

Informe: Marca Balneario de Alhama de Murcia

SILVIA DE LA TORRE GARCÍA

CARLOS HUGO LORCA CUEVAS

Situación

El ayuntamiento tiene como objetivo principal que se visite más el pueblo.

La estrategia es: revitalizar el pueblo. Quiere que el balneario cubra dos necesidades:

- De cara al exterior: fomentar la parte dirigida hacia el ocio, con el aprovechamiento de las actividades que tienen lugar en los alrededores de Alhama de Murcia: Sierra Espuña, Gebas... Para atraer a los turistas.
- De cara interna: recuperar la identidad del pueblo, lo que lo hizo estar a la altura de los baños de Archena y Fortuna. Que los mayores recuerden la procedencia del balneario y los jóvenes la aprendan y la exporten. Para ello es vital la historia que hace nacer al pueblo a partir del balneario.

Tanto el ayuntamiento como el pueblo quieren que el balneario se encuentre en el centro del pueblo.

Conciben al balneario como un espacio en el que conjugar historia y ocio, con una zona para el museo que refleje la historia de los 2000 años de la tradición de los balnearios.

El objetivo es crear una marca que recoja los diferentes conceptos de tradición, historia e interés turístico de la zona, que atraiga tanto a vecinos como visitantes.

Análisis DAFO

FORTALEZAS

Tienen los balnearios originarios restaurados y perfectamente integrados en un museo de gran calidad histórica que refleja las tres épocas más importantes de los baños. Además, también ofrece actividades lúdicas y culturales. Por tanto su oferta cultural es un punto atrayente.

OPORTUNIDADES

Su posición y cercanía a zonas de alto interés turístico. Además su localización le convierte en una zona accesible a través de diferentes vías: autovía dirección Murcia-Granada o viceversa. También entre Cartagena y Madrid. Y tren con servicio Renfe.

AMENAZAS

Los principales competidores cercanos que cuentan con marcas cuyos valores están asentados sobre la tradición, el descanso y el disfrute. Por ejemplo: Balneario Archena y Fortuna, Alhama de Almería, Alhama de Aragón y Alhama de Granada.

DEBILIDADES

Conjugar historia y ocio, teniendo en cuenta que se ofrece un servicio cortoplacista.

Propuesta 1: Fusión

Siguiendo las necesidades planteadas por el ayuntamiento hemos decidido apoyarnos en dos tendencias: Clásico y Living Well.

De esta forma conseguimos cubrir la vertiente histórica para favorecer la valoración de las tradiciones, las raíces, lo referencial que aporta la historia del aprovechamiento de las aguas termales, y que gracias a ello ha dado lugar a una comunidad, al pueblo de Alhama de Murcia. Y por otra parte la tendencia Living Well que te invita a disfrutar y descubrir todo lo que tiene que ofrecer el pueblo y sus alrededores.

De este modo el balneario es planteado como un lugar de paso que te **prepare y cargue** de energía con la pureza de las aguas termales con el objetivo de descubrir la historia detrás de Alhama de Murcia y disfrutar de sus actividades.

Presentación de la propuesta

Balsa de la Reina: La Balsa de la Reina era un depósito de agua que abastecía a quien habitaba la zona inferior de la fortaleza de Alhama de Murcia, con una función defensiva, que además servía como espacio cultural para el pueblo, un punto de encuentro donde los habitantes compartían experiencias con los demás, un remanso de paz y vida.

Creemos que este nombre para de marca, tanto por el contexto histórico de Alhama de Murcia, como por la función que desempeña, encaja a la perfección con los valores del balneario, puesto que es el lugar al que ir para compartirlo en **familia**, disfrutar y prepararse para seguir la ruta que marcan las diferentes actividades culturales y de ocio del pueblo.

Será la puerta de entrada a descubrir todo lo que tiene que ofrecer Alhama de Murcia, a través de las aguas termales, que al igual que dotaron de vida al pueblo, también lo harán con quien venga a visitarlo.

Identidad visual

LOGOTIPO COMPLETO

Composición: La figura de una mujer sumergida en agua con una corona sobre la cabeza, cabello flota en la superficie y la rodea. Debajo se encuentra el nombre de la marca entre dos líneas. Y debajo el nombre del pueblo.

Colores RGB:

Fondo: R:195, G:224, B:232

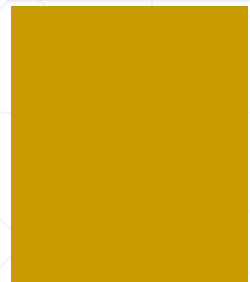
Pelo: R:26, G:34, B:99

Líneas: R:26, G:34, B:99

Cuerpo: R:255, G:255, B:255

Corona: R:255, G:255, B:255

Texto: R:216, G:170, B:0



Cualquier representación como mínimo deberá tener un tamaño de 6 cm de anchura y 4 cm de altura.



Identidad visual

LOGOTIPO COMPLETO

Los únicos colores en los que se puede representar son:

R: 193, G: 195, B: 227

R: 193, G: 222, B: 191



Identidad visual

LOGOTIPO COMPLETO

Está prohibido su uso sobre marrones o morados.



Identidad visual

LOGOTIPO COMPLETO VER 2

Este es otra posible versión del anterior logo.

Colores PANTONE Solid Coated:

Texto: 117 C

Piel: 117 C

Corona 117 C

Líneas: 7463 C

Cabello: 7463 C

Cualquier representación como mínimo deberá tener un tamaño de 6 cm de anchura y 4 cm de altura.



Balsa de la Reina

Alhama de Murcia

Identidad visual

LOGOTIPO COMPLETO VER 2

No tiene un color de fondo, pero los únicos en los que se puede representar son:

Blanco: R: 255, G: 255, B: 255
PANTONE 5473 C



Identidad visual

LOGOTIPO COMPLETO VER 2

Está prohibido su uso sobre negros o rojos.



Identidad visual

LOGOTIPO SIMPLE 1:

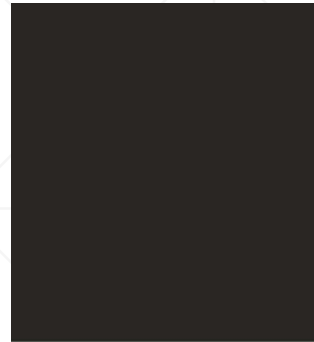
Colores: PANTONE Solid Coated

Piel: Warm Gray 6 C

Corona: Warm Gray 6 C

Cabello: Black C

Su dimensión mínima: 3,5 cm de ancho y
1,7 cm de alto



PANTONE
Black C



PANTONE
Warm Gray 6 C



Identidad visual

LOGOTIPO SIMPLE 2:

Colores: PANTONE Solid Coated

Piel: 7541 C

Corona: 7541 C

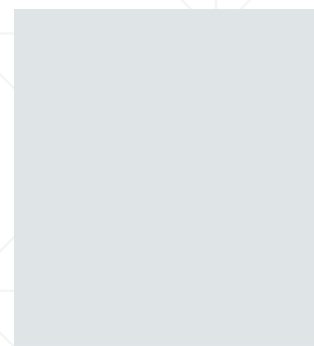
Cabello: 2728 C

Su dimensión mínima: 3,5 cm de ancho y 1,7 cm de alto

Ambos logotipos simples están diseñados para ser utilizados en la impresión de documentos oficiales, porque ofrecen un alto contraste. Se puede aplicar en toallas y albornoces



PANTONE
2728 C



PANTONE
7541 C



Identidad visual

TIPOGRAFÍA DE LA MARCA

Morris Roman

Ha Bb Cc Dd Ee ff Gg Hh

Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo

Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv

Ww Xx Yy Zz

0123456789

Identidad visual

APLICACIONES DE LA IDENTIDAD VISUAL:

- Tarjeta de visita:

Dimensión: 85x55mm



Identidad visual

APLICACIONES DE LA IDENTIDAD VISUAL:

- Albornoz y toalla:

