

# ANEXO II

---

## HORT DE TRÉNOR

### ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Carlos Alberto Tormo y César Soto San Antonio

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grado en Diseño y Tecnologías Creativas  
Curso 2021-2022



UNIVERSITAT  
POLITÀCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

## Competencia Local

	Descripción	Valores	Público	Fortalezas	Debilidades	Análisis Gráfico	Presencia online
Parc Central	Amplo parque con fin cultural, eventos de graduación y festivales, con instalaciones deportivas, lúdicas y para perros.	Salud Familia Cercanía Accesibilidad	Locales (todas las edades) Vida sana, Paseo, Estar con la familia, Deporte.	Popularidad, Fomenta estilo de vida sana, Celebración de eventos, Parque vivo y accesible.	Las instalaciones deportivas le restan sensación de naturalidad y sostenibilidad, centrado en el tema de la vida sana.	Ausencia de sistema gráfico propio que lo diferencie de otros parques. Sin personalidad.	Ausencia de presencia en redes o web más allá de anuncios esporádicos en la web del ayuntamiento de Torrent.
Canyada del Conill	Parque familiar con instalaciones para barbacoas y paellas, situado en El Vedat, zona natural para pasear y pasar tiempo con tu mascota o familia.	Salud Disfrute Comunidad Sencillez	Todos los públicos y particulares con mascota Vida sana, Comida al aire libre, Paseo con la mascota, Deporte.	Espacio natural poco modificado, Ideal para pasar un día en familia, Ideal para familias con mascotas.	Mal conectado y poco cómodo, Mal señalado, Carencia de actividades o elementos de interés, experiencia fácil de olvidar.	Ausencia de sistema gráfico propio que lo diferencie de otros parques. Sin personalidad.	Ausencia de presencia en redes o web más allá de anuncios esporádicos en webs como Love Valencia o similares.

## Competencia por cercanía

Parc de l'Oest	Parque de gran extensión con fin familiar en el que también se celebra algún evento y tiene instalaciones como piscina o parques infantiles.	Familia Accesibilidad Variedad Disfrute	Todos los públicos y familias sobretodo Día en familia, Paseo con la mascota, Ir al parque con los niños, Día de piscina.	Espacio popular entre las familias, accesible, extenso, parque vivo con actividades y variedad de cosas que hacer.	Necesidad de desplazamiento, no se le da importancia a la sostenibilidad y el carácter natural que puede poseer un parque.	Ausencia de sistema gráfico propio que lo diferencie de otros parques. Sin personalidad.	Ausencia de presencia en redes, aparece en una web para información sobre la piscina, pero no el parque como tal.
Jardines del Real o Viveros	Jardín histórico y cultural de Valencia que cuenta con un extenso terreno con edificaciones como fuentes, rosaledas o estanques, esculturas y bustos.	Familia Estética Variedad Cultura sostenible	Todos los públicos y edades Día en familia, Ir de paseo, Gusto por el ocio sostenible, Ir a espacios con historia.	Espacio muy relevante y querido entre el público, extenso y con elementos de interés, cuenta con diversas zonas con diversidad de cosas que observar naturales y culturales.	Necesidad de desplazamiento hasta el espacio	Uso de una serif elegante junto con el recurso de la incorporación de brotes como acentos. Uso de un color verde vibrante, este es el color predominante en la marca. No hay universo de marca y ese logotipo solo aparece en la web.	Tiene web propia poco accesible con varias secciones de información. La jerarquía es confusa y hay muchos elementos en pantalla. Tiene redes sociales más cuidadas y tiene uso puramente fotográfico y desconecatda de la identidad presente en la web.
Jardí Botànic de la Universitat de València	Espacio científico, cultural y enseñanza situado en el casco histórico de la ciudad. Comenzó como un huerto para estudiantes de medicina y ahora está abierto al público.	Cultura Comunidad Variedad Enseñanza	Abierto a todos los públicos, sobretodo universitarios y curiosos Aprender cosas nuevas, Explorar espacios naturales, Ir a espacios con historia.	Enfoque diferenciador y didáctico de un botánico, Extensión amplia y bien repartido, Gran accesibilidad y fácil de encontrar información	Aleja de sus objetivos la alternativa de un ocio sostenible además de didáctico, tiene ese potencial por explotar	Sistema gráfico propio, logotipo creado a partir de formas orgánicas, uso de ilustraciones botánicas detalladas, color aguamarina que recuerda a la naturaleza, tipografía propia de la Universitat de València. La página web refleja los valores de enseñanza pero deja atrás los valores intrínsecos de un espacio natural.	Tiene web propia en la que encontramos todo lo que queramos saber, desde horarios o precios hasta un plano de las instalaciones. Las redes sociales siguen la estética de la identidad pero el feed no presenta los elementos de la marca, es puramente fotográfico y no hace uso del color o la tipografía.



Competencia Aspiracional

	Descripción	Valores	Personalidad	Público	Mensajes	Análisis Gráfico	Presencia online
Wellington Gardens	Jardín botánico cuya experiencia de visita se centra en contar historias a tarvés de una gama aplia de paisajes diferentes.	Familia Descubrimiento, Sostenibilidad Naturaleza	Abierto Confiable Cuidador	Todas las edades y en especial, niños. Cuentan con planes de educación dirigidos a niños para que descubran el parque.	“The Discovery Garden- <i>Te Kaapuia o Te Waoku, We are all part of nature</i> is a children’s garden, designed to be a ‘living classroom’.”	Color predominante amarillo, usa una contraforma en el logotipo para formar una hoja. Todo el desarrollo parte de esa idea de siluetas vegetales.	Cuenta con RRSS (Instagram y Facebook) además de página web <a href="https://wellingtongardens.n">https://wellingtongardens.n</a>
Botanischer Garten Berlin	Jardín-museo innovador que pone el enfoque en la parte más dedicada a la divulgación e investigación.	Comunidad Sostenibilidad Naturaleza Innovación	Moderno Seguro	Todos los públicos y sobretodo gente joven (20-40 años), tiene museo, tiene un carácter más cultural.	“Plunge in this green oasis, relax at the lakeside, walk along picturesque trails – in our Garden nature always has a season.”	Uso de tipografía blanca sobre fotografía, color predominante gris azulado. Imagen limpia y moderna.	Cuenta con RRSS (Instagram y Facebook) además de página web <a href="https://bo.berlin">https://bo.berlin</a>
Central Park	Célebre parque neoyorquino accesible para todo el mundo. Un parque comprometido para asegurar una buena experiencia a la poblaión entera.	Bienestar Crecimiento Confianza Contribución Naturaleza Sostenibilidad	Cuidador Confiable	Turistas y habitantes de NYC sin importar su edad.	“Un santuario del ritmo y las presiones de la vida de la ciudad, mejorando el disfrute y el bienestar de todos.”	Utiliza un sistema de rejilla de colores dinámico que se apoya en una paleta colorida y alegre. El logotipo es una sans-serif gruesa que usa también en titulares.	Cuenta con RRSS (Instagram, Facebook, YouTube y Twitter) además de página web <a href="http://centralparknyc.org">centralparknyc.org</a>
The Royal Parks	Una plataforma que pone en valor los parques de Reino Unido. Tiene la esencia tradicional que protege la tradición y la historia.	Familia Sostenibilidad Naturaleza Conservación Tranquilidad	Tradicional Confiable Cuidador	Todos los públicos, gente de Reino Unido sin importar la edad.	“We care for each of London's Royal Parks for everyone now and in the future to explore, value and enjoy.”	Sans serif moderna en mayúsculas que transmite esa importancia y contrasta con el logo clásico y detallado. Uso de un único color: verde en varias tonalidades.	Cuenta con RRSS (Instagram, Facebook, YouTube y Twitter) además de página web <a href="https://www.royalparks.org.u">https://www.royalparks.org.u</a>
Real Jardín Botánico	Jardín botánico histórico que tiene una gran biodiversidad y participa activamente en la investigación y educación del conocimiento.	Contribución Investigación Naturaleza Sostenible Educación	Cuidador Confiable	Turistas y habitantes de Madrid sin importar su edad.	“Tenemos la misión de promover el conocimiento, la conservación y el disfrute de las plantas y de su medio natural.”	En el logotipo se hace uso de la sustitución de elementos por otros vegetales: en este caso, los acentos pot brotes. Uso en su mayoría de negro, blanco y verde. No posee un sistema de marca que lo haga tener una imagen única.	Cuenta con RRSS (Instagram, Facebook, YouTube y Twitter) además de página web <a href="https://rjb.csic.es">https://rjb.csic.es</a>