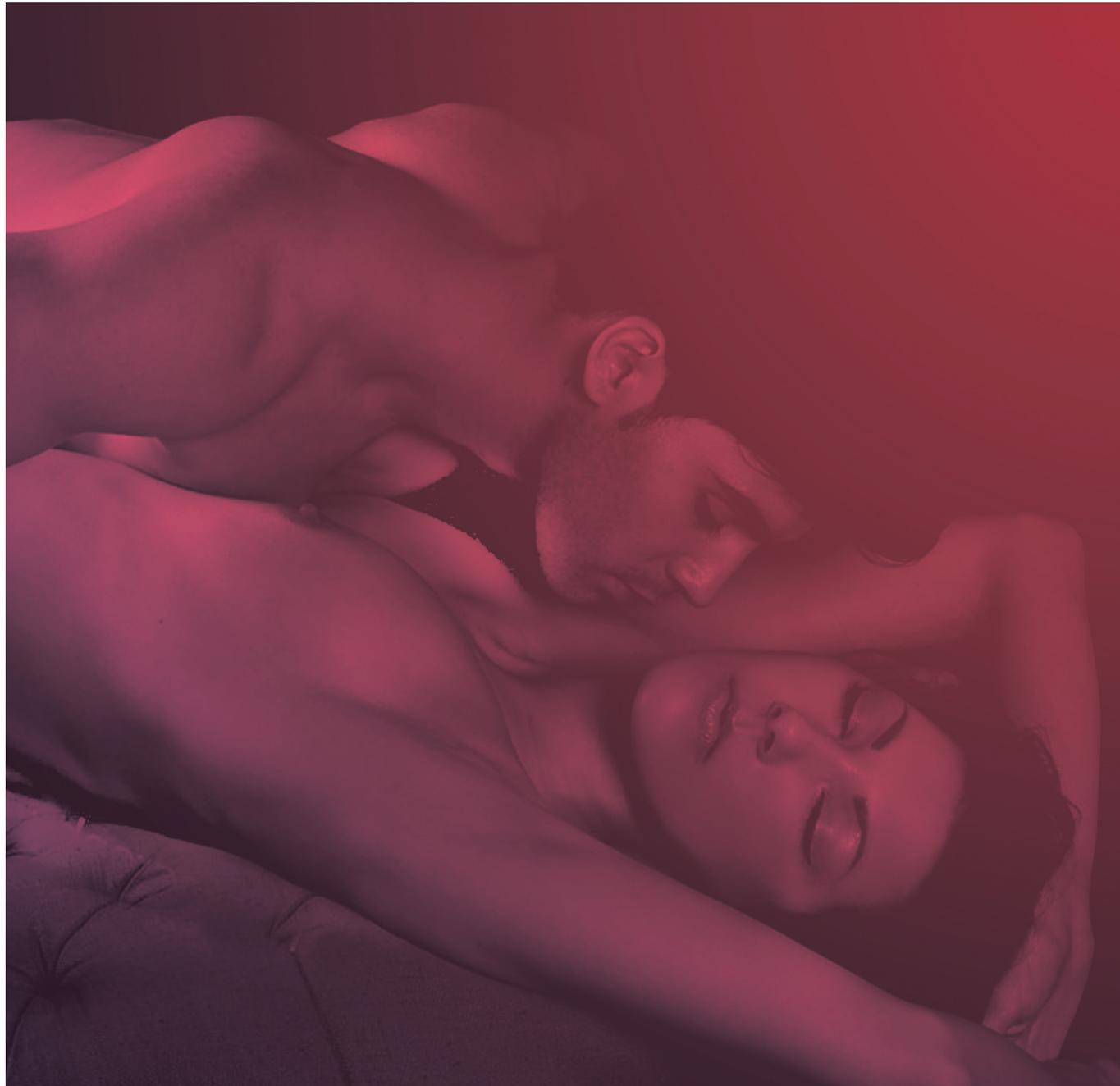




DESIRE



BRAND
BOOK



ENERO 2024

INTRODUCCIÓN

Este documento se ha desarrollado en el marco de las acciones de crecimiento y expansión de Original Group para la marca Desire. Su principal objetivo es crear y definir su identidad corporativa, garantizar que los elementos gráficos que conforman la imagen visual sean empleados de forma correcta y coherente en todas sus aplicaciones. Esto con el fin de proyectar una nueva versión de esta marca y mejorar el posicionamiento en la categoría.

La identidad corporativa es la expresión de la personalidad de una marca, la define visualmente y la diferencia de las demás. A través de ella la empresa logra transmitir su esencia, carácter y valores más relevantes.

La identidad corporativa es un factor fundamental para construir posicionamiento y experiencia de marca. Si la identidad es atractiva, está bien definida, es fácil de comprender, expresa la

credibilidad y confianza y transmite claramente la ventaja competitiva, entonces logrará colocarse en la mente de su consumidor y en consecuencia el posicionamiento será sólido y duradero.

Las pautas que se presentan en este manual, nos indican cómo utilizar y combinar los distintos elementos para mantener la coherencia visual, la reglamentación de criterios, la normalización de su uso y la diferenciación competitiva de la marca en cualquier parte del mundo. Esta es una herramienta que ayuda a entender la idea, los valores y la personalidad de Desire, por eso es sumamente importante leer a detalle el contenido para poder utilizarlo para los distintos fines de comunicación que se generen en beneficio de la marca.

Con tu colaboración, este manual será una base sólida para que la identidad de Desire mantenga la fuerza y no se diluya con el paso del tiempo.

CONTENIDO

01. LA MARCA DESIRE

- 1.1 Nuestra historia
- 1.2 Posicionamiento de marca
- 1.3 Valores
- 1.4 Nuestro target y sus necesidades

02. NUESTRA PERSONALIDAD

- 2.1 Tono de voz
- 2.2 Madame Desire
- 2.3 Palabras que describen a Desire – Cualidades de la marca
- 2.4 Redacción y vocabulario

03. LENGUAJE VISUAL

- 3.1 Estrategia creativa
- 3.2 Paleta de colores
- 3.3 Tipografía
- 3.4 Logotipo
 - 3.4.1 Variaciones del logo
- 3.5 Proporciones y reducciones
- 3.6 Slogan
- 3.7 Arquitectura de la marca
- 3.8 Uso del logotipo con el resto de las marcas del grupo
- 3.9 Patrones y elementos gráficos
 - 3.9.1 Usos incorrectos del logo
 - 3.9.2 Estilo fotográfico
 - 3.9.2.1 Instalaciones
 - 3.9.2.2 Lifestyle

04. APLICACIONES

- 4.1 Lineamientos gráficos
- 4.2 Medios Impresos
 - 4.2.1 Papelería
 - 4.2.2 Operación Interna

4.3 Publicidad

- 4.3.1 Elementos gráficos
- 4.3.2 Recomendación de lenguaje publicitario

4.4 Medios electrónicos

- 4.4.1 Firmas electrónicas
- 4.4.2 Página Web
- 4.4.3 Redes Sociales
- 4.4.4 Banners
- 4.4.5 Newsletter/ Correo directo

4.5 Promocionales

- 4.5.1 Plumas
- 4.5.2 Tazas (enviadas)
- 4.5.3 Gorras (enviadas)
- 4.5.4 Playeras
- 4.5.5 Otras aplicaciones

4.6 Señalética

- 4.6.1 Habitaciones
- 4.6.2 Centros de Consumo
- 4.6.3 Áreas Generales
- 4.7 Uniformes

05. SUBMARCA DESIRE MANSION

- 5.1 Logotipo
- 5.2 Proporciones y reducciones
- 5.3 Patrones y elementos gráficos
- 5.4 Usos incorrectos del logo

06. APLICACIONES DESIRE MANSION

07. DIRECTORIO DE CONTACTO

08. GLOSARIO

01

L A M A R C A
D E S I R E

NUESTRA HISTORIA

Original Group es una firma mexicana fundada en 1974, con actividad comercial en el sector hotelero, la industria de cruceros, clubes vacacionales y bienes raíces.

El concepto Desire surge de la necesidad de crear experiencias para parejas que buscan la oportunidad de renovar la llama de su relación, en una atmósfera cargada de sensualidad y erotismo en destinos paradisíacos, es un concepto fortalecido por un servicio exclusivo, discreto y original.

Nuestros resorts todo-incluido, ubicados en la Riviera Maya, son exclusivos para parejas heterosexuales, mayores de 21 años, que están buscando un ambiente sensual y exclusivo, de ropa opcional, libre y respetuoso de su estilo de vida.

El entorno y las instalaciones, sumadas a opciones de entretenimiento para adultos, provocativas noches tema y talleres exclusivos, hacen de Desire una opción única y original.

El éxito de propuesta, la consolida como la opción líder en la industria hotelera para adultos a nivel internacional.

En 2016, Desire renueva su imagen, con el objetivo para llegar a un mercado entre 35 y 45 años, con mayor potencial de compra.

En 2017, Desire ofrece su primer crucero saliendo de Venecia, Italia, incursionando en esta industria.

POSICIONAMIENTO DE MARCA

El posicionamiento de marca se refiere al lugar que ocupa una marca y todas sus asociaciones (características, atributos, personalidad, defectos) en la mente de una persona de manera distintiva frente a sus competidores directos e indirectos.

El posicionamiento de marca potencia la conexión emocional entre una marca y la de su consumidor, y es lo que impulsa su elección a través de las comparaciones con otras marcas.

Con el objetivo de lograr un posicionamiento en la categoría de turismo para adultos, Desire explota **el aspecto erótico desde la elegancia**. Utiliza una identidad que le permite proyectar una personalidad sensual y atrevida, sin dejar de ser exclusiva y con buen gusto.

Cuidando cada interacción entre la marca y sus clientes, Desire se asegura de crear un ambiente que incite a una experiencia sensual, exclusiva y discreta más allá de sus expectativas.

VALORES

ERÓTICO

Sensual, seductor, open mind, atrevido, vibrante, pícaro.

ORIGINAL

Innovador, creativo.

SOCIABLE

Es amigable, seguro de sí mismo y respetuoso de todos los estilos de vida.

DISCRETO

Protege en extremo la privacidad.

EXCLUSIVO

Solo para gente con un estilo de vida libre y abierto.

EXITOSO

Es reconocido como líder en su categoría.

NUESTRO TARGET Y SUS NECESIDADES

Datos demográficos

Parejas provenientes de Estados Unidos, Europa, Canadá, Sudamérica y México
Nivel socioeconómico medio alto y alto
Mayores de 21 años, en un rango ideal de 35 a 50 años (sin ser limitativo)
Ingreso promedio anual: \$120,000-190,000 dólares.

Nuestro mercado es principalmente gente de mentalidad abierta, que disfruta su sexualidad, con gustos refinados, sin tabús, que aman la playa y la naturaleza, y que esperan alta calidad en el servicio de alimentos y bebidas.

Tenemos tres tipos de clientes:

Swingers
Nudistas
Vainillas y primerizos

02

NUESTRA
PERSONALIDAD

TONO DE VOZ

La marca debe comunicar erotismo, procurando la elegancia y sofisticación y evitando el uso de palabras vulgares.

Desire puede proyectar creatividad, a través del uso de juegos de palabras y dobles sentidos, procurando que estos sean inteligentes y de buen gusto.

Desire debe proyectar una mentalidad abierta, cálida, amigable y respetuosa a diferentes estilos de vida, a fin de establecer una relación de confianza; especialmente en la comunicación directa con los huéspedes.

Recomendaciones para la redacción comercial:

- Hablar directamente al cliente con un tono íntimo y de complicidad.
- Emplear verbos en infinitivo, indicando acciones a seguir, de una manera dominante y seductora.
- Emplear textos descriptivos, procurando mencionar sensaciones físicas y emocionales.
- Procurar el uso de adjetivos específicos que ayuden a crear el ambiente deseado.
- Apoyarse en el dramatismo y la exageración.

Texto de referencia:

Instinto Animal

Toma de la mano a tu pareja y guíala fuera de la guarida, en un escape para liberar sus instintos y satisfacer sus deseos: los más salvajes, los más fieros, los más primitivos. El animal que llevas dentro puede ser la inspiración ideal para tu vestuario: un león, un tigre, un leopardo. O tal vez, quieres ser tú quien atrape al animal. Presa o cazador, deja que esta noche de jungla los devore con su feroz seducción.

Referencias:

Vladimir Nabokov, Mircea Eliade, Tzu Yeh, John McGahern.

PERSONALIDAD DE MARCA

MADAME DESIRE, ANFITRIONA

AL EROTISMO



Madame Desire es una mujer sensual en sus 40's, de mente abierta, apasionada, segura de sí misma y conocedora de su sexualidad que conduce a otras personas hacia la exploración y disfrute del erotismo **[erótica]**.

Es creativa e innovadora, tanto en su forma de vestirse y presentarse, como en las actividades que conduce **[original]**.

Su mentalidad abierta, le ayuda a relacionarse, a ser respetuosa y amigable con diferentes personas y estilos de vida. Su carisma ayuda a que sus clientes se sientan cómodos y en confianza **[sociable]**.

Su estilo atrae a personas de alto nivel, preocupadas por su privacidad, por lo que ella se conduce con toda discreción y propiedad **[discreta]**.

Se maneja en un entorno exclusivo, de alto nivel, enfocado al lifestyle **[exclusiva]**.

Es una persona que se ha ganado reconocimiento, con mucho éxito en su ámbito **[exitosa]**.

CUALIDADES DE LA MARCA

Palabras clave que contribuyen a entender y posicionar la marca.

Sólo Adultos • Sólo Parejas • Ropa Opcional • Ambiente Exclusivo • Todo Incluido

ESTIMULANTE

PASIÓN

ÉXTASIS

EXCLUSIVO

INTIMIDAD

FANTASÍA

SEDUCIR

SENSUAL

PAREJA

NUEVOS ENCUENTROS

COMPLACER

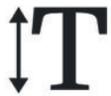
EXQUISITO

ERÓTICO

03

LENGUAJE
VISUAL

ESTRATEGIA CREATIVA



Logotipo
(tipográfico)

+



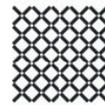
Ícono

+



Elementos

+



Patrones

La propuesta gráfica para Desire concluye el trabajo estratégico de comunicación. Los elementos gráficos, tipográficos, cromáticos y visuales utilizados en la identidad conectan de manera puntual y certera una propuesta visual atractiva con los valores de la marca.

La identidad, por sí sola, es capaz de transmitir el carácter sensual y exclusivo de Desire.

LOGOTIPO

Desjine

ISOTIPO



ISOTIPO

	Amor Pasión Deseo Romanticismo	
	Libertad Independencia Viaje Armonía	
	Pareja Complicidad Confianza Afinidad	
	Yoni Energía Origen Sensualidad Feminidad	
	Atrevimiento Poder Fuerza Sexualidad Masculinidad	

El isotipo fue creado para diferenciar a la marca y hacerla más reconocible. Está inspirado por varios símbolos relacionados con pasión, deseo, pareja, sensualidad y sexualidad.

MARCA CORPORATIVA



Se presenta la marca completa, en sus dos versiones. La marca está compuesta por el logotipo, el isotipo y el slogan.

Se emplea para uso externo, para fines de promoción general de la marca, ya sea en la comunicación de resorts, cruceros o ambas.

La marca corporativa, también es de uso interno en instalaciones. Esto permite evitar los usos obvios y darle mayor fuerza y legibilidad a la marca.



MARCA SOMBRILLA

Desire

RESORTS

Desire | RESORTS

Para comunicaciones exclusivas de los resorts, se puede emplear esta aplicación descriptiva, que cuenta con versión vertical y versión horizontal.

PALETA DE COLORES

PANTONE 7407 C



CMYK	RGB	HEX
6 36 79 12	203 160 82	CBA052

PANTONE BLACK C



CMYK	RGB	HEX
63 62 59 94	00 00 00	000000

PANTONE PINK C



CMYK	RGB	HEX
18 87 0 0	214 37 152	D62598

BLANCO



CMYK	RGB	HEX
0 0 0 0	FF FF FF	FFFFFF

Los colores corporativos contribuyen a la efectiva comunicación de la marca. Deberán ser aplicados sin variaciones y nunca ser sustituidos.

PANTONE: Impresión de tinta directa.

CMYK: Valores para impresión correspondientes a las tintas directas. (El resultado obtenido no garantiza la misma calidad y/o fidelidad que las tintas PANTONE).

RGB: Valores para el uso de los colores corporativos a través de medios digitales.

HEX: Valores compatibles con web.

Con la finalidad de que la marca se acerque a un mercado más joven, se propuso añadir a su gama cromática el color Pink C. El uso de este color es exclusivo para acentos gráficos específicos donde la marca necesite destacar de su contexto inmediato. Es decir, que hagan resaltar la propuesta visual a través de materiales como cordones, ligas, barras, luces, etc.

El uso de esta herramienta, debe de ser supervisada por los asesores de identidad, esto con el fin de no desvirtuar la identidad original que está ejecutada para un mercado meta específico.

EJERCICIOS DE COLOR



Alternativas oficiales para el uso de la marca, tanto empleando los colores corporativos, como su función a una tinta.

TIPOGRAFÍA

Aa Bb Cc

Avenir Next Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Avenir Next Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AVENIR NEXT MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Aa Bb Cc

Dry Brush

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AVENIR NEXT BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AVENIR NEXT BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

AVENIR NEXT HEAVY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Aa Bb Cc

Sign Painter

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

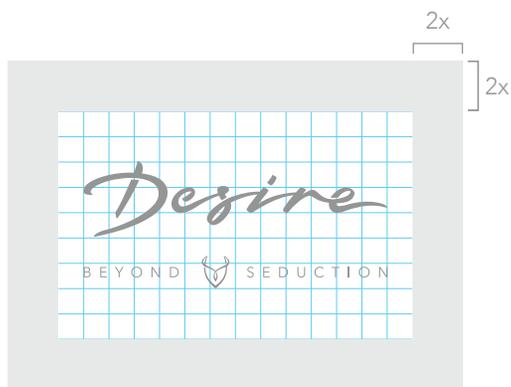
Para la correcta reproducción de los valores gráficos de la marca, se propone la utilización de tres familias tipográficas: Avenir Next, Dry Brush y Sign Painter.

La primera se eligió por su sencillez, limpieza y sentido atemporal. Con el fin de que siempre sea fina y legible la escritura de la marca.

La segunda, logra conectar con su mercado a través de un carácter personal, atrevido y humano. Fue elegida con la intención de comunicar una marca empática, casual y divertida. El uso de esta familia se concentra en comunicación de impacto, es decir, únicamente títulos publicitarios, headers visuales o promocionales.

La tercera será utilizada sólo en artículos promocionales, para agregar un toque más sentimental.

PROPORCIONES Y REDUCCIONES



x equivale a la altura de la letra "r", mientras que 2x es igual a la altura del isotipo.

Para la reproducción de la marca se debe disponer de los originales digitalizados, de lo contrario se recomienda utilizar la retícula básica para reproducir la imagen sin correr riesgo de distorsionarla. El área autónoma (zona en gris) es el mínimo de proximidad con respecto a un objeto de la marca.

Reproducción mínima

Con el fin de asegurar la buena calidad de reproducción, se debe respetar el tamaño mínimo establecido para color y monocromáticos.

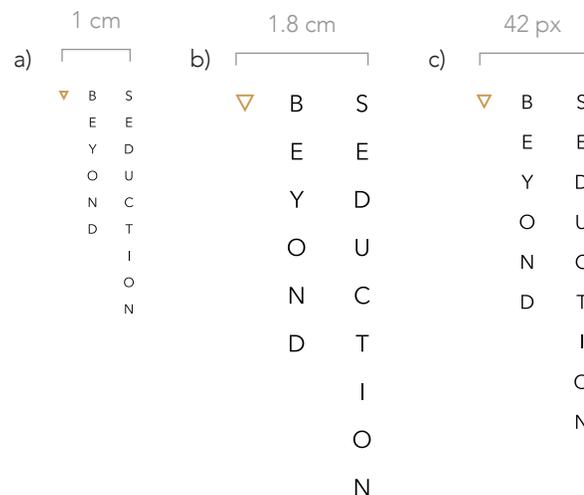
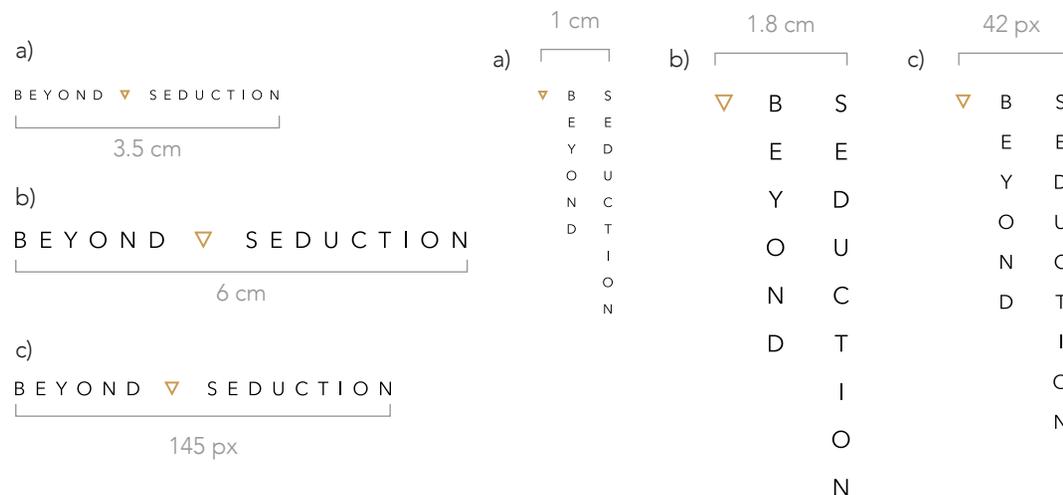
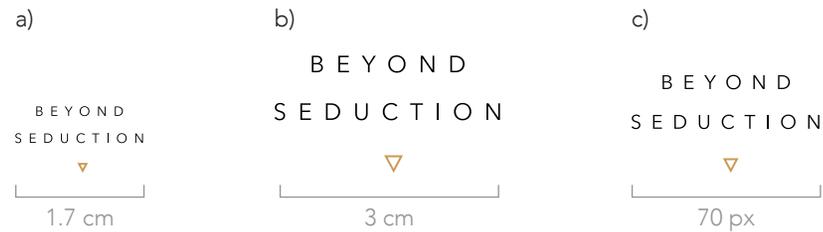
a) Técnicas finas de reproducción

b) Bordados

c) Uso en web

a)	 3.5 cm	 2 cm	 0.5 cm
b)	 6 cm	 3 cm	 0.7 cm
c)	 190 px	 90 px	 17 px

SLOGAN



“Beyond seduction” es un slogan que proyecta la idea de una experiencia sensual e inolvidable, por encima de lo esperado. Describe, a su vez, el valor erótico de los cruceros y resorts.

Para el uso gráfico del slogan, se recomienda utilizar la tipografía principal (Avenir Next) en su versión Light en mayúsculas, esto le otorga un sentido estético fino y elegante. Adicionalmente, el uso de un elemento distintivo como el triángulo con Pantone 7407 C, crea una composición que posiciona e invita a la lectura del mismo.

A continuación se presenta el slogan de marca en las composiciones gráficas que son las recomendadas para su presentación y correcto uso.

Reproducción mínima

Con el fin de asegurar la buena calidad de reproducción, se debe respetar el tamaño mínimo establecido para color y monocromáticos.

a) Técnicas finas de reproducción.

b) Bordados

c) Uso en web

NOMENCLATURA DE MARCA

Para su correcta aplicación, en el caso de la creación de nuevos resorts o nuevas unidades de negocio, las marcas Desire se emplean de la siguiente forma:

Marca corporativa: sin nominativo.

Submarcas:

Riviera Maya Resort

ubicación

+

nominativo

Venice Cruise

ubicación / punto de partida

+

nominativo

*

Paris

Night
club

ubicación

+

nominativo

El uso de las submarcas es de carácter indicativo, es decir, se emplearán únicamente cuando sea necesario señalar algo específico de una unidad de negocio (resort o crucero), ya sea para dar una referencia de ubicación, señalización, pertenencia o diferenciar a uno del otro.

Ejemplos:

Letrero de fachada

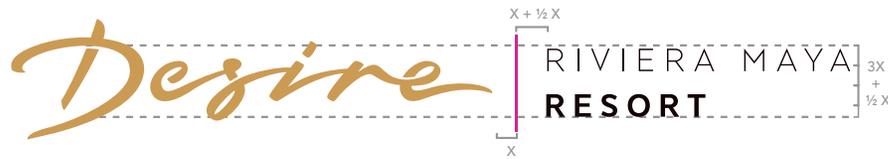
Señalización urbana

Identificación de personal

Papelería de uso exclusivo

* En el caso de los cruceros, la ubicación se refiere al punto de partida.

NOMENCLATURA DE MARCA



x equivale al ancho de la letra "M".



Lineamientos gráficos para submarcas

Fondo blanco, se emplea línea dorada. Fondo negro, línea en Pantone Pink C.

Acomodo horizontal: pensado para aplicaciones web.

Acomodo compacto: para reproducciones con más espacio.

Ubicación (Riviera Maya): Skola Sans Light / Tracking 300

Nominativo (Resort): Skola Sans Bold / Tracking 300

USO DEL IMAGOTIPO CON EL RESTO DE LAS MARCAS DEL GRUPO



Se establecen dos versiones, cada una con opción vertical y horizontal:

a) Imagotipo: Esta versión podrá ser utilizada cuando la marca sea lo suficientemente grande, de tal manera que ninguno de sus elementos pierda legibilidad, ya sea a distancia o por opciones de reproducción.

b) Logotipo: Esta versión se reserva para aplicaciones de tamaño reducido y opciones de reproducción con menor calidad en el detalle.

Cuando sea necesario incluir otras marcas de Original Group dentro de la comunicación de Desire, esta marca deberá tener la mayor jerarquía, colocándose en primera posición y dándole prioridad a través del uso del color. Las demás marcas se utilizarán en sus versiones en escala de grises.

USOS INCORRECTOS

01



02



03



04



05



06



07



08



09



01. No alterar la composición original de la marca.

02. No aumentar ni reducir individualmente el tamaño de ninguno de los elementos de la marca.

03. No agregar contornos.

04. No utilizar degradados.

05. No rotar.

06. No utilizar colores diferentes a los oficiales.

07. No deformar la marca.

08. No agregar ninguna clase de efectos.

09. No alterar de ninguna forma, la composición establecida para la arquitectura de la marca.

PATRONES Y ELEMENTOS GRÁFICOS

PANTONE 7407 C

Patrón 75 %
Fondo: 100 %

PANTONE 7407 C

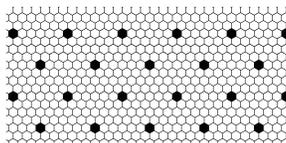
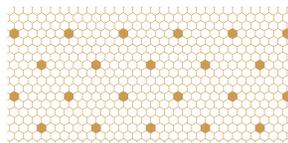
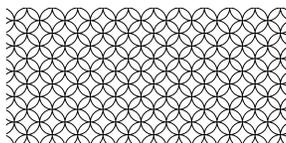
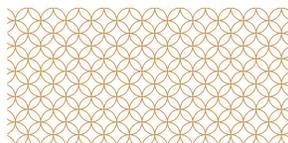
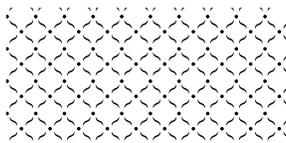
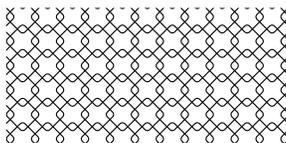
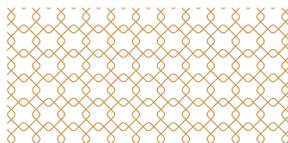
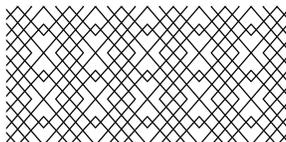
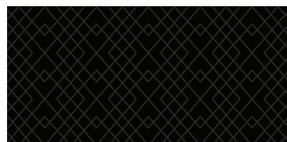
Patrón 75 %
Fondo: 0 %

PANTONE BLACK C

Patrón 80 %
Fondo: 100 %

PANTONE BLACK C

Patrón 100%
Fondo: 0 %



Para reforzar la sensualidad en la propuesta gráfica de la marca, se proponen una serie de seis patrones gráficos que hacen referencia a la lencería femenina. Adicionalmente se utilizan formas que comuniquen elegancia, distinción y exclusividad.

Se recomienda utilizar exclusivamente este criterio para la selección de dichos patrones. No deberán utilizarse gráficos que no comuniquen estos valores.

Los patrones se aplican en impresos en barniz de registro, cuando sea necesario proyectar elegancia y exclusividad, especialmente en elementos de identidad que se empleen fuera de las instalaciones y lleguen a manos de clientes y aliados estratégicos. Por ejemplo: tarjetas de ejecutivos de alto rango y bolsas de shopping.

DISTINTIVO AMBIENTAL



Desire
RIVIERA MAYA
RESORT

BEYOND
SEDUCTION

DEAR GUEST,
EVERYDAY TONS OF DETERGENT, MILLIONS OF
GALLONS OF WATER AND A GREAT AMOUNT OF
ENERGY ARE USED TO WASH TOWELS.

HELPS US SAVE OUR PLANET,

A TOWEL ON THE RACK MEANS:
"I WILL USE IT AGAIN"

A TOWEL ON THE FLOOR MEANS:
"PLEASE EXCHANGE"



**WATCH YOUR PRESENT,
SAVE YOUR FUTURE.**



Programa ambiental

Este sello está destinado a acompañar a todos los materiales de naturaleza ecológica dentro del hotel (señalización, avisos, comunicados, etc), siendo el único elemento autorizado para esa finalidad.

Convive con la imagen de Desire, respetando los lineamientos previamente definidos en el manual; el distintivo implementa el uso del PANTONE 7407 C (dorado) en combinación con el PANTONE 152-15 C (verde) que puede ser usado en los títulos y detalles gráficos de las piezas pertenecientes al programa.

PATRONES Y ELEMENTOS GRÁFICOS EN FOTOGRAFÍAS



Con el objetivo de perpetuar el estilo sensual y atractivo, se propone la conjugación de los patrones y gráficos en sinergia con las fotografías.

Para el correcto uso de ambos elementos, se recomienda que la imagen se muestre de forma clara y que el gráfico o patrón ayude a enfatizar la propuesta erótica o sensual.

No se deberá cubrir en su totalidad la fotografía. Los gráficos o patrones deberán estar colocados en el área de la imagen que no contenga información visual importante y no comprometa su comprensión.

Este manejo de recurso visual se deberá usar en diseños corporativos atemporales de la marca, como pueden ser carpetas.

Ejemplos:

a) En color negro y ocupando no más del 50% de la superficie de la imagen.

b) En una pleca que divida la imagen del patrón gráfico, con un efecto sutil de sombra sobre la pleca.



ESTILO FOTOGRÁFICO



Noches tema, calendario de eventos, alimentos, bebidas, playa, instalaciones y personas en instalaciones

Fotos de alimentos y bebidas: procurar centrar la iluminación y el enfoque en un elemento a destacar, a fin de resaltar brillos, colores y texturas. Apoyarse en elementos que ayuden a vestir la imagen.

Fotos de instalaciones, alimentos, bebida y playa: tratar de mantener un estándar en uso de filtros y saturación, procurando un tratamiento vivo y cálido.

Fotos arquitectónicas: procurar la plena luz del día, comunicando vida y calor. Tratar de evitar amaneceres y atardeceres, ya que estos pueden comunicar nostalgia. Si no se emplean personas, procurar el uso de elementos coloridos que generen contraste o elementos que generen dinamismo. La ambientación, el vestuario y el uso de props deben proyectar exclusividad.

Fotos de personas en instalaciones: procurar el uso de expresiones acordes al uso o actividad.

Fotos de parejas: procurar el uso de colores cálidos con altos contrastes y poses que comuniquen tensión sexual. Se recomienda emplear modelos caucásicos entre 35 y 45 años, de compleción media.

Procurar el uso de parejas: hombres vestidos de manera casual/elegante (evitando torsos desnudos) y mujeres con actitud y prendas sensuales.





Fotos en campañas conceptuales: de ser necesario, recurrir a las composiciones en donde la fotografía de la pareja que está ilustrando el concepto de la campaña se integre de manera natural al fondo.

Procurar el uso de parejas: de acuerdo al propósito y mercado al que se encuentre dirigida la campaña, se permite usar fotografías de pareja en situaciones sentimentales y pasionales. Al usar fotografías con torsos desnudos, hay que procurar que la imagen no luzca vulgar. Asimismo, se debe cuidar que la iluminación sea modulada; no se deben usar fotografías con luz blanca poco natural.



ESTILO FOTOGRAFICO



Lifestyle

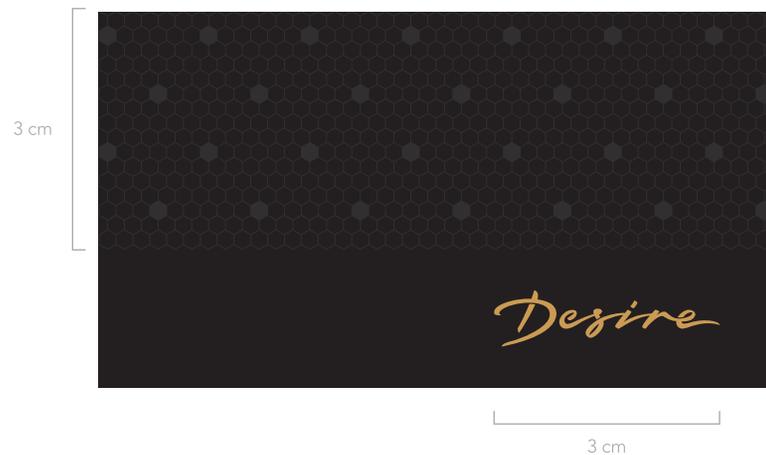
Fotografías en blanco y negro, con filtro rosa y morado, tanto individuales, como de pareja. Procurar un carácter sensual, provocativo y sugestivo. Evitar el uso de elementos vulgares y posiciones prosaicas. Fondos oscuros y alto contraste. En medios en donde convivan con fotografías de noches tema, calendario de eventos, alimentos, bebidas, playa, instalaciones y personas en instalaciones, se recomienda alternarlas en proporción 1/3, siendo 1 las de Lifestyle.

La creación del filtro fotográfico, se hace a partir de una fotografía en blanco y negro aplicada con el modo de fusión "superponer" sobre un degradado que va del color #CB4047 al #3B273F en un ángulo de 45°.



MEDIOS IMPRESOS

PAPELERÍA



Tarjetas de presentación directivas

Slogan: Avenir Next Regular, 5 pt. / Tracking de 280 / Interlineado de 6 pt.

Nombre: Avenir Next bold, 7 pt. / Interlineado, 9 pt.

Cargo desempeñado: Avenir Next regular, 6 pt. / Interlineado de 9 pt.

Información de contacto: Avenir Next regular, 6 pt. / Interlineado de 9 pt.

Sitio web: Avenir Next bold, 6 pt. / Interlineado, 9 pt.

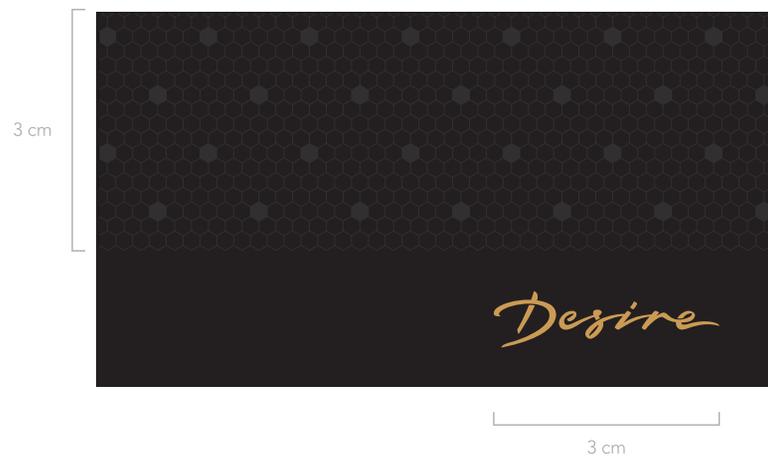
La composición gráfica deberá ser siempre la misma. Solamente pueden utilizarse los patrones gráficos presentados en este manual.

Nota

El patrón gráfico deberá imprimirse en barniz de registro.

MEDIOS IMPRESOS

PAPELERÍA



Tarjetas de presentación de personal

Slogan: Avenir Next Regular, 5 pt. / Tracking de 280 / Interlineado de 6 pt.

Nombre: Avenir Next bold, 7 pt. / Interlineado, 9 pt.

Cargo desempeñado: Avenir Next regular, 6 pt. / Interlineado de 9 pt.

Información de contacto: Avenir Next regular, 6 pt. / Interlineado de 9 pt.

Sitio web: Avenir Next bold, 6 pt. / Interlineado, 9 pt.

La composición gráfica deberá ser siempre la misma. Solamente pueden utilizarse los patrones gráficos presentados en este manual.

MEDIOS IMPRESOS

PAPELERÍA



Hoja membretada

Las hojas membretadas, deberán usarse unicamente en documentos con suficiente relevancia.

Tamaño: Carta

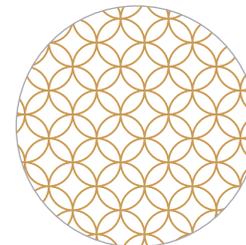
Slogan: Avenir Next Regular, mayúsculas, 5 pt. / Tracking de 280 / Interlineado de 6 pt.

Información de contacto: Avenir Next regular, 6 pt. / Interlineado de 9 pt.

Sitio web: Avenir Next bold, 6 pt. / Interlineado, 9 pt.

Cuerpo de texto: Avenir Next regular, 8 pt. / Interlineado, 13 pt.

La composición gráfica deberá ser siempre la misma.



Nota

La parte posterior de la hoja, podrá usar cualquiera de los patrones gráficos presentados en este manual, siempre en color PANTONE 7407 C

MEDIOS IMPRESOS

PAPELERÍA

7 cm

Desire | RESERVA HAVA
RESORT

FOLD NO. _____

REGISTRATION CARD | TARJETA DE REGISTRO

REGISTRATION CARD

REPEATER (REPETITIVO) YES NO

NAME

BRACELET NO. | BRAZALETE NO.

OBSERVACIONES:

CHECK-IN FROM | A PARTIR DE 3:00 p.m. **CHECK-OUT UP TO | HASTA 11 a.m.**

* The hotel has free rooms at 11:00 a.m. However, guests will have a grace period of 60 minutes. The late check-out fee is \$1,000 MXN per hour.
* El hotel tiene para que la habitación en las 11:00 a.m. Sin embargo, el huésped contará con un periodo de tolerancia de 60 minutos. La tarifa de late check-out es de \$1,000 MXN por hora.

Check-in time | Hora de llegada _____

Signature | Firma _____

LIABILITY DISCLAIMER

THE HOTEL is not responsible for valuables not deposited in the safety deposit box located in your suite. We recognize that you want to participate in all services and facilities offered by DESIRE, within the All Inclusive program, such as water sports and other services, also through this channel, and in the case of accident, damage to third parties, and/or in the case of death, you shall know the DESIRE HOTEL and any of its affiliated companies, servants, agents, and employees from all liability. It is understood that you cannot use recreational equipment under the influence of alcohol or narcotics. If the property or any furniture or equipment is damaged due to misuse or negligence, you will be obliged to pay such damages, accepting the charge in your account. The hotel has accident insurance for events caused by a malfunction or breakdown of the facilities; however, accidents caused under the condition of having consumed drugs or drinking alcohol are not covered by the hotel for any responsibility and deactivate the respective insurance. The concept of the hotel is defining optional, except in restaurants and lobby.

DESLINDE DE RESPONSABILIDADES

El hotel no es responsable por los valores no depositados en las cajas de seguridad. Reconocemos que deseamos, por cuenta propia, participar en todos los servicios y facilidades que ofrece DESIRE dentro de su programa todo incluido, tales como deportes acuáticos y otros servicios. Asimismo, por este conducto y para el caso de cualquier accidente, daños a terceros o muerte, usted conoce al DESIRE HOTEL y a sus compañías afiliadas, servidores, agentes y empleados, de todas las responsabilidades. Se entiende que no podrá utilizar el equipo recreativo bajo la influencia del alcohol o de algún sustancia. En caso de que se dañe el inmueble o cualquier mobiliario o equipo por uso indebido o malentendido, usted deberá obligarse a pagar dichos daños, aceptando el cargo en su respectiva cuenta. El hotel cuenta con un seguro de accidentes ante eventos ocasionados o provocados por algún mal funcionamiento o avería de las instalaciones, sin embargo, los accidentes causados bajo la condición de haber consumido sustancias o alcohol no están dentro de la cobertura de este seguro. El concepto del hotel es de nudo responsabilidad, excepto en restaurantes y lobby.

CHECK-IN SLIP (PASE DE ENTRADA)

ROOM NUMBER | NO. HABITACION _____
NAME | NOMBRE _____
DATE | FECHA _____

CHECK-OUT SLIP (PASE DE SALIDA)

ROOM NUMBER | NO. HABITACION _____
NAME | NOMBRE _____
DATE | FECHA _____

GOLDEN RULES

1. Please respect all guests and hotel employees. In case of aggression or violence the guest will be expelled from the hotel with no right to any refund (including quarantine).
2. Sexual intimacy in public areas is prohibited and will be cause for immediate expulsion from the hotel.
3. "NO means NO". In Desire we require all guests are treated with respect to foster an enjoyable environment.
4. It is strictly forbidden to take photos or videos with cameras, cell phones, iPad, etc. to preserve the privacy of all guests.
5. Proper attire must be worn in restaurants and the lobby area.
6. If you are caught consuming or selling drugs or narcotics, it will be reported to the corresponding authorities, resulting in being expelled from the hotel with no right to a refund.
7. Wearing a knee or sandalis is mandatory at all times to avoid accidents.
8. Access to the jacuzzi, as well as to the playroom, is exclusively for couples.
9. In case of excessive consumption of alcoholic beverages the hotel staff may refuse to supply the guest for their own wellbeing and care.
10. If you are allergic to certain foods, you must indicate this to the restaurant staff before ordering or eating any meal, otherwise, the consumption of foods that could cause any reaction, or the intake of raw food, will be at your own risk.
11. The hotel, including the beach, public areas, rooms and terraces, pools, drinking and dining venues are considered smoke-free spaces. By law, it's forbidden to smoke in those areas. We kindly ask guests to smoke in the designated smoking area located adjacent to our Saki restaurant. In case of smoking in the room, an additional deep-cleaning charge of \$5,000 MXN will apply.

In the case of accident or important events related to my health, the hotel must contact: _____ phone number _____ email _____ city _____

GOLDEN RULES

1. Respetar a los demás huéspedes y a los empleados del hotel. En caso de agresión o violencia será expulsado del hotel sin derecho a reembolso alguno (incluyendo cuarentena).
2. Intimar sexualmente en áreas públicas está prohibido y provocará la expulsión inmediata del hotel.
3. "No significa No". En Desire deseamos que todos los huéspedes sean tratados con respeto para fomentar una atmósfera agradable.
4. Está estrictamente prohibido tomar fotos o videos con cámaras, celulares, tabletas, etc. con el fin de preservar la privacidad de nuestros huéspedes.
5. Se debe vestir apropiadamente en los restaurantes y en el área del lobby.
6. Todo huésped que consuma estupefacientes o narcóticos, será consignado a las autoridades penales y administrativas correspondientes, además de ser expulsado del hotel sin derecho a reembolso.
7. El uso de zapatos o sandalias es obligatorio en todo momento para evitar accidentes.
8. El acceso al jacuzzi, así como al playroom, es exclusivamente en pareja.
9. Ante el abuso o exceso en el consumo de bebidas alcohólicas, el personal del hotel podrá negarle el suministro de las mismas por su propio bienestar o cuidado.
10. Si usted es alérgico a algunos alimentos, está obligado a indicarlo al personal del restaurante antes de ordenar o ingerir sus alimentos. De lo contrario, el consumo de alimentos que pudiera provocar alguna reacción, así como la ingesta de alimentos crudos, serán bajo su propio riesgo.
11. El hotel, incluyendo la playa, áreas públicas, habitaciones y terrazas, piscinas, bares y restaurantes, se consideran espacios libres de humo. Por ley, está prohibido fumar en tales sitios. Pedimos atentamente a los huéspedes que fumen en el área designada para fumadores, ubicada junto al restaurante Saki. En caso de fumar dentro de la habitación, se aplicará un cargo adicional de limpieza profunda de \$5,000 MXN.

En su caso de algún accidente o evento de importancia relacionado con su salud, se deberá contactar a: _____ con número telefónico _____ email _____ en la ciudad _____

AVISO DE PRIVACIDAD

Manifiesto mi conocimiento y aceptar el aviso de privacidad y protección de datos personales, cuyo contenido es visible en el link de internet: <https://www.desire.com.mx/privacidad> y que aplica la empresa proveedora de los servicios hotelero y PROMOTORA HOTELERA ORIGINAL, S.A. DE C.V. cuyo domicilio social es en Calle Sierra, 3M y 102, Lote 1242, Cancún, Q. Roo. Los datos personales podrán ser utilizados para los fines mercadotécnicos, comerciales y promocionales entre las empresas de Grupo Original pertenecientes a la ley antes referida.

Acepto/otorgo _____

PRIVACY POLICY

I have read and accept the privacy and data protection policy, which content is available at: <https://www.desire.com.mx/privacidad> used by "Servicios de Operaciones Hotelero S.A. DE C.V.", located at Calle Sierra, Personal data may be used for marketing, commercial, and promotional purposes among the companies within the Original Group, specified in the notice visible in the aforementioned link.

I've accept _____

BEYOND SELECTION

BEYOND SELECTION

Hoja de registro

Título: Avenir next demi bold, 11 pt / Tracking 25

Datos de registro: Avenir next regular, 6.77 pt / Tracking 0 /

Deslinde de responsabilidades:

Título: Avenir next regular, 7 pt, mayúsculas / Tracking 0 / Interlineado, 8.4 pt

Cuerpo de texto: Avenir next regular, 7 pt, minúsculas / Tracking 0 / Interlineado, 8.4 pt

Derecho de admisión:

Título: Avenir next regular, 8 pt, mayúsculas / Tracking 0 / Interlineado, 9.6 pt

Cuerpo de texto: Avenir next regular, 8 pt, minúsculas / Tracking 0 / Interlineado, 9.6 pt

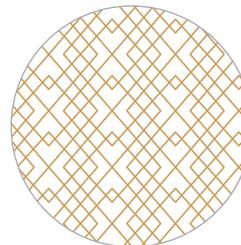
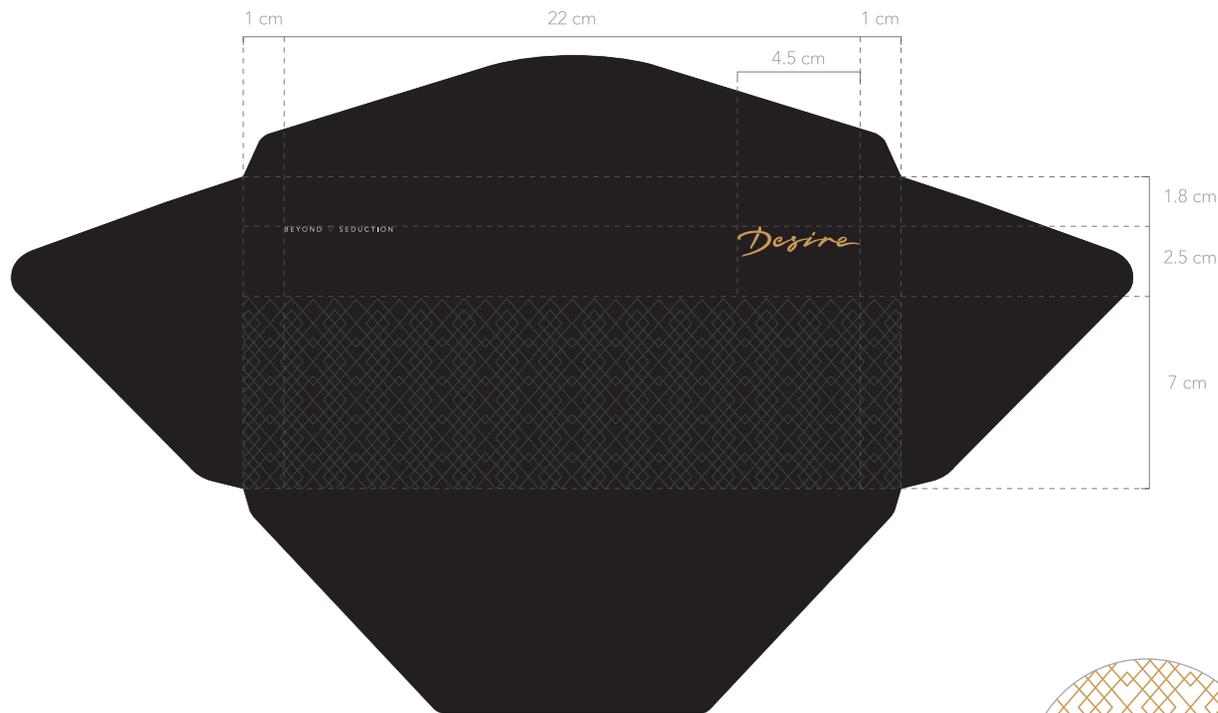
Aviso de privacidad:

Título: Avenir next regular, 7 pt, mayúsculas / Tracking 0 / Interlineado, 8.4 pt

Cuerpo de texto: Avenir next regular, 7 pt, minúsculas / Tracking 0 / Interlineado, 8.4 pt

MEDIOS IMPRESOS

PAPELERÍA



Sobre

Slogan: Avenir Next Regular, mayúsculas, 7 pt. /
Tracking de 280

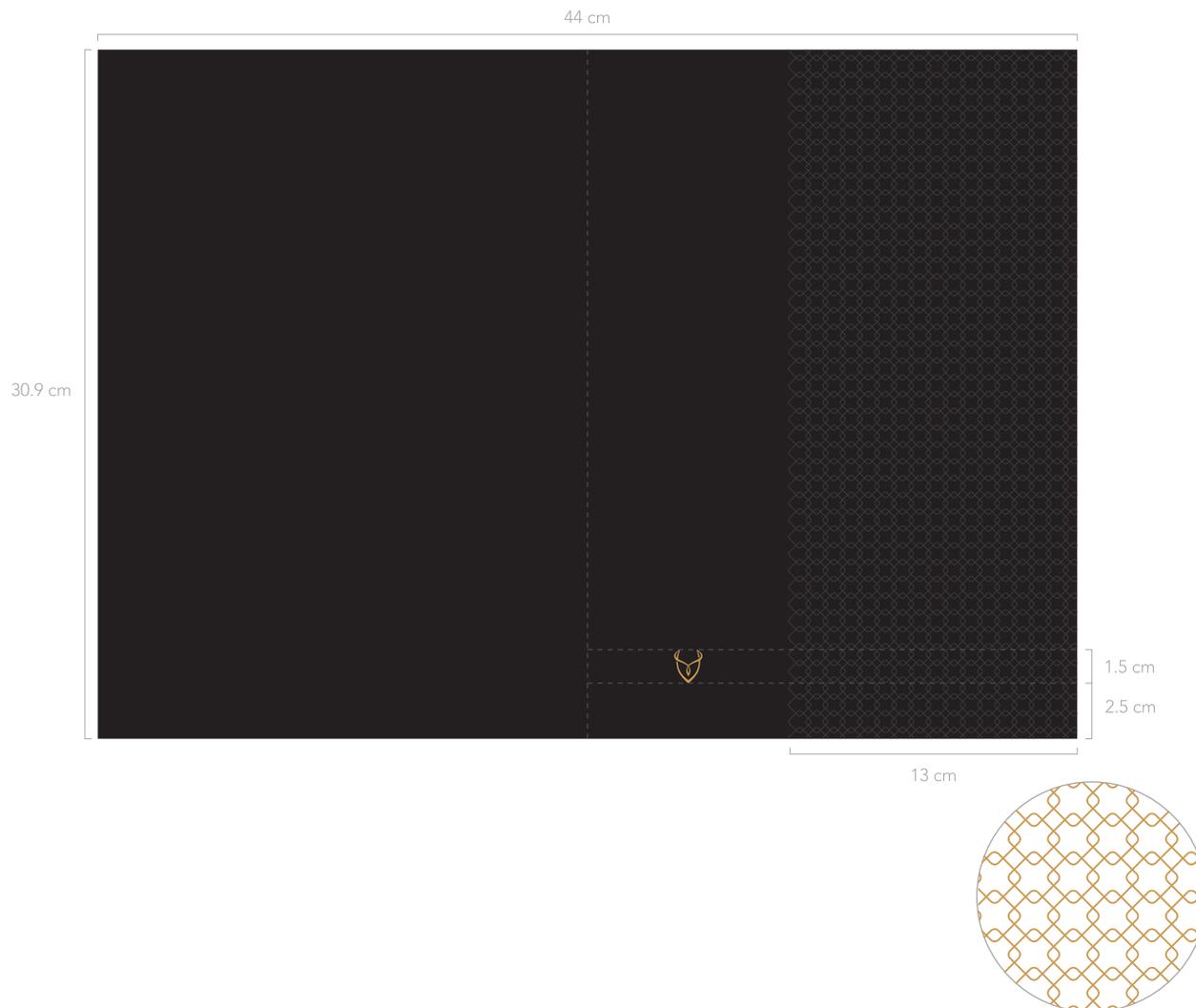
El patrón gráfico deberá imprimirse en barniz de registro. La composición gráfica deberá ser siempre la misma.

Nota

La parte posterior de la hoja, podrá usar cualquiera de los patrones gráficos presentados en este manual, siempre en color PANTONE 7407 C.

MEDIOS IMPRESOS

PAPELERÍA



Folders

El patrón deberá ser impreso en barniz de registro. El interior debe ser negro, y llevarán un cordón de seguridad color magenta. La composición gráfica deberá ser siempre la misma.

Nota

La parte posterior de la hoja, podrá usar cualquiera de los patrones gráficos presentados en este manual, siempre en color PANTONE 7407 C.

MEDIOS IMPRESOS

PAPELERÍA



Bolsas de regalo

Cada cara deberá tener un margen de 2 cm.

Los patrones que se aplican en las bolsas tienen considerados los patrones con barniz de registro. La composición gráfica deberá ser siempre la misma.

Solamente pueden utilizarse los patrones gráficos presentados en este manual.

MEDIOS IMPRESOS

OPERACIÓN INTERNA



Door Hangers

Front

Título: Dry brush mayúsculas, 40 pt / Tracking -40
interlineado de 47 pts

Acción: Avenir next bold, 11 pt

Back

Título: Avenir next heavy y medium, mayúsculas, 32 pt
tracking de 100 / Interlineado de 30 pt

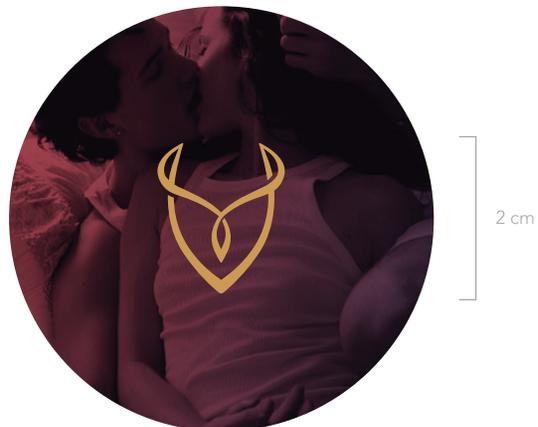
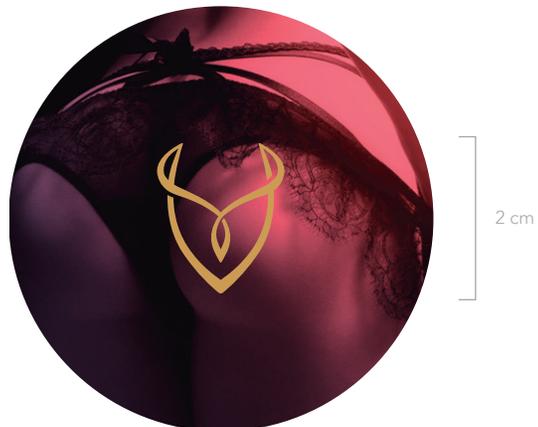
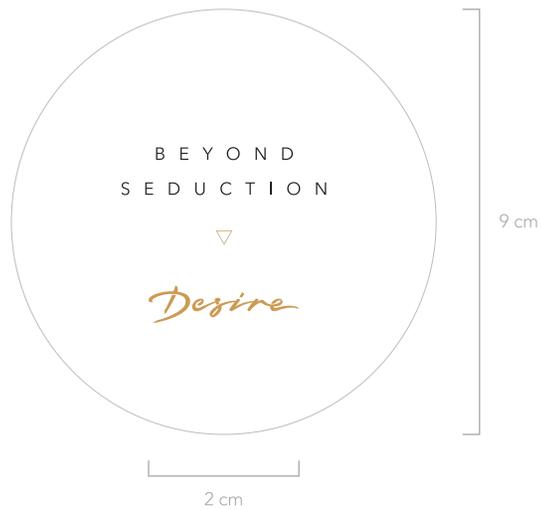
Acción: Avenir next bold, 11 pt

Idiomas: Avenir next Demibold cursiva, 11 pt
Tracking de 60 / interlineado de 14 pt

La fotografía utilizada podrá cambiar, siempre y cuando se mantenga el mismo estilo gráfico. Solamente pueden utilizarse los patrones gráficos presentados en este manual.

MEDIOS IMPRESOS

OPERACIÓN INTERNA



Blondas

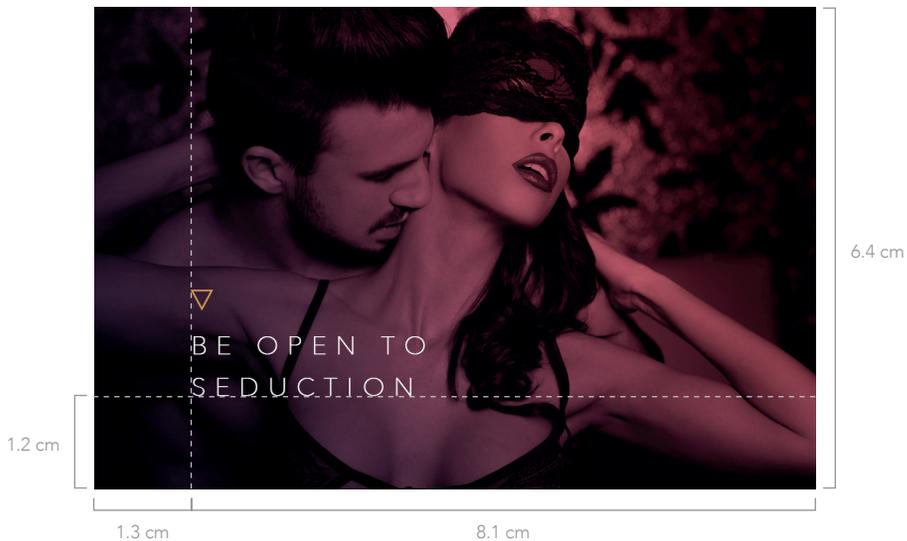
Beyond seduction: Avenir Next Regular, mayúsculas, 12 pt. / Tracking de 660 / Interlineado de 22 pt.

Cold drinks for hot people: Dry Brush, mayúsculas, 15 pt. / Tracking 0 / Interlineado de 18 pt

La frase e imagen puede cambiar, siempre y cuando mantenga las características especificadas y ejemplificadas.

MEDIOS IMPRESOS

OPERACIÓN INTERNA



Llaves habitaciones

desire-experience.com: Avenir Next medium, 7 pt
Be open to seduction: Avenir Next Ultra light 9.5 pt / Tracking 350. / Interlineado 15.48 pt
Seduction tip 1: Dry Brush 15 pt / Tracking -60 / Interlineado 18.3 pt
Share your fantasies and trye one: Avenir Next medium, 8.8 pt / Interlineado 10.53 pt

El recuadro gris está destinado a mensajes creativos, o frases "publicitarias" como por ejemplo los "seduction tips":

La fotografía de la parte frontal de la llave, podrá cambiar, siempre y cuando mantenga el mismo estilo gráfico.

MEDIOS IMPRESOS

OPERACIÓN INTERNA



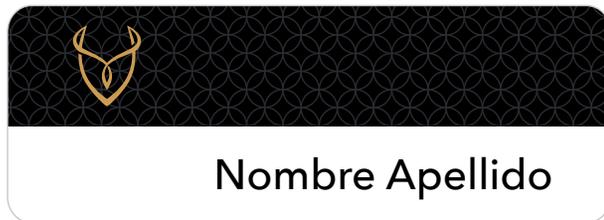
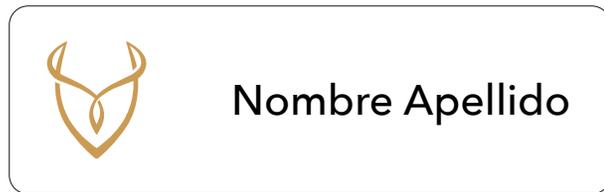
Tent card habitación

Saludo: Dry brush, 50 pts / Black C y Pink C

Texto: Avenir next regular, 7 pts / Tracking -20 / interlineado 14 pt

MEDIOS IMPRESOS

OPERACIÓN INTERNA



Gafetes empleados

Nombre: Avenir Next Bold, 16 pt

Solamente pueden utilizarse los patrones gráficos presentados en este manual.

MEDIOS ELECTRÓNICOS



NOMBRE Y APELLIDOS (SIEMPRE EN MAYÚSCULAS Y BOLD)

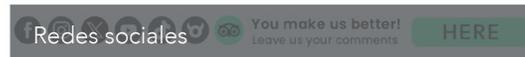
Puesto o departamento

Position or department

DESIRE RIVIERA MAYA RESORT

Tel. +52 (998) 000 000 Ext. 000

desire-experience.com



Banner promocional

Antes de imprimir este correo, sienna bien si es necesario hacerlo. El medio ambiente depende de nosotros. ¡Gracias!
En Operadora Desire S.A.P.I. de C.V., con nombre comercial Original Group, ubicado en la ciudad de Cancun, C.P. 77500, estado de Quintana Roo, estamos comprometidos con la seguridad de tu información; por tal motivo, te informamos que somos responsables del tratamiento de tus datos personales. Para mayor información, consulta el aviso de privacidad integral en nuestra página de internet www.original-group.com

Before you print this e-mail, think well if it is necessary to do it. The environment is our responsibility. Thank you!
Operadora Desire S.A.P.I. de C.V., with the trade name of Original Group, located in Cancun, C.P. 77500, state of Quintana Roo, Mexico, is committed to the safe use of your personal data; for more information, see the our privacy notice on our website www.original-group.com

Ejemplo:



ALESSIO GIRIBALDI

Gerente General

General Manager

DESIRE RESORTS

Tel. +52 (998) 872 8063 Ext. 7200

desire-experience.com



Antes de imprimir este correo, sienna bien si es necesario hacerlo. El medio ambiente depende de nosotros. ¡Gracias!
En Operadora Desire S.A.P.I. de C.V., con nombre comercial Original Group, ubicado en la ciudad de Cancun, C.P. 77500, estado de Quintana Roo, estamos comprometidos con la seguridad de tu información; por tal motivo, te informamos que somos responsables del tratamiento de tus datos personales. Para mayor información, consulta el aviso de privacidad integral en nuestra página de internet www.original-group.com

Before you print this e-mail, think well if it is necessary to do it. The environment is our responsibility. Thank you!
Operadora Desire S.A.P.I. de C.V., with the trade name of Original Group, located in Cancun, C.P. 77500, state of Quintana Roo, Mexico, is committed to the safe use of your personal data; for more information, see the our privacy notice on our website www.original-group.com

Firmas electrónicas

Datos del contacto:

Nombre: Arial Bold 15 px / Tracking 0 / line-height: 1.5

Cargo, empresa y teléfono:

Arial regular 13 px / Tracking 0 / line-height: 1.5

Cargo: #CBA052

Sitio web: Arial Bold 15 px / Tracking 0 /

line-height: 1.5

Recuadro: #000000

Información legal: Arial regular 10 px / tracking 0 /

line-height: 1 / Color #666 / URLs Color #CBA052

El espacio requerido para la información de contacto, puede variar. Al añadir datos, se debe recorrer las proporciones de los demás elementos a fin de conservar la composición.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Sitio Web

En el nuevo sitio de Desire se manejan carruseles de imágenes al inicio de cada sección. Como en el caso de los medios impresos, se sugiere que la proporción de contenido de imágenes sea de 1 a 3, donde uno es una imagen de lifestyle y dos sean de amenidades del hotel.

Para diferenciar a los resorts, se emplean los colores de la gama corporativa, asignando el negro para Pearl y el dorado para Riviera Maya.

En la sección de los destinos, tenemos un ejemplo del uso de las submarcas en la página web, en su acomodo horizontal, mismo que nos permitirá diferenciar entre Pearl y Riviera Maya.

Los detalles en magenta se reservan para los fondos oscuros, siendo únicamente eso, detalles o acentos. En ninguna circunstancia se aplicarán plastas de magenta.

Desire | RIVIERA MAYA
RESORT

Home Our Resorts ▾ Our Cruises Newsletter Contact Us

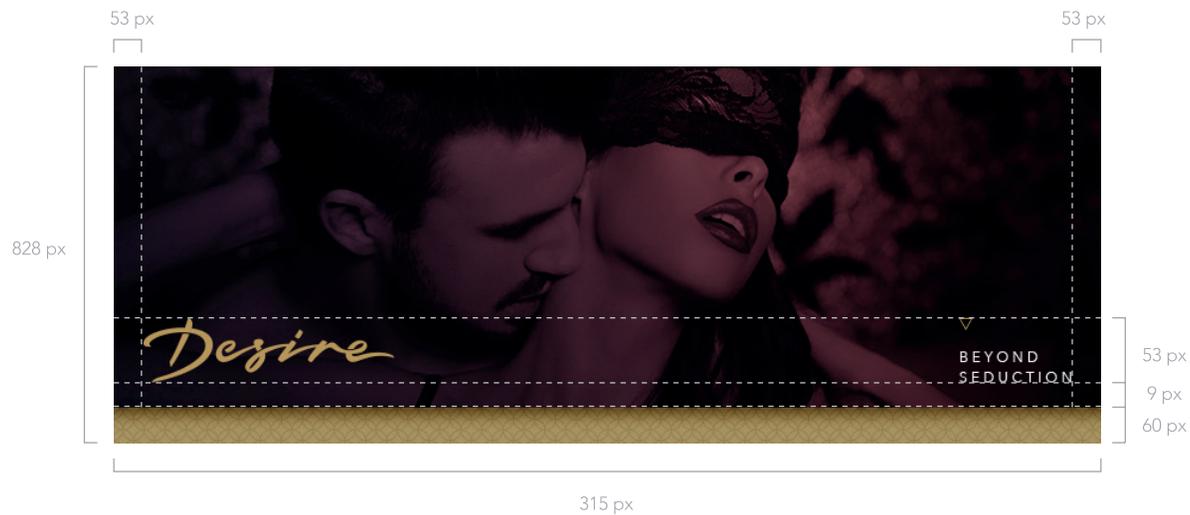


Imágenes
para
carrusel

1280 px

MEDIOS ELECTRÓNICOS

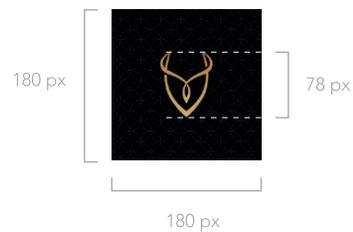
Portada



Publicación



Imagen de perfil



Facebook

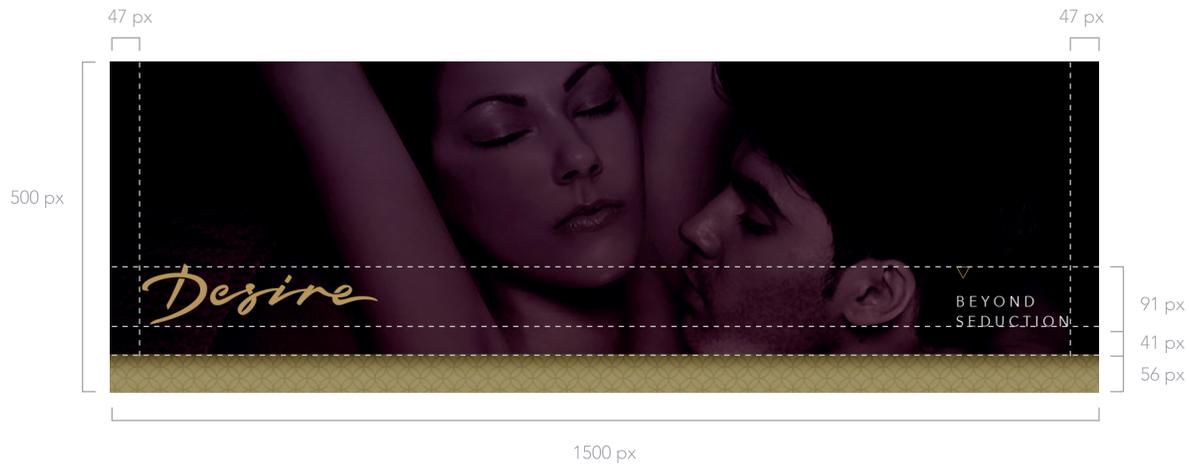
Portada: emplean fotografías de lifestyle, marca corporativa y slogan. Se emplea una sombra sobrepuesta sobre una pleca dorada con uno de los patrones.

Perfil: se emplea el isotipo en fondo negro, empleando uno de los patrones.

Publicación: se utilizan fotografías de lifestyle, con la tipografía Dry Brush para textos en grande y la SignPainter-HouseScript para textos mínimos.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

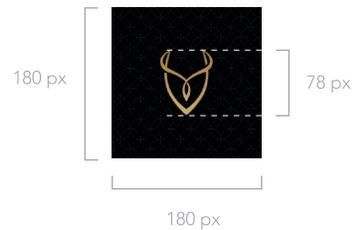
Portada



Publicación



Imagen de perfil



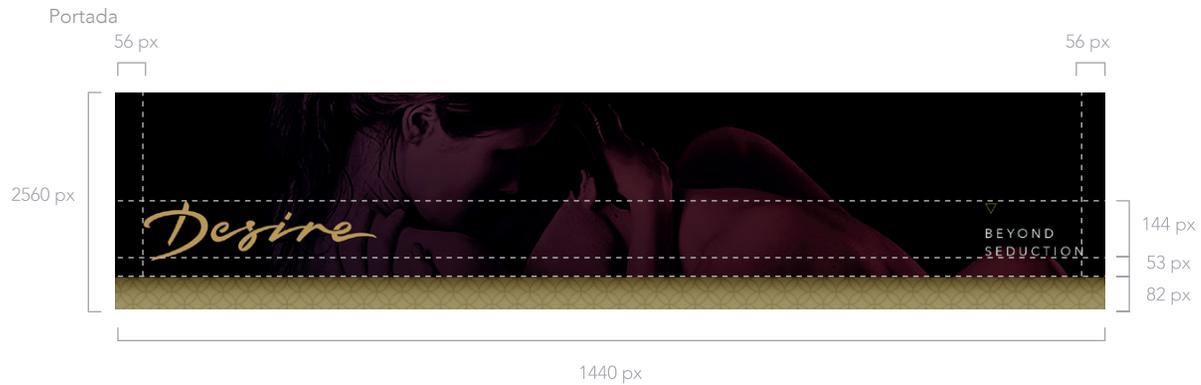
Twitter

Portada: emplean fotografías de lifestyle, marca corporativa y slogan. Se emplea una sombra sobrepuesta sobre una pleca dorada con uno de los patrones.

Perfil: se emplea el isotipo en fondo negro, empleando uno de los patrones.

Publicación: se utilizan fotografías de lifestyle, con la tipografía Dry Brush para textos en grande y la SignPainter-HouseScript para textos mínimos.

MEDIOS ELECTRÓNICOS



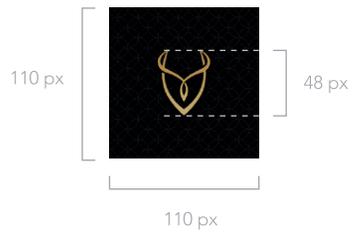
Youtube

Portada: emplean fotografías de lifestyle, marca corporativa y slogan. Se emplea una sombra sobrepuesta sobre una pleca dorada con uno de los patrones.

Perfil: se emplea el isotipo en fondo negro, empleando uno de los patrones.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Imagen de perfil



Publicación

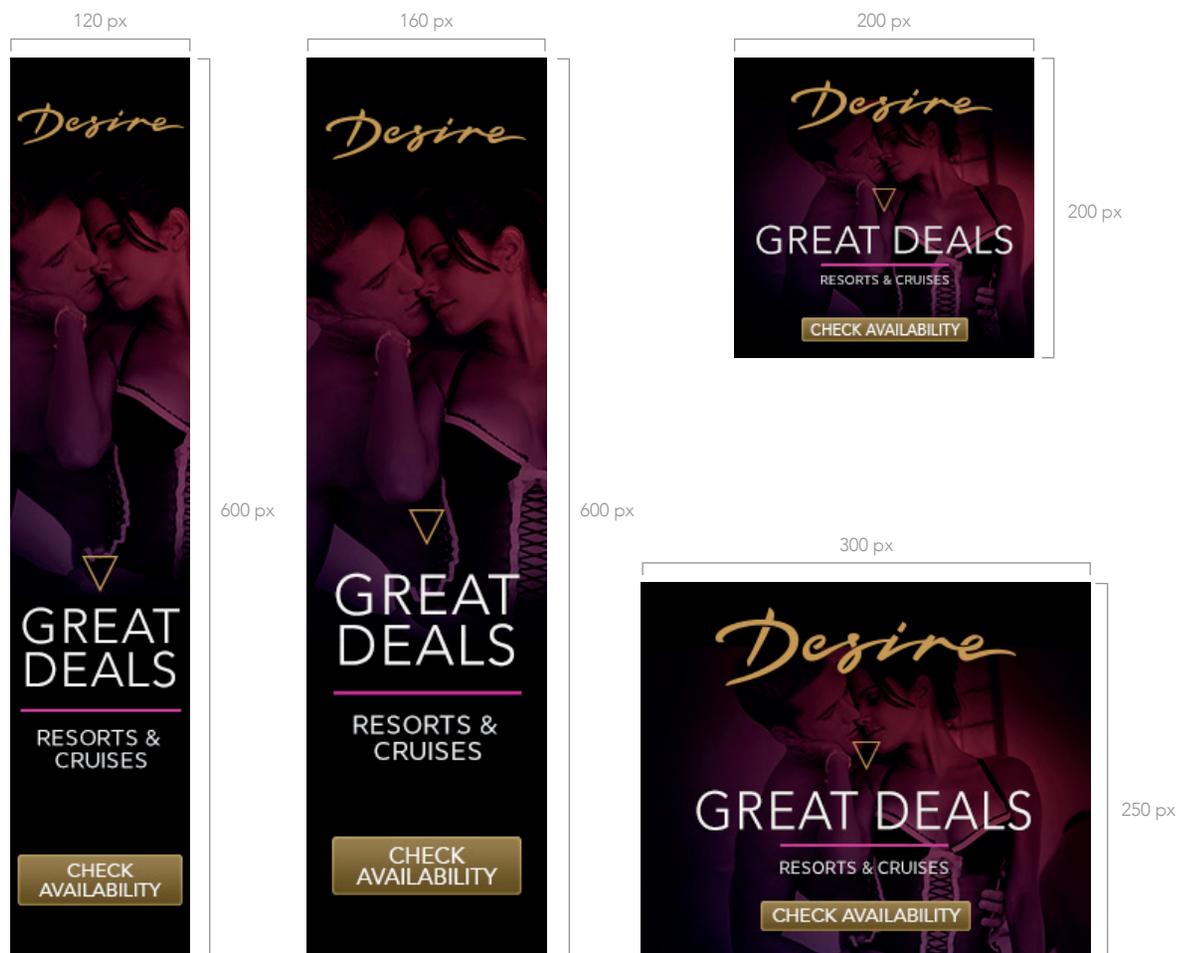


Instagram

Perfil: se emplea el isotipo en fondo negro, empleando uno de los patrones.

Publicación: se utilizan fotografías de lifestyle, con la tipografía Dry Brush para textos en grande y la SignPainter-HouseScript para textos mínimos.

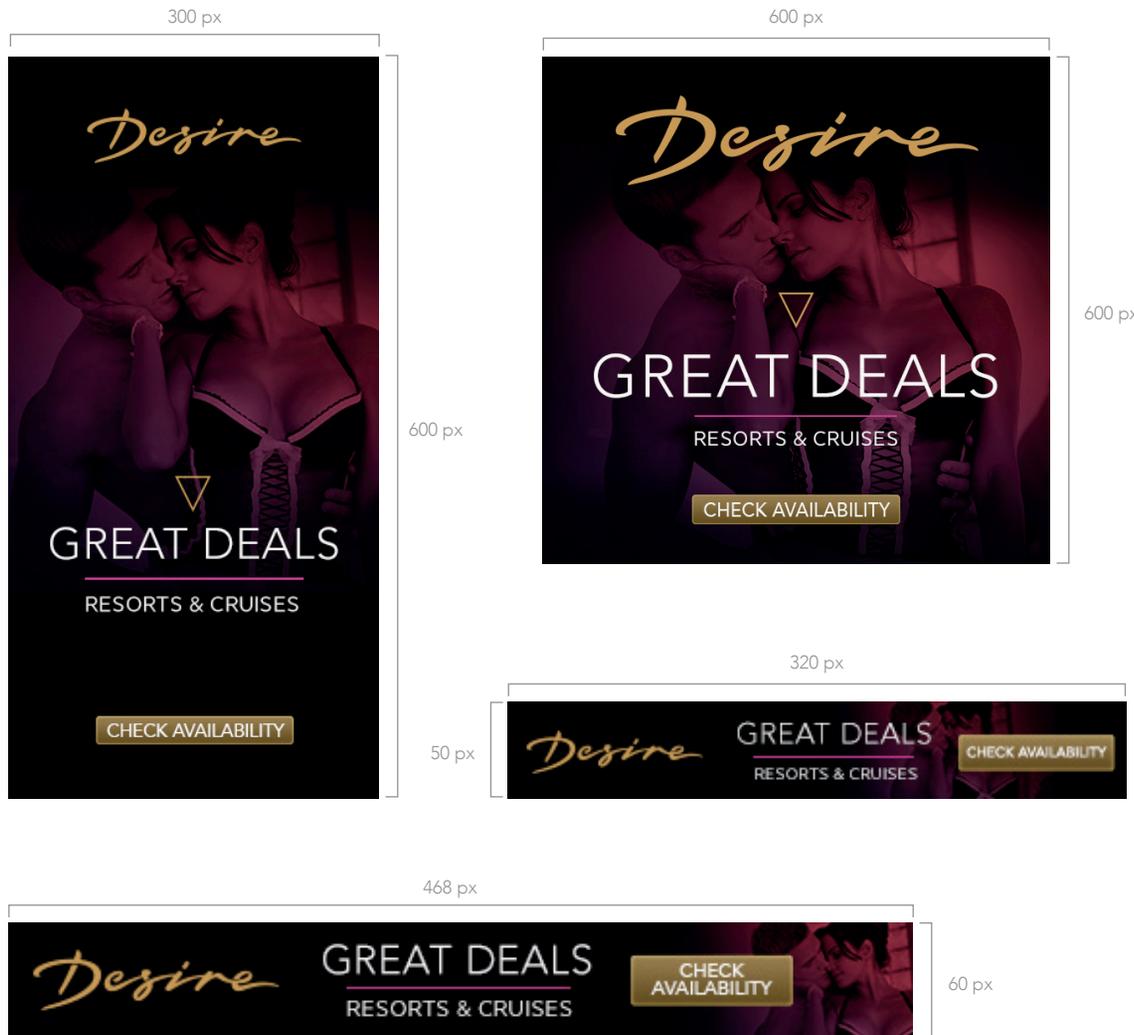
MEDIOS ELECTRÓNICOS



Banners

Se emplean fotografías de lifestyle, marca corporativa y slogan. Se emplea una sombra sobrepuesta sobre una flecha dorada con uno de los patrones.

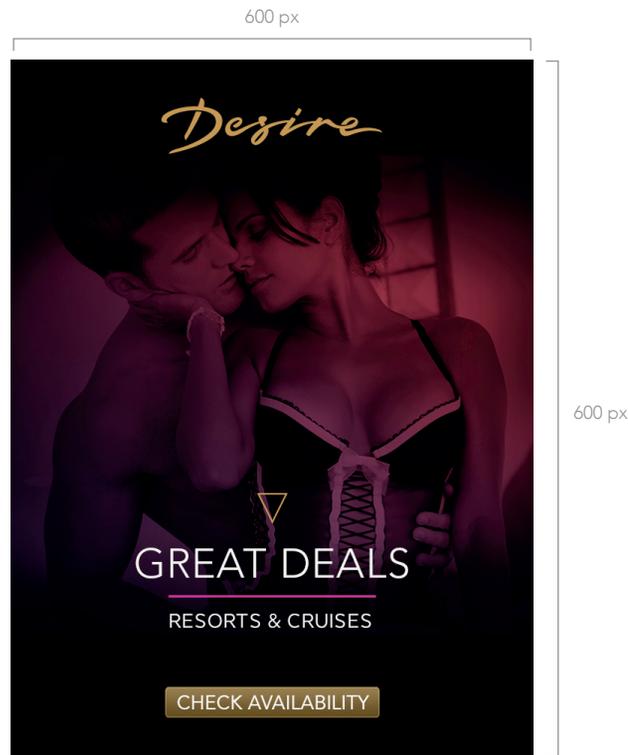
MEDIOS ELECTRÓNICOS



Banners

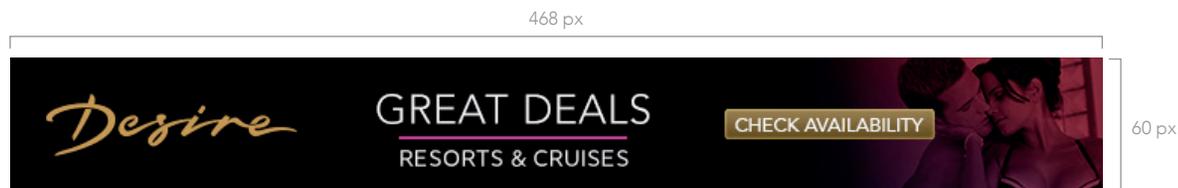
Se emplean fotografías de lifestyle, marca corporativa y slogan. Se emplea una sombra sobrepuesta sobre una pleca dorada con uno de los patrones.

MEDIOS ELECTRÓNICOS



Banners

Se emplean fotografías de lifestyle, marca corporativa y slogan. Se emplea una sombra sobrepuesta sobre una pleca dorada con uno de los patrones.



MEDIOS IMPRESOS

OPERACIÓN INTERNA



Ticket de equipaje

Deberá ser usada la familia tipográfica Avenir Next, en sus diversos pesos, según de la jerarquía requerida.

MEDIOS IMPRESOS

OPERACIÓN INTERNA



ENTRADAS FRÍAS

Sashimi de salmón
sake ponzu, jengibre y wasabi

Escalada wakame
pepino con aliños de vinagre de arroz, azúcar, soya y aceite de ajonjolí

Nigiri de robalo al carbón
mayonesa de jengibre y limón

Rolls vietnamitas
pepino, zanahoria, aguacate, camarón y salsa de tamarindo

Tataki de atún
aguacate, ajonjolí y ponzu de Togarashi

Tempura de alga nori
arroz con miso y salmón, salsa teriyaki a base de tamarindo, Chile quebrado, y salsa de pescado y miso

ENTRADAS CALIENTES

Rolls Primavera
salsa agri dulce

Gyozas
carne de res, marinada con jengibre y aceite de ajonjolí, salsa ponzu con togarashi, ajonjolí y cebollín

Kushiage
queso, salsa tonkatsu y pasta de cangrejo

Guo Bao
panceta de cerdo, salsa gochujang, cacahuete, hojas de cilantro y ajonjolí blanco

SOPAS

Tradicional ramen
tira de costilla

Sopa Tom Yam
camarón

ESPECIALIDADES

Langosta \$ 75 USD

New York \$ 50 USD

Rib Eye \$ 55 USD

Tomahawk \$150 USD

SUSHI

Spicy tuna
Por dentro: atún con mayonesa de sriracha, misago y cebollín
Por fuera: ajonjolí negro y ligero de aguacate

California roll
Por dentro: pepino y kanikama
Por fuera: aguacate y ajonjolí blanco

Afrodisiaco roll
Por dentro: tempura de camarón, queso crema y aguacate
Por fuera: empanizado con coco, mayonesa de jengibre

Desire roll
Por dentro: queso crema, aguacate y pepino
Por fuera: frito en tempura, y kanikama con mayonesa picante

Dragon roll
Por dentro: anguila, aguacate y pepino
Por fuera: mango, misago y salsa de anguila

PLATOS FUERTES

Salmón a la parilla
ajo, jengibre, salsa teriyaki, arroz basmati y vegetales salteados

Pulpo crujiente
salsa coreana y arroz basmati

Camarones roca
aderezo de sriracha, cebollín, ajonjolí y ensalada de col morada

Pollo tikka masala
cubos de tofu en salsa de almendra, cacahuete y especias

Pad Thai de pollo

Stir fry
filete, brócoli, cebolla, salsa de ostras y arroz gohan

Tradicional yakimeshi
camarones, pollo o filete de res

POSTRES

Tapoca de coco
lemon grass y jalea de jengibre

Helado frito de vainilla

Rolls primavera de plátano
helado de vainilla y salsa de chocolate

Pastel japonés

V Vegetariano
 GF Libre de Gluten

Todos los insumos y equipo utilizados en la preparación de alimentos y bebidas cumplen con los más altos estándares de calidad e higiene; sin embargo, el consumo de alimentos crudos es bajo su propio riesgo.

Contamos con salsa de soja libre de gluten.



COLD APPETIZERS

Salmon sashimi
ponzu sauce, ginger, and wasabi

Wakame salad
cucumber with rice vinegar, sugar, soy, and sesame oil

Charcoal sea bass nigiri
ginger and lime mayonnaise

Vietnamese rolls
cucumber, carrot, avocado, shrimp, and tamarind sauce

Tuna tataki
avocado, sesame seeds, and togarashi ponzu

Nori seaweed tempura
rice with mini and salmon, tamarind based nam jim sauce, chili flakes, and a fish and honey sauce

HOT APPETIZERS

Spring rolls
sweet and sour sauce

Gyozas
beef marinated in ginger and sesame oil, ponzu sauce with togarashi, sesame seeds, and chives

Kushiage
cheese, tonkatsu sauce, and crab paste

Guo Bao
pork belly, gochujang sauce, peanuts, cilantro leaves, and white sesame seeds

SOUPS

Traditional ramen
rib strip

Tom yam soup
shrimp

SPECIALTIES

Lobster \$ 75 USD

New York \$ 50 USD

Rib Eye \$ 55 USD

Tomahawk \$150 USD

SUSHI

Spicy tuna
Inside: tuna with sriracha mayonnaise, misago, and chives
Outside: black sesame seeds and avocado

California roll
Inside: cucumber and kanikama
Outside: avocado and white sesame seeds

Aphrodisiac roll
Inside: shrimp tempura, cream cheese, and avocado
Outside: breaded with coconut, ginger mayonnaise

Desire roll
Inside: cream cheese, avocado, and cucumber
Outside: kanikama with spicy mayonnaise, fried in tempura

Dragon roll
Inside: eel, avocado, and cucumber
Outside: mango, misago, and eel sauce

MAIN DISHES

Grilled salmon
garlic, ginger, teriyaki sauce, basmati rice, and sautéed vegetables

Crispy octopus
Korean sauce and basmati rice

Rock shrimp
sriracha dressing, chives, sesame seeds, and purple cabbage salad

Chicken tikka masala
cubes of tofu in almond sauce, peanuts, and spices

Chicken Pad Thai

Stir fry
steak, broccoli, onion, oyster sauce, and gohan rice

Tradicional yakimeshi
shrimp, chicken, or beef

DESSERTS

Coconut tapoca
lemongrass and ginger jelly

Fried vanilla ice cream

Banana spring rolls
vanilla ice cream and chocolate sauce

Japanese cake

V Vegetarian
 GF Gluten Free

All supplies and equipment used in food and beverage preparation meet the highest standards of quality and hygiene; however, the consumption of raw food is at your own risk.

Gluten-free soy sauce available.

Menús

Los menús serán de color blanco, con los textos de color negro y detalles incorporados que complementen la gama cromática.

Deberá utilizarse la familia tipográfica Avenir Next en sus diferentes pesos según la jerarquía requerida.

MEDIOS IMPRESOS

PUBLICIDAD



Elementos gráficos

Las piezas publicitarias deberán estar compuestas por una frase o texto y una imagen relacionada con el mensaje. La imagen deberá abarcar al menos el 70% de la superficie.

Podrán ser utilizados cualquiera de los elementos gráficos propios de la marca (slogan, logotipo, isotipo, patrones gráficos) e información de contacto.

La información de contacto deberá aparecer siempre utilizando la fuente Avenir Next en cualquiera de sus pesos, dependiendo de las necesidades.

La tipografía para el mensaje principal podrá ser distinta a las establecidas en la identidad, siempre y cuando cumpla con las características de la personalidad de marca.

Se recomienda que los textos sean cortos y directos con la finalidad de generar impacto y una buena captación del mensaje.

PROMOCIONALES



Plumas

PROMOCIONALES



Tazas

Yo despierto el deseo: Dry brush 35 pt /
Interlineado 42 pt

PROMOCIONALES



Playeras

Sexy imagination: Dry Brush 138 pt / Interlineado 138 pt

Isotipo: 4 cm de altura

Slogan: 10 cm de ancho

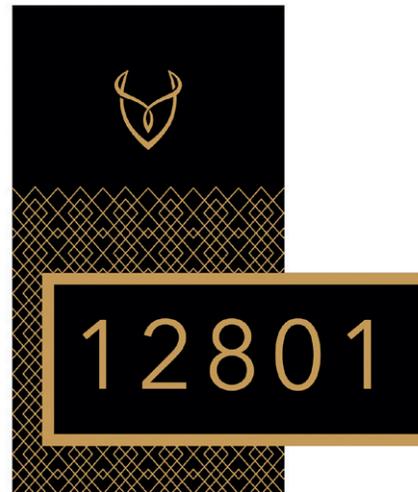
SEÑALÉTICA



Letrero entrada

El letrero de la entrada deberá mantener siempre los lineamientos establecidos en la sección de "Nomenclatura de marca" de este manual.

SEÑALÉTICA



Número de habitaciones

Existen 2 diseños para la señalización de las habitaciones.

Para las categorías estándar, se desarrolló un diseño sobrio y sencillo con el número y el isotipo sobre superficie de cristal esmerlizado blanco, esta se deberá sostener por una base metálica de acabado mate en dorado.

Para las categorías premium, como son las Diamond suites, se empleará el diseño de señalización tridimensional, con caja de luz desarrollada en EPanel negro con detalles en dorado.

SEÑALÉTICA



Mapa de ubicación

Debido a la extensa cantidad de información y detalles, deberá mantenerse un diseño limpio y bien estructurado, utilizando colores que suavicen el estilo gráfico, con la finalidad de mejorar la lectura.

Nota: Los lineamientos gráficos de puntaje y grosor presentados anteriormente, son proporcionales a una mesa de trabajo de tamaño carta, por lo tanto, si las medidas de la superficie cambian, los valores deberán cambiar proporcionalmente.

SEÑALÉTICA



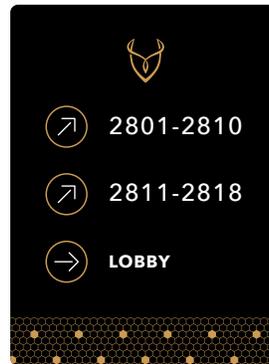
Personificadores de área de buffet

Plantilla para emplear en ambos resorts. Se entrega en pptx editable para que el personal en el resort pueda rellenar la información usando la tipografía Arial a 20 pts., en inglés (bold) y español (regular).

SEÑALÉTICA



A)



B)

a) Totem

Los totem serán fabricados en aluminio, y medirán 0.60 m de ancho x 2 m de altura.

Los textos deberán ir primero en inglés (Avenir Next Bold, 180 pts.) y después en español (Avenir Next Regular, 110 pts.).

En los totems que se requiera, se puede cambiar el logotipo Desire por el logo de la sección en donde se encuentre el totem. Ejemplo: The Eden o Desire Mansion.

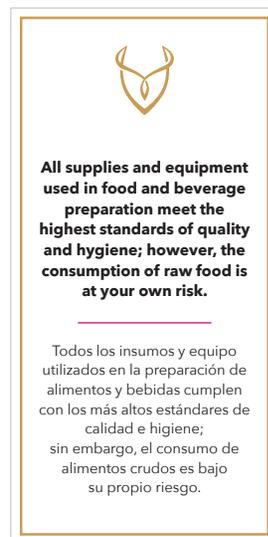
b) Señal indicadora

Siguiendo el lineamiento de los totems, estos letreros que irán en los pasillos para dar indicaciones de ubicación al huésped deben medir 0.60 m de ancho x 0.80 m de alto.

SEÑALÉTICA



c)



c) Áreas Generales

Para los letreros de mayor tamaño a carta, se usará diseño con logo Desire en la parte inferior.

En letreros de menor tamaño a carta, se omiten elementos de isotipo y logotipo, como son los letreros de baños y prohibiciones.

En todos los letreros, la fuente tipográfica será la Avenir Next Bold para los textos en inglés, y la Avenir Next Regular para la traducción al español, la cual deberá estar en un puntaje menor a los textos en inglés.

Cuando se trate de mensajes cortos, se usan solo altas. Cuando sean párrafos, se debe usar bajas.

SEÑALÉTICA

SPA WET AREAS RULES

REGLAMENTO DE ÁREAS HÚMEDAS

	<p>Please shower before using the jacuzzi, sauna or steam rooms. Por favor, toma una ducha antes de usar el jacuzzi, sauna o vapor.</p>		<p>Avoid glass objects and alcohol beverages in this area. Evita los objetos de vidrio y las bebidas alcohólicas en esta área.</p>
	<p>Avoid running or horseplay in the jacuzzi. Evita correr o jugar en el jacuzzi.</p>		<p>We only welcome guests aged 18 and over. Solo pueden ingresar huéspedes mayores de 18 años.</p>
	<p>Guests with heart complications, high-blood pressure, or pregnancy should stay away from the heat treatments. Huéspedes con enfermedades cardíacas, presión alta, o mujeres embarazadas, deben evitar las terapias de calor.</p>		<p>Refrain from using this area after a heavy meal or under the effect of alcohol or drugs. Evita hacer uso de esta área después de una comida abundante o si estás bajo los efectos del alcohol o drogas.</p>
	<p>Leave the sauna, steam bath or jacuzzi immediately if you feel uncomfortable, dizzy or sleepy. Drink plenty of water or tea. Si sientes mareos, malestar o sueño, sal inmediatamente del sauna, vapor o jacuzzi y bebe abundante agua o té.</p>		<p>Please notify the spa reception in case of emergency or assistance. Notifica a la recepción del spa cualquier situación de emergencia o que requiera asistencia.</p>
	<p>Please, avoid using the jacuzzi if you have been sick within the last 48 hours. Evita usar el jacuzzi si has estado enfermo en las últimas 48 horas.</p>		

Desire

D)

d) Reglamentos

El título de los reglamentos debe ser en inglés (Avenir Next Bold) y en español (Avenir Next Regular), y ser evidentemente más grande que el resto de la información.

En los párrafos donde se enumere las reglas, se debe respetar el estilo de separación de idioma, sin necesidad de hacer diferenciación de tamaño de puntaje por idioma.

05

S U B M A R C A
D E S I R E

LOGOTIPO DESIRE MANSION



Desire

MANSION

SUBMARCA CORPORATIVA



Desire Mansion es una nueva submarca de lujo y exclusividad enfocada a clientes de mayor poder adquisitivo. Ubicada dentro de Desire Riviera Maya Pearl Resort, la mansión es un sofisticado complejo nuevo solo para parejas, que con su elegante diseño arquitectónico y servicios y amenidades VIP, satisface las más altas expectativas de nuestros clientes.

Esta submarca refuerza todos los valores y lineamientos de la marca matriz Desire contenidos en este manual, y los enaltece al crear refinados espacios íntimos para encuentros eróticos en parejas. La exclusiva Desire Mansion es, sin lugar a dudas, la perla exquisita de Desire Riviera Pearl.



PROPORCIONES Y REDUCCIONES



x equivale a la altura de la letra "r", mientras que 2x es igual a la altura del isotipo.



Para la reproducción de la marca se debe disponer de los originales digitalizados, de lo contrario se recomienda utilizar la retícula básica para reproducir la imagen sin correr riesgo de distorsionarla. El área autónoma (zona en gris) es el mínimo de proximidad con respecto a un objeto de la marca.

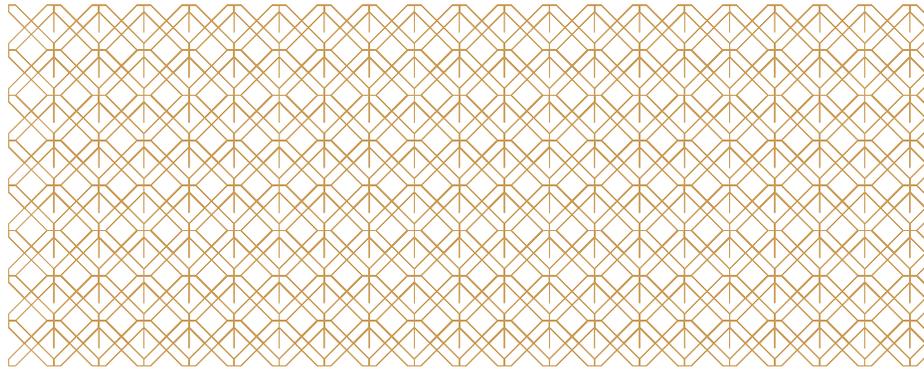
Reproducción mínima

Con el fin de asegurar la buena calidad de reproducción, se debe respetar el tamaño mínimo establecido para color y monocromáticos.

- a) Técnicas finas de reproducción
- b) Bordados
- c) Uso en web

PATRONES Y ELEMENTOS GRÁFICOS

PANTONE 7407 C



La arquitectura de la Mansión está inspirada en la corriente artística Art Deco, que se basa en la geometría imperante del cubo, la esfera y la línea recta, además de los imprescindibles zigzags.

Para aquellas aplicaciones que sean específicas de la Mansión se usará exclusivamente este patrón geométrico. Ya que la arquitectura y la decoración de interiores predominan los tonos claro y dorado, todos los gráficos serán en combinación pantone 7407C con blanco.

USOS INCORRECTOS DEL LOGO

01



02



03



04



05



06



07



08



09



01. No alterar la composición original de la marca.

02. No aumentar ni reducir individualmente el tamaño de ninguno de los elementos de la marca.

03. No agregar contornos.

04. No utilizar degradados.

05. No rotar.

06. No utilizar colores diferentes a los oficiales.

07. No deformar la marca.

08. No agregar ninguna clase de efectos.

09. No alterar de ninguna forma, la composición establecida para la arquitectura de la marca.

06

APLICACIONES
DESIRE MANSION

MEDIOS IMPRESOS

PAPELERÍA



Hoja membretada

Las hojas membretadas, deberán usarse unicamente en documentos con suficiente relevancia.

Tamaño: Carta

Slogan: Avenir Next Regular, mayúsculas, 5 pt. / Tracking de 280 / Interlineado de 6 pt.

Información de contacto: Avenir Next regular, 6 pt. / Interlineado de 9 pt.

Sitio web: Avenir Next bold, 6 pt. / Interlineado, 9 pt.

Cuerpo de texto: Avenir Next regular, 8 pt. / Interlineado, 13 pt.

La composición gráfica deberá ser siempre la misma.

PROMOCIONALES



Tazas

Bolsa de playa

Vajilla con isotipo

La característica distinguible de todos los promocionales de Desire Mansion debe ser la calidad de los productos, es necesario que la experiencia de lujo sea percibida en todos los productos.

07

DIRECTORIO DE
CONTACTO

DIRECTORIO DE CONTACTO Y LIGAS DE INTERÉS

CARLOS A. DEL PINO

Director Comercial y de Operaciones
cdelpino@original-group.com

ALMA MENDOZA

Directora de Ventas
amendoza@original-group.com

URIEL GUTIÉRREZ

Director de Mercadotecnia
ugutierrez@original-group.com

MONTSERRAT ECHEGOYEN

Gerente de Marca
brand@original-group.com

SITIO WEB OFICIAL

desire-experience.com

desireresorts.com

RECURSOS GRÁFICOS Y MEDIA KITS

media.original-group.com

 desiresocial.com

 DesireResortsOfficial

 desireresortsofficial

 @desireresorts

 DesireResorts

 DesireResortsCruises

08

G L O S A R I O

GLOSARIO

Altura X: Altura de las letras de caja baja, las letras minúsculas, excluyendo los ascendentes y los descendentes.

Barniz a registro: Un barniz es una mezcla homogénea de una o varias resinas en un disolvente. Se seca fácilmente al entrar en contacto con el aire, el disolvente se evapora y da como resultado una capa o película en la superficie sobre la que se aplica. En los impresos, el barniz a registro se aplica sobre un área determinada, con un acabado mate o brillante.

CMYK: El modelo CMYK (siglas de Cyan, Magenta, Yellow y Key) es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión en colores. Permite representar una gama de colores amplia con adaptación a los medios industriales.

Familia tipográfica: En tipografía, significa un conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones, tales como el grosor y anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Flexografía: La flexografía es una técnica de impresión que utiliza una placa flexible con relieve, es decir, que las zonas impresas de la forma están realizadas respecto de las zonas no impresas. La plancha, llamada cliché o placa, es generalmente de fotopolímero (anteriormente era de hule vulcanizado) que, por ser un material muy flexible, es capaz de adaptarse a una cantidad de soportes o sustratos de impresión muy variados. Es un método semejante al de un sello de imprenta.

Fuente tipográfica: Es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características gráficas comunes.

Isotipo: Isotipo se refiere a la parte generalmente icónica o más reconocible de una marca, ya sea corporativa, institucional o personal. Es el elemento constitutivo de un diseño de identidad, que connota la mayor jerarquía dentro de un proyecto y que a su vez delinea el mapa connotativo para el diseño del logotipo. Así como en las restantes etapas de un proyecto de identidad corporativa, como la aplicación en papelería, vehículos o merchandising. La palabra isotipo hace referencia a aquello que es "igual al tipo"

Offset: La impresión Offset es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre papel o materiales similares. Consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre una plancha metálica. La plancha toma la tinta en las zonas donde hay un compuesto hidrófobo, el resto de la plancha se moja con agua para que repela la tinta; la imagen o el texto se trasfiere por presión a una mantilla de caucho, para pasarla, finalmente, al papel por presión.

Pantone: Sistema de identificación, comparación y comunicación del color para las artes gráficas. Es el más reconocido y utilizado, por lo que normalmente se llama Pantone al sistema de control de colores. Este modo de color, a diferencia de los modos CMYK y RGB, suele denominarse "color sólido".

Patrón: Un patrón o motivo (pattern) es una imagen que, colocada junto a copias de sí misma, puede repetirse hasta el infinito sin que el dibujo tenga rupturas.

RGB: Llamado así por sus siglas en inglés de red, green blue, (en español «rojo, verde y azul»), es un modelo de color basado en la síntesis aditiva, con el que es posible representar un color mediante la mezcla por adición de los tres colores de luz primarios. El modelo de color RGB no define por sí mismo lo que significa exactamente rojo, verde o azul, por lo que los mismos valores RGB pueden mostrar colores notablemente diferentes en distintos dispositivos que usen este modelo de color.

Serigrafía: La serigrafía es una técnica de impresión empleada en el método de reproducción de documentos e imágenes sobre cualquier material. Consiste en transferir una tinta a través de una malla tensada en un marco. Se bloquea las áreas donde no habrá imagen mediante una emulsión o barniz, quedando libre la zona donde pasará la tinta. El sistema de impresión es repetitivo, esto es, una vez que el primer modelo se ha logrado, la impresión puede ser repetida cientos y hasta miles de veces sin perder resolución.