

BARES CON HISTORIA

El patrimonio del patrimonio y los negocios, bares y restaurantes

BAR JOTA

El patrimonio del patrimonio y los negocios, bares y restaurantes

Cruzcampo

DESDE 1.936

TRABAJO FIN DE GRADO  
CURSO 2021/2022

J

BAR JOTA  
1936



# *REBRANDING* Y PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL BAR JOTA

Bonilla González, Marina  
Fortuna Sánchez, Raquel  
Tutora: Mar Rubio Hernández

---

Universidad de Sevilla  
Grado de Publicidad y RR. PP.



La función principal de este documento es recoger las distintas piezas gráficas creadas para conformar la nueva identidad corporativa del Bar Jota así como, las relativas la campaña de comunicación previamente realizada.

**J**



**NUEVA IDENTIDAD VISUAL**

LOGOTIPO





**LOGOTIPO  
ACTUAL DE LA EMPRESA**

Contiene dos tipografías diferentes, con texto centrado. La "J" aparece como elemento principal acompañada de dos bloques de texto arriba y abajo. El color que predomina es un rojo envejecido y el fondo blanco.





## LOGOTIPO PROPUESTA DE CAMBIO

La propuesta de cambio que se realiza pretende actualizar la imagen de marca reflejando su adaptación a los nuevos tiempos, pero manteniendo los valores de historia y tradición que les caracteriza.

Se ha realizado un cambio de tipografía, aportando mayor legibilidad, sencillez y actualidad. Aparece en mayúscula y negrita.

Se mantiene de la "J" como elemento principal y unión de los otros dos bloques de texto.

Se conservan los colores corporativos, aunque la intensidad del rojo se ha aumentado .





## LOGOTIPO PROPUESTA DE CAMBIO



Aquí se puede apreciar las distintas versiones del logo, más sencillo que permite adaptarlo a situaciones que así lo demanden. Como veremos posteriormente en los usos.





## LOGOTIPO USOS

Uno de los usos más destacables es la incorporación del nuevo logo a los uniformes del personal.



Aplicación en blanco y negro. La parte frontal con el logo completo en menor tamaño y la parte trasera con el formato de la "J" en un tamaño mayor. Esto favorece a la rápida identificación del personal, con una estética actualizada.



## LOGOTIPO USOS



Para la identificación de alguno de los productos que comercializan, se encuentran distintas versiones que permiten adaptarlo a los diferentes formatos.

# J LOGOTIPO USOS

Otro de los posibles usos del nuevo logo es como sello de las mesas del establecimiento. Se utilizaría el formato simple con fondo negro.



ESLÓGAN



“

**La cerveza es lo mío**

Este eslogan se crea en 2018, con el cambio de imagen. Refleja la esencia del bar y recurre a un tono desenfadado y divertido, que les caracteriza. Esta creado en torno a valores tangibles, en concreto la cerveza como producto.



**ESLOGAN  
PROPUESTA DE CAMBIO**

Como propuesta de nuevo eslogan de marca el cambio principal es la sustitución de los valores tangibles por los valores intangibles.



# Haciendo historia

Este eslogan presenta un **doble sentido**:

Por un lado, representa la historia y trayectoria que caracteriza al bar.

Y por otro, se asocia a los refranes y expresiones típicas sevillanas versionadas en las piezas de la campaña de comunicación, que se explica a continuación.

# J



CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

PIEZAS  
GRÁFICAS







Para correcta comunicación del *rebranding* del Bar Jota, se ha planteado una campaña *online* y *offline*, donde se publicarán las piezas gráficas creadas.

# J

La campaña consta de cinco piezas de las cuales cuatro son frases típicas sevillanas versionadas con el Jota, y la última pieza es de cierre para dar sentido al mensaje de la campaña.

**SE DICE ASÍ:  
“MÁS FARSO  
QUE PEDIR LA  
ÚLTIMA EN EL  
JOTA”  
Y PUNTO**

HACIENDO  
HISTORIA

**J**  
BAR JOTA  
1828

# J

**SE DICE ASÍ:  
"MÁS APRETAO  
QUE UN VIERNE'  
A LAS TRE' DE LA  
TARDE EN EL  
JOTA"  
Y PUNTO**

HACIENDO  
HISTORIA

**J**

BAR JOTA  
1938

**SE DICE ASÍ:  
"MÁS  
GASTAO QUE  
LA TIZA 'EL  
JOTA"  
Y PUNTO**

HACIENDO  
HISTORIA

**J**

BAR JOTA  
1938

# J

\*Pieza de cierre

**SE DICE ASÍ:  
"MÁS PURO  
QUE SER  
PARROQUIANO  
DEL JOTA"  
Y PUNTO**

HACIENDO  
HISTORIA

**J**  
BAR JOTA  
1936

**SE DICE ASÍ:  
"HACIENDO  
HISTORIA  
DESDE 1936"  
Y PUNTO**

HACIENDO  
HISTORIA

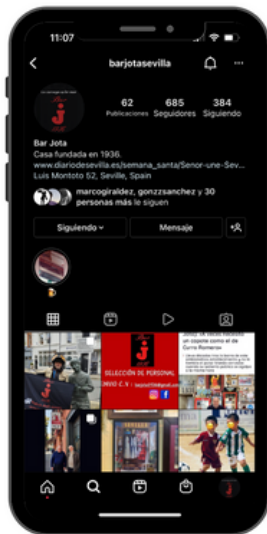
**J**  
BAR JOTA  
1936

COMUNICACIÓN  
EN RRSS



# J MOCKUP INSTAGRAM

Se mantiene una estética en la que la publicación de una frase o anuncio va seguida de una fotografía del local, ambiente, clientela, productos, montajes, etc.



ANTES



DEPUÉS

# J MOCKUP INSTAGRAM

Comunicación homogénea,  
sencilla, visual, periódica,  
interesante y entretenida.



ANTES



DESPUÉS



TIMING







ACCIONES	SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
<i>Online</i>								
Comunicación nuevo logo								
Publi gráfica 1 RR.SS y publicación en el <i>feed</i>								
Publi gráfica 2 RR.SS y publicación en el <i>feed</i>								
Publi gráfica 3 RR.SS y publicación en el <i>feed</i>								
Publi gráfica 4 RR.SS y publicación en el <i>feed</i>								
Publi gráfica 5 RR.SS y publicación en el <i>feed</i>								
<i>Offline</i>								
Marquesinas								

La duración de la campaña es diferente en el medio *online* que en el *offline*, siendo la primera de un mes y una semana y la segunda de dos meses. Esto es debido a las características de cada medio.



A large, bold, red letter 'J' with a thick, blocky font. The letter has a rounded bottom and a small hook at the end of the stem.

**BAR JOTA**

**1936**