta presta una mayor atención. Esta, a su vez, está dividida en dos partes:

- **Superior.** Reservada para una aplicación flash donde el internauta tiene la posibilidad de ver durante unos segundos diferentes imágenes que publicitan un programa, una retransmisión especial, un evento importante y un largo etcétera. Al finalizar este análisis de la que será el futuro portal web de la emisora, se expondrán las diferentes imágenes publicitarias que se han creado para los diferentes eventos.

- **Inferior.** Las últimas noticias tienen su zona reservada en la página principal. Cada día, cuatro noticias quedarán plasmadas con sus respectivos titulares y entradillas.

A continuació, exponemos las diferentes imàgenes que se han creado con el fin de publicitar diferentes eventos y programas de Aldaia Ràdio, y que ocuparán la parte central superior del nuevo portal web:





Acabamos de ver las diferentes imágenes creadas con el fin de promocionar los eventos importantes o, incluso, para aumentar los seguidores de Aldaia Ràdio en las redes sociales. A continuación, exponemos las imágenes creadas para promocionar los diferentes programas de la emisora, y que siguen un patrón determinado:

 A banner for the "7 dies" program. The text "7 dies" is prominently displayed in a large, black, sans-serif font. The number "7" is stylized with a radio wave symbol. To the right, a grey box contains the following text:

DISSABTE I DIUMENGE,
14:00 i 21:00 hores
 Espai informatiu guanyador del premi al millor programa emès per una emissora de l'Estat Espanyol, otorgat per la diputació de Barcelona.

 A banner for the "ALDAIERS PEL MON" program. The text "ALDAIERS PEL MON" is written in a white, bold, sans-serif font, with a globe icon replacing the letter "O" in "MON". To the right, a grey box contains the following text:

DIMARTS, 18:00 hores
 Espai social dedicat a conèixer a tots els Aldaiers que, per qualsevol motiu, es troben fora d'Espanya.
 Coneixes un? Telefona'ns!!

 A banner for the "serveis informatius" program. The text "serveis informatius" is written in a white, bold, sans-serif font. To the left, there is an illustration of a microphone and a document with a radio wave symbol. To the right, a grey box contains the following text:

de DILLUNS a DIVENDRES,
13:00 i 20:00
 Espai informatiu on es tracta l'actualitat diària del nostre municipi

CUARTO
capítulo

**Conclusiones y
bibliografía**

1. Conclusiones

El actual trabajo final de carrera, “Plan de Comunicación de Aldaia Ràdio”, pretende aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la Licenciatura de comunicación audiovisual a una empresa radiofónica municipal de la provincia de Valencia. Se trata de conseguir una renovación gráfica y aplicar una uniformidad a todos los productos y servicios de la emisora que intenten transmitir una imagen de modernidad, cercanía y compromiso social que la empresa quiere reflejar. Para ello, se ha confeccionado un Manual de Identidad Corporativa donde se aúnan las normas y los principios a seguir, para así conseguir unas características propias y de calidad que la diferencien y que permitan la fácil identificación por parte de los clientes.

Antes de la realización de las diferentes aplicaciones que serán utilizadas por la emisora radiofónica, se ha realizado un exhaustivo análisis de distintos aspectos de vital importancia que han servido para la etapa central de este proyecto: la fase de creación. Estamos hablando de análisis como:

- **Análisis del municipio.** Gracias a este tipo de investigación se conocieron las tradiciones, la historia y la demografía de la población de Aldaia. Al conseguir esta información, se ha podido saber qué tipo de ciudadanos hay en el municipio para tenerlo en cuenta a la hora de crear toda la nueva imagen gráfica. Además, esta búsqueda servirá para, en un futuro, la confección de nuevos productos y programas radiofónicos dirigidos al público de Aldaia.

- **Análisis de la empresa.** Gracias a este trabajo, se elabora un dossier, con la descripción de la empresa y sus valores, tanto la visión y misión como la cultura corporativa de la empresa. Por otra parte, al ser un proyecto centrado en la imagen gráfica y corporativa de esta emisora radiofónica, se analiza profundamente la actual imagen y la evolución que ha tenido la misma desde su creación. La conclusión sacada es clara: no existe una normativa que regule el grafismo, lo que puede generar una enorme confusión a los clientes.

- **Análisis de la competencia.** Al realizar este análisis se reconoce que la empresa tiene una ventaja competitiva respecto a su competencia: es la única que ofrece una información centrada en el municipio de Aldaia, y de las pocas en crear y producir sus programas propios. Además, se deja patente que la imagen corporativa gráfica de la competencia no sigue una norma o patrón al igual que Aldaia Ràdio en la actualidad.

Sabidas detenidamente todas las características del municipio, la empresa y su competencia, la fase de creación de la nueva marca no ha supuesto una mayor complicación, más allá de la utilización de todas las herramientas tecnológicas.

La empresa ha encontrado con la nueva marca y el nuevo eslogan, un producto gráfico fresco, moderno y de calidad de acuerdo con los valores corporativos de Aldaia Ràdio. Sin embargo, la utilización de esta nueva imagen supone una nueva etapa y, lo más importante, romper con el antiguo perfil gráfico. Cabe señalar, que esto se produce en el momento más idóneo, en el décimo aniversario de la radio, lo que servirá de pretexto para el cambio.

Asimismo, la nueva imagen ha sido incluida en las nuevas aplicaciones (tanto ofimáticas como de cualquier tipo publicitario -carteles, bolsas, stands-) y en lo que será el futuro portal web 2.0 de Aldaia Ràdio. En todos ellos, la imagen fresca y dinámica ha hecho su incursión, notándose, sobre todo, en la página web.

A la hora de actualizar el portal web de cara a la nueva temporada radiofónica, se ha pensado en la importancia de introducir las nuevas innovaciones que despuntan en internet: las redes sociales. Por esta razón, en la nueva página web la interacción de los internautas con la radio es imprescindible gracias a la incursión de diferentes aplicaciones, que consentirá un permanente contacto personalizado hacia los clientes y, además, existirá la posibilidad de obtener un público más variado y lejano en el espacio.

Todo este trabajo realizado ha supuesto un gran orgullo para la empresa; el hecho de que un alumno se haya preocupado y haya tenido interés por realizar su Proyecto Final de Carrera centrado en ellos. Sin lugar a dudas, el trabajo final ha sido recibido positivamente por la empresa radiofónica.

Para ellos, todos sus aspectos y valores han quedado reflejado en el nuevo logotipo y la nueva imagen, la cual, como ya hemos dicho, supone un cambio drástico con la anterior. Sin embargo, ésto también será un valor positivo, ya que el municipio de Aldaia ha cambiado rápidamente en el último año. Además, este ente público destaca la nueva distribución y el nuevo aspecto del portal web, donde se han unificado al 100% todos los puntos importantes de la empresa radiofónica con la participación del ciudadano a través de las nuevas redes sociales (Facebook, Twitter, etc.).

Respecto al proceso de incorporación de esta nueva imagen, se trata de un tema que no depende de la empresa, sino más bien del consistorio municipal de Aldaia. Recordemos que la emisora pertenece al Ayuntamiento y, por lo tanto, todos los cambios drásticos, como el de imagen, tienen que ser abalados por ellos. A todo esto hay que añadirle la difícil situación económica por la que se está pasando, lo cual dificultaría aún más la incursión de la nueva imagen en determinados ámbitos como las nuevas aplicaciones. Sin embargo, al estar la nueva temporada cerca y ignorando todo lo dicho, los empleados radiofónicos creen oportuno que una incursión a corto plazo sería la más adecuado.

En cuanto al terreno personal, este proyecto ha supuesto el fin de una etapa muy importante y fructífera en mi vida. Ha sido la culminación de cinco años de aprendizaje donde se ha tenido que poner en práctica todo lo aprendido a lo largo de este tiempo, desde asignaturas íntegramente relacionadas con el grafismo como “Expresión gráfica”, y otro tipo de asignaturas no relacionadas con las marcas corporativas pero igual de importantes en otras fases del proyecto como “Documentación informativa”.

Además, la realización de este proyecto suponía un nuevo reto en mi vida, trabajar directamente con una empresa real. Lo que originaba, por una parte, aspectos positivos como el hecho de que por fin un proyecto gráfico mio podría ver la luz y, por otra parte, aspectos negativos como el de trabajar para una empresa dependiente de un ente público en constante cambio. Pero, sin lugar a dudas, todos estos factores se han posicionado positivamente a mi favor, ya que he podido aprender de los errores y adaptarme a los cambios que la empresa me pedía. Porque, al fin y al cabo, el trabajo no era para mí, sino para mi cliente y, por lo tanto, había que satisfacerlo.

Así pues, este trabajo ha supuesto un enorme cambio personal en el que he podido aprender duramente y empezar a “meter la cabeza” en el difícil mundo empresarial del que, en un futuro cercano, espero pertenecer. Además, me he dado cuenta de lo importante que es estar en constante aprendizaje en este mundo de las nuevas tecnologías, y estar actualizados sobre los nuevos productos relacionados con la comunicación.

Por lo tanto, y concluyendo con lo que ha sido este proyecto comunicativo, este trabajo supone un punto de partida para mi y para la nueva imagen gráfica de Aldaia Ràdio. Se trata de una guía o un manual al que hay que ceñir sus futuras acciones comunicacionales en todos sus aspectos, desde la creación de cualquier documento oficial de la empresa que, por consiguiente, lleve el logo de la misma, hasta cualquier elemento creado específicamente para el futuro portal web.

Cabe recordar que en ningún momento se pretende imponer estas líneas a seguir, pero es importante tenerlas como una norma o un patrón porque, de no ser así, se puede llegar a crear una imagen confusa y no definida en la mente del público. Imagen que no es nada positiva para ninguno de los objetivos de Aldaia Ràdio.

2. Bibliografía

libros y publicaciones

ALONSO, RODRIGO L. (1993). *Imagen de marca: la identidad corporativa, un medio eficaz para aumentar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas y organizaciones*. Madrid: Rodrigo Alonso D.L.

BASSAT, LUIS (1993). *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona: Debolsillo.

CARTER, ROB (1996). *Diseñando con tipografía 2: logotipos, papelería de empresa, identidad corporativa*. Barcelona: Index book.

COSTA, JOAN (1992). *Identidad corporativa y estrategia de empresa*. Barcelona: Ceac.

JACK, FEITMAN (2000). *Negocios exitosos*. McGraw Hill.

KLANTEN, R. (2008). *Los logos 4*. Berlin: die Gestaten.

MURPHY, JOHN (1989). *Como diseñar marcas y logotipos*. Barcelona: Gustavo Gili.

O.C. FERREL y GEOFFREY HIRT (2004). *Introducción a los negocios en el mundo cambiante*. McGraw Hill.

OLINS, WALLY (1991). *Identidad Corporativa: proyección en el diseño de la estrategia comercial*. Madrid: Celeste.

RIEL, CEES B.M. VAN (2001). *Comunicación Corporativa*. Madrid: Prentice Hall, D.L.

ROVIRA, DIEGO (2009). *CS4 Curso de creación web: Dreamweaver CS4 - Flash CS4 - Photoshop CS4*. Barcelona: Inforbooks.

SANZ GONZÁLEZ, MIGUEL ÁNGEL y GONZÁLEZ LOBO, MARÍA ÁNGELES (2005). *Identidad Corporativa: claves de la comunicación empresarial*. Madrid: ESIC

SILVER, LISA (2001). *Diseño de logotipos: pasos para conseguir el mejor diseño*. Naucalpan, Méjico: Gustavo Gili.

WILLMORE, BEN (2009). *Photoshop CS4*. Madrid: Anaya multimedia.

ZAPPATERRA, Y. (1999). *Tipografía*. Barcelona: Index Box.

páginas web

AJUNTAMENT ALDAIA. Història de la ciutat. [En línea] <<http://www.aldaia-ajuntament.es/el-nostre-poble/historia-de-la-ciutat>> (7 de marzo de 2011).

ALDAIA RÀDIO. [En línea] <<http://www.aldaiaradio.com/>> (3 de septiembre de 2011).

DIRECCIÓN GENERAL DE TRÁFICO. Manual de Identidad Corporativa. [En línea] <http://www.dgt.es/was6/portal/contenidos/documentos/prensa_campanas/manual_imagen_corporativa/manual_img_corp001.pdf> (10 de agosto de 2011).

FACEBOOK. Aldaia Ràdio. [En línea] <<http://www.facebook.com/aldaia.radio>> (15 de marzo de 2011).

FACEBOOK. Radio Municipal de Manises. [En línea] <<http://www.facebook.com/radiomanises>> (4 de septiembre de 2011).

FACEBOOK. Radio Municipal de Torrent. [En línea] <<http://www.facebook.com/RadioTorrent>> (4 de septiembre de 2011).

FACEBOOK. Paterna Radio. [En línea] <<http://www.facebook.com/paternaradio>> (2 de septiembre de 2011).

IMART. Manual de Identidad Corporativa. [En línea] <http://www.imart.es/descargas/manual_IMART100308.pdf> (10 de agosto de 2011).

PATERNA RÀDIO. [En línea] <<http://www.paternaradio.es/radio/index.php>> (2 de septiembre de 2011).

RADIO MUNICIPAL DE MANISES. [En línea] < <http://www.manises.es/manisesPublic/RMM>> (1 de agosto de 2011).

TWITTER. Aldaia Ràdio. [En línea] < <http://www.manises.es/manisesPublic/RMM>> (1 de agosto de 2011).

WIKIPEDIA, LA ENCICLOPEDIA LIBRE: Aldaia. [En línea]. <<http://es.wikipedia.org/wiki/Aldaia>> (7 de marzo de 2011).

WIKIPEDIA, LA ENCICLOPEDIA LIBRE: Análisis DAFO. [En línea]. <http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO> (10 de agosto de 2011).



Manual de Identidad Corporativa

ÍNDICE

UNO	Introducción	3
------------	--------------------	---

DOS	La marca	
	2.1 Marca corporativa	5
	2.2 El eslogan	6

TRES	Uso del logotipo	
	3.1 Planimetría: Composición reticular	8
	3.2 Planimetría: Área de seguridad	9
	3.3 Usos correctos del logotipo	10
	3.4 Usos no correctos del logotipo	11
	3.5 Uso mínimo del logotipo	12

CUATRO	Uso de colores y tipografía	
	4.1 Colores corporativos	14
	4.2 Colores web	15
	4.3 Tipografía corporativa	16
	4.4 Tipografía complementaria.....	17

CINCO

Aplicaciones en entorno ofimático

5.1 Hoja A4 (1ª hoja)	19
5.2 Hoja A4 (2ª hoja)	20
5.3 Sobre americano	21
5.4 Sobre A5	22
5.5 Tarjeta de visitas	23
5.6 Bloc de notas	24
5.7 Carpeta corporativa	25

SEIS

Otras aplicaciones

6.1 Poster corporativo	27
6.2 Banderola de eventos	28
6.3 Micrófono	29
6.4 Rotulación turismo	30
6.5 Objetos promocionales	31

Introducción

Este **Manual básico de identidad corporativa** debe entenderse como una referencia de normas gráficas a disposición de los empleados y usuarios de la empresa, para facilitar la aplicación de la nueva imagen corporativa y logotipo.

Este Manual básico será, por tanto, una pieza de uso ineludible y de aplicación de los elementos de identidad corporativa que en él se definen. Podemos entenderlo, como una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa y, por lo tanto, en todos sus productos.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino servir de guía para abrir nuevas posibilidades creativas.

A continuación se explicará la línea gráfica que se ha utilizado con todos los datos necesarios para que un diseñador no tenga ningún problema en ampliar el portal si fuera necesario.

DOS

La marca

- 2.1 Marca corporativa
- 2.2 El eslogan

..... 5
..... 6

Logotipo



Logotipo para promoción web



Símbolo



2PUNTO 1

Marca corporativa

Aldaia Ràdio es la nueva marca del medio de comunicación radiofónico del municipio de Aldaia. La empresa de comunicación consta de diez años de experiencia que avalan la profesionalidad y el compromiso que tiene esta empresa con los habitantes del municipio.

Se ha creado para **Aldaia Ràdio** una imagen corporativa que contiene todos los valores que queremos expresar a través de la marca.

PROFESIONALIDAD

CERCANÍA

MODERNIDAD

COMPROMISO

El logotipo puede presentarse en diferentes formas; de forma sencilla, acompañado por el nuevo eslogan, del cual hablaremos en el siguiente punto, o tan solo el símbolo de la empresa.

Además puede utilizarse una versión del logotipo para promoción de la dirección web de la empresa "www.aldaiaradio.com".

Logotipo con eslogan



2PUNTO2

El eslogan

El eslogan es uno de los elementos más característicos e importantes para centrar la atención del cliente. Se trata de un aforismo, sentencia o máxima referida al producto o la marca, y cuya función inexcusable es atraer y resumir su objetivo principal.

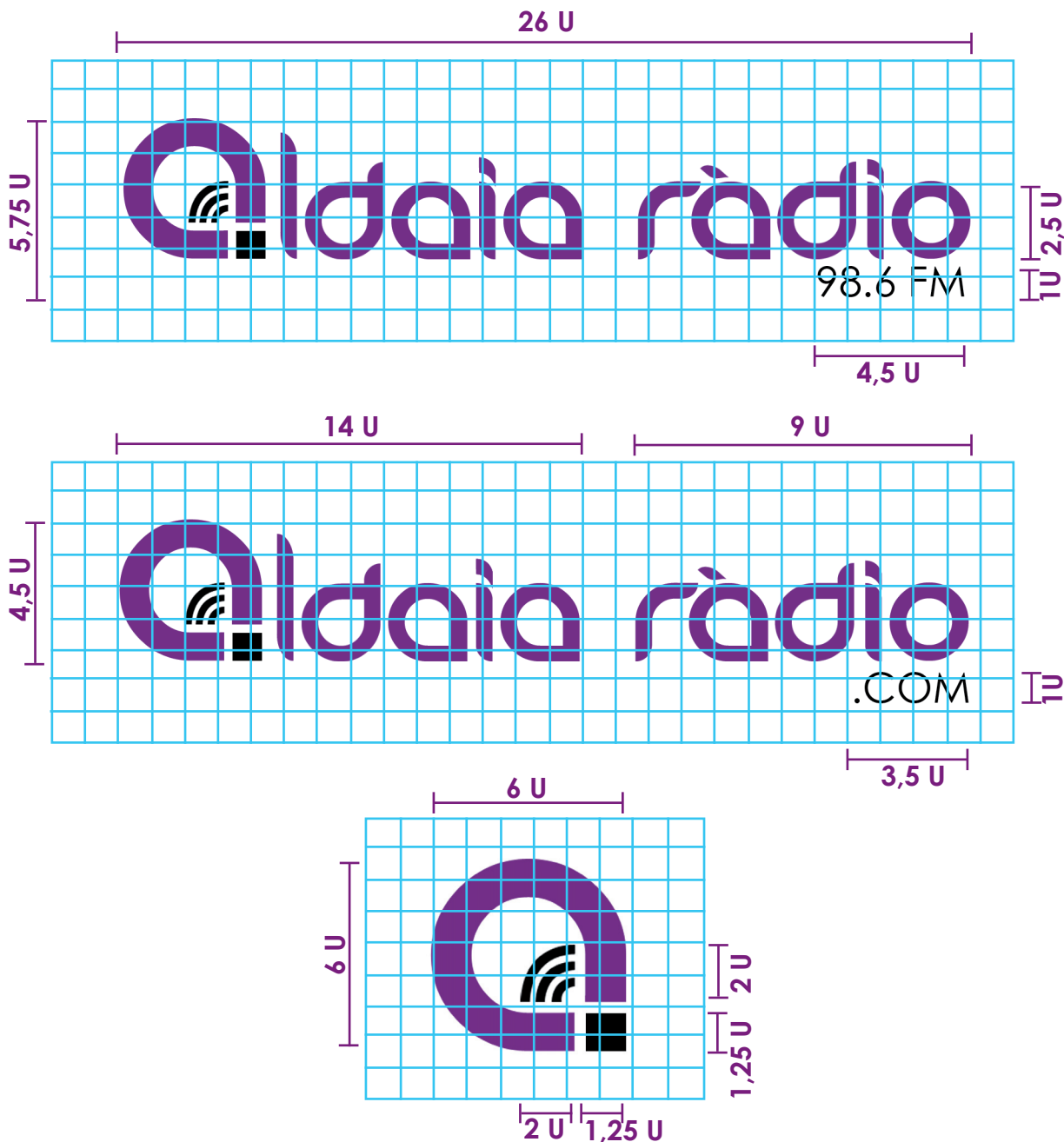
En el caso de nuestra marca **Aldaia Ràdio**, se ha pretendido enfatizar; por una parte, el décimo aniversario de la misma, y, por otra parte, agradecer a la audiencia su fidelidad, todo ello resumido en la palabra "Gràcies!".

TRES

Uso del logotipo

3.1 Planimetría: Composición reticular	8
3.2 Planimetría: Área de seguridad	9
3.3 Usos correctos del logotipo	10
3.4 Usos no correctos del logotipo	11
3.5 Uso mínimo del logotipo	12

U = 1 unidad de medida

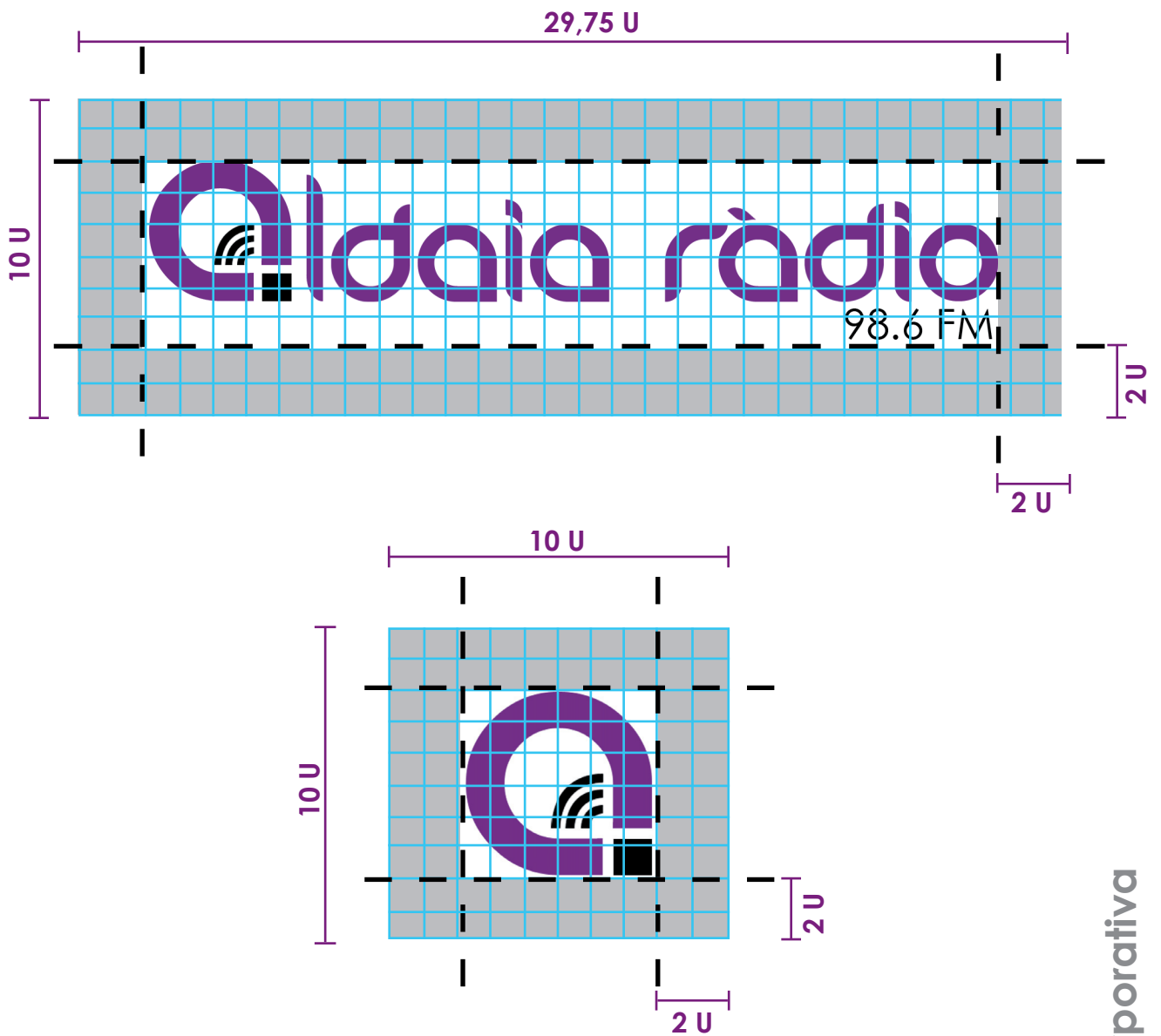


3 PUNTO 1

Planimetría: Composición reticular

Por medio del plano técnico del logotipo y de sus partes es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos.

La U equivale a la medida establecida por unidad dentro del plano, el número respresenta las veces que la medida U está en las diferentes partes que componen la imagen.



3 PUNTO 2

Planimetría: Área de seguridad

El área de seguridad se refiere al espacio que hay que dejar alrededor de la marca sin que ningún otro elemento (texto, bordes, gráficos o ilustraciones) rebase este límite para evitar la contaminación visual del logotipo.

La construcción del área de seguridad queda determinada por la medida **U**.

COLOR

Positivo (uso prioritario)



Negativo



Positivo sobre fondo PANTONE 259C



ESCALA DE GRISES

Positivo



Negativo



UNA TINTA

Positivo



Negativo



3 PUNTO 3

Usos correctos del logotipo

La marca debe protegerse siempre sobre fondos que garanticen un óptimo contraste visual para evitar la pérdida de identificación y asegurarnos su representatividad.

Siempre que sea posible se usará el logotipo en su uso prioritario a color, es decir, logotipo sobre fondo blanco.

- ✗ Cambios en la distribución de los elementos



- ✗ Cambios en los colores corporativos



- ✗ Distorsión en su proporción (horizontal o vertical)



- ✗ Eliminación de elementos pertenecientes al logotipo



- ✗ Cambios en la tipografía



3PUNTO4

Usos no correctos del logotipo

Hay muchos caminos no correctos para formar la marca. Algunos de los ejemplos se representan a continuación. Nunca deben de cometerse estos errores.

En los apartados anteriores quedan expuestas las necesidades respecto para la construcción y usos del logotipo de Aldaia Ràdio, así como de su eslogan.

100%



75%



50%



25%



Tamaño mínimo del logotipo



3 PUNTOS

Uso mínimo del logotipo

Dentro del abanico de posibilidades de comunicación de nuestra marca, existen algunas que exigen la reducción del logotipo.

En este apartado fijamos el mínimo al cual puede llegar a reducirse éste, a fin de mantener la armonía en el conjunto, las proporciones y la finalidad irrenunciable de su perfecta visualización.

Los otros ejemplos de mayor tamaño sirven como referencia o, en su caso, modelo. No hay un tamaño máximo del logotipo, ya que dependerá de su aplicación.

CUATRO

Uso de colores y tipografía

4.1 Colores corporativos	14
4.2 Colores web	15
4.3 Tipografía corporativa	16
4.4 Tipografía complementaria.....	17



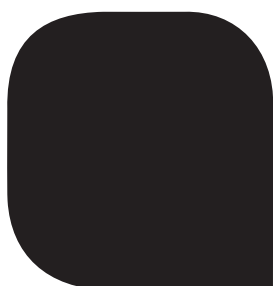
PANTONE 259C

CUATRICOMÍA:

C	M	A	N
67	97	9	2

RGB:

R	G	B
113	39	122



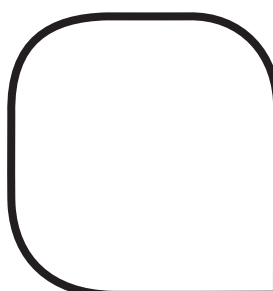
NEGRO

CUATRICOMÍA:

C	M	A	N
0	0	0	100

RGB:

R	G	B
0	0	0



BLANCO

CUATRICOMÍA:

C	M	A	N
0	0	0	0

RGB:

R	G	B
255	255	255

4PUNTO 1

Colores corporativos

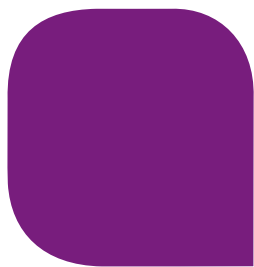
El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del logotipo y símbolo de **Aldaia Ràdio** es el color granate (PANTONE 259C). Utilizando también para la leyenda y el logotipo el negro, lo que otorga un intenso contraste con el fondo blanco.

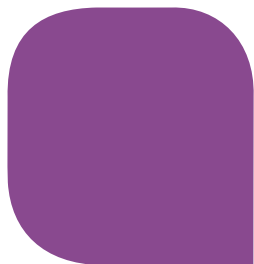
Todo ello constituye un logotipo sólido y estable.

Colores web

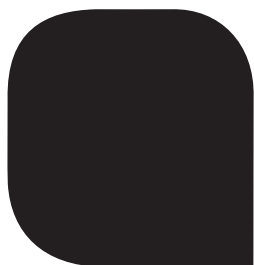
Estos colores serán los que formarán el entorno web, usándolos adecuadamente para crear la armonía y la modernidad que esta marca corporativa está buscando.



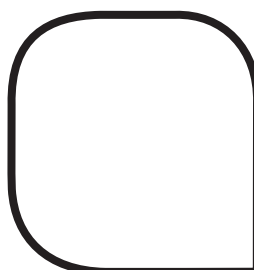
MORADO #71277A



MORADO CLARO #7B1272



NEGRO #000000



BLANCO #FFFFFF



GRIS #87888A

DANUBE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.:;,

CENTURY GOTHIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.:;,

CENTURY GOTHIC BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.:;,

4PUNTO3

Tipografías corporativas

La familia tipográfica de **Aldaia Ràdio** es DANUBE, aunque existen otras tipografías complementarias para usos secundarios. En cuanto a la leyenda (98.6 FM), la familia tipográfica es CENTURY GOTHIC.

Dicha tipografía debe emplearse en el desarrollo de la papelería de la empresa, página web, publicidad offline y online en la medida de lo posible, sobre todo en elementos principales y de gran visibilidad.

En online, el uso de la tipografía DANUBE, al no ser "de sistema", queda restringida a banners y elementos de gran visibilidad, siempre incluida como gráfico.

VERDANA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.:,;

VERDANA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.:,;

VERDANA ITÁLICA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.:,;

4PUNTO4

Tipografía complementaria para medios offline y online

La tipografía complementaria es la familia VERDANA en todas sus variantes.

Esta tipografía se adapta mejor al medio en cuanto a legibilidad, claridad y neutralidad, por lo que la usaremos, en la medida de lo posible, en aquellos textos utilizados tanto para medios offline, como online.

Aplicaciones en entorno ofimático

5.1 Hoja A4 (1ª hoja)	19
5.2 Hoja A4 (2ª hoja)	20
5.3 Sobre americano	21
5.4 Sobre A5	22
5.5 Tarjeta de visitas	23
5.6 Bloc de notas	24
5.7 Carpeta corporativa	25

Aldaia ràdio
98.6 FM

aldaiaradio@aldaia-ajuntament.es - www.aldaiaradio.com

Centre Comarcal Dona Empenedora
Pl. Constitució 14 – Semisoterrani
Aldaia (València)
Tfn: 96 198 87 92 - 96 198 87 93 – 96 198 87 95

5PUNTO1

Hoja A4 (1ª hoja)

Formato: 297x210 mm.

Tintas: Pantone 259C (logotipo y texto)
Pantone 259C - 15% (logotipo)
Negro (logotipo y texto)
Negro - 15% (logotipo)

Tipografía: Verdana
12 puntos
Alineación izquierda

Aldaia ràdio
98.6 FM

aldaiaradio@aldaia-ajuntament.es - www.aldaiaradio.com



5PUNTO2

Hoja A4 (2ª hoja)

Formato: 297x210 mm.

Tintas: Pantone 259C (logotipo y texto)
Pantone 259C - 10% (logotipo)
Negro (logotipo)
Negro - 10% (logotipo)

Tipografía: Verdana
12 puntos
Alineación centrada



5 PUNTOS

Sobre americano

Formato: 220x110 mm.

Tintas: Pantone 259C (logotipo y texto)
Pantone 259C - 15% (logotipo)
Negro (logotipo y texto)
Negro - 15% (logotipo)

Tipografía: Verdana
12 puntos
Alineación centrada

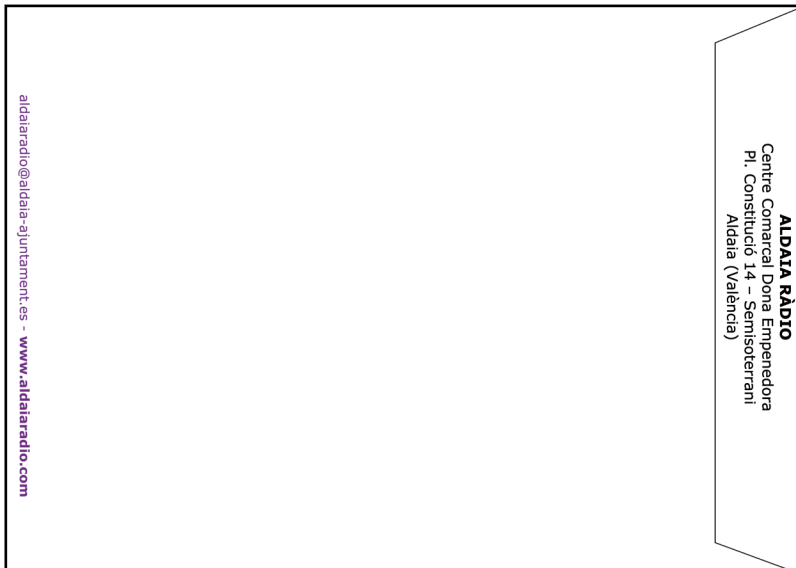
5 PUNTO 4

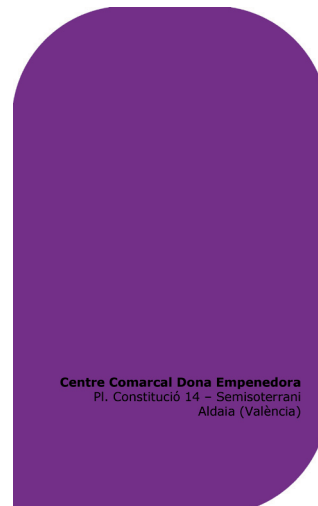
Sobre A5

Formato: 230x162 mm.

Tintas: Pantone 259C (logotipo y texto)
Pantone 259C - 15% (logotipo)
Negro (logotipo y texto)
Negro - 15% (logotipo)

Tipografía: Verdana
12 puntos
Alineación centrada





5 PUNTOS

Tarjetas de visitas

Formato: 88x55 mm. (horizontal y vertical)

Tintas: Pantone 259C (logotipo y texto)
Pantone 259C - 15% (logotipo)
Negro (logotipo y texto)
Negro - 15% (logotipo)

Tipografía: Verdana
12 puntos
Alineación centrada



5 PUNTO 6

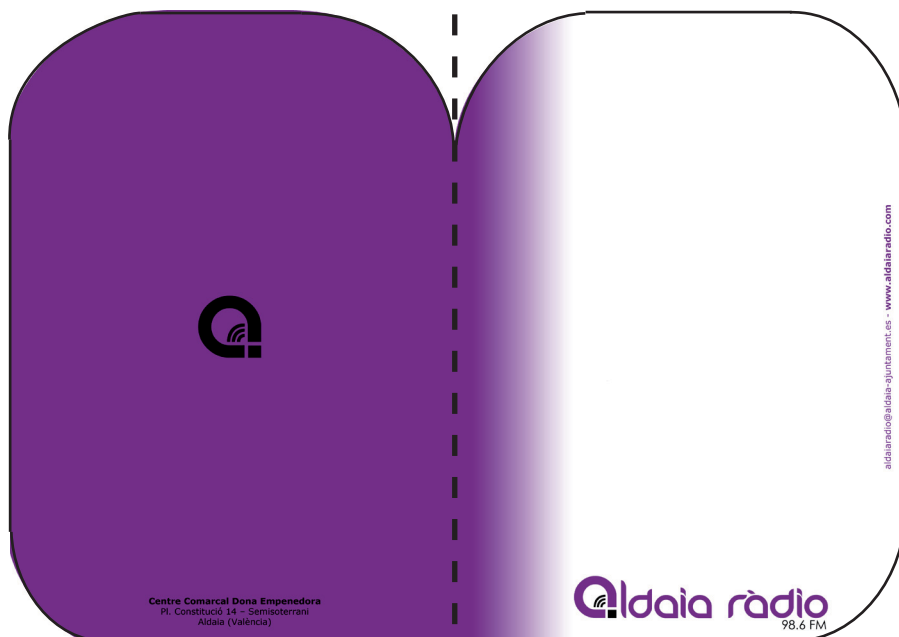
Bloc de notas

Formato: 101x59 mm.

Tintas: Negro (logotipo y texto)

Tipografía: Verdana
5 puntos
Alineación derecha

(Exterior)



(Interior)



5 PUNTO 7

Carpeta corporativa

Formato: 440x310 mm. (abierta)
220x310 mm. (cerrada)

Tintas: Pantone 259C (logotipo, texto y carpeta)
Pantone 259C - 15% (logotipo)
Negro (logotipo y texto)

Tipografía: Verdana
12 puntos
Alineación centrada

Otras aplicaciones

6.1 Poster corporativo	27
6.2 Banderola de eventos	28
6.3 Micrófono	29
6.4 Rotulación turismo	30
6.5 Objetos promocionales	31



6 PUNTO 1

Poster corporativo

Formato: 60x40 cm.

Tintas: Pantone 259C (logotipo, texto y carpeta)
Negro (logotipo y texto)



6PUNTO2

Banderolas de eventos

Tintas: Pantone 259C (logotipo, texto y carpeta)
 Pantone 259C - 15% (logotipo)
 Negro (logotipo y texto)



6 PUNTO 3

Micrófono

Tintas: Pantone 259C (logotipo y texto)
Negro (logotipo y texto)



6 PUNTO 4

Rotulación turismo

Tintas: Pantone 259C (logotipo y texto)
Negro (logotipo y texto)

PENDRIVE



BOLSA



LLAVERO



6 PUNTS

Objetos promocionales

Tintas: Pantone 259C (logotipo y texto)
Negro (logotipo y texto)
Blanco (texto)