



**BALNEARIO ALHAMA DE MURCIA**

---

PROPUESTA  
DE  
MARCA

# ÍNDICE

Introducción .....	1
Análisis DAFO .....	2
Propuesta .....	3
¿Por qué?.....	4
Presentación de propuesta.....	5
Identidad corporativa .....	6
Construcción gráfica.....	8
Aplicaciones (ejemplos).....	11

# INTRODUCCIÓN

La historia de Alhama de Murcia se vincula estrechamente con los afloramientos de aguas termales. De hecho, el término Alhama alude a las aguas curativas de sus manantiales, ya que *Al-hamma* significa “manantial de agua caliente”.

El marcado rasgo termal de esta localidad murciana tiene su origen en la época romana. No obstante, fue en el año 2005 cuando desapareció el último balneario en Alhama de Murcia. Como consecuencia,

se ha producido una pérdida de esa identidad balnearia y, tanto el pueblo como sus instituciones, desean recuperar esa identidad perdida.

Nuestra propuesta de marca nace con el propósito de recuperar la identidad termal alhameña y el posicionamiento de la localidad en el mapa termal regional y nacional.

# ANÁLISIS DAFO

## DEBILIDADES

- El proyecto requiere una gran inversión, tanto económica como temporal (inversión de la que el ayuntamiento no dispone en su totalidad).
- El balneario no contará con hotel para respaldar las posibles pernoctaciones.

## AMENAZAS

- El pueblo posee cierta desventaja ya que no está explotado/enfocado a nivel turístico.
- Se enfrenta a marcas termales ya muy consolidadas a nivel regional y nacional.
- No hay infraestructura hotelera consolidada y orientada al turismo.

## FORTALEZAS

- Aguas termales con propiedades minero-medicinales.
- Fuerte componente histórico y tradición termal.
- El proyecto cuenta con un amplio respaldo de la población alhameña, y de las instituciones.
- Posibilidad de explotación dual del balneario (médico-lúdica).
- Recuperación de identidad balnearia.

## OPORTUNIDADES

- Los recursos naturales y recursos culturales suponen un atractivo más para el futuro balneario.
- La zona elegida fomenta el ocio del pueblo.
- Cercanía por su posición geográfica a las zonas más pobladas de la región.
- Capacidad de atraer turistas por su proximidad con la costa.

# PROPUESTA

Nuestra propuesta atiende al deseo de la población y las instituciones alhameñas de ubicar el futuro balneario en la zona conocida como “Las Menas”, ya que, con ello no solo ponemos en marcha el proceso de recuperación de la identidad balnearia del pueblo, sino que también atendemos a la revitalización de la zona propuesta y de la localidad a nivel turístico.

La propuesta de marca que presentamos tiene su origen en los recursos naturales de la localidad. Concretamente, nos centramos en uno, el “Barranco de Gebas”, espacio donde confluyen los recursos naturales más icónicos de Alhama de Murcia e ideal para dotar a la marca de una fuerte base argumentativa.

# ¿POR QUÉ?

Antes de presentar nuestra propuesta vamos a exponer la base argumentativa de nuestro proyecto.

Como hemos mencionado con anterioridad la ubicación de “Las Menas” cuenta con el amparo de la población alhameña e instituciones, por lo que la marca nace con un claro apoyo y respaldo, y atiende al deseo de revitalizar el ocio y el turismo en la localidad.

Por otro lado, desean recuperar el protagonismo del agua, nuestra marca cuenta con un claro referente al agua tanto a nivel iconográfico como textual, todo ello para dotar de valor a la misma y aprovechar las posibilidades de una explotación dual (médico-lúdica) de las aguas termales alhameñas.

Los recursos naturales con los que cuenta Alhama de Murcia (Parque Regional de Sierra Espuña, el paisaje protegido Barrancos de Gebas, la Sierra de la Muela, los Saladares del Guadalentín y el Parque Regional Sierra de

Carrascoy el Valle) representan una oportunidad de gran valor, ya que son atractivos turísticos de primer orden con un gran potencial y poder de atracción, por ello, y como no podía ser de otra forma, nuestro concepto de marca es una referencia directa a los mismos.

Partimos de un proyecto modesto, el balneario no contará con hotel para respaldar las posibles pernoctaciones y la inversión es ajustada. Con nuestra propuesta conseguimos, gracias al claro referente a los recursos naturales del pueblo, aumentar la motivación de los futuros visitantes, ya que los recursos naturales son el complemento ideal para un día de descanso y relax.

La marca propuesta escapa a la configuración de colores que predomina en la identidad visual de sus principales competidores, incorporando el color ocre como novedad, con lo que conseguimos una clara diferenciación. Además, evitamos la utilización de referentes y componentes históricos ya muy utilizados por otras marcas.

PRESENTACIÓN  
DE  
PROPUESTA



**GEBAS TERMAL**  

---

**ALHAMA DE MURCIA**

# IDENTIDAD CORPORATIVA

Nombre de la marca:

**GEBAS TERMAL**  
ALHAMA DE MURCIA

Como podemos observar el nombre elegido “Gebas Termal, Alhama de Murcia”, ha sido tomado de uno de los recursos naturales más espectaculares del pueblo y de la región, el Barranco de Gebas. El nombre de este paisaje protegido se lo da el caserío de Gebas ubicado en la zona norte del término municipal de Alhama. Es un espectacular espacio de más de 2000 hectáreas propias de un paisaje de otro planeta y encajadas entre tres sierras: Espuña, La Muela y El Cura, es decir, todos los espacios naturales más relevantes del municipio confluyen en El barranco de Gebas.

Por todo lo anteriormente expuesto, el nombre elegido “Gebas Termal, Alhama de Murcia” es ideal para transmitir una identidad asociada a la naturaleza, casi a modo de tributo a los espacios naturales de Alhama de Murcia e intentando aludir a la calma, la tranquilidad, pureza, colores y demás sensaciones asociadas al medio natural.

Además, incorporamos el nombre del pueblo para la rápida identificación y asociación de la marca con el municipio.



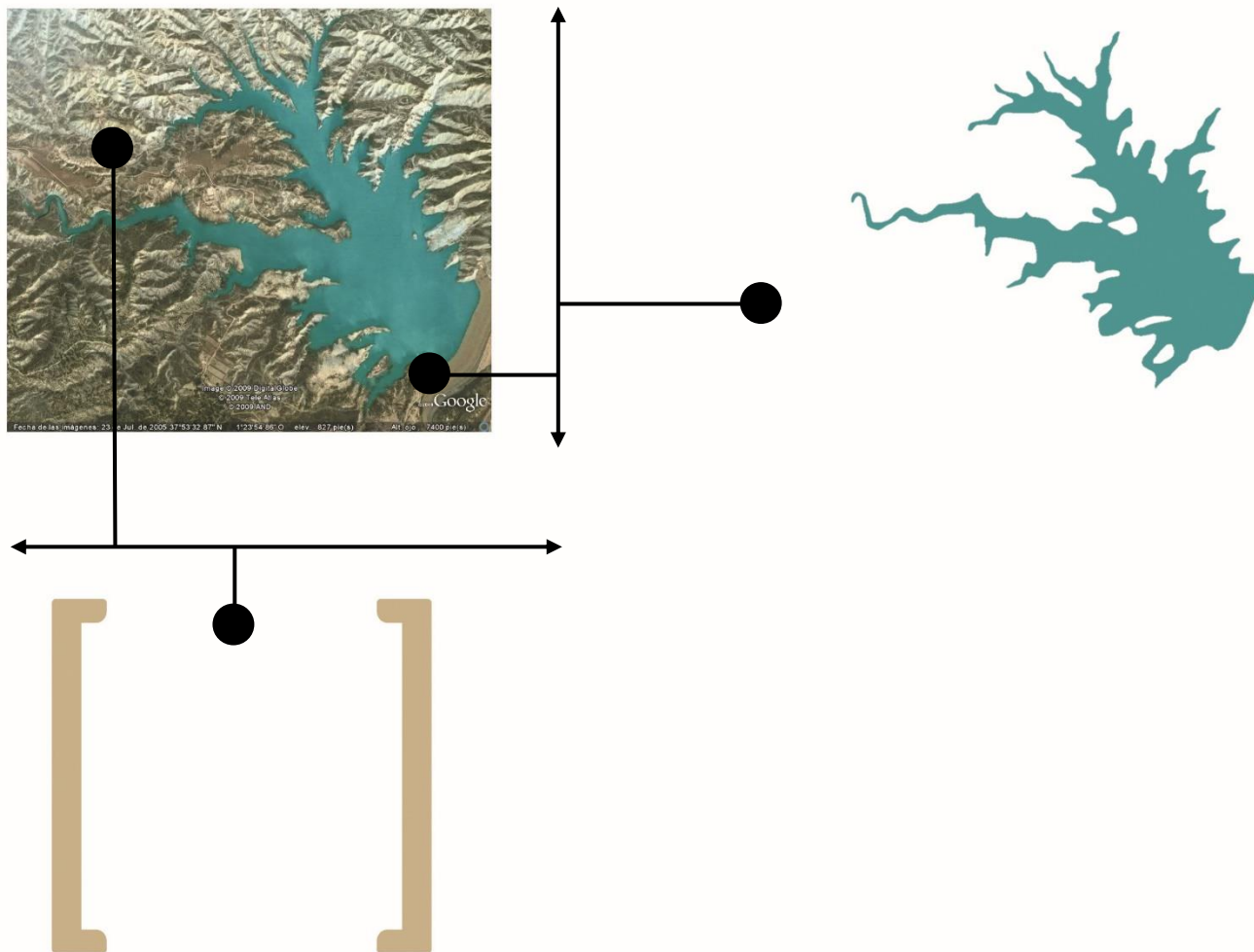
## Identidad visual:



**Símbolo:** está compuesto por dos elementos, el elemento principal es una representación de la reserva de agua con la que cuenta el barranco, el segundo elemento está formado por dos corchetes que simbolizan las laderas del barranco que rodean dicha reserva de agua. El conjunto capta de manera representativa ese paisaje natural y su esencia.

**Logotipo**

# CONSTRUCCIÓN GRÁFICA



Tipografía:

**GEBAS TERMAL**

ALHAMA DE MURCIA



ALIEN AND COWS



BEBAS NEUE BOLD

ALIEN AND COWS: A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

[ ] ¿ ? ¡ ! . , : ; ' " - + \*

BEBAS NEUE BOLD: **A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**

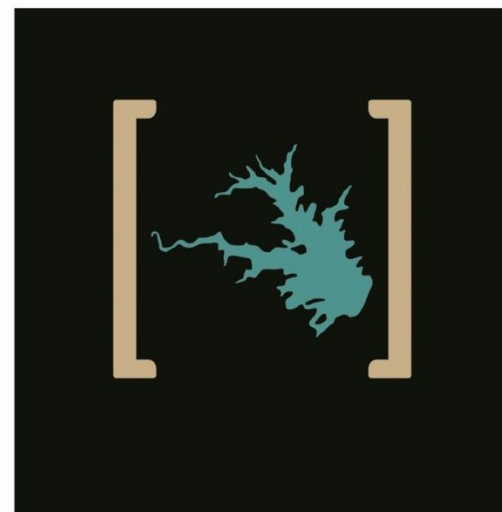
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 [ ] ¿ ? ¡ ! . , : ; ' " - + \***

**Colores:** los colores del símbolo son el ocre y el verde azulado, con lo que nos diferenciamos claramente de resto de marcas termales de la región, ya que en todas ellas predomina un azul más estandarizado, además estos colores son claras referencias a la tonalidad del Barranco de Gebas. En cuanto a la tipografía, se ha decidido utilizar el color negro. A continuación mostramos la paleta de colores.



A square color swatch with a teal background. In the center, there are two large, light brown brackets. Below the brackets, the text "GEBAS TERMAL" is written in a bold, black, sans-serif font, with "ALHAMA DE MURCIA" in a smaller font underneath.

PANTONE 7709 C  
#449ca1  
C: 74 M: 15 Y: 35 K: 6  
R: 68 G: 156 B: 161



A square color swatch with a black background. In the center, there are two large, light brown brackets. Between the brackets is a light blue, stylized map of the Barranco de Gebas. Below the brackets, the text "GEBAS TERMAL" is written in a bold, black, sans-serif font, with "ALHAMA DE MURCIA" in a smaller font underneath.

PANTONE P. Black  
#000000  
C:63 M:53 Y:51 K:100  
R: 0 G: 0 B: 0



A square color swatch with a tan background. In the center, there is a light blue, stylized map of the Barranco de Gebas. Below the map, the text "GEBAS TERMAL" is written in a bold, black, sans-serif font, with "ALHAMA DE MURCIA" in a smaller font underneath.

PANTONE 468 C  
#cdb991  
C: 20 M: 23 Y: 45 K: 3  
R: 205 G: 188 B: 145

# APLICACIONES (ejemplos)

Papelería corporativa



Web



Valla exterior



Señalización

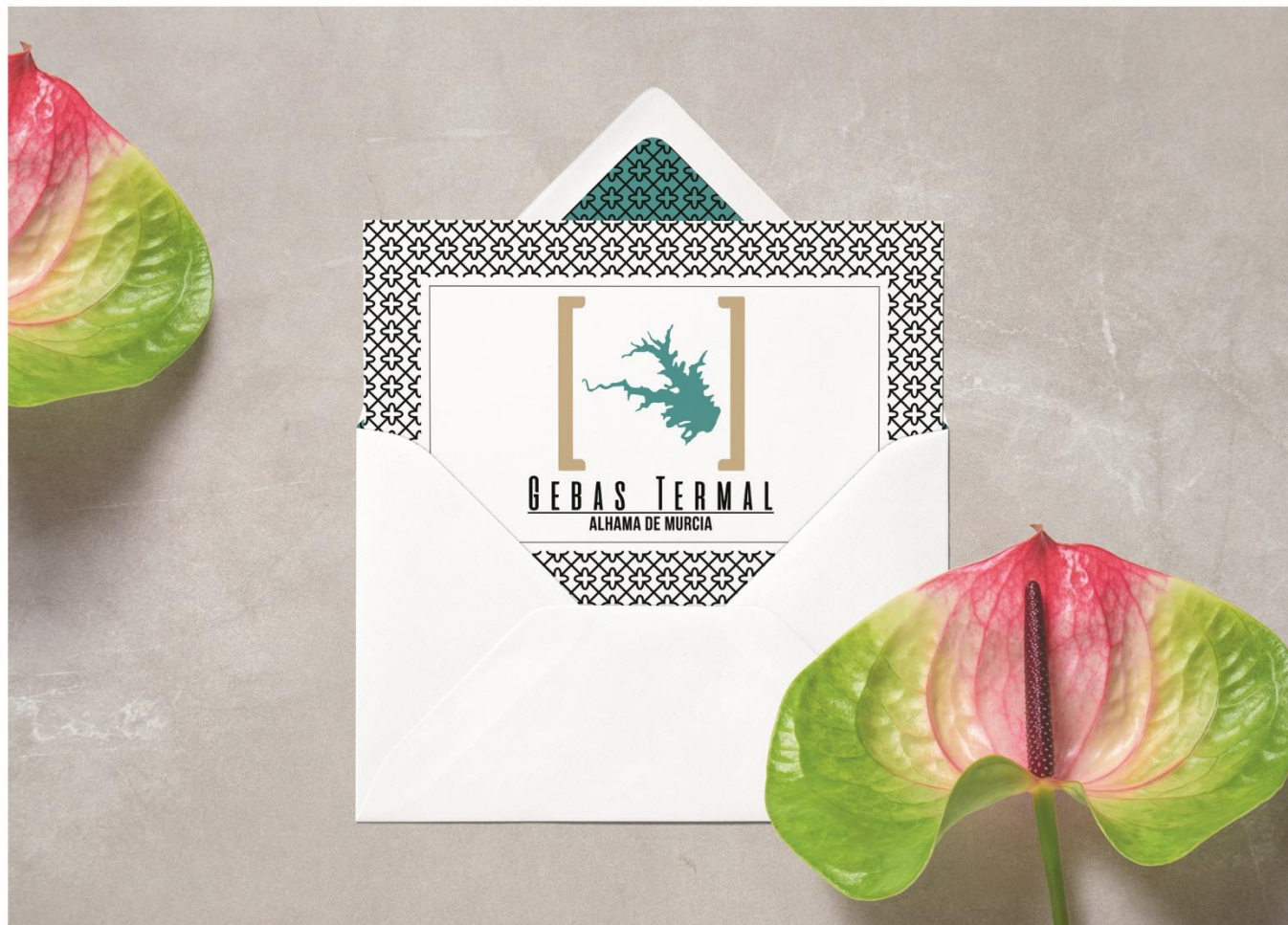




Mupi



Tarjeta



**Productos**





**GEBAS TERMAL**

**ALHAMA DE MURCIA**