

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Licenciado en Comunicación Audiovisual



**UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA**



**ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA**

**“Manual de identidad corporativa del
bar polideportivo de La Llosa de
Ranes”**

TRABAJO FINAL DE CARRERA

Autor/es:

José Ramón Boscà Valentín

Director/es:

Margarita Cabrera Méndez

GANDIA, 2013

Quiénes somos

La propiedad del establecimiento es municipal del mismo modo que las instalaciones que lo rodean, pero mediante el pago de un alquiler se ha conseguido su utilización particular. La actual gerencia, a cargo de Alicia Ferrando Latorre, trabajadora autónoma con varios años de experiencia en cocinas de bar y su marido Jaime Giner Valentín conjuntamente con trabajadores eventuales, viene trabajando en dos claras direcciones mediante las cuales pretende aumentar la calidad de sus servicios y su rentabilidad, estas no son otras que sus grandes focos de atención:

- Las necesidades tanto de comida como de bebida de aquellos quienes usan las instalaciones deportivas.
- La utilización más tradicional, es decir el bar como elemento independiente y con espacios amplios tanto en su interior como en su terraza.

Por tanto, el bar del polideportivo de La Llosa de Ranes es un punto de encuentro para deportistas y casi con absoluta certeza el mayor centro de ocio comercial de la localidad, enfocado claro está a la restauración. Un enclave estratégico que le confiere cercanía tanto a los eventos deportivos como a las verbenas de las fiestas patronales, sin restarle la en tantas ocasiones necesaria privacidad para aquello que se requiera mientras se disfruta de los servicios del bar.

Historia

Tras una larga gerencia durante la cual la población identificaba y ligaba de manera notoria al personal con el local; hace aproximadamente dos décadas esto cambió y se pasó a un devaneo de arrendatarios que llevaron al establecimiento al cierre pasando claro está por la pérdida total de imagen y prestigio frente al público. No es hasta 2010 cuando la actual gerencia toma el testigo para devolver al establecimiento su actividad natural, condición y posicionamiento social, a día de hoy el establecimiento vuelve a gozar de salud comercial aunque sus responsables no se den por vencidos y ambicionan tanto crecer como mejorar sin perder de vista su base, es decir, como han llegado hasta su situación actual.

Visión y misión

- **Visión:** La actual gerencia tiene como objetivo prioritario establecerse como un referente en su sector, entendiendo como radio de acción tanto la localidad donde se sitúa como las colindantes y más cercanas.
- **Misión:** en este apartado debemos indicar que hablamos de la cobertura completa de las necesidades de ocio y restauración de sus clientes, siempre claro está dentro del ámbito y las posibilidades del local, de este modo se ofrece un trato tanto directo y cercano como respetuoso y profesional en un espacio confortable y acogedor.

Valores

La administración actual del comercio hostelero tiene a bien tanto promover, transmitir y ser identificado con los siguientes valores:

- Integridad
- Personalidad propia
- Interés por las personas
- Responsabilidad social
- Compromiso con los resultados
- Sostenibilidad
- Ecología
- Comunicación abierta y honesta
- Orientación al cliente
- Compromiso con la comunidad
- Gestión económica clara y legal
- Crecimiento en la comunidad

Cultura corporativa

Bar "El POLI" potencia:

- La interrelación entre todos sus empleados
- la uniformidad de trato entre ellos y a ellos
- la proximidad entre todos sus cargos
- el trato como a un solo ente (la empresa) en representación de todos sus componentes, sin olvidar sus posibles condicionantes individuales.
- El respeto y la tolerancia
- La concienciación e integración sociocultural

Se debe aclarar que dada la dimensión de esta organización, con tan solo dos componentes de manera permanente, es bastante fácil llevar a cabo todas estas condiciones, pero no por ello se deben tener menos en cuenta.

Identidad social corporativa

La organización transmite un estilo joven y desenfadado, sin dejar de lado la profesionalidad y seriedad mínima requerida para la correcta realización del trabajo, tal y como de ella espera la clientela. Se identifica con las ganas de triunfar y poner todos sus logros al servicio de sus clientes, con el fin de mejorar el trato mutuo, así como de estabilizarse dentro del ideario general que la gente pueda tener sobre establecimientos con una gran presencia en el sector hostelero y de ocio.

Productos, servicios o actividades



El local, como buen establecimiento de restauración pone a disposición de sus clientes multitud de productos de primeras marcas tales como Coca Cola, Matutano, Minute Maid, Shandy, Cola cao Choleck o Burn siendo su mayor reclamo las cervezas "Estrella de Galicia" tanto en caña como en formato tercio. Obviamente no son estos sus únicos productos, también se ofrecen marcas mucho más cercanas como pueden ser

quesos Jamesa, con su famoso "formatge blanquet", empresa situada en la misma localidad o el también muy conocido "Herbero de Bocairent", así como cocina casera destacando las tartas de limón, café, chocolate o fresa, en último lugar citaremos el producto más tradicional del local, aquel que ha sobrevivido a cualquier gerencia y que la gente demanda verano tras verano, con el que los jóvenes del pueblo han crecido y ahora meriendan los niños, el llamado "Mediterráneo", medio pan de bocadillo recién hecho, tostado y cubierto de salsa verde, alioli, tomate o nocilla. Para no perdernos en listas interminables de productos, variantes de los mismos o actualizaciones acto seguido enumeramos como muestra algunos:

Tapas:

- Morro de cerdo
- Patatas bravas
- Alitas de pollo
- Albóndigas de bacalao
- Boquerones con aceitunas
- Ensaladilla rusa
- Sepia a la romana

Platos:

- Mero con patatas y huevo
- Chipirón rebozado con verduras
- Sepia con huevo y patatas

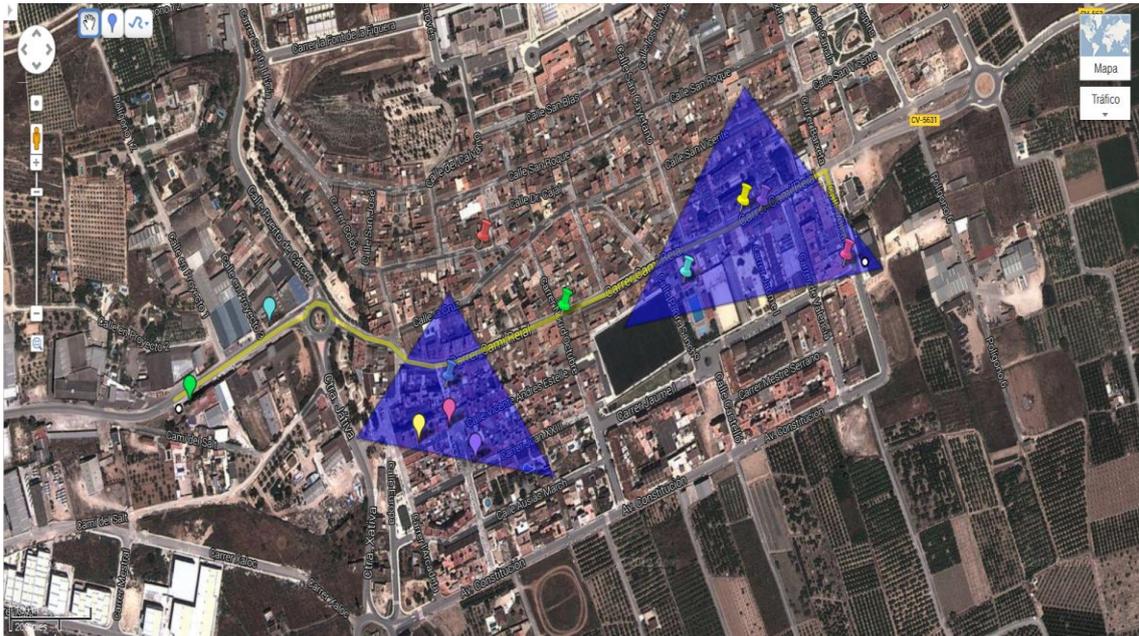
Bocadillos:

- "De la casa": Tomate, lomo y queso
- "Chivito": Mayonesa, bacón, lomo o pechuga y huevo
- "Pinchito": Sobrasada, cebolla y pechuga
- "Brascada": Tomate, jamón serrano y ternera



Competencia

Dentro de la localidad de La Llosa de Ranes, se observan dos grandes concentraciones de establecimientos relacionados con la hostelería, el primero(a la derecha de las imágenes siguientes), podríamos decir que se inicia a lo largo del final de la calle "Camí reial," bares como "L'Asquilaor" o "Los Pinchos", a unos pocos cientos de metros y ya en otra calle, tan cercana que la propia vista las une, la cafetería de reciente creación adjunta al establecimiento Coaliment, en la misma calle pero en la esquina diagonalmente opuesta el bar "L'Atril" a los que hay que sumarle dos cafeterías prácticamente pegadas a alguno de los bares mencionados, el otro núcleo hostelero (a la derecha de las imágenes siguientes) tendríamos licencia para situarlo partiendo de la plaza Natividad de nuestra señora, en la misma ya tenemos el bar Picazo y "la tasca", en dos calles distintas que parten de la plaza podemos hallar otros dos establecimientos perfectamente visibles desde los anteriores, estos son el bar Celia y la pizzería Pepe's, en otras ubicaciones bar "els jubilats".

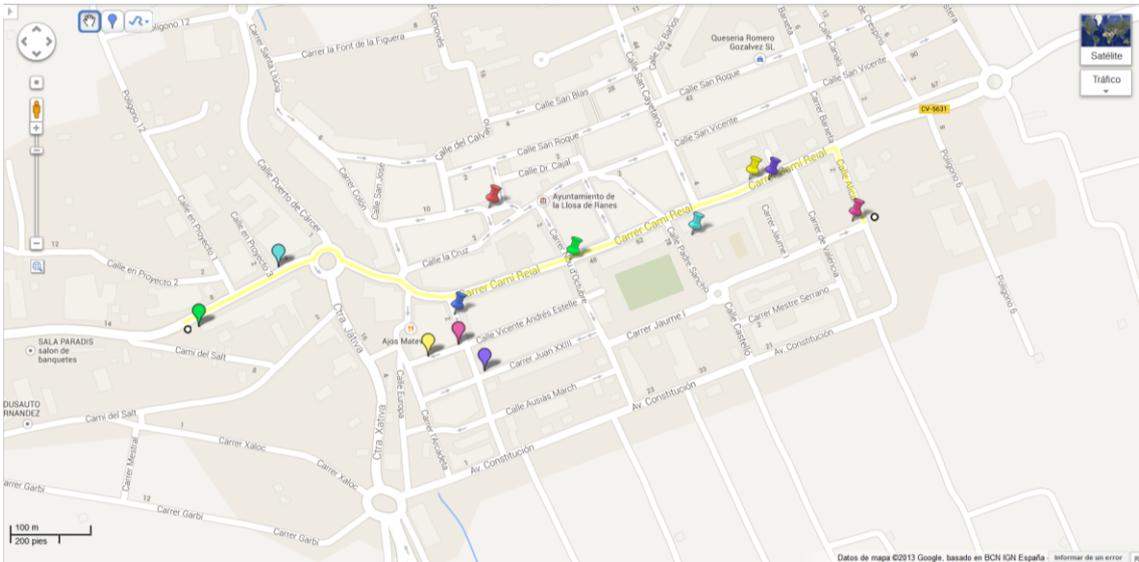


Entre ambos núcleos y ya a las afueras tenemos los bares paco's y Vistabella. Todos son competencia directa pero no solo con el bar del

polideportivo, si no entre ellos mismos puesto que solo distan 10 minutos a pie, incluso hablando de los más alejados Vistabella y el Atril puesto que tan solo los separa un kilómetro.



Además tanto la orografía de la localidad como la disposición de los establecimientos permitirían una ruta de bares a través de prácticamente una sola calle y con mínimo desnivel. En la mayoría de ocasiones teniendo en cuenta el presente hostelero de la localidad lo que puede marcar el éxito o el fracaso de un local puede llegar a ser desde la afinidad con la gerencia a la densidad de población de los alrededores, entendiéndolos como apenas cien o doscientos metros como máximo.



- Leyenda:
- Puntero verde – Vistabella
 - Puntero celeste – Paco´s
 - Puntero amarillo – Celia
 - Puntero rosa – Pepe´s
 - Puntero morado – La Tasca
 - Chincheta roja - Balaguer
 - Chincheta verde – Jubilats
 - Chincheta celeste – Bar Polideportivo
 - Chincheta amarilla – Asquilador
 - Chincheta morada – Los Pinchos
 - Chincheta rosa – L´Atril

Datos comerciales

Los datos comerciales de la gerente como trabajadora autónoma son:

Alicia Ferrando Latorre
Calle Padre Sancho, s/n
46815 La Llosa de Ranes(Valencia)
N.I.F. 20.424.409-H

Siendo la datos del local:

Bar del polideportivo de La Llosa de Ranes
Calle Padre Sancho, s/n
46815 La Llosa de Ranes(Valencia)
96-2230342

Públicos

Este ente comercial tiene como públicos a los siguientes tipos de personas:

- Habitantes del área circundante al establecimiento
- Habitantes de la localidad en general
- Espectadores televisión comarcal
- Radioyentes emisoras de radio de Xàtiva y comarca
- Empresas de la localidad
- Receptores de la publicidad
 1. escaparatismo
 2. mediante folletos, esponsorizaciones
 3. Internet, redes sociales, mailing
 4. Bluetooth

Mercado objetivo

- Usuarios de las instalaciones deportivas.
- Gente que quiera disfrutar de una gran terraza.
- Empresas que necesiten un local para sus eventos.
- Colectivos y asociaciones.
- Particulares de la localidad o aledañas
- Consistorio local
- Celebraciones tipo bautizos, comuniones o cumpleaños

Análisis DAFO

FORTALEZAS

- Gran terraza
- Paellero
- Terraza independiente de la calle
- Visión directa de la piscina municipal
- Acceso a la piscina municipal
- Proximidad a las diferentes instalaciones deportivas municipales así como al campo de fútbol y al "trinquet"
- Proximidad al mercado municipal semanal
- Proximidad a las verbenas de las fiestas patronales
- Ambiente tranquilo y familiar

DEBILIDADES

- Localización desde fuera del recinto
- Falta de acceso wi-fi
- Negocio en localidad pequeña que limita el ratio de alcance en algunas ocasiones
- Inclinación de la rampa de los minusválidos
- Parte de la terraza en el acceso de las instalaciones deportivas
- Drenaje deficiente de la terraza lo que ocasiona encharcamiento tras las lluvias
- Acceso paellero
- Aislamiento zona superior
- Utilización terraza en invierno
- Ocasionalmente precipitación de balones desde el campo de fútbol
- Negocio ubicado en localidad pequeña y que limita en algunas ocasiones su ratio de alcance.
- Acceso más cercano al campo de fútbol municipal cerrado

AMENAZAS

- Resto de bares de la localidad y aledaños
- Resto de cafeterías de la localidad y cercanas
- No fidelización de al menos parte de los clientes de verano
- Franquicias del centro comercial Plaza mayor de Xàtiva
- Cambio de local de reunión de la sociedad de colombicultura local, dado que actualmente se reúnen en el bar.

OPORTUNIDADES

- Fidelización de clientes de verano
- Expansión del ratio de alcance comercial mediante el boca a boca partiendo del trato a los ya clientes
- Publicidad mediante el patrocinio de equipos directivos como por ejemplo, futbol, "pilota valenciana" etc.
- Publicidad gráfica en soportes como libros de fiestas o libretos de fallas
- Promociones de productos de grandes marcas
- Fiestas y eventos
- Creación del ambiente propio de bares deportivos y que lo identifique como el mejor lugar para ver las competiciones más seguidas, desde mundial de futbol a F1 o motociclismo

Lineamientos creativos

La empresa desea reflejar un aspecto jovial, dinámico, sólido, ágil y a la vez serio, profesional y con ganas de triunfar, en el aspecto contrario lo que nunca desea transmitir con su imagen es inseguridad, desorganización, causar apatía o resultar indiferente al posible cliente.

Respecto a lo que se desea conservar de la actual imagen encontramos la disposición de la práctica totalidad del mobiliario así como el trato a la gente.

Para conseguirlo optaremos por un binomio de colores en tonos tierra para la terraza, de ese modo no se rompería la armonía cromática con el resto de las instalaciones deportivas así como se dotaría a la misma de mayor luminosidad y calidez, variantes de los colores "crema" y marrón actuales. En tanto en cuanto al interior, se debe optar por colores y combinaciones entre ellos que potencien la luminosidad, se respetarán los colores pero se deberá variar su distribución y tonalidades. En definitiva se jugará con el contraste, entre dos colores para la terraza que transporten al subconsciente a un ambiente más costero o de playa, aprovechando la visión directa de la piscina, y en el interior se creará un espacio con ambiente propio para diferenciar entornos, no encasillar al local ya que esto le restaría competitividad y potenciarlo como espacio cálido y acogedor de cara a las fechas invernales. De este modo crearemos dos espacios en un mismo local, complementarios que no excluyentes y que mediante sus colores aportarán proximidad sin restar elegancia, generará comodidad visual sin resultar informal en exceso y permitirá una mayor sencillez cromática de los espacios, así como un ambiente más hogareño, más familiar, cálido o cercano con el cliente.

Imagen actual













Como se advierte, la imagen actual no sigue una uniformidad entre sus partes, la terraza combina cromáticamente con el resto de edificaciones municipales pero se diferencia radicalmente con la imagen interior, la cual muestra aun algunos restos de anteriores gerencias y sus vaivenes de elecciones visuales. Debido a su tamaño y ubicación, la entrada principal al recinto se encuentra totalmente desaprovechada, no se utiliza ningún referente visual que localice al

establecimiento para quien no lo conozca, ni se aprovecha el acceso ni la pared aledaña para promoción o publicidad alguna, por tanto soporte perdido actualmente para el local.

En tanto en cuanto al interior, como anteriormente se ha mencionado, la variedad cromática continua siendo dispar, combinaciones demasiado aleatorias, el cliente no unifica el espacio como algo uniforme, si no como un conjunto de partes demasiado diferenciadas y por tanto restan atractivo al cliente, en definitiva se nota demasiado que ha sufrido cambios de imagen apresurados y no lo suficientemente concienzudos ni preparados, además ni se advierte un espacio destinado a una reproducción de un logotipo dentro del recinto.

Imagen competencia

BAR "LA TASCA"

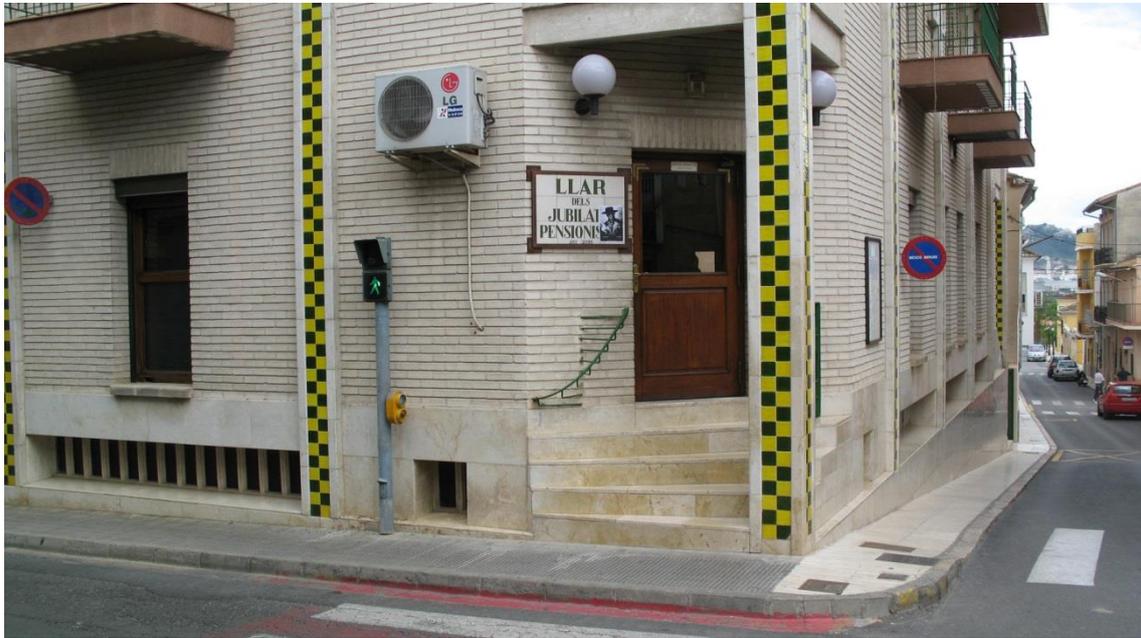




El gran hándicap de este local siempre ha sido el espacio, puesto que a sus reducidos metros interiores hay que sumarle un suelo a dos niveles ,a día de hoy lo suple con una terraza cerrada como vemos en las imágenes, de este modo se aprovechan mejor los espacios, pero al no unificar visualmente ambos ambientes estos pueden llegar a ser más que una ventaja un impedimento, el cliente los identifica como

dos cuerpos separados restándole consistencia a la imagen conjunta del local.

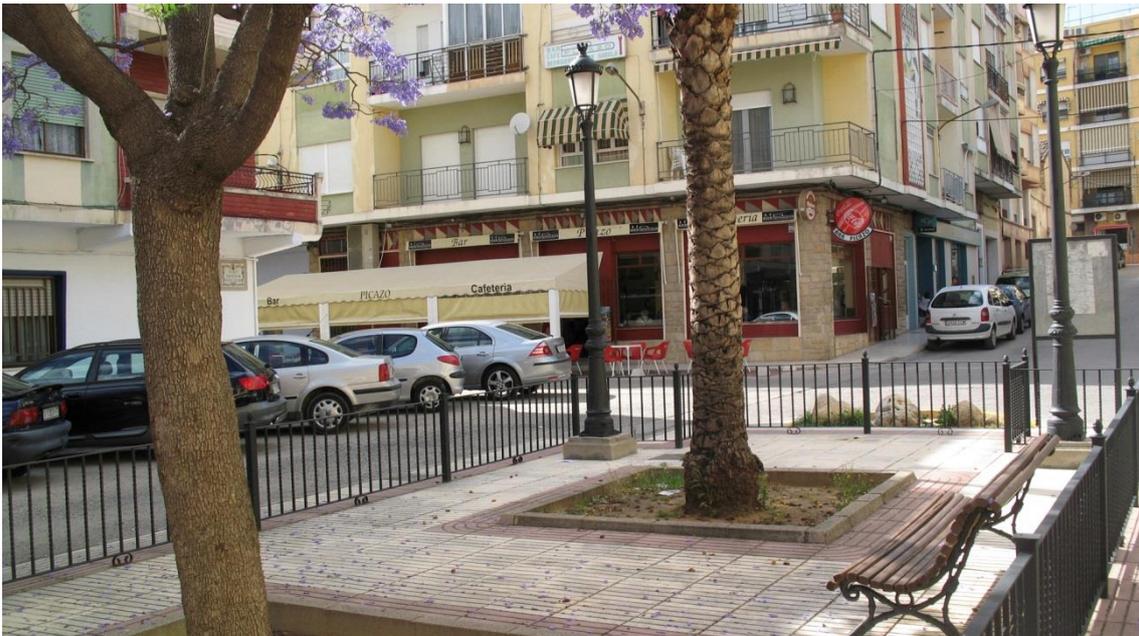
BAR "ELS JUBILATS"





Este establecimiento depende directamente de su localización, pues está integrado en el antiguo centro cívico, por tanto tan solo puede variar poco más que su mobiliario, una gran piedra en el camino que supe con ser el bar de la asociación de jubilados de la localidad como su propio nombre indica.

BAR PICAZO





Local amplio y luminoso, ubicado en una de las zonas de mejor aparcamiento de la localidad, pero en el subconsciente de todos está como una bar de gente mayor, gente de campo, es por eso que los demás públicos son reacios a acudir, esta misma etiqueta es el lastre del que la actual gerencia ha querido desprenderse repintando el local, modernizando gran parte de sus instalaciones y potenciando sus cenas, también influye en sus contra que esté tan cerca de otros tres competidores que pueden controlarse con solo una mirada.

PIZZERIA PEPE'S







En cuanto a imagen, este es el rival a batir, el unico que persigue la unidad cromatica en todos sus espacios, incluso las cocineras tienen el uniforme acorde con el local, introducen cambios en su cocina cada temporada e incluso catering, una gerencia que comprende que la imagen es el primer mordisco de un cliente, un local asentado tanto en su especialidad, la comida italiana, como en todas las variantes de la hosteleria que ofrece.

BAR CELIA



Local angosto y de difícil referencia visual sin conocimiento previo de su ubicación, hasta hace bien poco se posicionaba cada vez mejor

mediante sus ofertas y publicidad, actualmente la gerencia busca traspasar el local por lo cual no imprimen el mismo afan en potenciar la imagen del local, mas bien lo reconducen para que los posibles gerentes adviertan las posibilidades del local.

BAR L'ASQUILAOR



Local bien situado dentro del pueblo, pero con muy poca luz natural ni ventilación, la climatización mediante aire acondicionado es una opción, pero el hecho de que la salida de humos este situada justo en el parque superior es un factor ambiental muy en contra y que el inicio del local sea estrecho lo vuelve un tanto angosto a la mirada del cliente, actualmente con un cerramiento en la terraza para aprovechar ese espacio durante todo el año.



BAR LOS PINCHOS





Probablemente el local más espacioso del pueblo, la pega es que las instalaciones no se han actualizado visualmente, la imagen está cuidada principalmente en la parte más cercana a la puerta de entrada y la terraza, la zona de mayor uso por otra parte, un local con muchas más partido del que a día de hoy se le saca, por otro lado la cercanía a un punto neurálgico como es el centro de salud y la veteranía del local juegan a su favor.

BAR PACO´S



Local de reciente reinauguración, después de un lapsus temporal durante el que permaneció cerrado entre gerencias, debido a que posiblemente sea el local con menos luz natural la fortaleza de este establecimiento reside en los almuerzos en su terraza con el buen tiempo, cuando este no acompaña su oferta se reduce al ambiente interior y a la continua oferta cárnica.

BAR VISTABELLA



Con toda probabilidad el local con más solera, esto es debido a que la anterior gerencia regentaba también un salón de banquetes, el subconsciente común aun une a ambos y aunque ya separados, se nutren el uno del prestigio y nombre alcanzado por el otro. Necesitado de un lavado de imagen tanto interior como exterior, el hecho de su accesibilidad y discreción, dado que se encuentra a las afueras del pueblo, así como el ser el único con un comedor privado siempre han jugado y aún siguen haciéndolo a su favor.

BAR BALAGUER



El único que sobrevive en la parte alta del pueblo, como podemos advertir no requiere un lavado de imagen, requiere una imagen completa ya que el local está próximo a la dejadez o el abandono podríamos decir, actualmente es prácticamente una cafetería aunque su rotulación y razón comercial recen que es un bar.

BAR ATRIL



El local que más flancos directos al exterior tiene, por tanto más posibilidades de luz natural. Situado justo enfrente del nuevo auditorio municipal, también próximo a las verbenas de las fiestas patronales y junto a una de las salidas la localidad aunque accesible perfectamente a pie sin salir de la población.

Necesidades

El bar del polideportivo de La Llosa de Ranes necesita una imagen corporativa completa, puesto que ahora carece de ella, una imagen que la identifique rápidamente y la convierta en un referente visual de su sector, una imagen que le profiera la seriedad que le exigirán sus clientes y aplicable por completo a su establecimiento.

Libro de estilo

SÍMBOLO Y LOGOTIPO

Versión 100 mm X 133´9 mm



En esta imagen se puede resumir la imagen del local frente al pueblo, predominio del color azul, el azul del cielo que se puede ver desde su terraza y el azul del agua de la piscina, de igual modo el símbolo unifica dos conceptos, el bote de una pelota ya sea de futbol, frontón o de cualquier otro deporte que se practique en el recinto y la silueta de una ola en referencia al agua. En el centro de todo ello, el nombre por el que se conoce al local, protagonista y predominante rodeado de su oferta de ocio.

RESOLUCIÓN MINIMA

2'5 cm X 3'2 cm

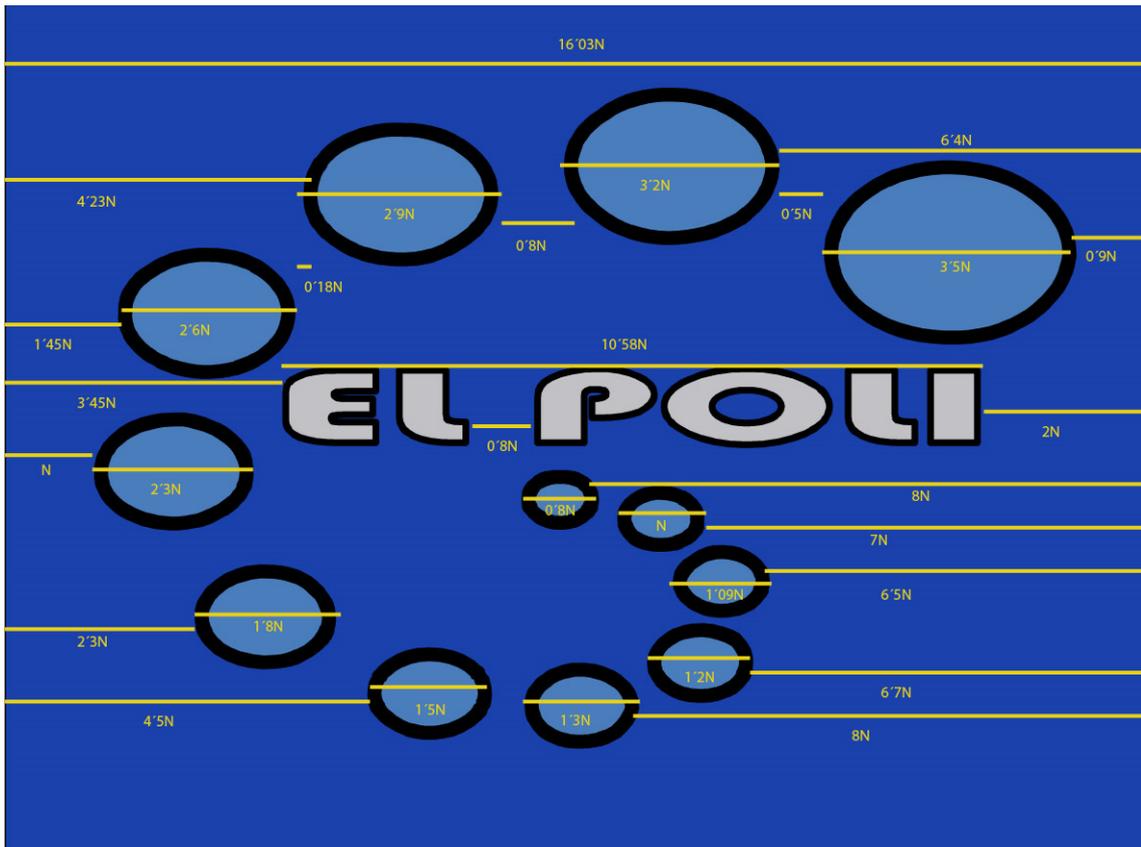


DIMENSIONES

Verticales



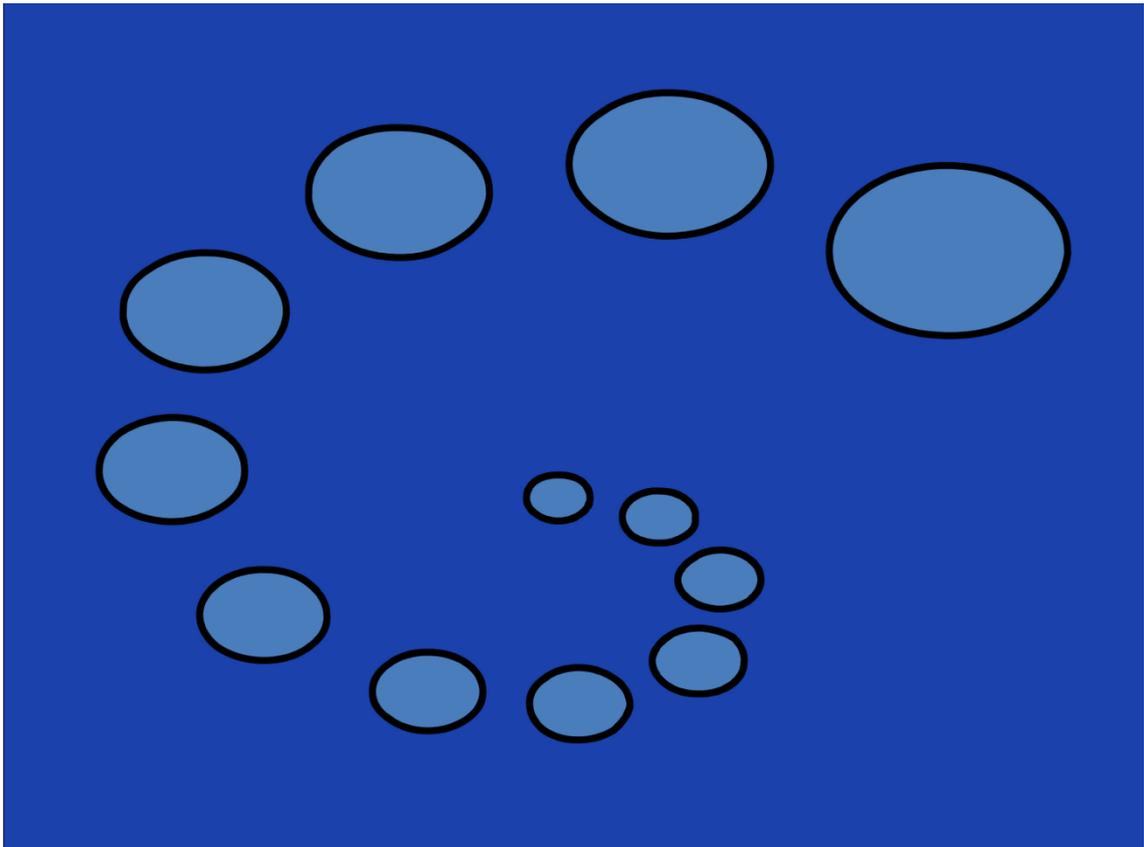
Horizontales



VERSIÓN INSCRITA EN CUADRO



SIMBOLO



LOGOTIPO



VERSIÓN MONOCROMATICA



Colores Pantone

Azul (interior círculos) #4a7dbc

RGB 74 125 188

CMYK 0.61 0.34 0.00 0.26

Azul (fondo) #1a41ac

RGB 26 65 172

CMYK 0.85 0.62 0.00 0.33

Gris (interior letras)#c2c1c5

RGB 194 193 197

CMYK 0.02 0.02 0.00 0.23

Negro (contornos)#000002

RGB 0 0 2

CMYK 1.00 1.00 0.00 0.99

TIPOGRAFÍA

La tipografía corporativa escogida es la BAUHAUS 93

A 65	B 66	C 67	D 68	E 69	F 70	G 71	H 72	I 73	J 74	K 75	L 76	M 77	N 78
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
O 79	P 80	Q 81	R 82	S 83	T 84	U 85	V 86	W 87	X 88	Y 89	Z 90		
O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z		

a 97	b 98	c 99	d 100	e 101	f 102	g 103	h 104	i 105	j 106	k 107	l 108	m 109	n 110
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n
o 111	p 112	q 113	r 114	s 115	t 116	u 117	v 118	w 119	x 120	y 121	z 122		
o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z		

0 48	1 49	2 50	3 51	4 52	5 53	6 54	7 55	8 56	9 57
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

\$ 36	¢ 162	□ 128	£ 163	¥ 165	¤ 164	+ 43	- 45	* 42	/ 47	÷ 247	= 61	% 37	□ 137
\$	¢	□	£	¥	¤	+	-	*	/	÷	=	%	□
" 34	' 39	# 35	@ 64	& 38	_ 95	(40) 41	, 44	. 46	; 59	: 58	¿ 191	? 63
"	'	#	@	&	_	()	,	.	;	:	¿	?
¡ 161	! 33	\ 92	 124	{ 123	} 125	< 60	> 62	[91] 93	§ 167	¶ 182	µ 181	` 96
¡	!	\	 	{	}	<	>	[]	§	¶	µ	`
^ 94	~ 126	© 169	® 174	□ 153									
^	~	©	®	□									

Aplicaciones de la imagen corporativa

Libretas de pedidos

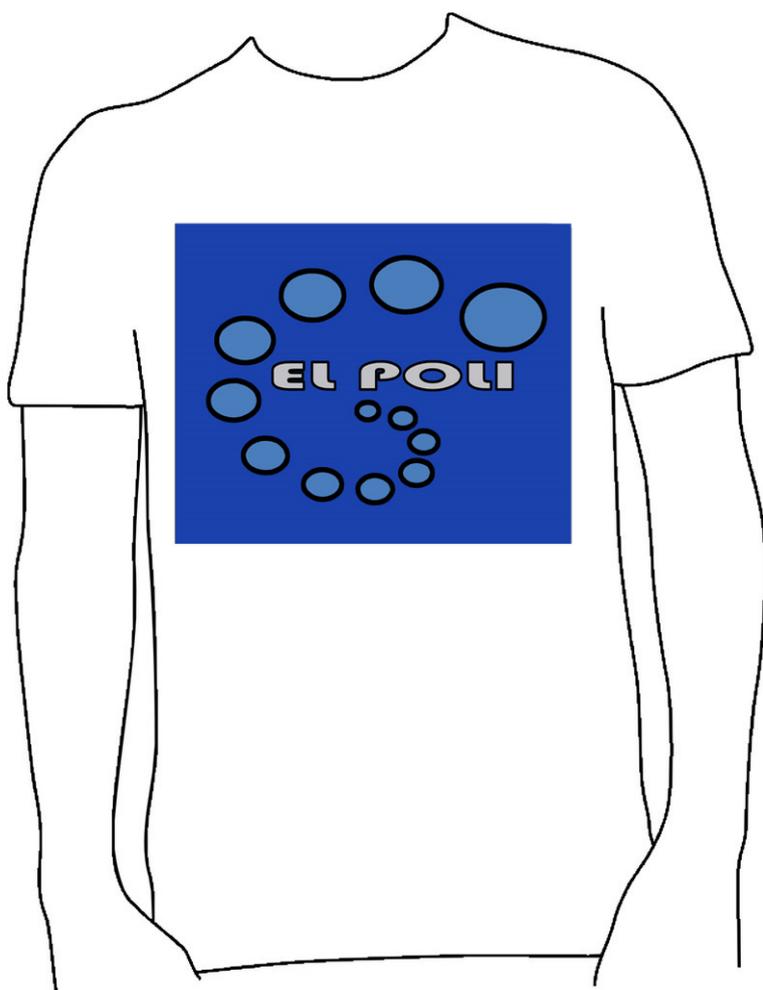


15 CM



18 CM

Camiseta



Mantel individual

