

Escuela Superior Politécnica del Litoral



PROGRAMA DE TECNOLOGIA EN COMPUTACION
Y DISEÑO GRAFICO Y PUBLICITARIO

PROYECTO DE GRADUACION

previo a la obtención del título de
Tecnólogo en Diseño Gráfico y Publicitario

TEMA:

Identidad Corporativa del
"Hotel Santa Ana"

MANUAL DE MARCA

AUTORES

Geancarlo Terán Chuqui
Lourdes Pilay García

DIRECTOR

Ing. Antonio Moncayo

Año

2005

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



**PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN COMPUTACIÓN
Y DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO


TEMA
**IDENTIDAD CORPORATIVA DEL
“HOTEL SANTA ANA”**

MANUAL DE MARCA

AUTORES
GEANCARLO TERÁN CHUQUI
LOURDES PILAY GARCÍA

DIRECTOR
ING. ANTONIO MONCAYO

AÑO
2005

 **Agradecimiento**

Quiero agradecer a Dios por brindarme vida para poder concluir con esta etapa profesional de mi vida. Agradezco mi familia, amigos y profesores por todo el apoyo y ayuda brindada en todo este tiempo.

Gracias,
Lourdes.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, a mi familia, a todos mis maestros. Al Lcdo. J. D. Santibañez, a Rita Pita, a Lula, y a la ESPOL.

Al Sr. Lizandro Murillo por permitirnos llevar a cabo nuestro proyecto de tesis en Santa Ana Hotel.

A Luis Rodríguez por ayudarnos siempre. A todas las personas que, de una u otra manera, fueron parte importante para la elaboración de este manual.

Gracias
Geancarlo





Dedicatoria

Esta tesis la dedico a toda mi familia, a mis hermanas pero especialmente a mis papás por el apoyo y la paciencia, es un poco tarde y me tome mucho tiempo pero al fin la terminamos. A los profesores que dejaron su huella dentro de mis conocimientos, les agradezco y les dedico este trabajo a Uds. aunque la mayoría ya no continúe en la U.

A mi amigo y compañero de tesis gracias por ser parte fundamental para concluir este proyecto, gracias por echarle ganas sin ti no hubiera podido concluir.

Lourdes



ECA
PUS
NAS



Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios, porque aunque a veces crea que Él me olvida, sé que es el único gestor de lo que obtengo en la vida.

A Patricia, mi madre, quién desde que nací me hizo feliz, a tu paciencia , empuje, consejos y todo lo maravilloso que día a día me das.

A mi papá y hermanas por el apoyo siempre. A Andrés Sebastián, mi sobrinito, desde que naciste iluminaste mi vida y me has motivado a para seguir adelante. Trajiste paz a mis días.

A mi mami Luci, mami Minne y papi Pépe. Gracias por el amor, los consejos y todo lo que me han enseñado.

A Andrés Eliseo, de ti he aprendido muchas cosas y por tí me esfuerzo para alcanzar logros cada día. Eres genial primito.

A la Lula, mi compañera y amiga. Por el esfuerzo, ayuda y colaboración. Este proyecto no hubiese sido lo mismo sin tí.

Geancarlo

Geancarlo

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expresadas en esta tesis de grado nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual del misma al PROTCOM (Programa de Tecnología en Computación y Diseño Gráfico) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Reglamento de exámenes y títulos profesionales de la ESPOL).



...SA
...PUS
...NAS

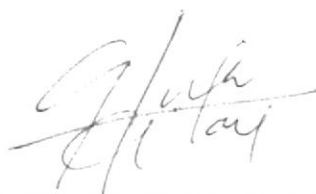


Firma del Director del Proyecto de Graduación



TECA
PUS
ENAS


Ing. Antonio Moncayo



D.G. María de Lourdes Pilay García



D.G. Merwin Geancarlo Terán Chuqui



CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 Introducción	1
1.2 Objetivo de este manual	2
1.3 A quien va dirigido	3

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL

2.1 Antecedentes	1
2.2 Problemas encontrados	2
2.3 Solución Propuesta	3
2.4 Beneficios	4

CAPÍTULO III

ELEMENTO BASE DE IDENTIDAD VISUAL

3.1 Introducción	1
3.2 Presentación	2
3.3 Cromática normativa	3
3.4 Tipografías	4
3.5 Grafimetría	6
3.6 Usos y Aplicaciones	7
3.7 Restricciones	9

CAPÍTULO IV

PAPELERÍAS

4.1 Papelería Corporativa	
4.1.1 Tarjetas de Presentación	2
4.1.1.1 Dimensiones	3
4.1.2 Hoja membretada	4
4.1.2.1 Dimensiones	5
4.1.3 Sobre corporativo	6
4.1.3.1 Dimensiones	7
4.1.4 Sobre funda	8
4.1.4.1 Dimensiones	9
4.1.5 Carpeta	10
4.1.5.1 Dimensiones	11
4.2 Papelería Contable	
4.2.1 Factura	13

4.2.1.1 Dimensiones	14
4.2.2 Ingreso de caja	15
4.2.2.1 Dimensiones	16
4.2.3 Arqueo de caja	17
4.2.3.1 Dimensiones	18
4.2.4 Vale de caja	19
4.2.4.1 Dimensiones	19
4.3 Papelería Standard	
4.3.1 Hoja de Fax	21
4.3.1.1 Dimensiones	22
4.3.2 Memorandum	23
4.3.2.1 Dimensiones	24
4.3.3 Hoja de Reservación y Registro	25
4.3.3.1 Dimensiones	26

CAPÍTULO V

UNIFORMES

5.1 Breve Introducción	1
5.2 Uniforme Administrativo-Femenino	2
5.3 Uniforme Administrativo-Maculino	4
5.4 Uniforme de servicio	5
5.5 Credencial de Identificación	6
5.6 Pin	7

CAPÍTULO VI

MATERIALES DE USO INTERNO

6.1 Vajilla	1
6.2 Mantelería	2
6.3 Artículos para Baño	3
6.4 Sábanas	5
6.5 Portallaves	6
6.6 Colgantes para puertas	7
6.7 Portalápices	8
6.8 Diseño para Van	9

CAPÍTULO VII

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

7.1 Breve Introducción	1
7.2 Llaveros	2

7.3 Agendas	3
7.4 Jarro, taza y vaso	4
7.5 Lápiz y Bolígrafos	5
7.6 Stickers adhesivos	6
7.7 Gorra	7
7.8 Camisetas	8
7.9 Tarjetas Postales	10

CAPÍTULO VIII

RESTAURANT TRADICIÓN ANDINA

8.1 Breve Introducción	1
8.2 Presentación	2
8.3 Cromática normativa	3
8.4 Tipografía	4
8.5 Grafimetría	5
8.6 Aplicaciones	6
8.7 Menú anverso	7
8.8 Menú reverso	8
8.9 Porta menú y servilleta	9
8.10 Orden de Restaurant	10
8.11 Dimensiones	11

CAPÍTULO IX

PIANO BAR PUENTE ROTO

9.1 Introducción	1
9.2 Presentación	2
9.3 Cromática normativa	3
9.4 Tipografías	4
9.5 Grafimetría	5
9.6 Aplicaciones	6
9.7 Menú anverso	7
9.8 Menú reverso	8
9.9 Porta menú y servilleta	9
9.10 Orden de Bar	10
9.11 Dimensiones	11

CAPÍTULO X

SEÑALÉTICA

10.1 Señalética interna	1
-------------------------------	---

10.2 Señalética externa	3
10.2.1 Paleta Publicitaria	4
10.2.1.1 Detalle	5
10.2.2 Valla Publicitaria	6
10.2.2.1 Detalle	7

CAPÍTULO XI

PIEZAS GRÁFICAS PUBLICITARIAS

11.1 Tríptico anverso	1
11.1.1 Tríptico reverso	2
11.2 Díptico anverso	3
11.2.1 Díptico reverso	4
11.3 Anuncio de prensa	5
11.4 Anuncio de revista	6
11.5 Hoja volante	7

CAPÍTULO XII

MEDIOS ALTERNATIVOS DE DIFUSIÓN

12.1 Banner para web	1
12.2 Video Promocional	3

GLOSARIO



CAPÍTULO



Generalidades

1.1 Introducción

Como introducción a la nueva identidad visual corporativa del Hotel Santa Ana, se muestran en estas páginas los elementos base sobre los que se asienta la nueva identidad del hotel.

Las normas de diseño, construcción, gama cromática, tipografías y especificación de colores se definen y presentan por medio de ejemplos gráficos a lo largo de los capítulos de este manual.

Creemos importante mostrar las definiciones de las terminologías utilizadas para referirnos a los elementos base.

Símbolo: Es la forma gráfica de identidad más esencial, se ha desarrollado una forma de representación visual.

Logotipo: Construcción tipográfica de un nombre.

Iconotipo: Representación gráfica ó icónica de una empresa.

Imagotipo: Interacción entre el logotipo e iconotipo que conforman la marca final de una empresa o institución.

Isotipo: sinónimo de imagotipo.



1.2 Objetivos de este manual

Este proyecto permitirá a SANTA ANA HOTEL gozar de una identidad vanguardista y alta competitividad a nivel Nacional e Internacional, de la empresa y sus servicios, en lo que a términos de calidad hotelera respecta.


Crear una imagen corporativa completa que esté basada en todos los servicios y funciones que desarrolla SANTA ANA HOTEL.

Hemos definido un concepto gráfico atractivo para el hotel, de fácil identificación para los huéspedes y para todos los visitantes de la ciudad de Cuenca, con el propósito de incentivar al regreso y la difusión del mismo.

Proponemos dentro de este manual políticas comunicacionales que deben respetarse, las mismas que crearán canales, procesos y procedimientos adecuados para que la empresa sea difundida correctamente en el medio y se logre la aceptación en el mercado dentro y fuera del país.

En conclusión, sintetizar la imagen corporativa en términos de forma, factores culturales perceptivos, estéticos y tecnológicos contemporáneos.



 1.3 A quién va dirigido

En este trabajo hemos considerado al diseño gráfico como un hecho emergente dentro de nuestra sociedad y una necesidad para las empresas que quieren imponerse y alcanzar un reconocimiento en el mercado a través de su imagen.

De ahí la creación de una nuevas propuestas basadas en diseños vanguardistas donde la utilización de tipografías actuales e íconos permitan que el logotipo que los represente sea el medio para que la empresa logre una identificación.

Este manual está dirigido principalmente al personal del Santa Ana Hotel, para que se conozca y familiarice con la nueva identidad que le será dada.

De igual manera deberá darse a conocer el contenido del manual a las personas que externamente manipulen el imagotipo de la empresa, nos referimos estrictamente a proveedores quienes estarán encargados de la papelería y artículos de merchandising; además artesanos que trabajen a mano y en diferentes escalas el imagotipo.


Cualquier inquietud que se presente será resuelta siguiendo la lectura de este manual, de tal manera que tengan a su alcance la información necesaria para desarrollar la graficación exacta de nuestro diseño sin alteración alguna.

CAPÍTULO



Situación Actual



 2.1 Antecedentes


Ubicado en el centro de la ciudad de Cuenca, se encuentra SANTA ANA HOTEL, calificado con cuatro estrellas, destinado a brindar satisfacción y comodidad a todas los turistas que lo visitan, además de disfrutar de un ambiente relajado y acogedor.

Brinda un servicio de primera para sus distinguidos huéspedes, en confortables y seguras habitaciones. Cuenta con infraestructura y equipo humano ampliamente capacitado para cubrir las necesidades de los visitantes.

Actualmente en el país, existe una gran afluencia de turistas, nacionales e internacionales, y a su vez una gran competencia hotelera que pretende cubrir con dicha demanda, lo que podría impedir el posicionamiento de SANTA ANA HOTEL.

Consciente de esto, el Sr. Lizandro Murillo, propietario del hotel, decidió crear una identidad corporativa de su empresa para posicionarse en el mercado. La misma que, necesariamente, debe ser moderna, dinámica y que denote el buen servicio, formalidad, calidad y experiencia que el hotel brinda.

Nuestro aporte como diseñadores será crear la identidad adecuada a la misma y la de llevar a cabo la difusión de los servicios que presta el hotel.

 2.2 Problemas encontrados

A continuación se indicará en un cuadro comparativo las causas y efectos de la situación actual de SANTA ANA HOTEL

CAUSA	EFECTO
Falta de identidad corporativa	El hotel es conocido solamente por los turistas que lo han visitado. No es identificado por posibles clientes.
No se ha establecido una línea gráfica	Confusión puesto que se utilizan diferentes formatos, ninguno de estos específico.
No existen piezas gráficas, no cuentan con material P.O.P	La gente desconoce la información promocional con la que cuenta el hotel.
No cuenta con publicidad exterior (vallas y paletas publicitarias)	Se desaprovecha un importante medio de difusión que abarca un considerable porcentaje de espectadores.
No cuenta con video promocional para TV.	La TV. es uno de los medios más efectivos y tiene alcance a nivel nacional.

2.3 Solución propuesta

Previo al análisis planteado de SANTA ANA HOTEL, proponemos soluciones que ayudarán a su identificación y posicionamiento en el medio, de manera que ayude a fortalecer la experiencia y buen servicio que respalda a la empresa.

Consideramos que la empresa necesita de un imagotipo o identidad que permita que afianzar su reconocimiento y ayudar en el desarrollo interno y externo que la empresa necesita.

A partir de estas soluciones hemos diseñado un Manual Corporativo completo y soportes gráficos de promoción que faciliten estos cambios.

2.4 Beneficios

El objetivo fundamental de este proyecto es mejorar la imagen del lugar para obtener, a través de ésta, una mejor organización.

Dentro de estos beneficios puntualizamos:

Identidad de la empresa para que la gente reconozca en primera instancia los servicios de la misma y su incursión en el extranjero.

Reconocimiento y posicionamiento del lugar en el medio, de tal manera que sus visitantes conozcan las comodidades que brinda y de referencias a posibles usuarios.

Organización, tanto interna como externa, del lugar para ayudar a su respectiva identificación.

Alta Competitividad

Fácil reconocimiento en el medio.

Mantener e incrementar su cartera turística a través de material publicitario.

Políticas comunicacionales para el desarrollo de sus proyectos internacionales.


Todas estas características beneficiarán a SANTA ANA HOTEL puesto que se evidenciará la calidad y el servicio de primera que el hotel otorga a sus visitantes dejando en claro los recursos y la disposición de elementos con los que la empresa cuenta



CAPÍTULO



Elemento Base de Identidad Visual

 3.1 Introducción

El objetivo del estudio que ha concluido en el presente manual ha sido lograr la normalización de los signos que constituyen la identidad visual de Santa Ana Hotel. Salvando las distancias, que indudablemente son muchas-, y circunscribiéndonos al ámbito de la comunicación visual, todos los datos que se suscitan aquí habrán de ser respetados. La fidelidad a estas normas es pieza clave para conseguir una imagen pública coherente, fuerte, positiva y satisfactoria.

Sin embargo, no ha de considerarse a este como un reglamento hermético y rígido, sino que admite cierta flexibilidad. Éste carácter flexible de este manual es especialmente necesario porque cada determinado tiempo se ha de diseñar y producir formatos de impresos nuevos y actualizados. Sobre él ha de construirse respetando los lineamientos principales establecidos y con creatividad. Sería poco funcional pretender recoger en estas páginas todas y cada una de las posibilidades de artes que se vayan a utilizar puesto que con el paso del tiempo, los estilos gráficos y comunicacionales cambian y evolucionan. Por tanto, y como en toda norma, lo verdaderamente importante es captar, encerrar y comunicar el mensaje de calidad que caracteriza a Santa Ana Hotel.

El buen uso de este manual exige su implementación interna, con el fin de garantizar el empleo correcto de los signos gráficos, colores y tipografías, así como del material de papelería, promoción, señalización, etcétera.

Pese a todo, en ocasiones suelen presentarse dificultades o dudas al aplicar las normas de identidad visual a soportes nuevos que no están contemplados en este manual. En tales circunstancias, serán los departamentos de publicidad y mercadeo quienes tengan en sus manos la decisión final.



3.2 Presentación


El imagotipo de Santa Ana Hotel fue diseñado tomando en cuenta el contexto cultural que envuelve a la ciudad en la que se encuentra ubicado, Cuenca.

Por ser ésta Patrimonio Cultural de la Humanidad se decidió manejar un estilo gráfico que denota lo colonial, artística y cultural que es Cuenca y que se pone de manifiesto en cada uno de sus rincones.

Tratando de establecer un concepto que sea agradable, en términos de diseño y, que a la vez cumpla con los requerimientos de funcionalidad de Santa Ana Hotel además de comunicar y ser de fácil reconocimiento para quienes visitan la Ciudad y el hotel.

En resumidas cuentas, el imagotipo final que a partir de este manual será empleado por el hotel, es el que está ubicado a continuación de este párrafo.



 3.3 Cromática Normativa

La cromática del imagotipo de Santa Ana Hotel fue definida después de un estudio minucioso de posibles combinaciones, para que se pueda expresar lo colonial y lo contemporáneo en un solo ícono.

Llegando a la conclusión de que los colores corporativos serían café con amarillo.



El color café proporciona el aspecto colonial, seguridad y elegancia. Valores que caracterizan al hotel.

El color amarillo le proporciona el toque contemporáneo, la satisfacción y es la combinación perfecta para el color café.



Pantone 506 C

C: 45

M: 100

Y: 100

K: 15




Pantone 143 CVC

C: 0

M: 30

Y: 83

K: 0

 3.4 Tipografías

La fuente tipográfica que se utiliza en la frase "Santa Ana" no es una familia de fuentes existente pues fue diseñada exclusivamente para el logotipo del hotel. Por lo tanto si se duplica el imagotipo la frase "Santa Ana" debe ser exactamente igual.

La palabra "Hotel" utiliza la fuente New York en mayúsculas y con estilo Regular.



La tipografía corporativa, siguiendo el logotipo, será New York y aparecerá en las piezas de difusión y promoción internas del hotel. Estas piezas serán volantes, trípticos, dípticos, anuncios de prensa escrita y revistas.

Fuente:New York
Estilo: Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Para efectos de diseño de papelerías y piezas gráficas publicitarias como afiches, vallas, paletas publicitarias y tarjetas postales se ha decidido implementar la utilización de dos diferentes familias.

Estas tipografías cumplen con los parámetros de funcionalidad y que además, cuentan con una atractivo visual que va acorde con el concepto gráfico que maneja la identidad visual de Santa Ana Hotel.

Dichas familias tipográficas son:

Fuente: AvantGarde Bk
Estilo: Book


abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Fuente: AvantGarde Bk
Estilo: Book Oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Fuente: Ringbearer
Estilo: Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

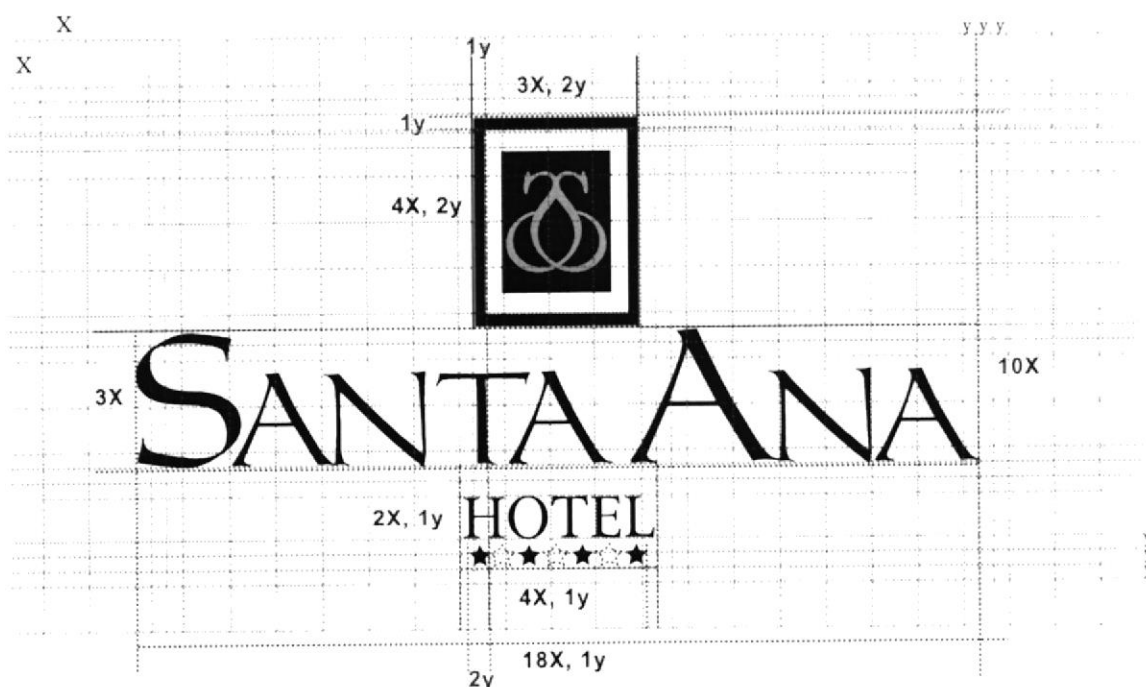
 3.5 Grafimetría

Para garantizar la correcta ubicación de cada uno de los elementos que constituyen la identidad visual de Santa Ana Hotel, fue desarrollada una retícula de reproducción que asegura la reproducción y aplicación de el imagotipo en cualquier tipo de soporte.

En la retícula, X constituye la base para la reproducción, en la cual la medida de X será asignada por quien vaya a duplicar el imagotipo y estará vinculada directamente con el espacio o soporte en cual se vaya a asentar la marca.

Conjuntamente con X trabaja una subdivisión Y, que representa una parte más pequeña que X. La proporción $1X : 3Y$ está expresada en la gráfica en la parte inferior de esta página.

La utilización de esta retícula de reproducción es esencial para la alineación de tipografías y de los elementos gráficos que componen la marca, para la mantención de proporciones, espacios y medidas de la composición.



3.6 Usos y Aplicaciones

El imagotipo de Santa Ana Hotel sólo podrá ser utilizado con las especificaciones que se detallan a continuación de este párrafo.

- En su diseño original sin ningún tipo de cambios, sobre fondos blancos o claros.



- Si no se cuenta con espacio suficiente para que el imagotipo no quede muy cerca de otros elementos, el iconotipo puede desprenderse del logotipo y situarse en la parte izquierda. El iconotipo debe tener la misma altura que el logotipo y debe ir centrados con el eje horizontal del mismo. Además, y como única excepción, se podrá utilizar el iconotipo sin logotipo sobre fondos oscuros y en caso de que no sea necesario que aparezca "Santa Ana Hotel".



- El imagotipo en blanco para ser impreso o puesto sobre color negro o colores monocromáticos oscuros.



- El imagotipo en en escala de grises para cuando se imprima en blanco y negro.




- Se ha diseñado un imagotipo especial que será utilizado para casos especiales como, por ejemplo, invitaciones a reuniones muy importantes, etc. Este imagotipo es amarillo (Pantone 143 CVC) y concho de vino (Pantone 506 CVC).




- Si el imagotipo va a ser puesto sobre fotografías o algún tipo de artículo promocional, se podrá utilizar cualquiera de las aplicaciones detalladas anteriormente dependiendo de la que sea adecuada, en forma y contraste, para la imagen que será empleada.




 3.7 Restricciones


Al momento de reproducir el imagotipo se deberán mantener las características dadas. A continuación se incluyen las restricciones para el uso de la imagen de Santa Ana Hotel, con el fin de no cometer errores que puedan dañar o tergiversar el mensaje que se quiera comunicar en algún momento dado.

-  No se debe cambiar ninguna de las tipografías establecidas. En el caso de la frase Santa Ana se la deberá volver a hacer debido a que no es una familia tipográfica existente.



-  No se debe cambiar la cromática de ninguno de los elementos que forman el imagotipo.



-  No se debe eliminar, cortar cambiar ninguno de los elementos que forman el imagotipo.



❏ No se debe distorsionar ninguno de los elementos que forman el imagotipo.



❏ No se debe utilizar el texto en letras minúsculas.





CAPÍTULO



Papelerías





CAPÍTULO



4.1 Papelería Corporativa



4.1.1 Tarjetas de Presentación

Las tarjetas de presentación serán utilizadas por todo el personal administrativo y de ventas de Santa Ana Hotel.

La tarjeta contiene los siguientes datos:

- Nombres y apellidos
- Cargo
- Dirección, teléfonos, web site del hotel.



Sr. Lizandro Murillo M.
Propietario

Presidente Córdova 11-49
entre Gral. Torres y Tarquí
santanahotel@satnet.cue.net
www.santanahotel.com
(593) 7 2848-138 / 2847-530
Cuenca - Ecuador

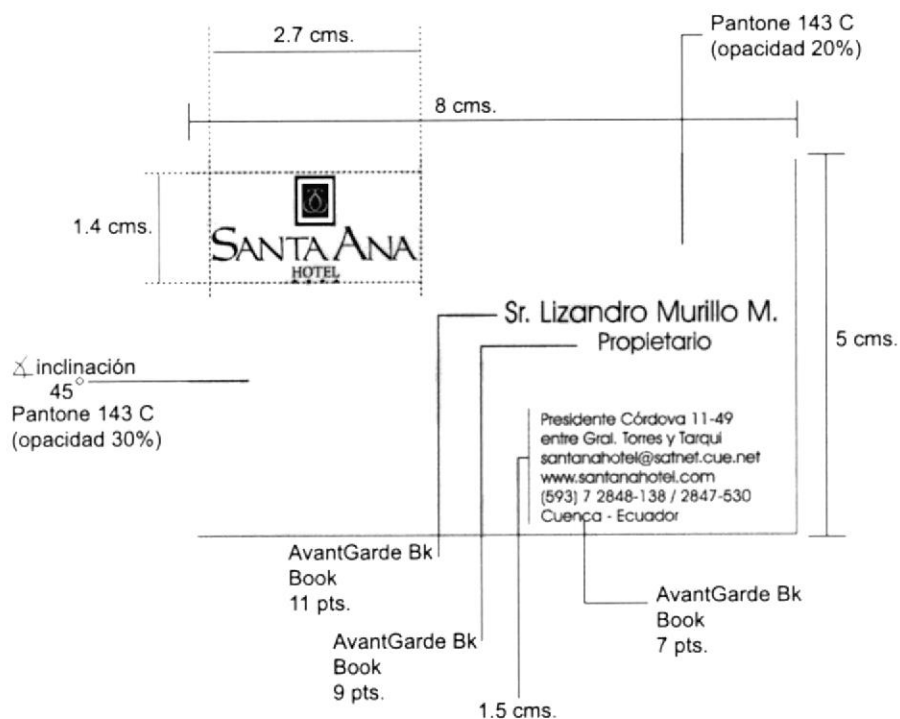


4.1.1.1 Dimensiones

Detalle de las dimensiones de las tarjetas de presentación para obtener fidelidad al momento de reproducir este diseño.

Especificaciones para imprenta:

- Cartulina hilo 90 grms.
- Color de fondo pantone 143 CVC(a 20%)
- Impresión a 2 colores
- Tamaño: 8x5 cms.




4.1.2 Hoja Membretada

Las hojas membretadas se utilizarán para la emisión de todo tipo de oficio del hotel, esto quiere decir, asuntos internos y externos.

Las papelerías corporativas utilizan un formato que sigue la línea gráfica que ha sido establecida para este tipo de documentos y que guardan estrecha relación con la cromática corporativa de Santa Ana Hotel.



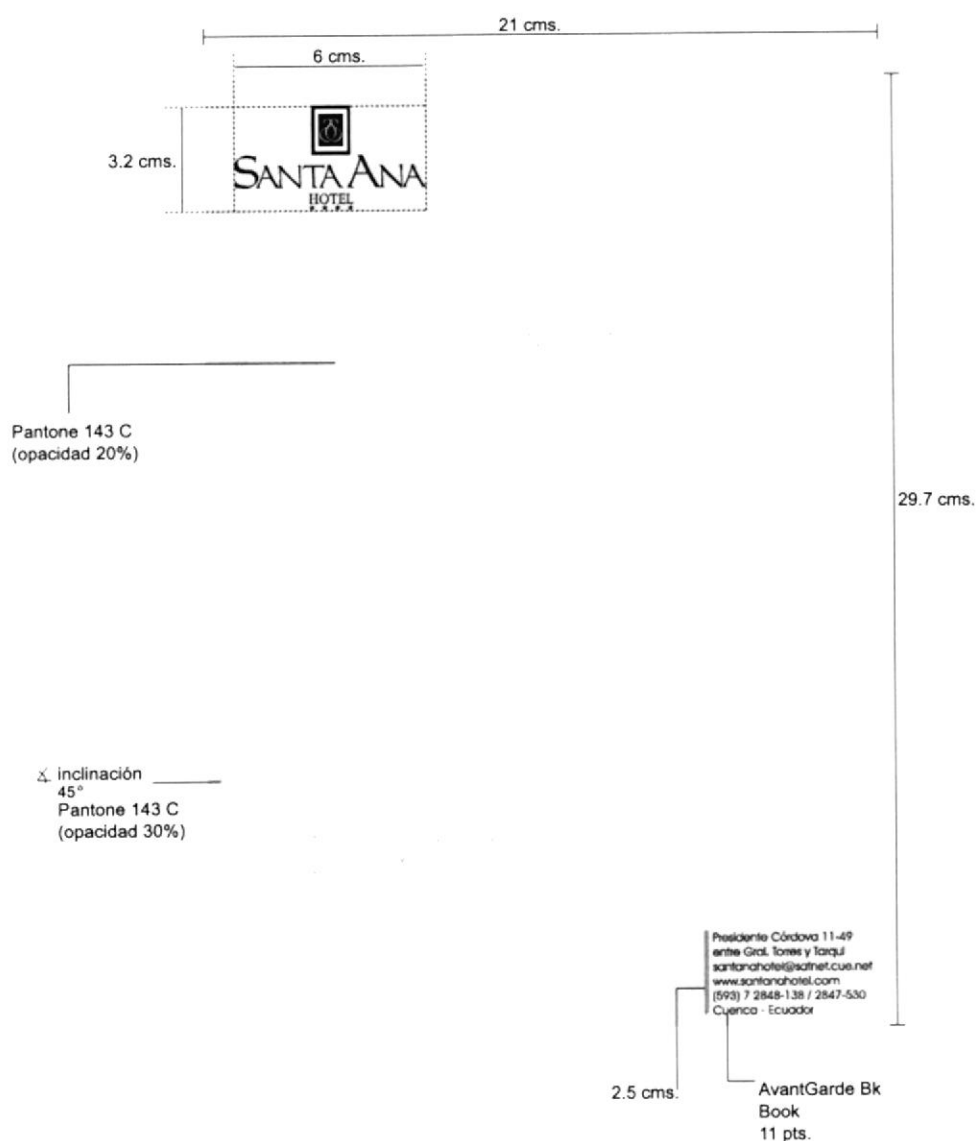
Presidente Córdova 11-49
entre Grial, Tones y Tarqui
santanahotel@sathotel.cue.net
www.santanahotel.com
(593) 7 2848-138 / 2847-530
Cuenca - Ecuador


 4.1.2.1 Dimensiones

Detalle de las dimensiones de la hoja membretada para obtener fidelidad al momento de reproducir este diseño.

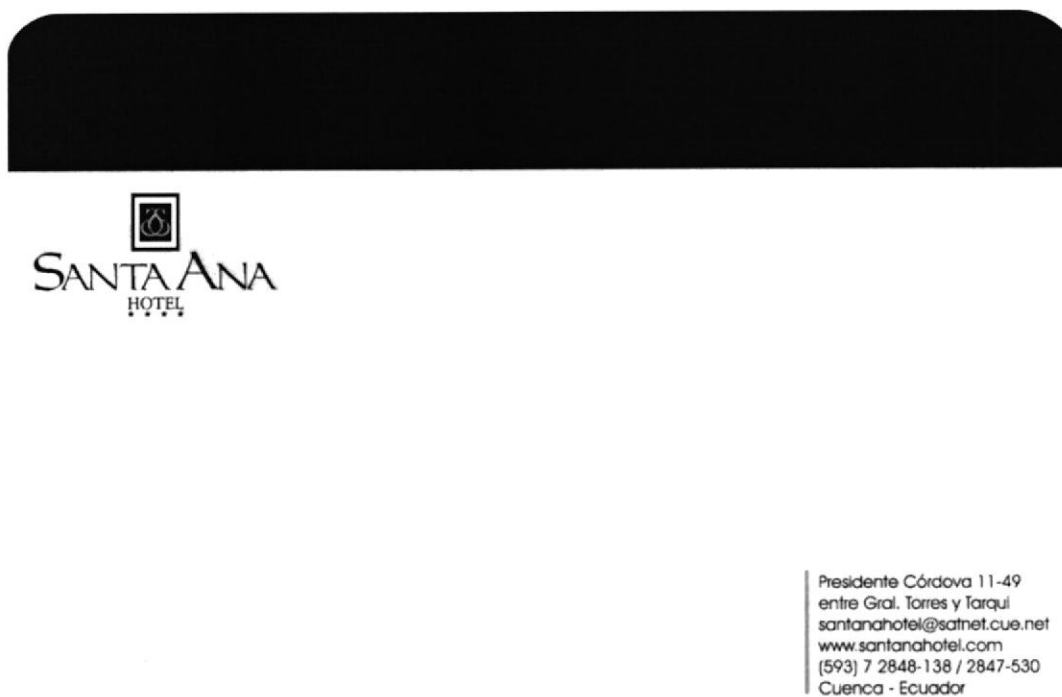
Especificaciones para imprenta:

- Papel bond 75 grms.
- Color de fondo pantone 143 CVC(a 20%)
- Impresión a 2 colores
- Tamaño: 21x29.7 cms.



4.1.3 Sobre Corporativo

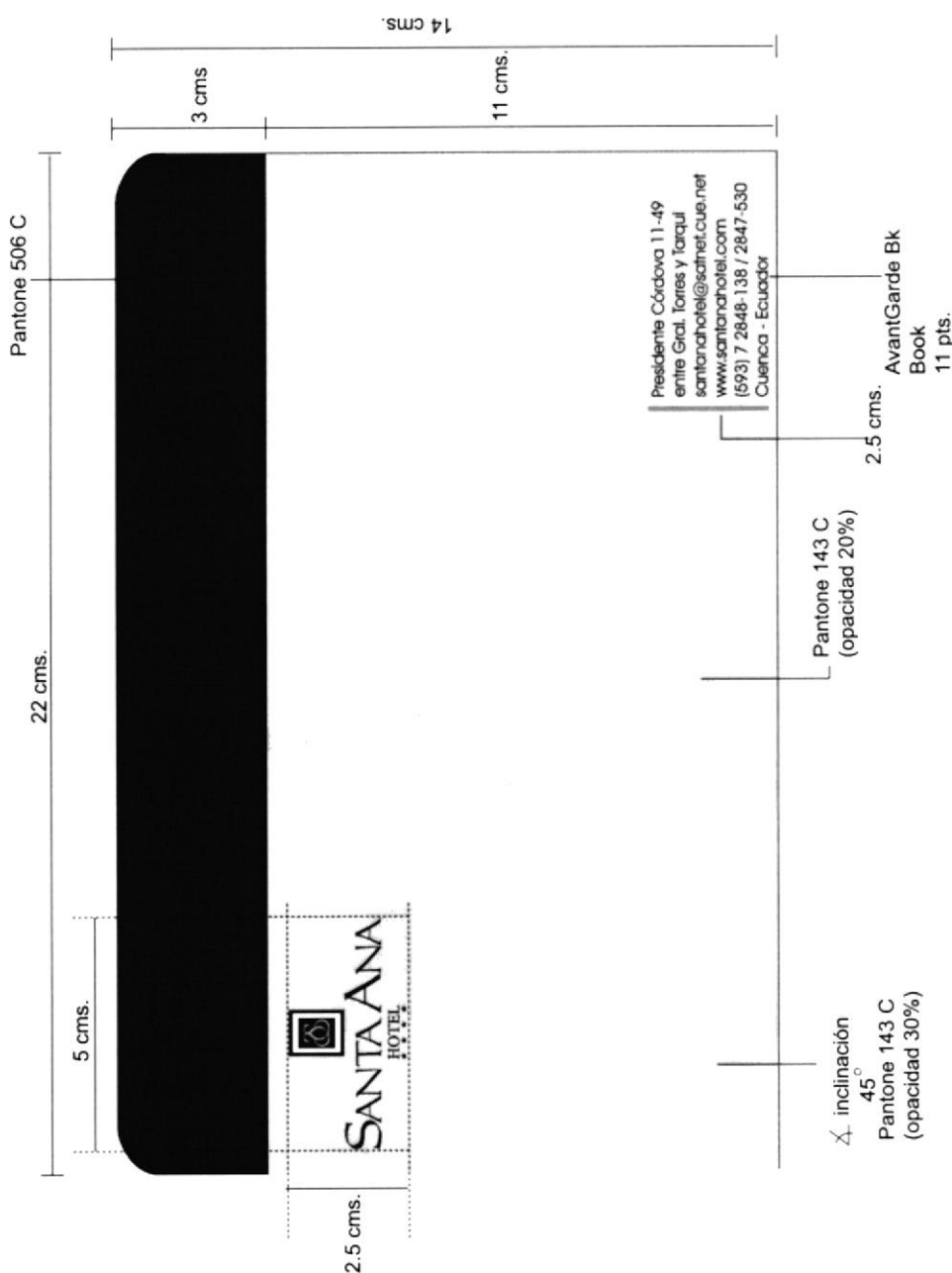
El sobre corporativo presenta un modelo sobrio y sencillo. Diseñado para transportar oficios externos del hotel.




4.1.3.1 Dimensiones

Especificaciones para imprenta:

- Papel bond 75 grms.
- Color de fondo pantone 143 CVC(a 20%)
- Impresión a 2 colores
- Tamaño: 11x22 cms.




 4.1.4 Sobre Funda



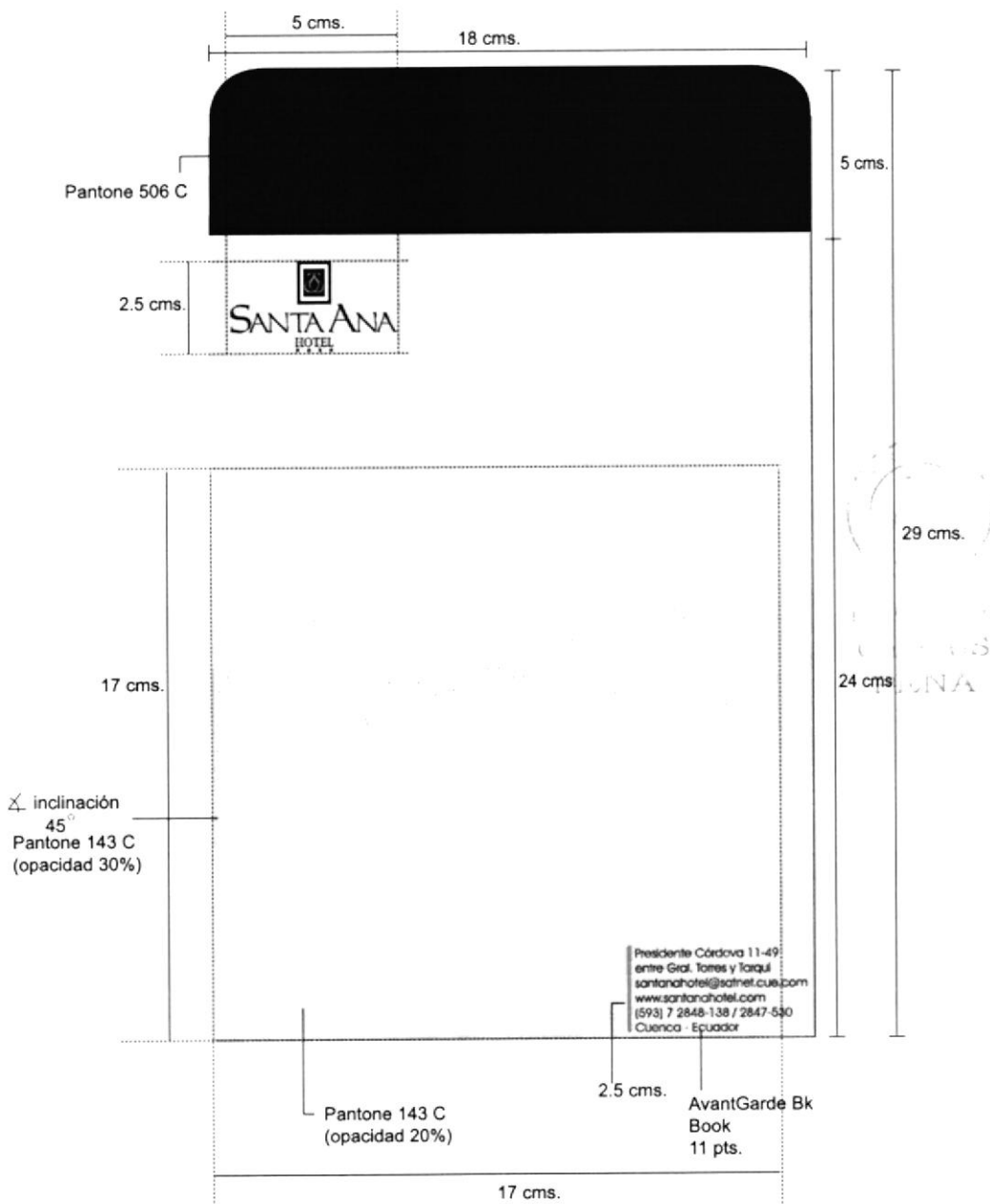
Presidencia
Calle
P.E. No.


Presidente Córdova 11-49
entre Gral. Torres y Tarqui
santanahotel@satnet.cue.com
www.santanahotel.com
(593) 7 2848-138 / 2847-530
Cuenca - Ecuador

 4.1.4.1 Dimensiones

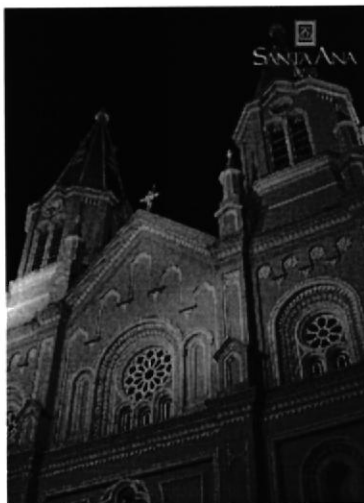
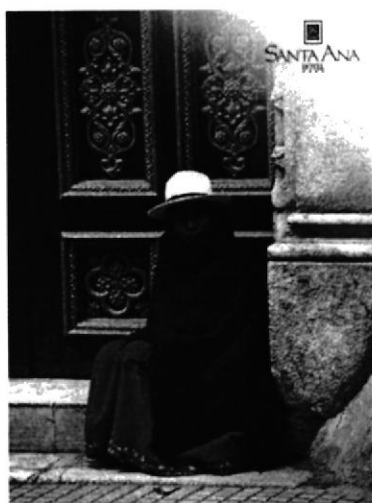
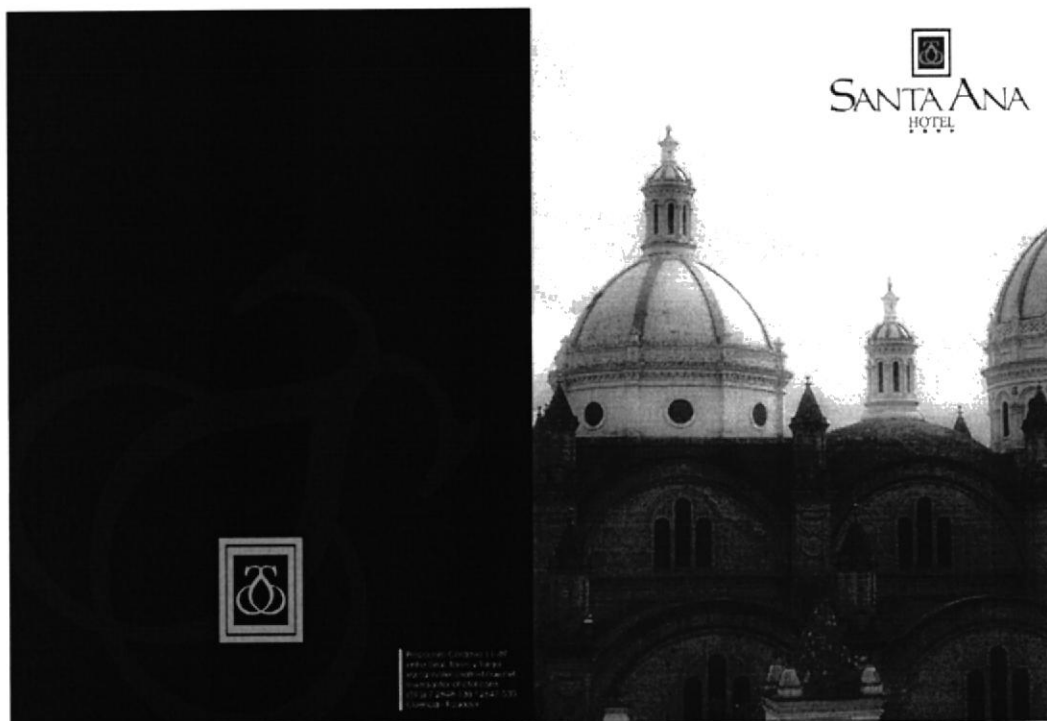
Especificaciones para imprenta:

- Papel bond 120 grms.
- Color de fondo pantone 143 CVC(a 20%)
- Impresión a 2 colores
- Tamaño: 17x24 cms.



 4.1.5 Carpeta

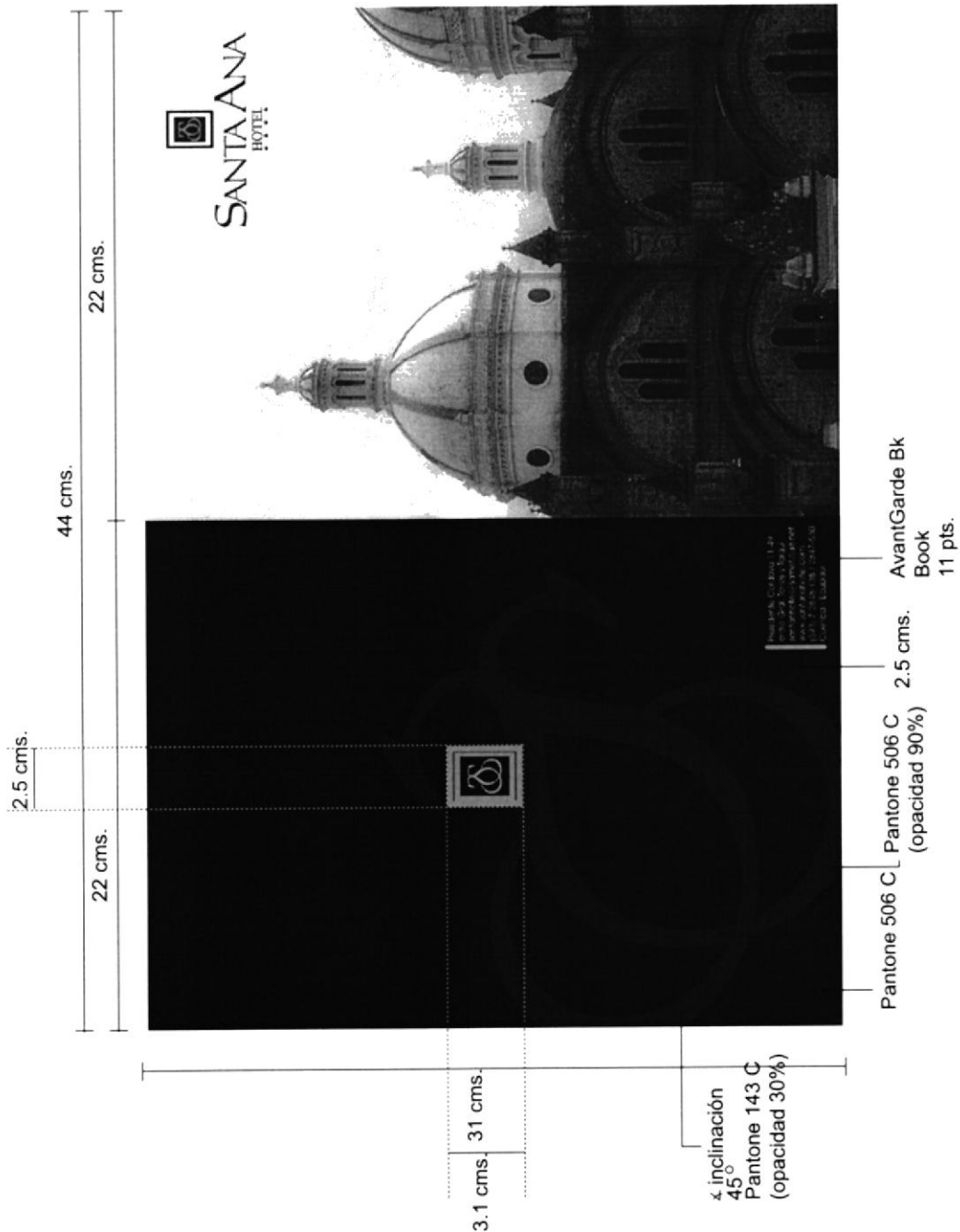
La carpeta corporativa además de cumplir con su función de promocionar al hotel, fomenta y promueve el turismo de la Ciudad de Cuenca pues en las portadas se utilizan fotografías de los más atractivos lugares y sectores que caracterizan a la capital azuaya. Se presentan 4 modelos diferentes de portadas.



4.1.5.1 Dimensiones

Especificaciones para imprenta:

- Cartulina marfil lisa 120 grms.
- Impresión en cuatricomía (4 colores CMYK)
- Tamaño: 44x31 cms.



CAPÍTULO



4.2 Papelería Contable



4.2.1 Factura



SANTA ANA
HOTEL

Toral Murillo María Dolores
R.U.C. 0101569895001
Sucursal: Presidente Córdova 11-49 e/ Tarqui y General Torres
Telefax: (593) 7 2848-138 / 2847-530
Matriz: Av. de las Américas s/n y Av. Loja

FACTURA

Serie
001-001 No. 0000637
Aut. S.R.I. 1070054949

Señor: _____

Fecha: _____ Guía de remisión: _____

Empresa: _____

Dirección: _____

C./R.U.C.: _____ Teléfono: _____


CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL

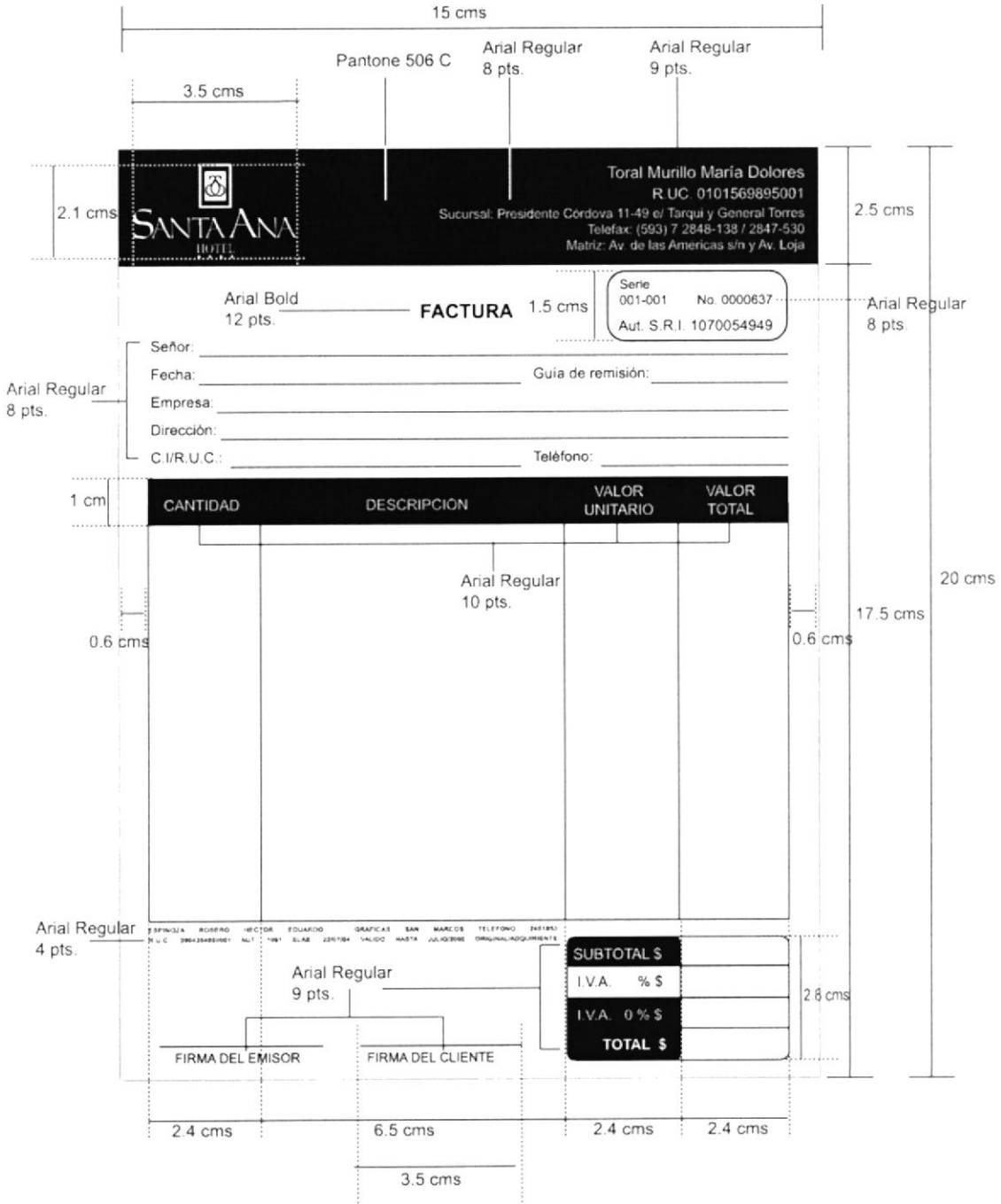
ESPINOZA ROSERO HECTOR EDUARDO GRAFICAS SAN MARCOS TELEFONO 2451883
R.U.C. 0904354859001 AUT 1091 ELAB 22/07/04 VALIDO HASTA JULIO/2005 ORIGINAL/ADQUIRIENTE


SUBTOTAL \$	
I.V.A. % \$	
I.V.A. 0% \$	
TOTAL \$	

FIRMA DEL EMISOR

FIRMA DEL CLIENTE

 4.2.1.1 Dimensiones



 4.2.2 Ingreso de Caja

INGRESO DE CAJA

No. 000001

Sucursal: Presidente Córdova 11-49 e/ Tarqui y General Torres
Telefax: (593) 7 2848-138 / 2847-530
Matriz: Av. de las Américas s/n y Av. Loja




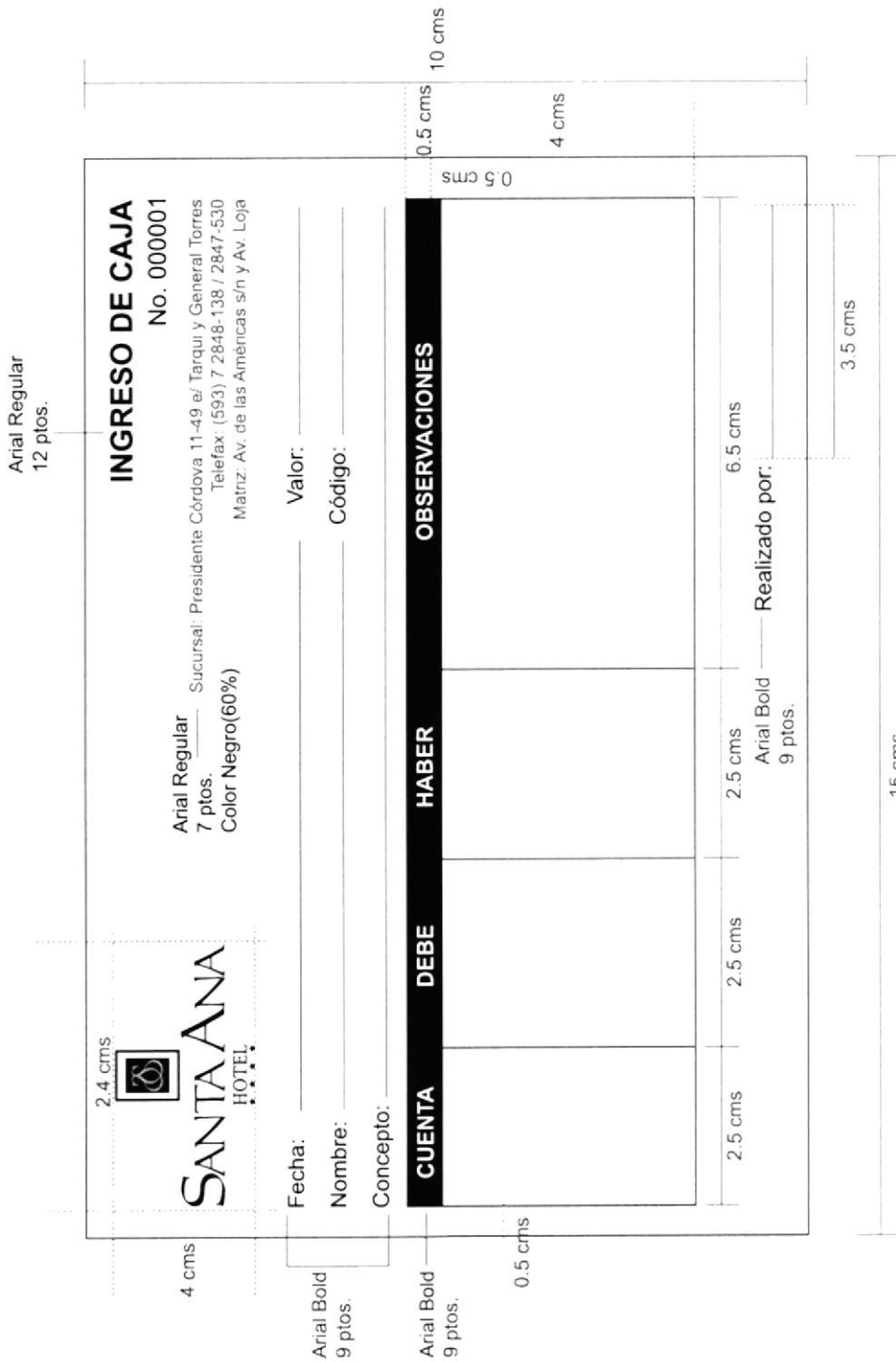
Fecha: _____ Valor: _____
Nombre: _____ Código: _____
Concepto: _____

CUENTA	DEBE	HABER	OBSERVACIONES

Realizado por: _____

[Faint handwritten signature]

 4.2.2.1 Dimensiones



4.2.4 Vale de Caja

4.2.4.1 Dimensiones

VALE DE CAJA

SANTA ANA
HOTEL

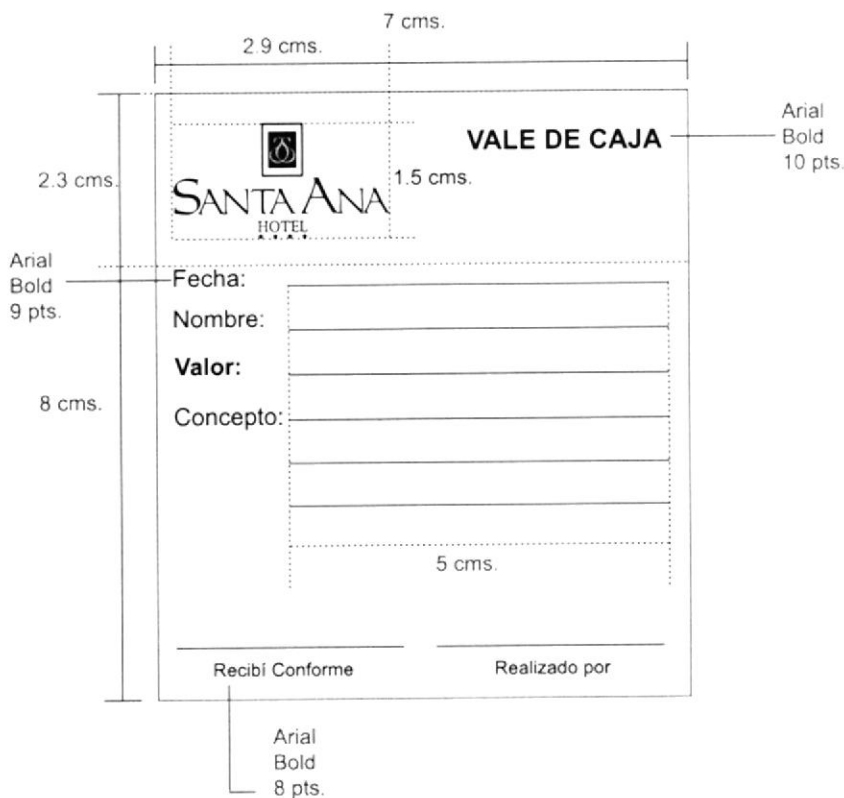
Fecha: _____

Nombre: _____

Valor: _____

Concepto: _____

Recibi Conforme Realizado por






CAPÍTULO

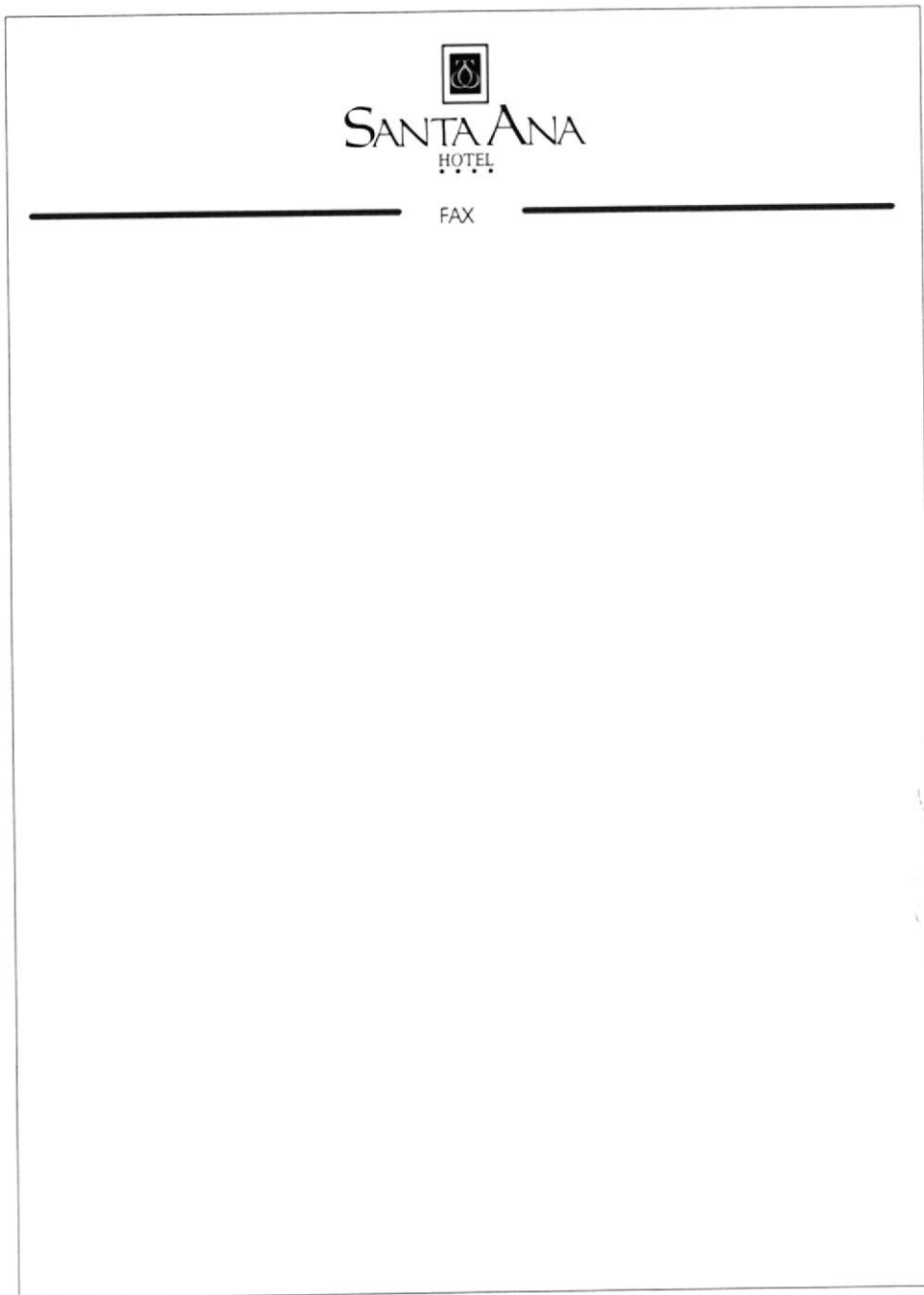



4.3 Papelería Standard

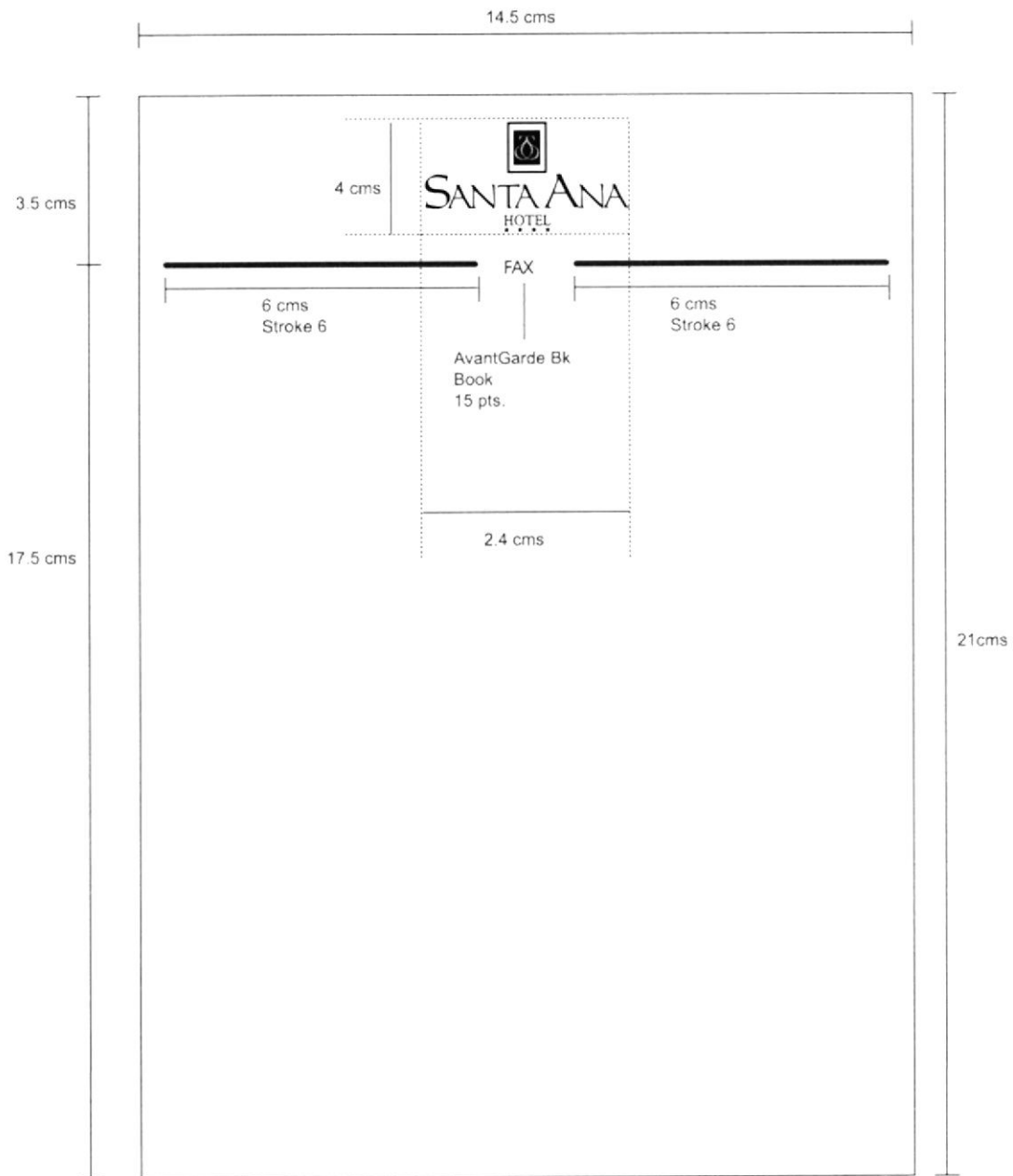



Capítulo
Papelería


 4.3.1 Hoja de Fax



 4.3.1.1 Dimensiones



 4.3.2 Memorandum


SANTA ANA
HOTEL


MEMO

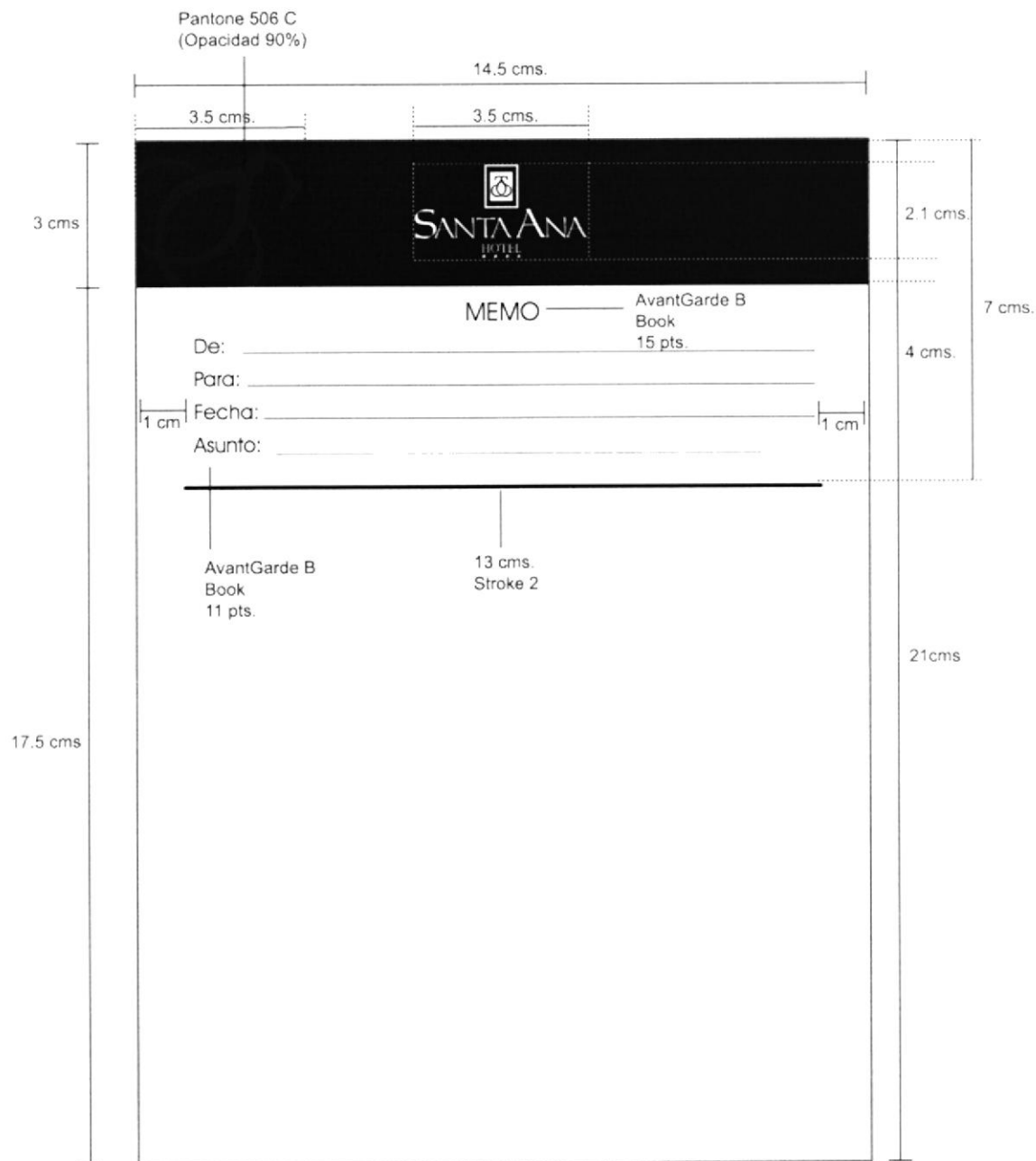
De: _____

Para: _____


Fecha: _____

Asunto: _____

 4.3.2.1 Dimensiones



4.3.3 Hoja de Reservación y Registro



SANTA ANA
HOTEL
Cuenca - Ecuador

Wellcome

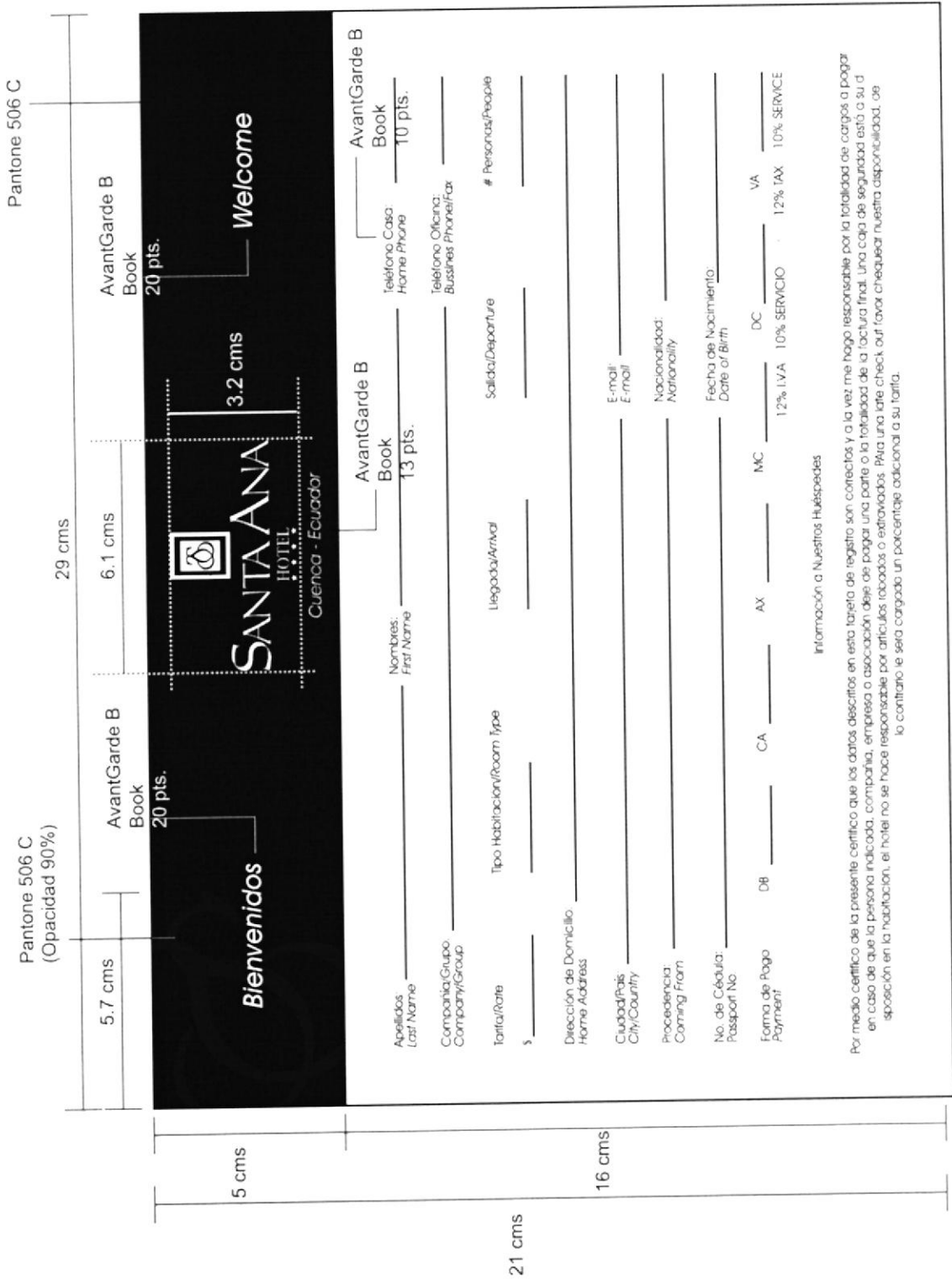
Bienvenidos

Apellidos: <i>Last Name</i>	Nombres: <i>First Name</i>	Teléfono Casa: <i>Home Phone</i>	
Compañía/Grupo: <i>Company/Group</i>		Teléfono Oficina: <i>Business Phone/Fax</i>	
Tarifa/Rate	Tipo Habitación/Room Type	Salida/Departure	# Personas/People
\$	Llegada/Arrival		
Dirección de Domicilio: <i>Home Address</i>			
Ciudad/País: <i>City/Country</i>		E-mail: <i>E-mail</i>	
Procedencia: <i>Coming From</i>		Nacionalidad: <i>Nationality</i>	
No. de Cédula: <i>Passport No.</i>		Fecha de Nacimiento: <i>Date of Birth</i>	
Forma de Pago <i>Payment</i>	D8	CA	AX
		MC	DC
		12% IVA	10% SERVICIO
		12% TAX	10% SERVICE

Información a Nuestros Huéspedes

Por medio certifico de la presente certifico que los datos descritos en esta tarjeta de registro son correctos y a la vez me hago responsable por la totalidad de cargos a pagar en caso de que la persona indicada, compañía, empresa o asociación deje de pagar una parte o la totalidad de la factura final. Una caja de seguridad esta a su disposición en la habitación, el hotel no se hace responsable por artículos robados o extraviados. Para una kate check out favor chequear nuestra disponibilidad, de lo contrario le será cargado un porcentaje adicional a su tarifa.

4.3.3.1 Dimensiones



CAPÍTULO



Uniformes





5.1 Breve Introducción

Para alcanzar los altos parámetros de calidad, en atención al cliente y servicios, que un hotel de categoría de cuatro estrellas -como lo es Santa Ana hotel- es necesario dar una buena impresión desde que el huésped llega, hasta que parte de sus instalaciones.

Dicho esto, podemos continuar diciendo que siempre el cliente será recibido, atendido y despedido con una sonrisa y tratando de solucionar cualquier tipo de problemas que pueda suscitarse durante su estadía en el hotel.

Puede ocurrir un fallo si la buena atención no va cogida de la mano con la impecable presentación de cada uno de los miembros que conforman el equipo de trabajo de Santa Ana Hotel.

Es por eso que han sido diseñados varios tipos de uniformes, con la finalidad de cubrir todas y cada una de las áreas de trabajo con las que el hotel cuenta.

5.2 Uniforme Administrativo - Femenino

El personal administrativo femenino contará con dos uniformes ejecutivos, de corte sencillo, solapa y tipo sastre.

El primero, en color concho de vino. Incluye también un buzo de lana, con cuello de tortuga y de color gris. La blusa de seda ha sido sustituida por el buzo debido a las bajas temperaturas que, en reiteradas veces en el año, la ciudad enfrenta.

El pin del hotel deberá ser llevado consigo todos los días, en la parte izquierda del blazer.

El calzado será del mismo color del uniforme y el tacón deberá ser cuadrado y a una altura promedio, con la finalidad de que sea cómodo.

El bolso deberá ser del mismo color del uniforme y del calzado.



El segundo uniforme administrativo femenino será de color azul y cada una de las piezas conserva las mismas características que las de el uniforme de color concho de vino pero aplicadas al color azul de este uniforme.

La frecuencia de utilización de los uniformes será la siguiente:

Lunes, miércoles y viernes: uniforme color concho de vino

Martes, jueves y sábado: uniforme color azul.



5.3 Uniforme Administrativo - Masculino

El personal administrativo masculino, de corte sencillo, solapa y pullover.

Este uniforme, en color concho de vino y crema, incluye también un pullover de lana color concho de vino que llevará el logotipo del hotel bordado en la parte superior izquierda.

La camisa de algodón será de color amarillo claro o blanco. La corbata deberá combinar con la camisa.

El calzado será del mismo color del pullover y deben ser color concho de vino, mocasin.

Para eventos especiales, el personal masculino deberá vestir traje formal (terno) además deberá llevar consigo el pin institucional en la parte superior izquierda.



5.4 Uniforme de Servicio

Todo el personal del hotel (masculino y femenino), que no sea administrativo, deberá utilizar el uniforme de servicio.

Este uniforme, con camiseta color crema con cuello tipo polo y el borde de las mangas color concho de vino, llevará el imagotipo del hotel bordado en la parte superior izquierda.

El pantalón será un blue jean a la cintura.

El color del calzado puede ser café, camel o concho de vino.



5.5 Credencial de Identificación

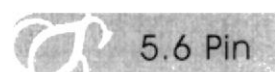
Todo el personal administrativo, de contabilidad, de servicio y demás deberán utilizar mientras se encuentren en horarios de trabajo, la credencial de identificación del hotel.

Esta credencial de color crema tiene las siguientes características:

- Imagotipo del hotel (3.7x2 cms)
- El fondo color pantone 143 CVC a 20% de opacidad y el iconotipo al 30% opacidad.
- Los textos en AvantGarde Bk a 8 y 10 pts.
- La fotografía en la parte superior derecha con un recuadro de color café(2.25x2.7 cms.)
- Los datos informativos del hotel debrán ser colocados en la parte inferior derecha, con fuente AvantGardeBk Book a 7 ptos.

 SANTA ANA HOTEL		
<u>Fernando Fernández Fernández</u> <i>Nombres y Apellidos</i>		
<u>Contabilidad</u> <i>Departamento</i>		
<u>Asistente de Contabilidad</u> <i>Cargo</i>		
<u>092198699-9</u> <i>Cédula de Identidad</i>		
Presidente Córdova 11-49 entre Gral. Torres y Tarquí www.santanahotel.com (593) 7 2848-138 / 2847-530 Cuenca - Ecuador		





Todo el personal administrativo femenino deberá utilizar el pin corporativo, en ambos uniformes.

En eventos especiales, el pin también deberá ser llevado por los hombres que vistan de traje formal (tal como se indica en el ítem 5.3 de este capítulo).

Este pin tiene un imperdible en la parte posterior para prender y desprender de una manera rápida y sencilla.

Las medidas de este pin son 7.5x2.5 cms. En material aluminio y laminado plastificado.




CAPÍTULO



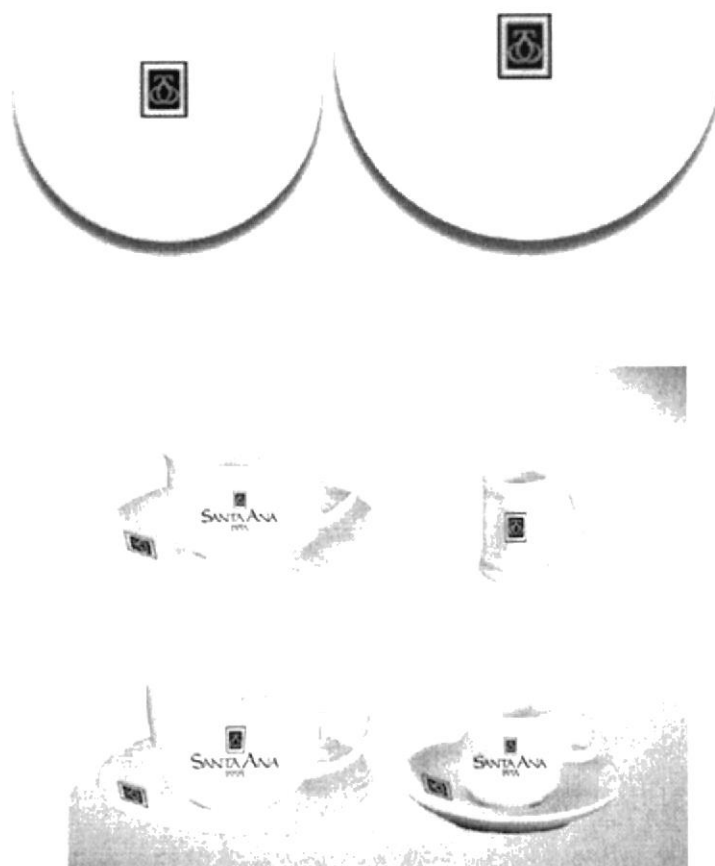
Materiales de Uso Interno




 6.1 Vajilla

Todos los utensilios de vajilla que serán utilizados por el Restuarant Tradición Andina, de Santa Ana Hotel, serán hechas en cerámica -técnica típica de la región azuaya- y de color blanco.

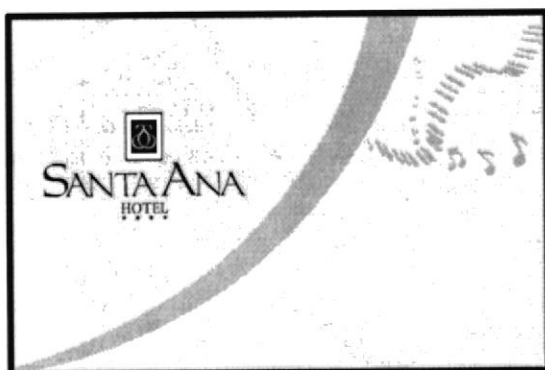
Además llevarán impreso, en el frente de todas las unidades del juego de vajilla, el iconotipo del hotel en color dorado.




 6.2 Mantelería

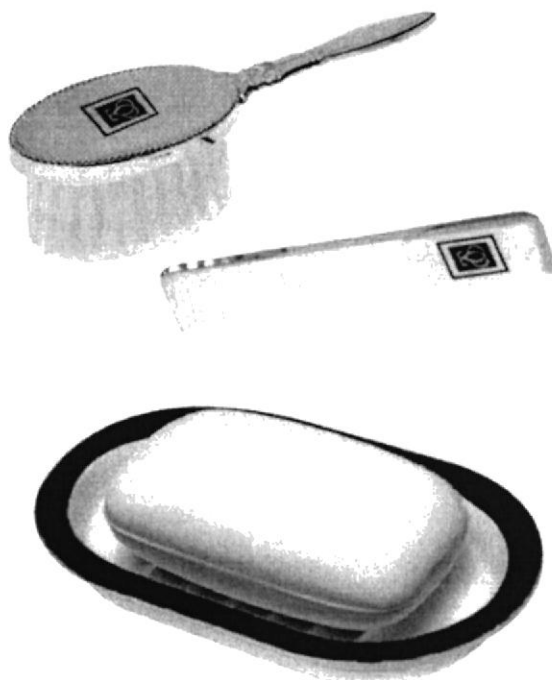
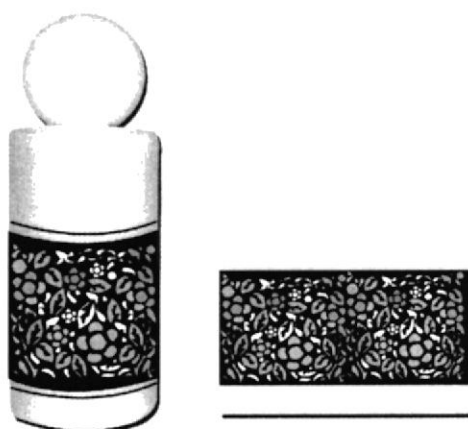
La mantelería que utilizará el Restaurant Tradición Andina no ha sido diseñada debido a que, por pedido del propietario del hotel, se empleará mantelería blanca bordada sin ningún tipo de diseño.

Para Piano Bar Puente Roto han sido diseñados dos modelos de manteles. Impresos en papel bond de 120 grs. utilizan recursos icónicos y mantienen la cromática corporativa del hotel. El formato de los manteles de papel es de 25x40 cms.



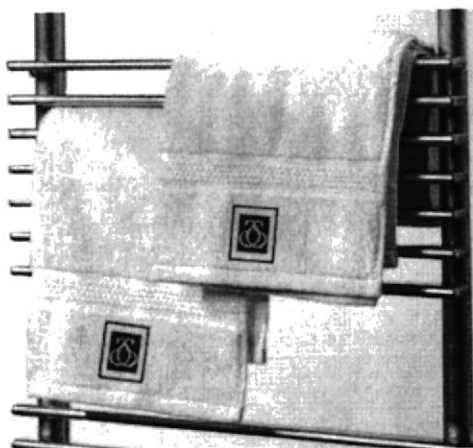
 6.3 Artículos para baño


Entre los artículos para el baño, con los que cada habitación contará tenemos: shampo y acondicionador, peinilla y cepillo, salidas de baño y toallas.
La botella de shampoo y el jaboncillo llevarán un diseño collage y de fondo café, el papel en que va impreso el diseño será de color crema.
El cepillo y peinilla llevarán el iconotipo del hotel .
La jabonera llevará todo el borde del color café corporativo.



Las salidas de baño llevarán el imago tipo del hotel bordado en la parte superior izquierda a la altura del pecho.

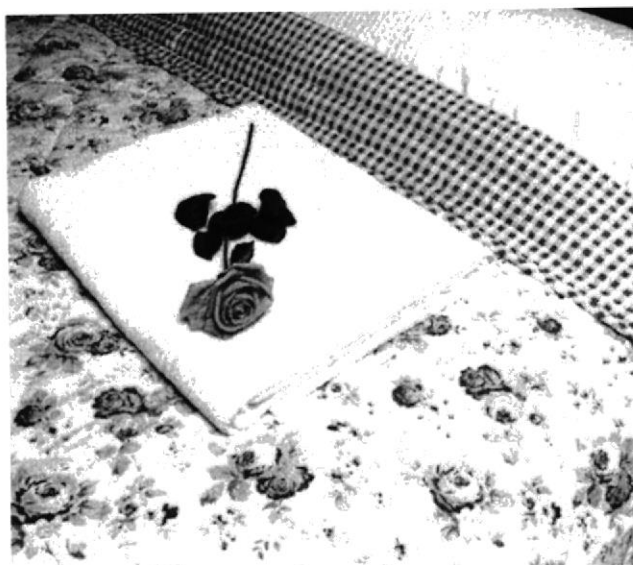
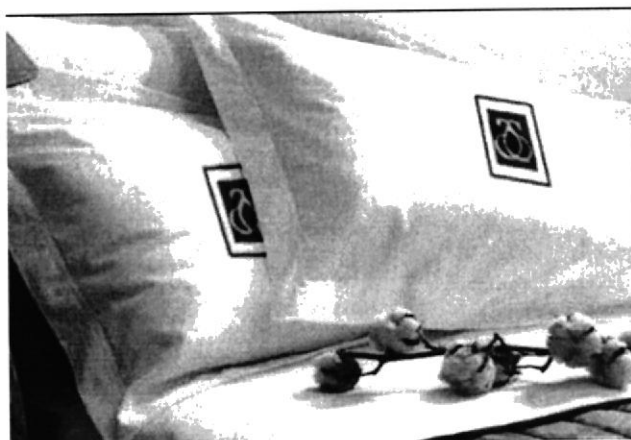
Las toallas y toallas de mano llevarán el icono tipo del hotel bordado en el centro de uno de sus lados, en una de sus caras.




 6.4 Sábanas

Las habitaciones contarán con juegos de sábanas blancas, de los cuales sólo las fundas de almohada llevarán el iconotipo del hotel impreso en el centro de la cara superior de las mismas.

Las sábanas y cubre sábanas van sin diseño alguno. Los edredones no tendrán diseños específicos ni llevarán ningún tipo de elemento que lo vincule directamente con el hotel (iconotipo, imagotipo).



 6.5 Portallaves

Las llaves de las habitaciones serán colocadas en los portallaves, los mismos que tienen un diseño hecho en cuero. En la parte frontal tendrá sobre una placa circular (laminada y plastificada) y con letras doradas el número de la habitación a la que pertenece.

En la parte posterior del portallaves llevará el imago tipo de Santa Ana Hotel, en color dorado.

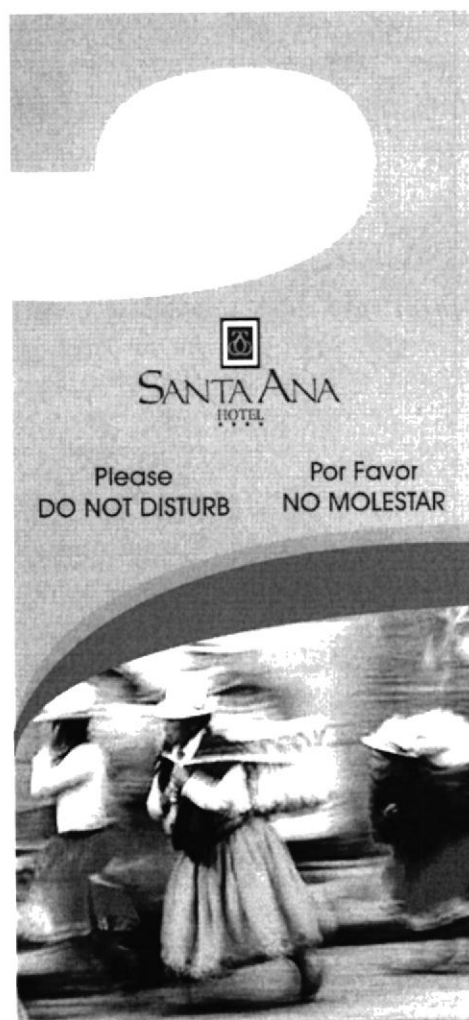
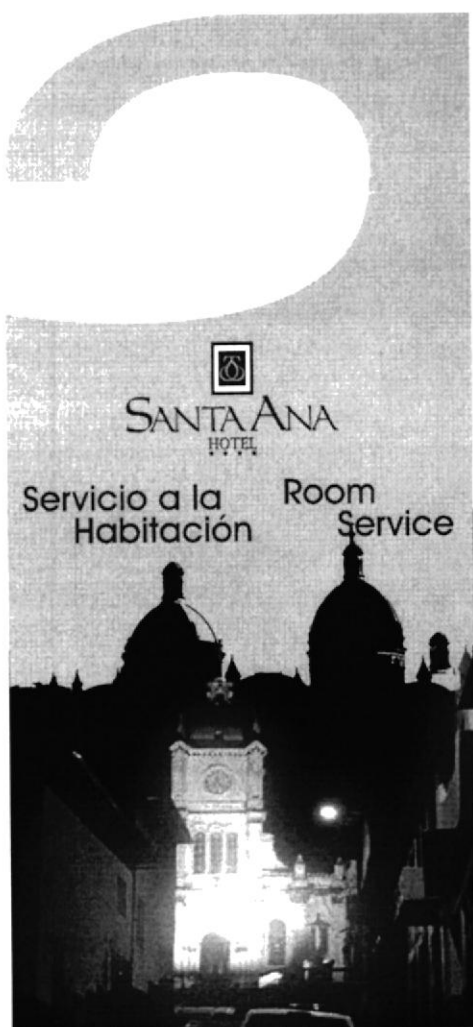



6.6 Colgantes para puertas

En las puertas de las habitaciones se encontrarán los colgantes para puertas con dos diferentes textos: "servicio a la habitación" y "Por favor no molestar". Estos textos están en español y en inglés.

Los colgantes incluyen fotografías de la ciudad de Cuenca, todo esto para fomentar el turismo.

El tamaño del colgante es de 10x15 cms.



 6.7 Portalápices


ASPOL



METAL



CERÁMICA

 6.8 Diseño para Van

El hotel cuenta con una Van, de color gris, para el transporte desde el aeropuerto y viceversa. La van tendrá impreso, sobre vinyl adhesivo, el imago tipo del hotel. Este adhesivo deberá ir colocado en las puertas del conductor y acompañante y en la parte trasera de la van.






CAPÍTULO




Artículos Promocionales

UNIVERSIDAD
CA
PENZA


 7.1 Breve Introducción

Los artículos promocionales como punto clave para la promoción indirecta de una entidad. Es por eso que Santa Ana Hotel cuenta con una gran variedad de souvenirs para que los visitantes, propios y ajenos, lleven algo que les haga recordar el hotel.




 7.2 Llaveros




 7.3 Agendas



 7.4 Jarro, Taza y Vaso



 7.5 Lápiz y Bolígrafos

Parte frontal



Parte Trasera



Parte Trasera

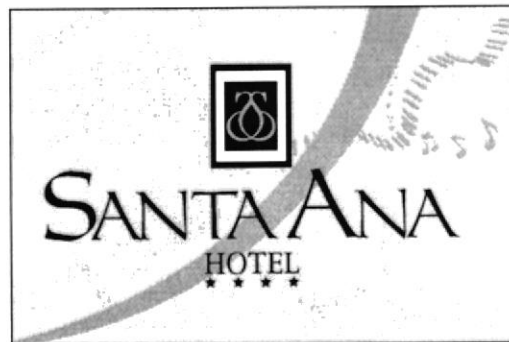



Parte frontal



7.6 Stickers Adhesivos

Los stickers adhesivos miden 12x6 cms.



 7.7 Gorra

El material del que están elaboradas las gorras del hotel es algodón. Incluye en la parte inferior izquierda el imagotipo del hotel bordado.



7.8 Camisetas

Entre los artículos promocionales de mayor éxito se encuentran las camisetas deportivas. Por ello, se han establecido cuatro modelos distintos de estas. Hay modelos con cuello tipo polo, algodón y de color crema con filos de mangas y cuello color concho de vino. Además camisetas con cuello redondo que juegan con partes de color concho de vino hace la combinación idónea para lucir bien. Todos estos artículos llevan el imagotipo del Santa Ana Hotel bordado o impreso en el frente.



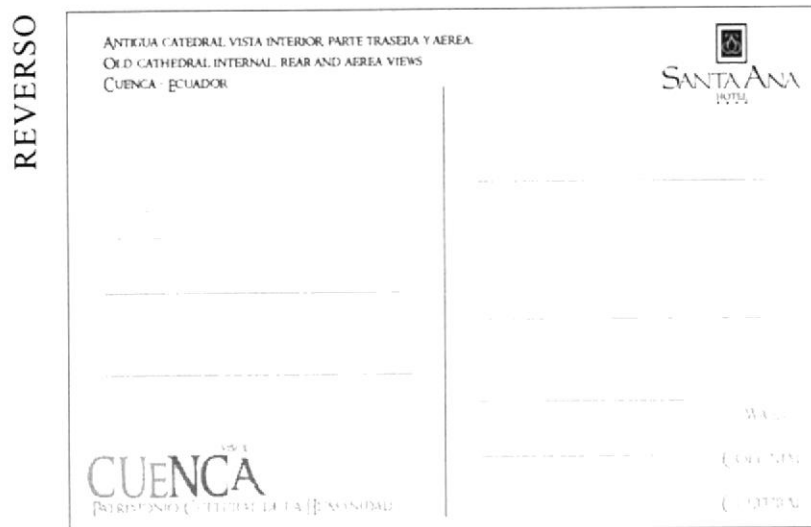


7.9 Tarjetas Postales

Las tarjetas postales se han convertido, desde hace mucho tiempo, es uno de los recuerdos más accesibles para los turistas. Y es así pues, que se puede capturar la magia de un bello paisaje, las costumbres de un pueblo o simplemente disfrutar de la maravillosa flora y fauna con la que nuestro país Ecuador cuenta.

Debido a la gran acogida que tienen estas tarjetas, han sido diseñados varios modelos que atrapan diferentes, pero hermosas, imágenes de lo que Cuenca -Patrimonio Cultural de la Humanidad- representa.

El tamaño de estos artículos es A5 (21x11.5 cms.).





CHOLAS CUENCANAS TEJIENDO SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA.
CHOLAS CUENCANAS WEAVING PANAMA HATS.
CUENCA - ECUADOR

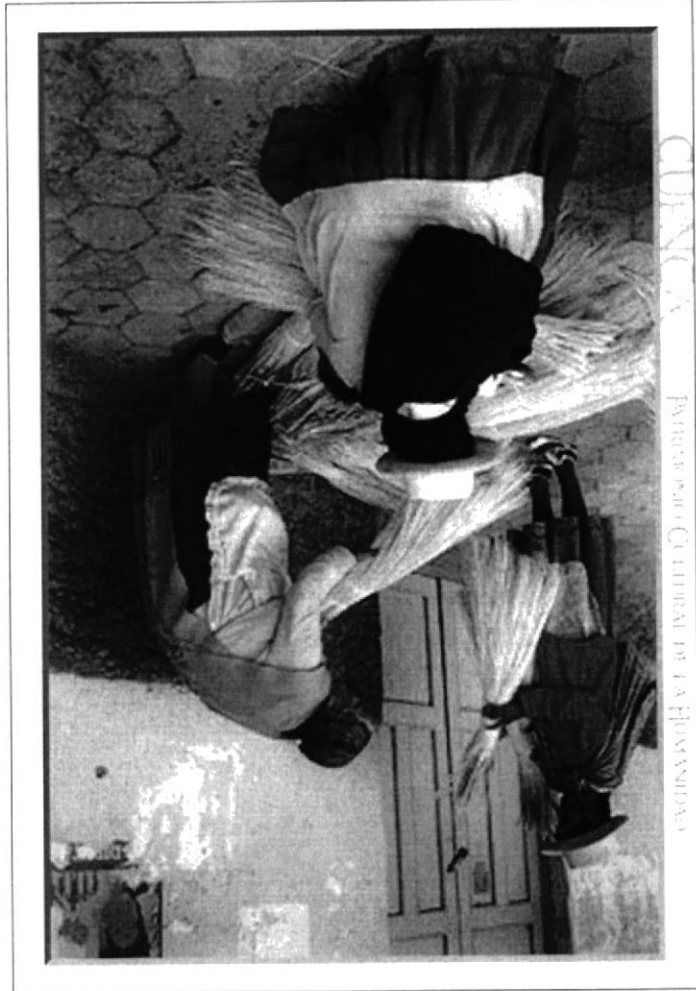


RÍO TOMBEMBA
TOMBEMBA RIVER
CUENCA - ECUADOR



PASADA DEL NIÑO EN NAVIDAD.
PASADA DEL NIÑO ON CHRISTMAS CATHOLIC PARTY.
CUENCA - ECUADOR

TEJEDORAS DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA.
PANAMA HATS WEAVERS
Cuenca - Ecuador



TEJEDORAS DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA.
PANAMA HATS WEAVERS
Cuenca - Ecuador






CAPÍTULO



Restaurant Tradición Andina

 8.1 Breve Introducción

Empiece el día con un delicioso y tradicional desayuno a la Santa Ana en el Restaurant de Especialidades Tradición Andina, donde su especializado Chef preparará para usted deliciosos platos de cocina típica nacional e internacional. Disfrute de una atmósfera casual y de relax que incluye música instrumental.

Llamado así porque podrá encontrar aquí, las maravillas de la gastronomía andina que caracteriza a Cuenca y que son del agrado de todos y cada uno de quienes la prueban. Déjese llevar y prepárese para vivir una experiencia excitante e inolvidable.

Pero un restaurant de categoría -como lo es Tradición Andina- merece tener una imagen que lo identifique con quienes prefieren los exquisitos platos que allí son servidos. Es por esto que se ha elaborado un minucioso estudio y se ha llegado a la concepción de la identidad visual que se buscaba.

Éste capítulo, dedicado únicamente a la sustentación de lo que es la imagen de Restaurant Tradición Andina y, a los diseños que fueron elaborados para el mismo.





8.2 Presentación

Como su nombre lo indica, lo que a este restaurant hace famoso y popular no es solamente su cálido y acogedor salón sino también, los deliciosos platos que allí se preparan con esa "Tradición Andina" que nos permite degustar de las delicias de la cocina típica azuaya.

Son todas estas características las que debían ser representadas en un imagotipo armónico, elegante y funcional. Es así como se obtuvo la marca de Restaurant Tradición Andina de Santa Ana Hotel.


El diseño elaborado muestra en su iconotipo a una chola cuencana, con su tradicional sombrero de paja toquilla, cocinando con leña y moviendo el alimento con una vara de madera.

El logotipo está compuesto por la frase "Tradición Andina" (colocada en la parte superior) y la palabra "Restaurant" (colocada en la parte inferior). El mismo que va colocado debajo del iconotipo descrito anteriormente.

Es así como se plasma la marca del lugar para posicionarse como uno de restaurantes más conocidos en la ciudad.



TRADICIÓN ANDINA
Restaurant

 8.3 Cromática Normativa

La cromática del imagotipo de establecida siguiendo el patrón de los colores corporativos permitidos y especificados en el capítulo 3 de este manual.



TRADICIÓN ANDINA
Restaurant




Pantone 506 C
C: 45
M: 100
Y: 100
K: 15



Pantone 143 CVC
C: 0
M: 30
Y: 83
K: 0



 8.4 Tipografía

La fuente tipográfica que se utiliza para el logotipo es de la familia New York con estilo Regular.



TRADICIÓN ANDINA
Restaurant

Fuente: New York
Estilo: Regular

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789



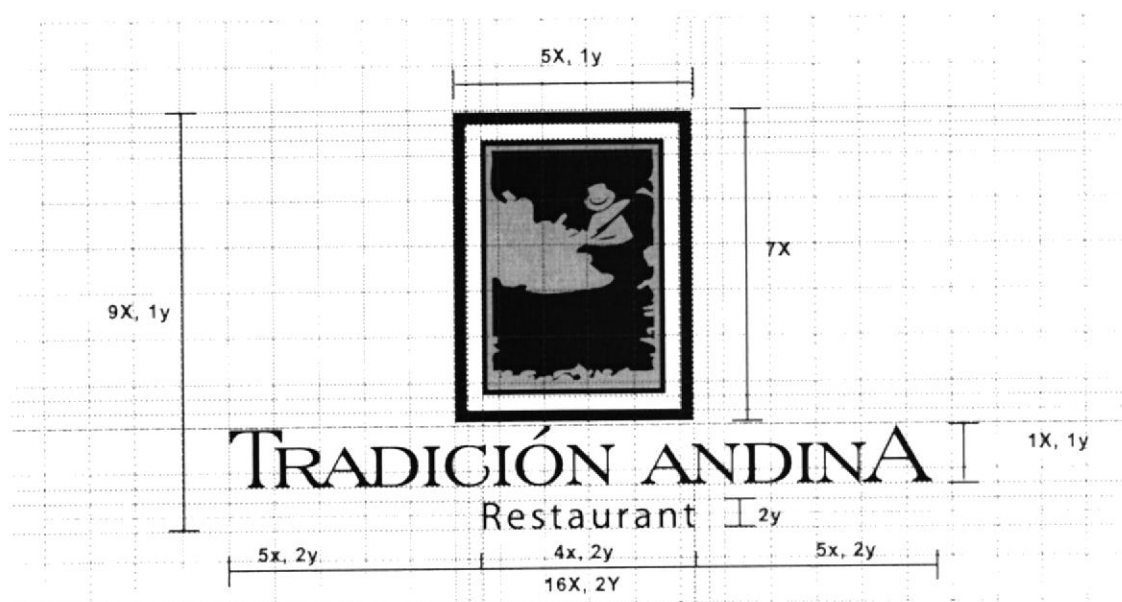
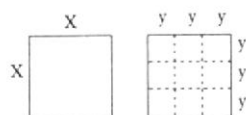
8.5 Grafimetría


Para garantizar la correcta ubicación de cada uno de los elementos que constituyen la identidad visual de Restaurant Tradición Andina, fue desarrollada una retícula de reproducción que asegura la reproducción y aplicación de el imagotipo en cualquier tipo de soporte.


En la retícula, X constituye la base para la reproducción, en la cual la medida de X será asignada por quien vaya a duplicar el imagotipo y estará vinculada directamente con el espacio o soporte en cual se vaya a asentar la marca.

Conjuntamente con X trabaja una subdivisión Y, que representa una parte más pequeña que X. La proporción $1X : 3Y$ está expresada en la gráfica en la parte inferior de esta hoja.


La utilización de esta retícula de reproducción es esencial para la alineación de tipografías y de los elementos gráficos que componen la marca, para la manutención de proporciones, espacios y medidas de la composición.




 8.6 Aplicaciones

-  En su diseño original sin ningún tipo de cambios, sobre fondos blancos, claros o fotográficos



-  A un solo color (negro con escala de grises).



-  En fondos fotográficos oscuros en los cuales no se diferencie el imagotipo del fondo, se deberá emplear este diseño especial. Este imagotipo es amarillo (pantone 143 CVC) y concho de vino (pantone 506 CVC).



8.7 Menú - Anverso

Formato:
40x21 cms.

TRADICIÓN ANDINA
Restaurant

POSTRES

Dulce de Leche	\$ 1.50
Dulce de Tomate con Quesillo	\$ 1.50
Dulce de Higos con Queso	\$ 1.50
Dulce de Anzaz	\$ 1.50
Dulce de Tres Leches	\$ 2.00
Dulce a la Santa Ana	\$ 1.50
Dulce de Babaco	\$ 1.20
Humitas	\$ 1.20
Tornales	\$ 0.80
Gumbolitas	\$ 0.80
Empanadas Cielitas	\$ 1.00
Habas con Queso	\$ 1.00
Choclo Frito	\$ 1.50

BEBIDAS

CHAMPAGNE	\$ 15.00
Grand Vandaluth	
CERVEZAS	
Pilsener	\$ 1.00
Club	\$ 1.50
Corona	\$ 2.40
Budweiser	\$ 2.00
Heineken	\$ 2.00
BEBIDAS SIN ALCOHOL	
Gaseosa	\$ 0.80
Agua con gas	\$ 0.60
Agua sin gas	\$ 0.80
Vaso de coca	\$ 0.50
Botella de agua	\$ 0.80
VINOS	
Concha y Toro	\$ 12.00
Castellano del Diablo	\$ 20.00
Blus N°1	\$ 15.00
Unauraga	\$ 15.00
Miraflores	\$ 12.00

SANTANA
PUNO

8.8 Menú - Reverso

TRADICIÓN ANDINA
Restaurant

ESPECIALIDAD DE LA CASA
"COMIDA ECUATORIANA"

ENTRADA
Morte Pilo

SOPA
Caldo de Patas

PLATO FUERTE
Bandera a la Santa Ana

POSTRE
Dulce de Higos con Quesillo

1 PERSONA \$ 5.00
FAMILIAR \$ 15.00

TRADICIÓN ANDINA
Restaurant

COMIDA CRIOLLA A LA CARTA

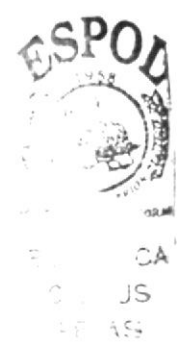
Caldo de Huevos	\$ 2.00
Caldo de Patas	\$ 2.00
Lacso Criollo	\$ 2.00
Caldo de Mochlo	\$ 2.00
Caldo de Gallina Criolla	\$ 2.00
Sopa Casera	\$ 2.00
Sancocho Blanco	\$ 2.00
Molle Pata	\$ 2.00
Sopa Criolla a la Santa Ana	\$ 3.00
Caldo de Bekas	\$ 2.00
Seco de Chivo	\$ 2.60
Guajilla	\$ 2.60
Papas con queso	\$ 2.60
Seco de Gallina Criolla	\$ 2.60
Seco de Cerdo Criolla	\$ 2.60
Tuucha a la Santa Ana	\$ 3.50
Aroz, Meneistra y Cerdo Asada	\$ 15.00
Cuy Familiar a la Santa Ana	\$ 3.00
Peppa Chauucha con	
Peppa de Samba	

ENTRADAS

Comarones Reventados (con salsa gal, patatas, guarnición y arroz)	\$ 4.50
Ceviche de Camarón	\$ 3.00
Ceviche de Corvina	\$ 4.80
Ceviche de Concha	\$ 5.00
Ceviche Mixto	\$ 5.00
Mariscos a la Santa Ana	\$ 12.00
Mariscos a la Santa Ana Familiar (4 personas)	


CARNES

Filet Mignon (1/4 de lomo fino, toallo, champañones, guarnición, patatas fritas y arroz)	\$ 4.80
CHANTUMBRAN (1/4 de lomo fino, mortajuelo, pan de ajo, guarnición, patatas fritas y arroz)	\$ 4.80
LOMO CON CHAMPANONES (filete de lomo, patatas fritas, guarnición, champañones y arroz)	\$ 4.75
LOMO A LA PLANCHA (filete de lomo, patatas fritas, arroz y guarnición)	\$ 4.00
LOMO A LA PIMENTA (filete de lomo en salo de pimentita, arroz y guarnición)	\$ 4.00
LOMO A LA MILANES (filete de lomo, arroz, patatas fritas y guarnición)	\$ 4.50




8.9 Porta Menú y servilleta

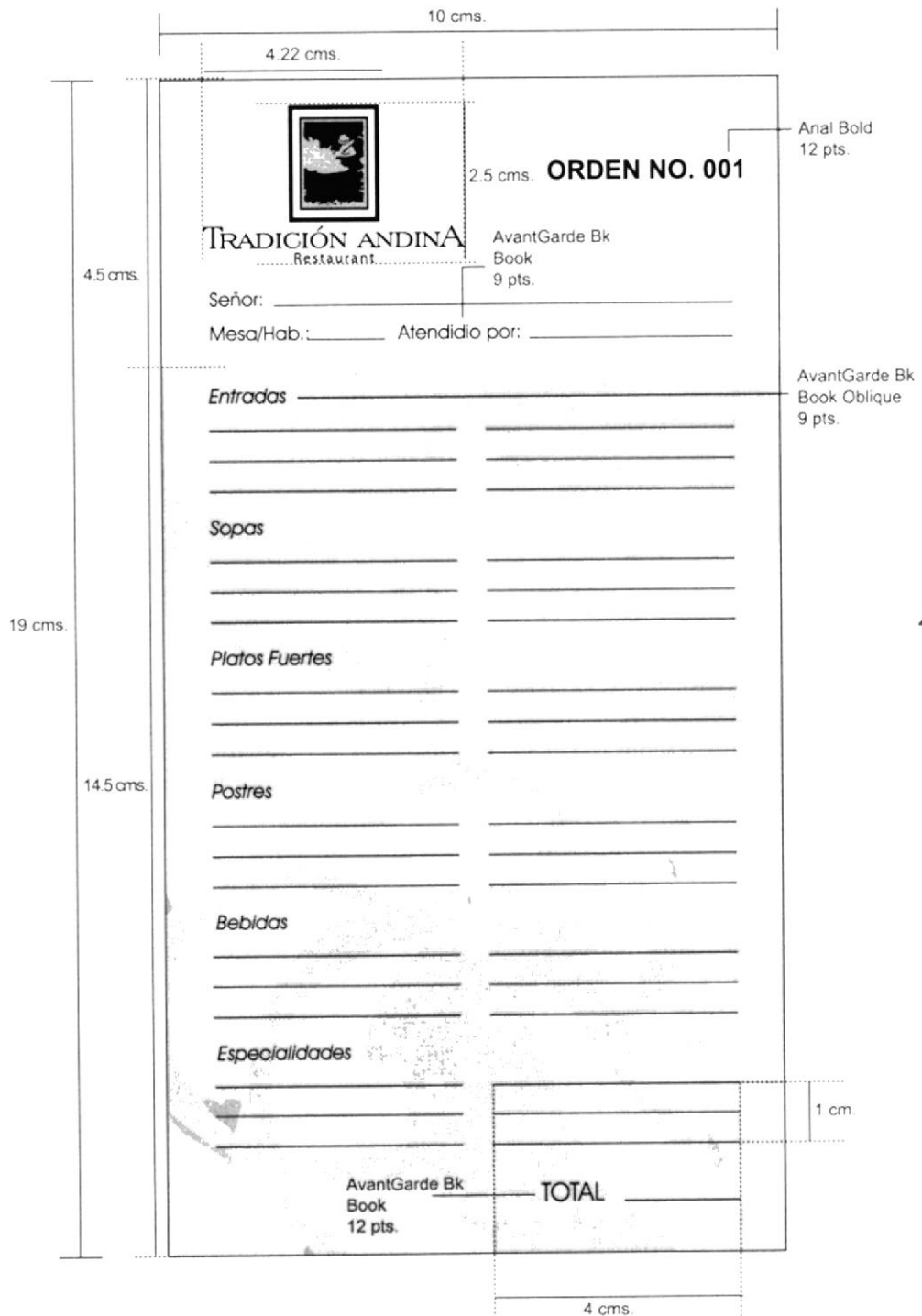


 8.10 Orden de Restaurant

Para tomar las ordenes del restaurant, se ha elaborado el siguiente diseño. No ha sido vista la necesidad de que sea en color, por lo tanto se lo ha trabajado a un solo color (negro). Sus dimensiones están estipuladas en la página 11.

	ORDEN NO. 001
TRADICIÓN ANDINA Restaurant	
Señor: _____	
Mesa/Hab.: _____ Atendido por: _____	
<i>Entradas</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Sopas</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Platos Fuertes</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Postres</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Bebidas</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Especialidades</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
TOTAL _____	

8.11 Dimensiones




CAPÍTULO



PIANO BAR PUENTE ROTO




 9.1 Introducción

Durante su estadía en Santa Ana Hotel usted podrá disfrutar de maravillosos momentos, buena música y una gran variedad de bebidas y un ambiente de relax y confort. Todo esto lo encontrará en Piano Bar Puente Roto, llamado así por el histórico y tradicional puente roto ubicado de la ciudad de Cuenca, que yace sobre el Río Tomebamba y atraviesa la calle Larga es el lugar de encuentro y punto de hermosas exhibiciones artísticas.

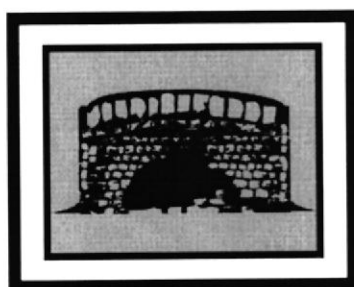
En este capítulo se detalla todo lo que es, la imagen visual de Piano Bar Puente Roto.



 9.2 Presentación

Para Piano Bar Puene Roto se ha elaborado un diseño que, al igual que en Restaurant tradición Andina, sigue el patrón establecido por el imagotipo de Santa Ana Hotel. La similitud entre estos tres elementos es notable debido a que conservan los mismos principios en cuanto a formas, tipografías y cromática. Aunque con una sólo diferencia, el iconotipo, esta vez, deja de ser cuadrado para volverse rectangular.

El iconotipo, que utiliza un dibujo un poco mas detallado, es el conocido Puente Roto de Cuenca. El estilo del puente es como los que eran construidos en el siglo pasado - rústico y de piedras-que además son típicos en las zonas que conforman la sierra ecuatoriana.




PUENTE ROTO


Piano - Bar

9.3 Cromática Normativa


La cromática del imagotipo de Piano Bar Puente Roto mantiene los colores corporativos, que son los permitidos y que están especificados en el capítulo 3 de este manual.



 Pantone 506 C
C: 45
M: 100
Y: 100
K: 15

 Pantone 143 CVC
C: 0
M: 30
Y: 83
K: 0



 9.4 Tipografía

La fuente tipográfica que se utiliza para el logotipo es de la familia New York con estilo Regular.




Fuente: New York

Estilo: Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789

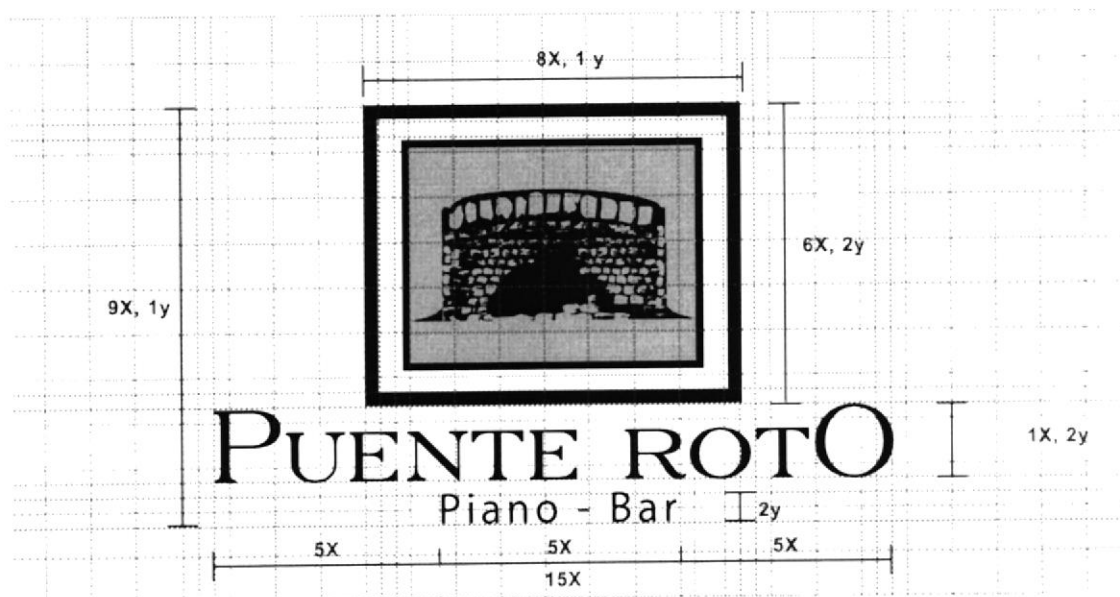
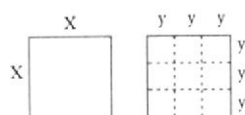

 9.5 Grafimetría

Para garantizar la correcta ubicación de cada uno de los elementos que constituyen la identidad visual de Piano Bar Puente Roto, fue desarrollada una retícula de reproducción que asegura la reproducción y aplicación de el imagotipo en cualquier tipo de soporte.

En la retícula, X constituye la base para la reproducción, en la cual la medida de X será asignada por quien vaya a duplicar el imagotipo y estará vinculada directamente con el espacio o soporte en cual se vaya a asentar la marca.

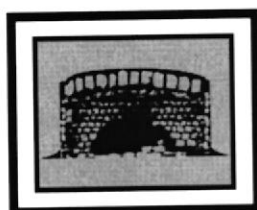
Conjuntamente con X trabaja una subdivisión Y, que representa una parte más pequeña que X. La proporción $1X : 3Y$ está expresada en la gráfica en la parte inferior de esta hoja.

La utilización de esta retícula de reproducción es esencial para la alineación de tipografías y de los elementos gráficos que componen la marca, para la manutención de proporciones, espacios y medidas de la composición.



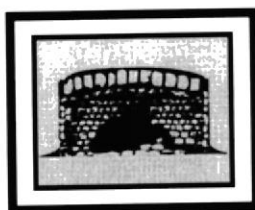
9.6 Aplicaciones

- En su diseño original sin ningún tipo de cambios, sobre fondos blancos, claros o fotográficos



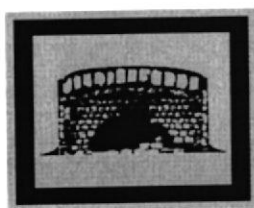
PUENTE ROTO
Piano - Bar

- A un solo color con escala de grises.




PUENTE ROTO
Piano - Bar

- En fondos fotográficos oscuros en los cuales no se diferencie el imagotipo del fondo, se deberá emplear este diseño especial. Este imagotipo es amarillo (pantone 143 CVC) y concho de vino (pantone 506 CVC).



PUENTE ROTO
Piano - Bar

 9.7 Menú - Anverso




PUENTE ROTO
 Piano - Bar

CHAMPAGNE

Grand Vandush	\$ 15.00
---------------	----------


CERVEZAS



Pilsener	\$ 1.00
Club	\$ 1.50
Corona	\$ 2.40
Budweiser	\$ 2.00
Heineken	\$ 2.00

BEBIDAS SIN ALCOHOL

Gaseosa	\$ 0.80
Agua con gas	\$ 0.60
Agua sin gas	\$ 0.60
Vaso de cola	\$ 0.80
Vaso de agua	\$ 0.60

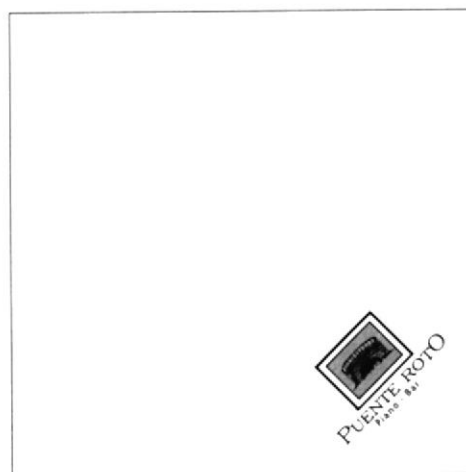

SANTA ANA
 Nuestra mejor recompensa ... su satisfacción.


 9.8 Menú - Reverso

 PUENTE ROTO <small>Piano - Bar</small>		 PUENTE ROTO <small>Piano - Bar</small>	
COCTELES		TRADICIONAL	
Tom Collins	\$ 2.20	Canelazo Típico	\$ 0.75
Martini	\$ 2.20	<i>Agua ardiente con infusión de fruta y canela</i>	
Alexander	\$ 2.20	Canelazo Típico	\$ 1.50
Bloody Mary	\$ 2.50	<i>con ron, infusión de fruta y canela</i>	
Margarita	\$ 2.00		
Caipirinhia	\$ 2.50		
Piña Colada	\$ 2.50		
Pisco Sour	\$ 2.20		
Screwdriver	\$ 2.20		
Stinger	\$ 2.20	JARRAS	
Amareto	\$ 2.50	Canelazo Típico	\$ 8.00
Pink Lady	\$ 2.50	Canelazo Especial	\$ 12.00
Coctel Santa Ana	\$ 2.50	Vino Hervido	\$ 12.00
VINOS		FUERTES	
Concha y Toro	\$ 12.00	Cuba Libre	\$ 2.00
Casillero del Diablo	\$ 20.00	Wishky	\$ 4.50
Blue NU	\$ 15.00	Vodka	\$ 2.20
Undurraga	\$ 15.00	Tequila	\$ 2.50
Miraflores	\$ 12.00	Gyn	\$ 2.00
		Brandy	\$ 2.20
		Coñac	\$ 3.00


Nuestros no incluyen IVA

9.9 Porta Menú y Servilleta

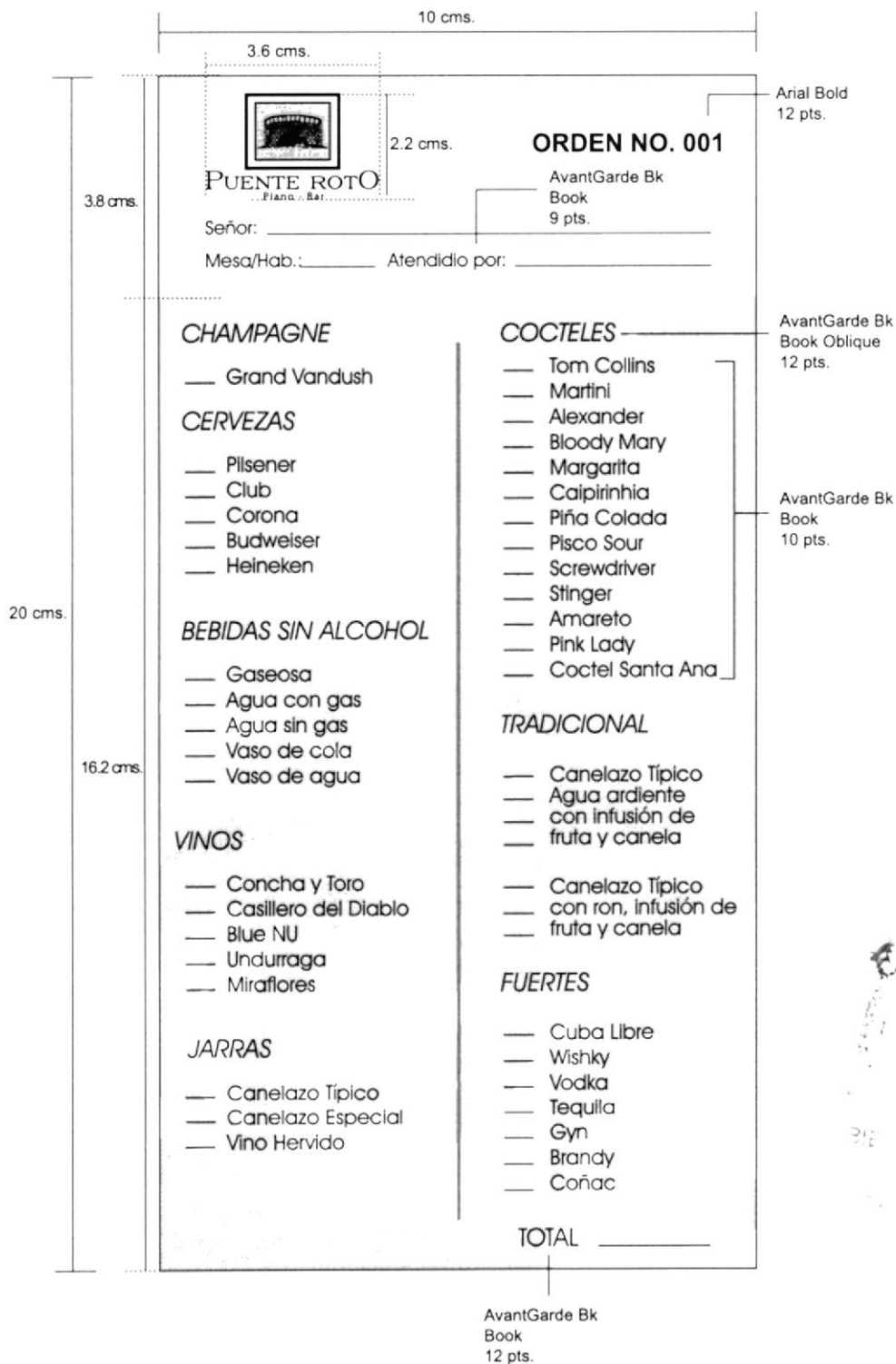


 9.10 Orden de Bar

Para tomar las ordenes del bar, se ha elaborado el siguiente diseño. No ha sido vista la necesidad de que sea a colores, por lo tanto se lo ha trabajado a un solo color (negro y escala de grises). Sus dimensiones están estipuladas en la página 11.

	ORDEN NO. 001
PUENTE ROTO <small>Piano - Bar</small>	
Señor: _____	
Mesa/Hab.: _____ Atendido por: _____	
<i>Entradas</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Sopas</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Platos Fuertes</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Postres</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Bebidas</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<i>Especialidades</i>	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
	TOTAL _____

9.11 Dimensiones




CAPÍTULO



Señalética



 10.1 Señalética Interna

La función específica de la señalética interna es, como su nombre lo indica, señalar donde queda cada y una de las diferentes secciones o partes que un sitio puede tener, en este caso, Santa Ana Hotel.

Los diseños que se utilizan para la señalética del hotel tienen las siguientes características:

- Utiliza la cromática corporativa.
- Utiliza tipografía corporativa.
- Utiliza íconos representativos -de acciones o cosas utilizadas en cada seccion- que permitirán reconocer de inmediato el sitio al que se refiere el letrero.
- Los textos de los letreros estan escritos en dos idiomas(español e inglés).
- El tamaño de cada letrero es de 17x22.75 cms.





10.2 Señalética Externa

La señalética externa tiene como función principal publicitar, anunciar y a la vez informar -a los interesados en visitar algún lugar específico- datos como dirección, teléfonos, etc.

Estos tipos de señalética deben, obligatoriamente, ser agradables visualmente, precisos con la información que contienen y legibles a cortas y largas distancias.

Por lo tanto, han sido diseñados dos tipos de anuncios señaléticos. Los mismos que serán empleados y colocados en las calles de la Ciudad de Cuenca para beneficio de Santa Ana Hotel, de los turistas y de la comunidad en general. Estos elementos son: la paleta publicitaria y la valla publicitaria.




10.2.1 Paleta Publicitaria

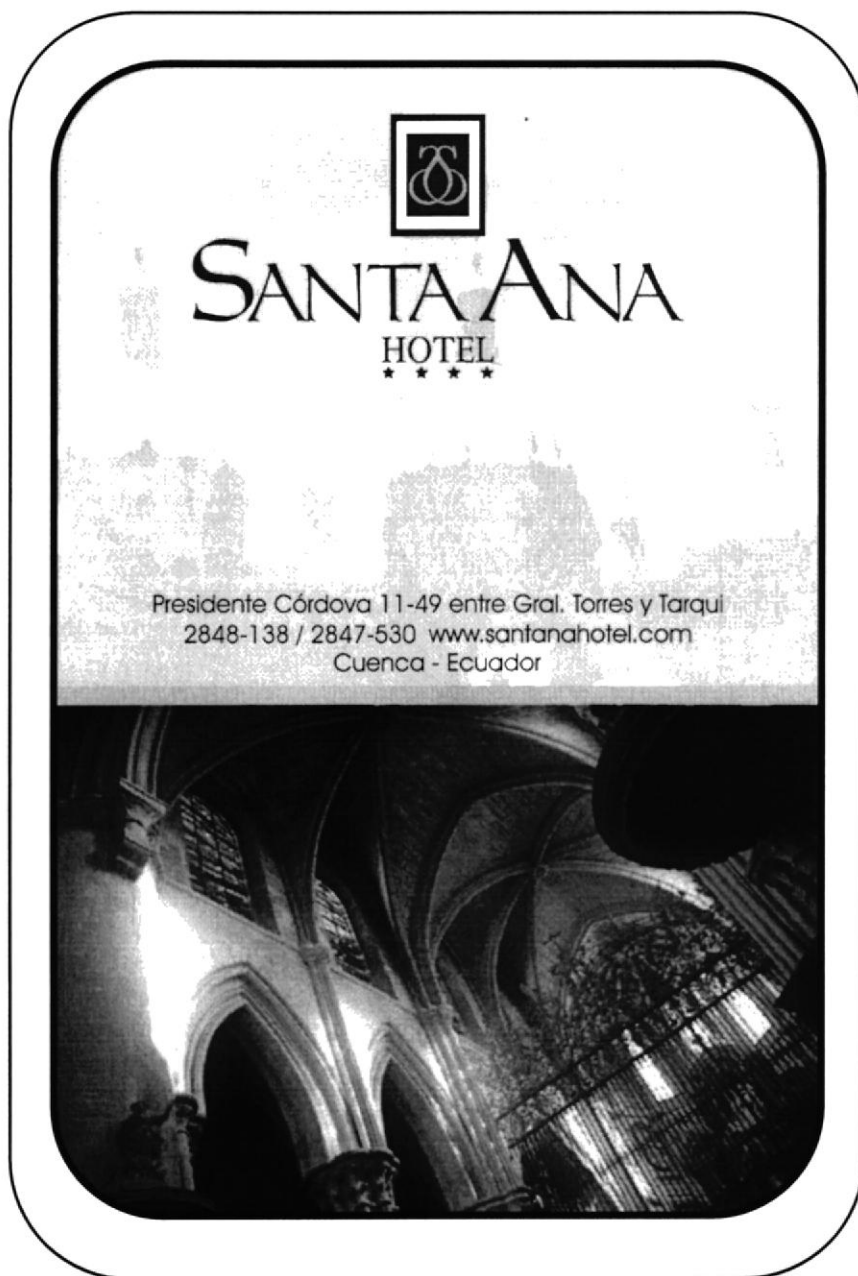
La paleta publicitaria es un medio eficaz y económico de anunciar en las calles de una ciudad. Su eficacia está estrictamente vinculada con la calle o avenida en la que se la decida colocar. Dependerá de esto, la cantidad de público que recpte el mensaje que este medio anuncia.

La medida de las paletas publicitarias son estandar (80x1.20 cms). Esta paleta muestra información básica del hotel. Incluye además una imagen de uno de los más atractivos lugares de la ciudad en la parte inferior y en la parte superior un collage (como fondo) y sobre él, el imago tipo del hotel y la información que se considere necesaria.

Los futuros diseños de paletas deberán incluir imágenes de la ciudad y/o de las diferentes secciones del hotel.



 10.2.1.1 Detalle




10.2.2 Valla Publicitaria

La valla publicitaria es otro medio eficaz de anunciar. Su eficacia está estrictamente vinculada con la zona o sector que esté mas cercano a nuestro mercado objetivo.

La medida de las vallas publicitarias es 900x400 cms. La valla muestra información básica del hotel. Incluye además una imagen de uno de los más atractivos lugares de la ciudad en la parte derecha y en la parte izquierda un collage (como fondo) y sobre él, el imagotipo del hotel y la información que se considere necesaria.

Los futuros diseños de paletas deberán incluir imágenes de la ciudad y/o de las diferentes secciones del hotel.



 10.2.2.1 Detalle




CAPÍTULO



Piezas Gráficas Publicitarias



 11.1 Tríptico - Anverso

Para la difusión de los servicios que Santa Ana Hotel ofrece a sus huéspedes se ha diseñado un tríptico promocional. Este folleto llevará consigo información sobre todo lo que es Santa Ana Hotel.

El tamaño del tríptico es de 21x30 cms.

Cuenta con un diseño a full color y muestra varias imágenes de lo que es el hotel y en futuros diseños se mostrarán además fotos de la ciudad de Cuenca y sus principales sitios turísticos.

Únicamente se muestra el primer diseño de tríptico para tener una pauta con respecto a cromática, fuentes, etc. Cabe aclarar que el patrón de este tríptico puede cambiar según tendencias, conceptos comunicacionales y criterio de quien esté encargado de su rediseño; siempre y cuando se respeten y mantengan las principales normativas que ya han sido señaladas en el capítulo 3 de este manual.

Tradición. Cultura. Encanto.

Elegante. Confortable. Relajado.

Tradition. Culture. Charming.

Elegant. Comfortable. Relax.

Bienvenido

Si está planeando un viaje de negocios o placer, el Santa Ana Hotel le ofrece los servicios que usted está buscando.

Confortables habitaciones y suites, el bar restaurant "Tradición Andina" con variedad nacional e internacional, el piano bar "Puente Koto" para disfrutar exquisitos cocteles y una gran variedad de facilidades diseñadas para la comodidad y seguridad de nuestro huéspedes.

Wellcome

If you are planing a vacation or a bussines travel, Santa Ana Hotel offers to you the services that you are expecting.

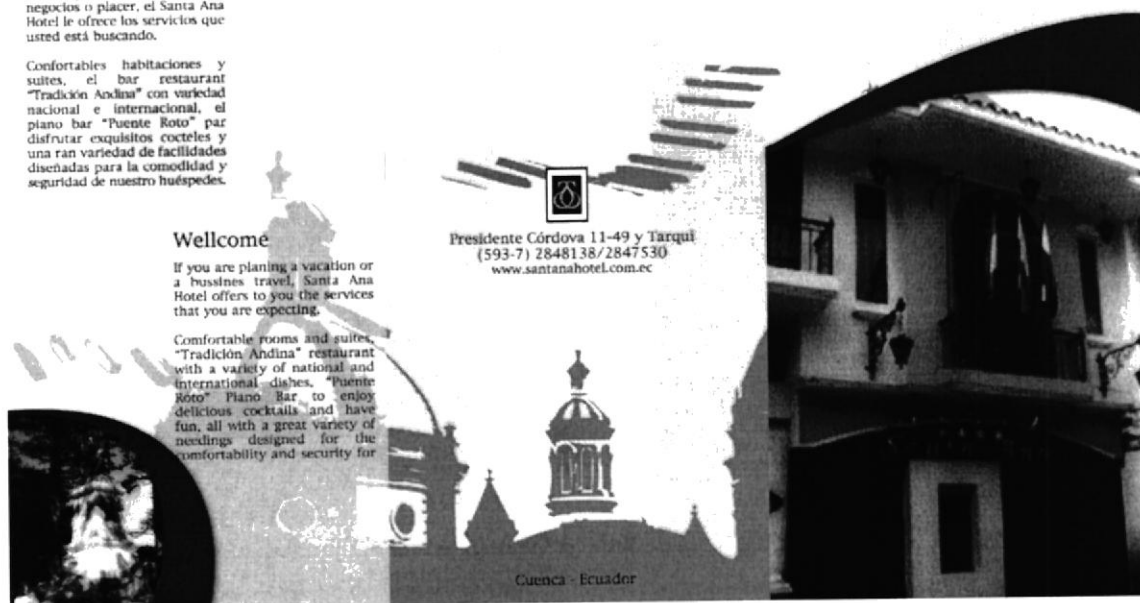
Comfortable rooms and suites, "Tradición Andina" restaurant with a variety of national and international dishes, "Puente Koto" Piano Bar to enjoy delicious cocktails and have fun, all with a great variety of nestings designed for the comfortability and security for

Presidente Córdova 11-49 y Tarqui
(593-7) 2848138/2847530
www.santanahotel.com.ec

Cuenca - Ecuador



SANTA ANA
HOTEL



11.1.1 Tríptico Reverso

UBICACION

Somos un hotel cuatro estrellas, localizado en el Centro Histórico Colonial de la hermosa ciudad de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad; a sólo 5 minutos del Aeropuerto y a 9 minutos del Terminal Terrestre. Rodeados de toda la actividad comercial, artesanal y bancario.

LOCATION

We are a four stars hotel located in the historical and Colonial Center of the beautiful city of Cuenca recently declared World Heritage Side. Only five minutes from the airport and bus terminal, we are surrounded by all commercial, artisan and banking activities.

HABITACIONES

Contamos con una moderna infraestructura: 44 habitaciones totalmente renovadas, cada una con las mejores comodidades que necesita para su estadía: baño privado, teléfono/líneas nacionales e internacionales; servicio de fax, internet, minibar, room service, cocktail de bienvenida, televisión por cable y desayuno americano; cuenta además con servicio de parqueo y lavandería.

ROOMS

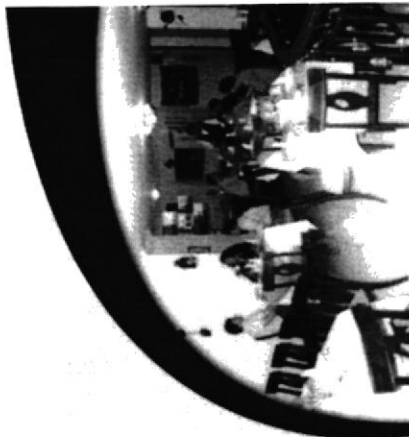
We have modern facilities including 44 rooms completely renovated, each with the best comfort needed for your stay. Private bathrooms, telephone service (national and international calls), fax, internet, minibar, room service, cable tv, welcoming cocktail and american breakfast (we also offer parking and laundry service).


RESTAURANTE

Disfrute en nuestro Bar Restaurant "Puente Roto" platos a la carta con nuestro Chef Internacional, música de piano en vivo y un magnífico ambiente. Además puede relajarse en nuestro bar, saboreando cocteles especiales en un ambiente de exclusividad.

RESTAURANT

Enjoy a la carte dishes with our international chef at our bar restaurant "Puente Roto", and with live piano music in a wonderful atmosphere. You can also relax at our bar, drinking special cocktails in our exclusive place.

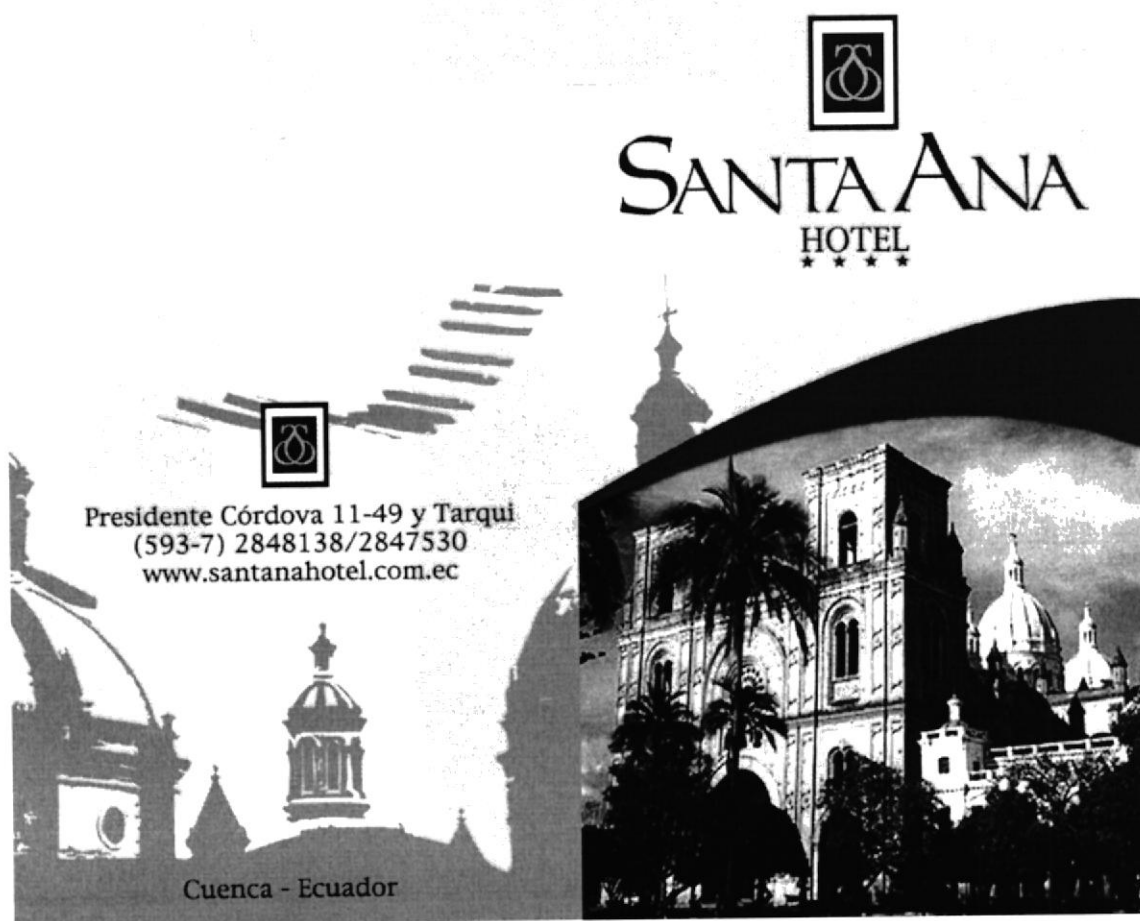


 11.2 Díptico - Anverso

Este folleto lleva la misma información que el tríptico y su misión principal es la de dar a conocer el hotel. Para esto se utiliza este formato de 12x10 cms.

Totalmente funcional puesto que su diseño se adapta fácilmente a sitios pequeños para ser guardados y leídos posteriormente.

Deberán ir colocados en lugares visitados y/o transitados por una gran cantidad de turistas durante todo el día y deberán estar a la vista de todos aquellos que pasan cerca del podio que los sostendrá.



11.2.1 Díptico - Reverso



Somos un Hotel cuatro estrellas, localizado en el Centro Histórico Colonial de la hermosa ciudad de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad; a sólo 5 minutos del Aeropuerto y a 9 minutos del Terminal Terrestre. Rodeados de toda la actividad comercial, artesanal y bancario.



Confort y elegancia en cada una de nuestras habitaciones.


La mejor gastronomía azuaya en nuestro restaurant Tradición Andina.

Amplios Salones para reuniones y convenciones.

Música y relax en nuestro Piano Bar.

Exclusividad en piso ejecutivo.



 11.3 Anuncio de prensa

El anuncio de prensa será colocado en la parte inferior derecha de una página interior derecha. La elección del diario en el cual será impreso este anuncio será decidido por los encargados de la parte de diseño gráfico o por el encargado de comunicaciones del hotel. Los anuncios que se diseñen para prensa podrán ser impresos en full color o en blanco y negro. Al igual que los trípticos, estos diseños con el tiempo podrán cambiar tendencias, conceptos comunicacionales y criterio de quien esté encargado de su rediseño; siempre y cuando se respeten y mantengan las principales normativas que ya han sido señaladas en el capítulo 3 de este manual.



SANTA ANA
HOTEL

Somos un Hotel cuatro estrellas, localizado en el Centro Histórico Colonial de la hermosa ciudad de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad; a sólo 5 minutos del Aeropuerto y a 9 minutos del Terminal Terrestre. Rodeados de toda la actividad comercial, artesanal y bancario.

- Confort y elegancia en cada una de nuestras habitaciones.
- Exclusividad en piso ejecutivo.
- Amplios Salones para reuniones y convenciones.
- La mejor gastronomía azuaya en nuestro restaurant Puente Roto
- Música y relax en nuestro Piano Bar.

Presidente Córdova 11-49 entre Gral. Torres y Tarqui
2848-138 / 2847-530 www.santanahotel.com
Cuenca - Ecuador












 11.4 Anuncio de revista

El anuncio de revista será colocado en una página interior derecha. El tamaño será de página completa (formato varia según la revista en la que se vaya a imprimir). La elección de la revista en la cual sera impreso este anuncio será decidido por el departamento de publicidad y mercadeo del hotel. Los anuncios que se diseñen para prensa podrán ser impresos en full color o en blanco y negro. Al igual que los trípticos, estos diseño con el tiempo podrán cambiar y según tendencias, conceptos comunicacionales y criterio de quien esté encargado de su rediseño; siempre y cuando se respeten y mantengan las principales normativas que ya han sido señaladas en el capítulo 3 de este manual.




SANTA ANA HOTEL

Somos un Hotel cuatro estrellas, localizado en el Centro Histórico Colonial de la hermosa ciudad de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad; a sólo 5 minutos del Aeropuerto y a 9 minutos del Terminal Terrestre. Rodeados de toda la actividad comercial, artesanal y bancario.

- Confort y elegancia en cada una de nuestras habitaciones.
- Exclusividad en piso ejecutivo.
- Amplios Salones para reuniones y convenciones.
- La mejor gastronomía azuaya en nuestro restaurant Puente Roto
- Música y relax en nuestro Piano Bar.

Presidente Córdova 11-49 y Tarqui
 (593-7) 2848138/2847530
www.santanahotel.com.ec



 11.5 Hoja volante

La hoja volante tiene un formato A5(15x21 cms.) y será impresa a full color y en blanco y negro. Contiene información del hotel y muestra fotos de la Ciudad de Cuenca y de sus principales atractivos turísticos. Al igual que los artes anteriores, estos diseño con el tiempo podrán cambiar y según tendencias, conceptos comunicacionales y criterio del departamento encargado de su rediseño; siempre y cuando se respeten y mantengan las principales normativas que ya han sido señaladas en el capítulo 3 de este manual.





SANTA ANA
HOTEL

Somos un Hotel cuatro estrellas, localizado en el Centro Histórico Colonial de la hermosa ciudad de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad; a sólo 5 minutos del Aeropuerto y a 9 minutos del Terminal Terrestre. Rodeados de toda la actividad comercial, artesanal y bancaria.

En Santa Ana Hotel usted encontrará:

- Confort y elegancia en cada una de nuestras habitaciones.
- Exclusividad en piso ejecutivo.
- Amplios Salones para reuniones y convenciones.
- La mejor gastronomía azuaya en nuestro restaurant Puente Roto
- Música y relax en nuestro Piano Bar.

Dirección: Presidente Córdova 11-49 entre General Torres y Tarqui
Teléfonos: 2848-138 / 2847-530 www.santanahotel.com
Cuenca - Ecuador






CAPÍTULO



Medios Alternativos de Difusión



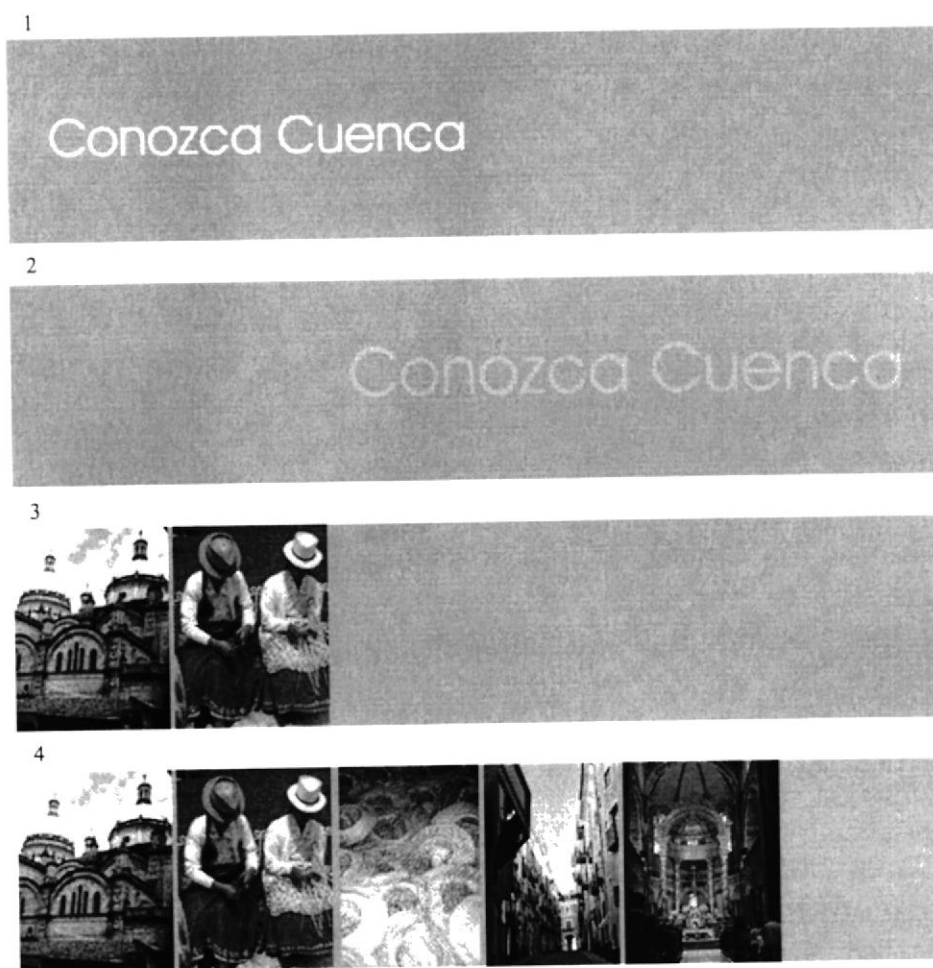
 12.1 Banner para Web

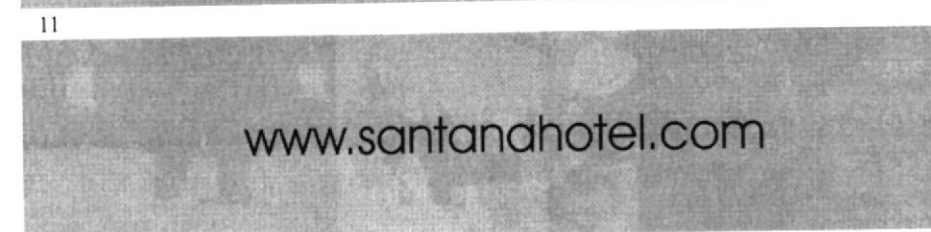
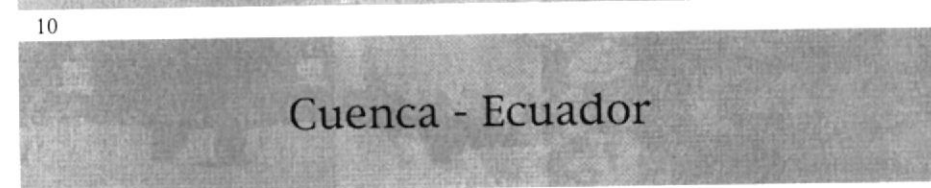
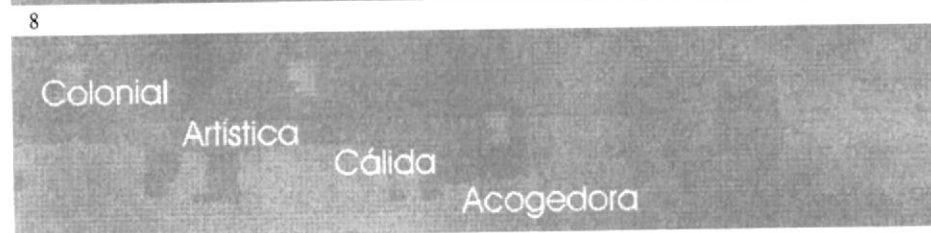
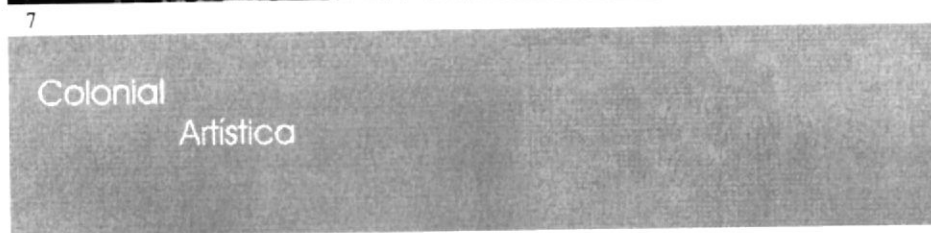
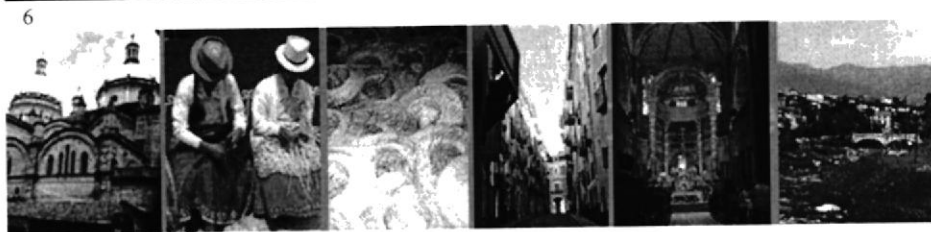
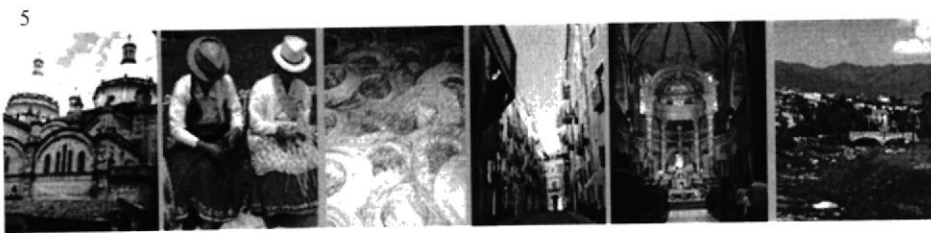
Para la difusión de los servicios que Santa Ana Hotel ofrece a sus huéspedes en diferentes partes del mundo, se ha diseñado todo un banner para web que será implementado como pop-up window en varias de las más famosas y visitadas páginas de la internet.

Mediante este banner se busca promocionar a Santa Ana Hotel, a la ciudad de Cuenca y por ende al Ecuador.

A continuación se muestran las imágenes que aparecerán en el banner y la secuencia que este tendrá.

Las dimensiones del banner son: 500x150 píxeles.





12.2 Video Promocional

Para la difusión de los servicios que Santa Ana Hotel ofrece a sus huéspedes en televisión, ha sido creado un video promocional el cual básicamente promocionará la ciudad de Cuenca y al hotel.

Este video tiene una duración de 2:00 minutos y el pautaaje estará a cargo de los responsables del hotel al momento de transmitir este video.

Dicho video está en el CD multimedia que viene adjunto a este manual.



GLOSARIO



CMYK: Cyan, Magenta, Amarillo y Negro. Los distintos colores de tinta del proceso de impresión a cuatro colores.

Color: Tono de un objeto determinado por la frecuencia de la luz emitida por el mismo.

BANNER Imagen, gráfico o texto utilizada con fines publicitarios la cual generalmente presenta un pequeño tamaño, aparece en una página web y habitualmente la enlaza con el sitio web del anunciante o mercader, usualmente colocado en la parte superior o al lado del contenido de una página. El mismo opera mediante un botón de hiperenlace el cual permite pasar directamente de una a otra página o dirección de cualquier servidor de la red. El banner es colocado en las páginas más visitadas de forma que es el formato habitual para la publicidad ya que pueden rotarse distintas campañas en un mismo emplazamiento.

Ellos pueden cambiar drásticamente en tamaño o formato.

BOCETO Propuesta preliminar a un diseño, en el cual se hace todo tipo de rayones, de estudios sobre formas y ubicación, se colocan datos informativos y de consulta, se plantean los posibles colores y las diferentes propuestas de diagramación.

Contribuye a tener una idea más clara de los que se pretende, estimula la creatividad, ayuda a plantear nuevas ideas, mejora el flujo de trabajo, permite eliminar lo innecesario y determinar los elementos que hacen falta.

IDENTIDAD CORPORATIVA La Identidad Corporativa es la personalidad de la empresa, lo que la simboliza y le permite posicionarse en su mercado.

no es sólo un logotipo es la expresión visual de la personalidad de una organización.

ÍCONO Imagen, signo o gráfico en el que hay una relación con la imagen que representa.

Símbolo gráfico que aparece en la pantalla de un ordenador con el fin de representar ya sea una determinada acción a realizar por el usuario (ejecutar un programa, leer una información, imprimir un texto, un documento, un dispositivo, un estado del sistema, etc.).

LOGO Forma grafica conformada por letras y / o imágenes que representan una empresa, un producto, un servicio, una marca, una persona, una cosa o una idea.

TIPOGRAFÍA (Matriz: El clisé)

Nació a mediados del siglo XV y fue superada por la impresión Off Set en el siglo XX. La tipografía utiliza una superficie metálica o Plástica de impresión y una tinta densa. La superficie de impresión se crea al ensamblar letras y palabras por diferentes tecnologías como el estereotipo, electrotipo y planchas de foto polímeros.

La tipografía complementa a la litografía con acabados especiales.

TARGET Es la población a la cual voy a dirigir la campaña, por ser estos quienes consumirán el producto o el servicio

VALLA Publicidad en lugares públicos.

Pixel Elemento más pequeño de una pantalla de video al que se le puede asignar un color luminosidad y brillo determinados.

RESOLUCIÓN La apariencia de una imagen digitalizada también depende de la resolución. La resolución es el número de pixeles por unidad lineal, medida en dpi (puntos por pulgada). Por ejemplo, un fax maneja una resolución de 200 dpi en dirección horizontal y 100 dpi en dirección vertical. Otro ejemplo son las impresoras láser, que en su versión original manejaban 300 dpi en ambas direcciones. En la digitalización de imágenes la decisión de los dpi regularmente se rige

por consideraciones prácticas. Mientras más grande es el número de dpi, mayor información tendrá un archivo y el detalle de la imagen será más fino.

MEDIOS IMPRESOS Publicaciones informativas al interior de las empresas.

Material de comunicación con los proveedores y distribuidores.

Manuales de imagen corporativa.

Señalética en las instalaciones. Vehículos. Fachadas. Stand de exposiciones. Informes anuales de empresas.

MERCHANDISING Decoración, ubicación e interactividad en el punto de venta por medio de sonidos, luces, olores, diseños, organización. etc.

DPI (DOTS PER INCH-PUNTOS POR PULGADA)

Es la medida de la resolución del tramado de una imagen o de una página impresa. Se expresa con ppp. Espacios por pulgada, epp(spots per inch-spp) es un término más adecuado.