

23. (Julio de 2013) Números refrescantes

Escrito por Raúl Ibáñez Torres (Universidad del País Vasco)
Lunes 22 de Julio de 2013 17:00

Tanto en el arte como en la publicidad existen ejemplos de obras en las que se utilizan los números para representar o bien la forma de ciertos objetos, como es el caso de los anuncios publicitarios que vamos a ver en este artículo, o incluso toda la escena que aparece en la imagen, como en las obras de Tobia Ravá de las que hablamos en la entrega de febrero de 2011 de esta sección, [aquí](#).

El primero de los ejemplos que traemos da lugar al título de este artículo, ya que siendo verano no viene nada mal poder disfrutar de una publicidad que nos representa la imagen de refrescantes bebidas. Los tres carteles que mostramos son parte de una campaña publicitaria en la que la empresa Dometic, dedicada a la fabricación de “minibares para hoteles”, quiere transmitir a sus futuros compradores (de la industria hotelera) que disponen de un nuevo producto, un minibar de hotel, en el que ellos pueden confiar, en el sentido de que les permitirá tener un control sobre lo que toman los clientes de su hotel y que no se marchen sin pagar, evitando las correspondientes pérdidas.

¿Cómo intentan transmitir esta idea? Para empezar, en cada uno de los carteles vemos una botella cuya imagen está formada por números, los cuales al ser coloreados convenientemente forman la imagen atractiva y sugerente de la bebida. Están muy bien resueltos desde el punto de vista estético. De hecho, no creo que sea difícil al lector o lectora de este artículo averiguar algunas, o todas, las marcas de las bebidas a las que se hace referencia en los carteles. Pero, ¿por qué los números? El lema de la campaña es “*A minibar you can truly count on*” (es decir, un minibar con el que, de verdad, se puede contar, en el sentido de que se puede confiar en él), realizando un juego de palabras y visual con el significado de la palabra “contar”. Aquí tenéis los tres carteles...



23. (Julio de 2013) Números refrescantes

Escrito por Raúl Ibáñez Torres (Universidad del País Vasco)
Lunes 22 de Julio de 2013 17:00

www.dometic.com



A minibar you can truly count on.

**HIPRO
MATIC**

It makes perfect sense

The high-performance sensors combined with the real-time data-collecting software from the new HiPromatic let you keep track of your guests' consumption and reduce your losses to an absolute minimum.

Dometic GmbH - In der Seidenstr. 15 - 50074 Siegen - Germany - Phone +49 271 862 0 - Fax +49 271 862 306 - Email info@dometic.de

23. (Julio de 2013) Números refrescantes

Escrito por Raúl Ibáñez Torres (Universidad del País Vasco)
Lunes 22 de Julio de 2013 17:00

[www.dometic.com](#) 



A minibar you can truly count on.

HIPRO
MATEO

The high-performance sensors combined with the real-time data collecting software from the new minibars, let you keep track of your guests' consumption and reduce your food and drink inventory.

El primer paso para la implementación de un sistema de gestión de inventario es la identificación de los productos y servicios que se van a controlar. Esto implica una revisión detallada de todos los ítems que se manejan en el negocio, desde alimentos y bebidas hasta suministros de oficina y materiales de mantenimiento. Una vez identificados, se debe establecer un sistema de codificación que permita rastrear cada ítem de manera única y precisa.

23. (Julio de 2013) Números refrescantes

Escrito por Raúl Ibáñez Torres (Universidad del País Vasco)
Lunes 22 de Julio de 2013 17:00



23. (Julio de 2013) Números refrescantes

Escrito por Raúl Ibáñez Torres (Universidad del País Vasco)

Lunes 22 de Julio de 2013 17:00

