

Hotel San Francisco

Guía de estilos

Índice

1. Introducción

1.1. Principios

1.2. Público objetivo

2. Estructura de la página

2.1. Header

2.2 Section

2.3 Footer

3. Estilo visual

3.1. Colores

3.2. Fuentes

1. Introducción

1.1. Principios

Hotel San Francisco es un icónico hotel en el que público de todas las edades pueda disfrutar de unos días de desconexión y relajación al alcance de unos pocos.

El hotel ofrece pensiones completas con todo tipo de añadidos para la desconexión: spa, saunas, masajes o sesiones de meditación; el entretenimiento: cenas con espectáculo, fiestas temáticas o actividades al aire libre; y la cultura: visitas guiadas, interpretaciones históricas o nuestra gran biblioteca.

El salto a una página web conlleva el reto adaptar el clasicismo lujoso que caracteriza a la empresa a la actualidad tecnológica. Para ello se definirá y describirá en esta guía de estilos todo aspecto de diseño web que se usará para la actual y futuras páginas sin perder la esencia y la elegancia de la empresa.

1.2. Público objetivo

Los objetivos de la página web son:

- Dar a conocer el *Hotel San Francisco* y la experiencia que conlleva alojarse en él basándose en la idealización del marketing.
- Atraer a potenciales clientes sin perder el aura de exclusividad del hotel.
- Agilizar el sistema de reservas actualizando la base de clientes.
- Crear un sistema de fidelización para incentivar el regreso de actuales clientes.

Esto está enfocado al target objetivo que se definiría como gente acomodada con gusto por el lujo y la exclusividad. Esta casta pasa por todas las edades, familias que vienen a disfrutar en todos los ámbitos ofrecidos, parejas jóvenes y mayores gustosas por el atractivo del hotel y el aura romántico que embelesa, y solitarios deseosos por la paz y la plenitud de una experiencia enriquecedora.

La única restricción es el status.

2. Estructura de la página

Existe una diferencia sustancial en la estructura de la página en visión escritorio respecto a la visión móvil.

En la vista de escritorio, la landing se guía por la **simetría** en toda la página. Está diseñada para que la estructura de cada elemento esté visualmente reflejada en la otra mitad y crear una sensación de pulcritud digna del lujo.

En la vista de móvil se usa la **proporción aurea** para generar armonía entre los elementos y una jerarquía visual entre ellos. Esto puede resultar en una navegación más fluida y una comprensión más clara del contenido.

El análisis de la estructura se divide en: header, section y footer en ambas vistas.

2.1. Escritorio

Header

Están repartidos a partes iguales dando la misma prioridad al nombre de la empresa como al formulario.



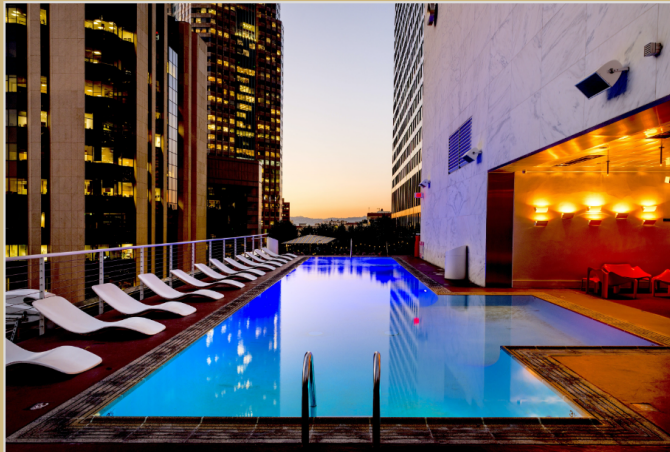
Se compone por:

- El logo a la izquierda y un pequeño formulario a la derecha, repartidos al 50%.

Section

Se estructura bajo tres cajas, una para cada zona del Section.

- La primera es un carrusel de 3 imágenes centradas en la página.



HOTEL SAN FRANCISCO, REDESCÚBRETE A TI MISMO

- La segunda sirve como barrera entre la primera y tercera caja, en ella está la frase gancho de la empresa.

HOTEL SAN FRANCISCO, REDESCÚBRETE A TI MISMO

Bienvenido al Hotel San Francisco, tu destino exclusivo en el **corazón de Madrid**. Descubre el confort y la distinción en nuestras **habitaciones de lujo**. Disfruta de una experiencia única con **servicios exclusivos y una ubicación privilegiada** que combina elegancia y autenticidad en la capital española. En el Hotel San Francisco, ofrecemos **mucho más que lujo**, brindamos una estancia inigualable para aquellos que buscan lo mejor en **hospitalidad y comodidad**.



Eventos



Comodidad inigualable



Experiencia privilegiada



Trato específico



Únete a nuestro club

- La última contiene un texto centrado en la parte alta, 4 imágenes con pie de foto en la zona media de la caja y un botón con su descripción, centrados, al final

Footer



693 321 536

hotelSanFrancisco@gmail.com

[Política de privacidad](#)

[Política de cookies](#)

- Este tiene tres cajas organizadas horizontalmente y distribuidas a partes iguales.

2.2. Móvil



La versión móvil también tiene Header, Section y Footer pero la organización de elementos cambia, a parte de desaparecer varios. El fondo sigue igual

Header

El nombre del hotel se ve a la izquierda y el logo en versión móvil a la derecha con una división 66-33% respectivamente.

Section

Solo está compuesto por una imagen que ocupa todo el fondo.

Footer

Este ahora pasa a tener los campos del formulario a la izquierda y la frase gancho con el botón de formulario a la derecha.

3. Estilo visual

3.1. Colores

La elección de colores está centrada en dar sensación de lujo y seguridad con la que los futuros clientes puedan navegar con buenas sensaciones por la página. Se compone por tres colores característicos:

Coyote (#7e6537ff)

El tono Coyote, un marrón profundo y cálido, encapsula la sensación de bienvenida y calidez que define la esencia acogedora del hotel.

USOS: bordes superior e inferior del fondo, botón formulario

Ecrú (#ceb780ff)

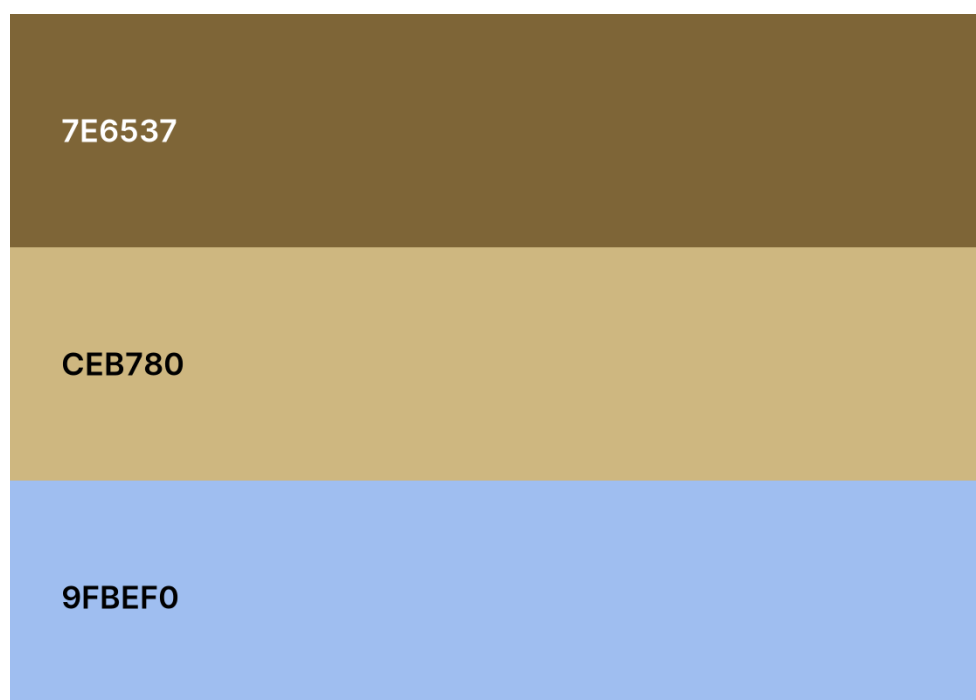
El tono Ecrú añade una dimensión de suavidad y lujo. Con su tonalidad suave y cálida, se utiliza para realzar detalles sutiles, aportando luminosidad y equilibrio a la paleta.

USOS: fondo

Jordy Blue (#9fbef0ff)

El Jordy Blue, un tono azul sereno, se incorpora estratégicamente para brindar un contraste refrescante.

USOS: hover de botones y de formulario



También se usan tres tonos neutros para armonizar la paleta.

White (#fefefefe)

El blanco, un tono puro y luminoso, actúa como contraste y resalte.

USOS: fondo formulario, texto de la frase gancho, sombra del hover de frase gacancho

Platinum (#dbdbdbdb)

El platino es un gris claro neutro y suave. Aporta calma y equilibrio, ideal como fondo o para contrastes sutiles.

USOS: bordes e inputs

Davy's Gray (#53535353)

El tono Davy's Gray, un gris profundo y versátil, se utiliza para proporcionar un equilibrio visual.

USOS: fondo de la frase gancho

Black (#00000000)

El negro, un tono poderoso y atemporal, se emplea con moderación para aportar énfasis y elegancia.

USOS: textos principales, sombra de frase gancho, texto hover frase gancho

Esta paleta de colores es más que una selección estética; es el hilo conductor que teje una experiencia de lujo y exclusividad, transmitiendo una sensación de distinción y refinamiento en cada detalle visual de la landing page del hotel de lujo.

FEFEFE

DBDBDB

535353

000000

3.2. Fuentes

Cada fuente fue elegida cuidadosamente para reflejar la elegancia, la legibilidad y la cohesión con la experiencia distintiva que ofrecemos. Las fuentes principales:

Meladu Rose

La fuente Meladu Rose, reconocida por su estilo distintivo y elegante, aporta un toque de sofisticación a los encabezados y títulos. Su diseño único y fluido añade un sentido de refinamiento y estilo distintivo, estableciendo una conexión emocional con los usuarios.

MELADU ROSE

LTCushion-Light

La fuente LTCushion-Light se destaca por su estilo sofisticado y elegante. Su diseño con trazos delicados y una apariencia refinada se utiliza para títulos y encabezados, aportando una sensación de distinción y modernidad.

Cushion

Net-Akkurat-Bold

Net-Akkurat-Bold es una fuente audaz y enérgica que agrega fuerza y claridad a los elementos destacados. Su peso tipográfico robusto y su estilo contemporáneo se emplean para destacar información clave, brindando énfasis y legibilidad en subtítulos y llamados a la acción.