

**TALENT  
ARENA**

# MANUAL DE MARCA

VERSIÓN 01

ABRIL 2024

# Una marca es la suma de todas sus impresiones.

Una marca es una promesa que transmite valor, crea identificación, tiene un alto valor de reconocimiento y crea un fuerte vínculo con los clientes, empleados y asociaciones. Como empresa, nuestros clientes y empleados son el núcleo de nuestra marca. Todo lo que hacemos y la forma en que nos comportamos afecta la imagen de nuestra empresa. Todas estas acciones determinan qué tipo de asociaciones hacen nuestros clientes y otras partes interesadas con Talent Arena.

Los principios de nuestra identidad se detallan en este Manual de Marca. Incluye elementos básicos como logotipo, colores, tipografía, imágenes, elementos gráficos clave e iconos; además de aplicaciones destacadas dentro de nuestra identidad visual. Para que nuestra marca sea exitosa, Talent Arena debe entenderse, identificarse y aplicarse de manera coherente. Estas pautas están diseñadas para garantizar que todos y todas comprendamos cada punto de Talent Arena de manera uniforme en cada área del mercado. Están pensadas para ayudar, guiar e inspirar a construir y desarrollar la marca Talent Arena de forma clara, consistente y exitosa.

# 01 LOGOTIPO

# NUESTRO LOGOTIPO

El logotipo es nuestra  
representación visual de la marca.  
Esta es nuestra versión principal  
y la que debe usarse la mayor parte  
de las veces.

**TALENT  
ARENA**

# ÁREA DE SEGURIDAD

El área de seguridad se refiere al espacio mínimo que debe permanecer libre alrededor de la marca sin que ningún otro elemento rebase este límite para evitar la contaminación visual del logotipo. Este espacio será el mismo que hay entre la palabra “TALENT” y “ARENA”.

Aun así, se recomienda dejar más espacio que el área de seguridad, que variará según las aplicaciones.



# OTRAS FORMAS DEL LOGOTIPO

Según la aplicación gráfica, en algunos casos será mejor usar la versión en horizontal, o las versiones bandera (tanto izquierda como derecha), según el formato y layout. Ver ejemplos en “Aplicaciones gráficas.”

|                   |   |
|-------------------|---|
| Versón horizontal | <b>TALENT ARENA</b>                             |
| Versiones bandera | <b>TALENT<br/>ARENA</b> <b>TALENT<br/>ARENA</b> |

# TAMAÑO MÍNIMO

Se refiere al tamaño mínimo que podemos usar a la hora de aplicar nuestro logotipo en diferentes aplicaciones, ya sea digital o impresión.

Versión 2 líneas:  
Impresión: 20 mm  
Digital: 55 px

Versión 1 línea:  
Impresión: 30 mm  
Digital: 75 px



Digital: 55 px

Impresión: 20 mm



Digital: 75 px

Impresión: 30 mm

# LOGOTIPO: BEST PRACTICES

En esta pequeña guía podrás ver ejemplos de qué no hacer con el logotipo.



No rotar el logotipo



No distorsionar el logotipo



No aplicar efectos



No cambiar la tipografía del logo

## LOGOTIPO: COLOR

Por regla general siempre usamos la versión en negativo de la marca (arriba, en amarillo\*), aunque también contamos con una versión en positivo (abajo, en negro).

\*Ver 02. Colores

**TALENT  
ARENA**

**TALENT  
ARENA**

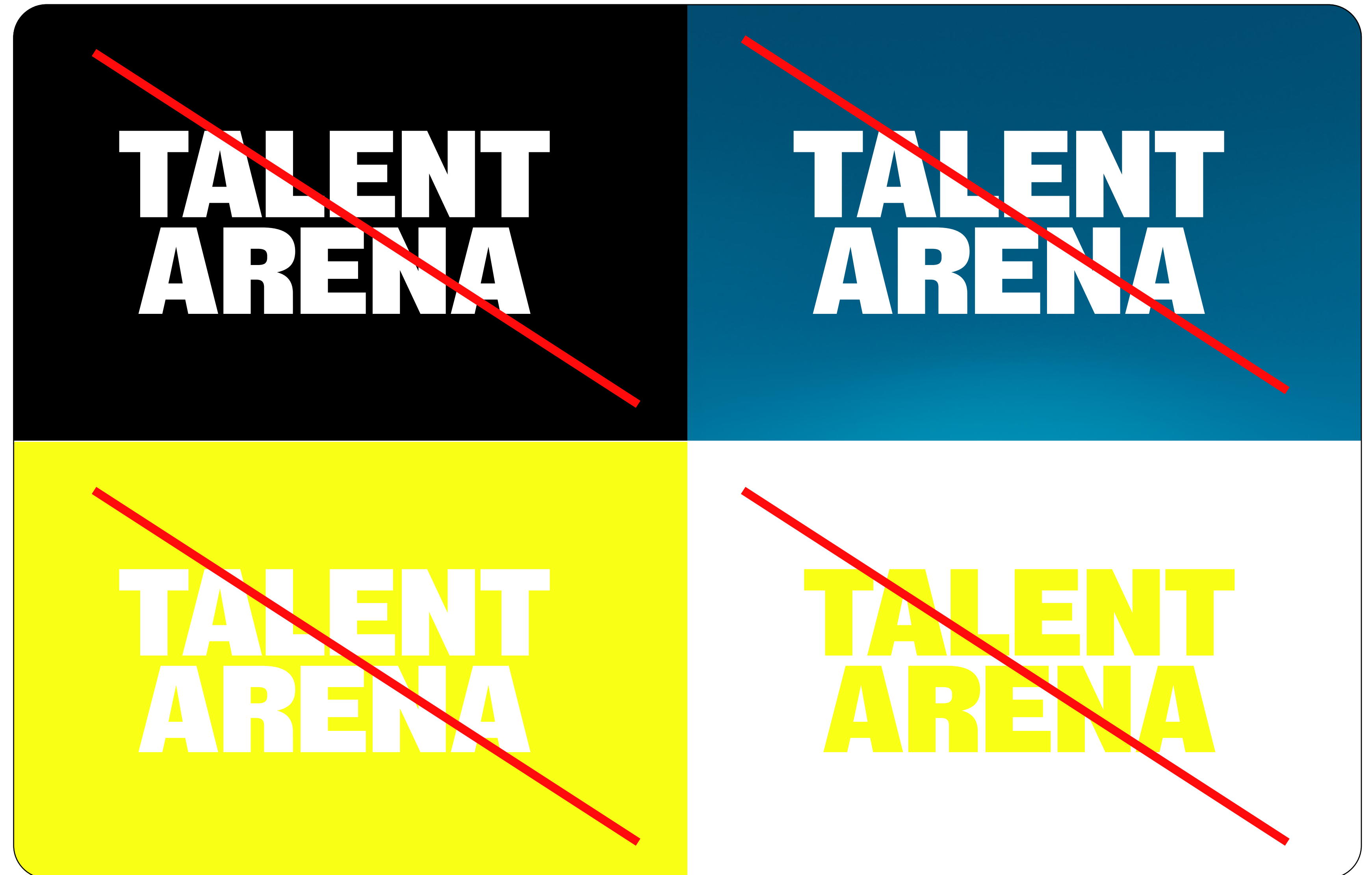
**TALENT  
ARENA**

**TALENT  
ARENA**

## LOGOTIPO: COLOR DONT'S

Nunca usaremos la versión del logotipo en blanco sobre negro, ni en blanco sobre imagen. Damos preferencia al logotipo en amarillo.

No usar el logotipo en combinaciones de colores que dificulten la legibilidad y que tengan poco contraste.



# USO DEL CLAIM

En la mayoría de casos, el logotipo irá acompañando del claim.

Se situará encima del logotipo siempre que sea posible, en una línea (v1).

Cuando va acompañado de otra información, irá situado a la izquierda del logotipo en cuatro líneas (v2)

WHERE TALENT MEETS AT MWC  
**TALENT  
ARENA**

V1. En una línea

**TALENT  
ARENA**  
WHERE  
TALENT  
MEETS  
AT MWC  
26-29  
FEB

V2. En cuatro líneas

# LOGOTIPO & CLAIM: DON'TS

A continuación se describen diferentes situaciones que no deberían producirse, teniendo en cuenta también el claim, y disposición, además del color.



\*No usar el claim en otro color que no sea blanco/negro

\*No poner el claim alineado a la izquierda del logo cuando aparece solo



\*No dividir el claim y separarlo en dos partes

# 02 COLORES

# COLORES PRINCIPALES

Los colores de marca son tres:  
negro, blanco y amarillo.

## 100% BLACK

RGB 00 00 00  
CMYK 100 100 100 100  
PANTONE Black C  
#000000

## 100% WHITE

RGB 255 255 255  
CMYK 00 00 00 00  
#FFFFFF

## YELLOW

RGB 250 255 22  
CMYK 12 0 94 0  
PANTONE 803 C  
#FAFF16

# 03 TIPOGRAFÍA

# TIPOGRAFÍA

La tipografía principal de la marca es la “Cru”, en peso “Condensed Black”. Siempre la usaremos en mayúscula.

La tipografía secundaria es la “Favorit Mono” en peso “Regular”, siempre en mayúscula y con un kerning ampliado en el 12%.

## TÍTULOS

Uppercase

CRU CONDENSED BLACK

## TÍTULOS SECUNDARIOS

Uppercase  
Letter spacing 12%

FAVORIT MONO REGULAR

## CUERPO DE TEXTO

(Web)

ABC Favorit en Regular para cuerpo de texto para web.

## BOTONES

UPPERCASE

# TIPOGRAFÍA: USO

Aquí un ejemplo de uso de las tipografías. Este es un ejemplo de evento en la agenda.

Para títulos usaremos la “Cru”, para subtítulos y otros títulos secundarios usaremos la “Favorit Mono”. Para cuerpo de texto, “ABC Favorit”, y para botones/CTA “Favorit Mono.”

CRU

## GET PROFESSIONAL WITH ARDUINO ON THE EDGE

FAVORIT  
MONO

DAVID CUARTIELLES  
CO-FOUNDER OF ARDUINO, @DCUARTIELLES

ABC FAVORIT

Explore the capabilities of Arduino Pro—from traditionally-coded boards to embedded machine learning systems in industrial settings. Dive into communication and connection to the cloud, experiment with boards and guided testing, and create your own mini-projects to apply what you’ve learned.

FAVORIT  
MONO

REGISTER

# 04 FOTOGRAFÍA

# PERSONAJES CARTEL

Los carteles están protagonizados por unos personajes creados por IA. Unos personajes con chaqueta amarilla en un sofá azul y una iluminación predominante azul.

Existen dos versiones de personajes.



# SUPERPOSICIÓN PERSONAJES

En las piezas que usemos estas imágenes, ponemos el logotipo por detrás del personaje, para que haya un poco de solapamiento.



# TRATAMIENTO DE IMÁGENES

Las fotografías de los ponentes se recortarán para quitarles el fondo, y se usarán encima de color amarillo para unificarlas.

A partir de éstas fotos, se crean unas tarjetas con efecto 3D para usar en distintas aplicaciones.

A éstas tarjetas se le aplica una sombra.

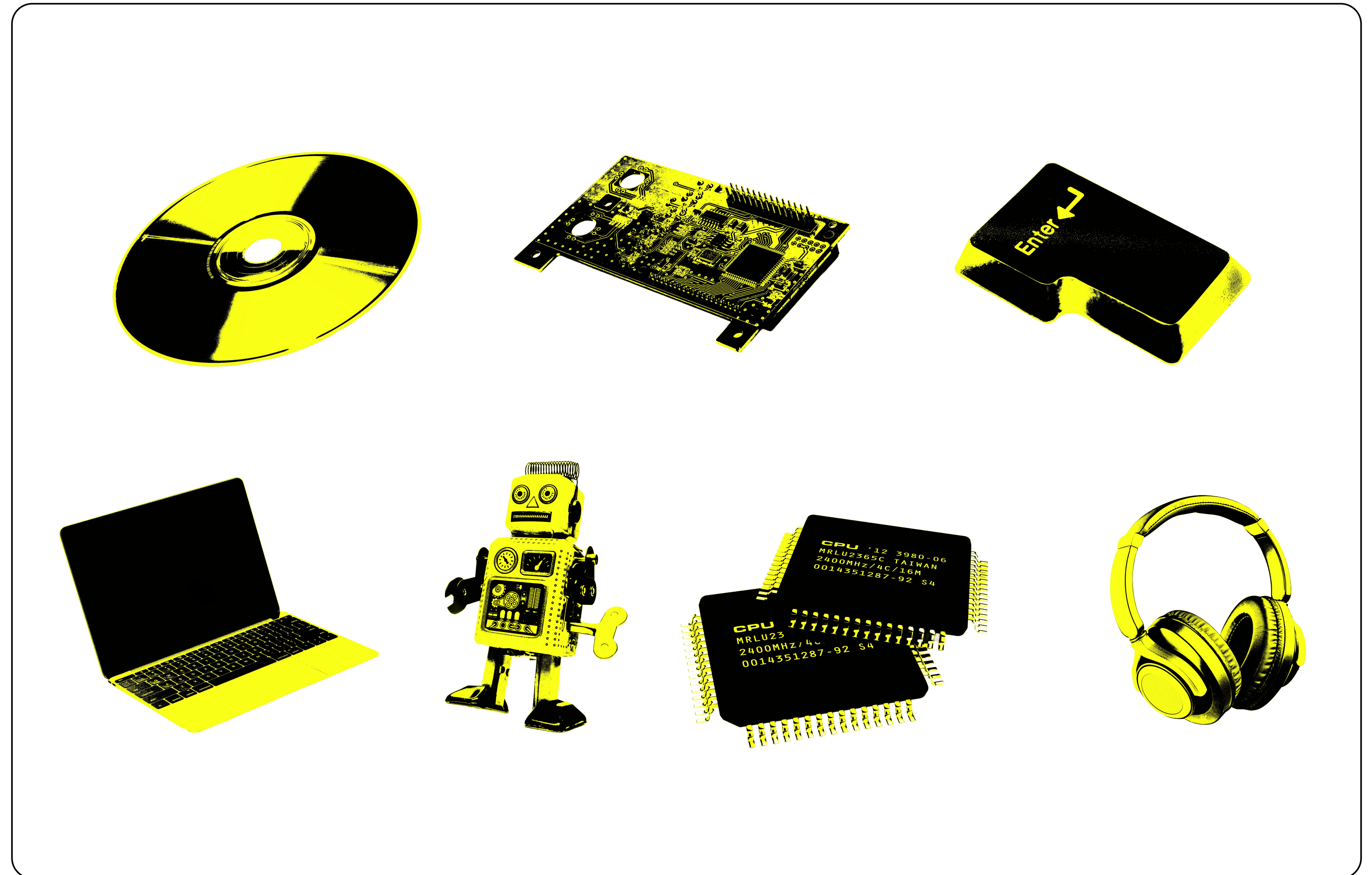


# 05 RECURSOS GRÁFICOS

# ILUSTRACIONES OBJETOS

También se utilizan otros elementos en las piezas gráficas de la marca, como estas ilustraciones de objetos relacionados con el mundo de la programación, que nos permiten acompañar y ilustrar los diferentes temas.

Para lograr este efecto, aplicamos a fotografías corrientes el efecto *Umbral* (en photoshop) y después un efecto *Duotono* con los colores negro y amarillo.



# CASCOS PERSONAJES

Los cascos de los personajes generados por IA sirven también para acompañar algunas aplicaciones gráficas, como el ejemplo de los cuadros de diálogo usados en las cartelas del ring (Talent Arena 2024)

V1

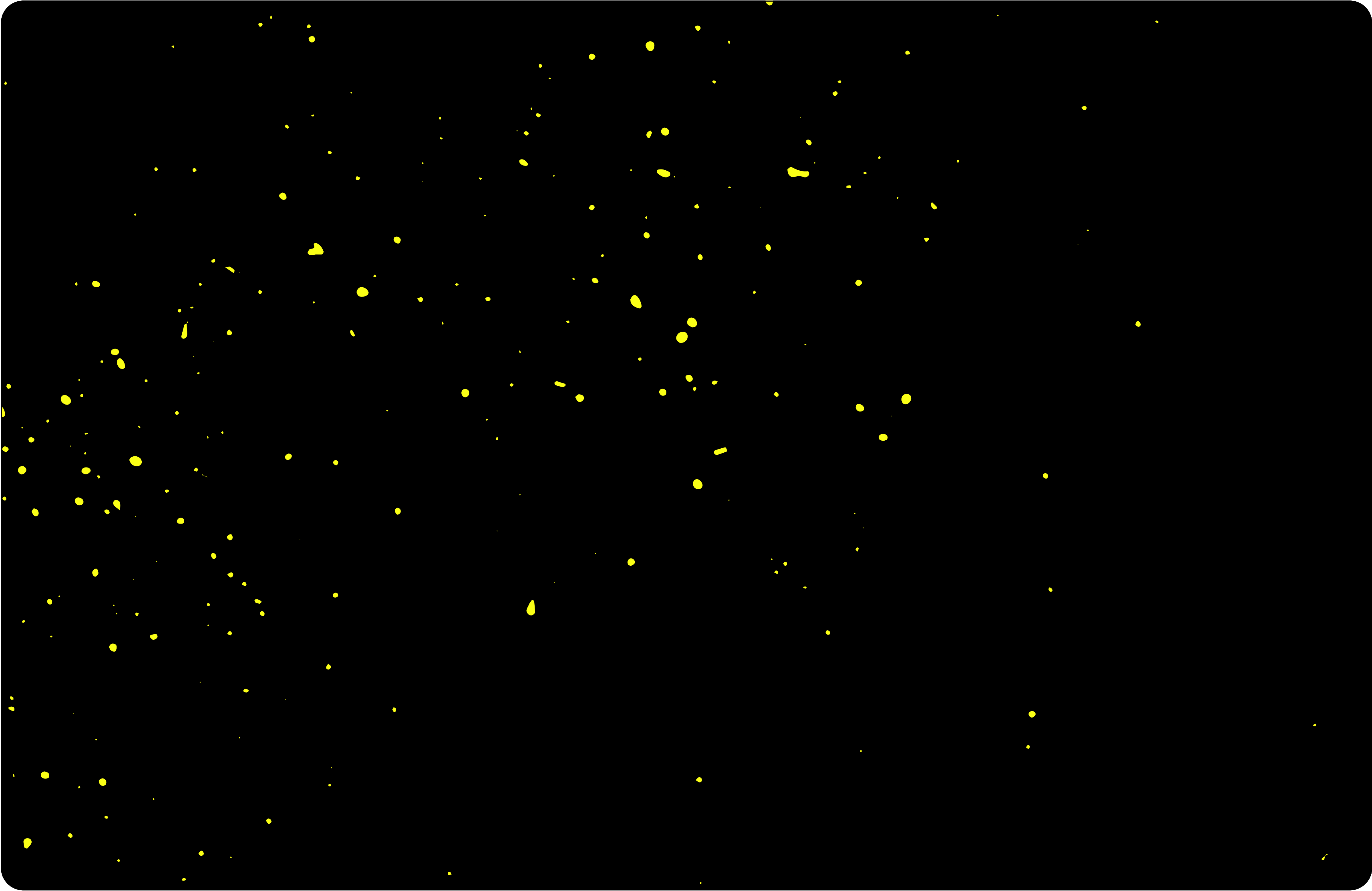


V2



# FONDO TEXTURA

Para darle textura y profundidad a los fondos, en algunas piezas se usará este fondo negro con detalles en amarillo.



# 06 APLICACIONES GRÁFICAS

# EXTERIOR

Ejemplos de carteles en outdoor.



# EXTERIOR

Ejemplos de banderas en outdoor y opi.



# MERCH

Ejemplos de merchandising como gorra y camisetas.



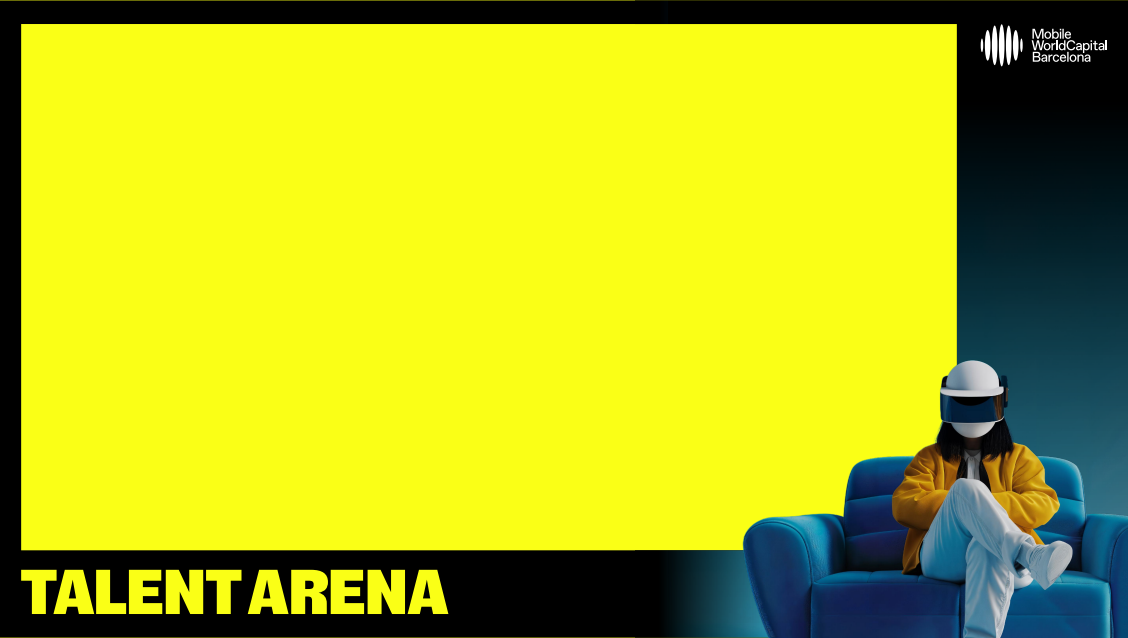
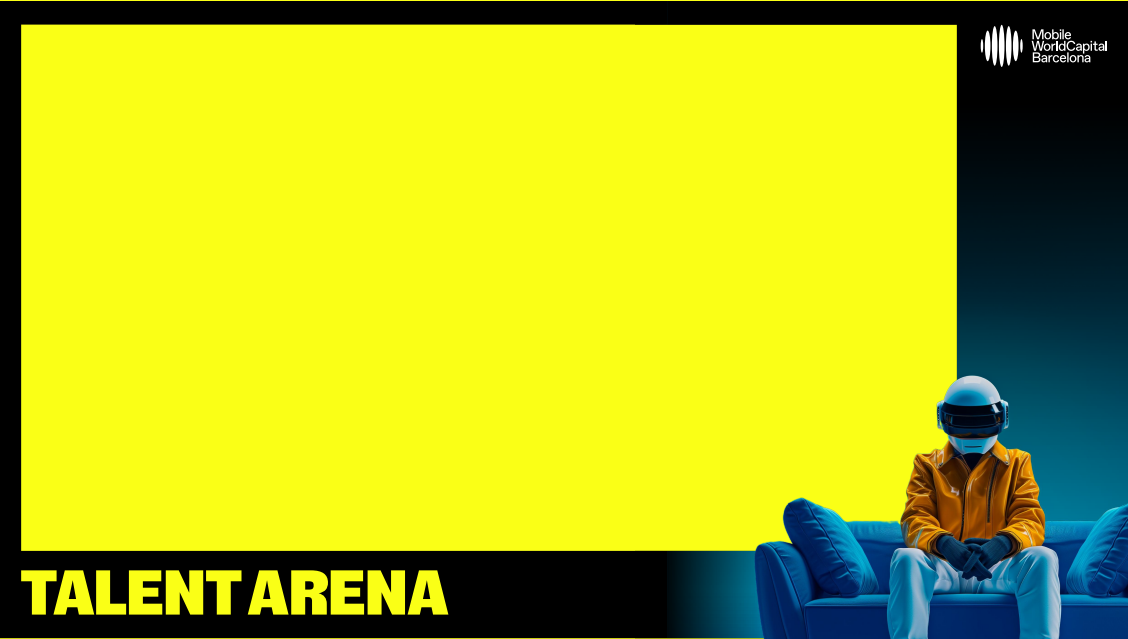
# CARTELAS RING

Ejemplos de cartelas para la pantalla del ring en el evento.



# MARCO PANTALLA

Ejemplos de marcos para las presentaciones de los ponentes en el evento.



BANNER

Ejemplo de banners del cartel genérico.

En este ejemplo vemos cómo funciona el claim y los logotipos de patrocinios.



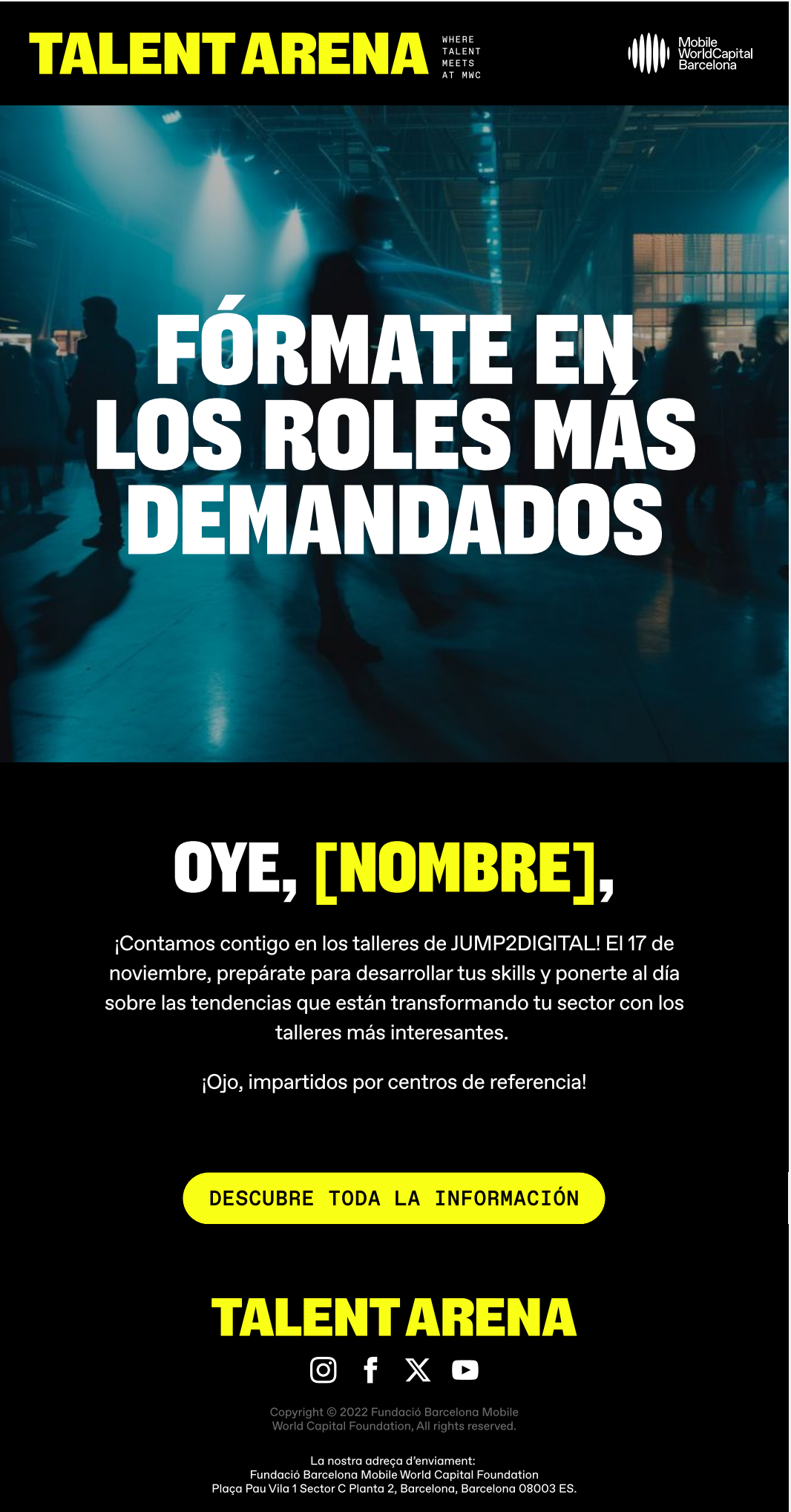
# WEB

Ejemplo de la página de inicio de la web.



# MAILING

Ejemplo de mailing.



# POSTS (PAID)

Ejemplos de posts para social media, en este caso posts paid.

En estos ejemplos vemos diferentes layouts:

- izq.: marco borroso de la imagen
- medio: texto por detrás del personaje
- der.: tarjetas de ponentes en 3d

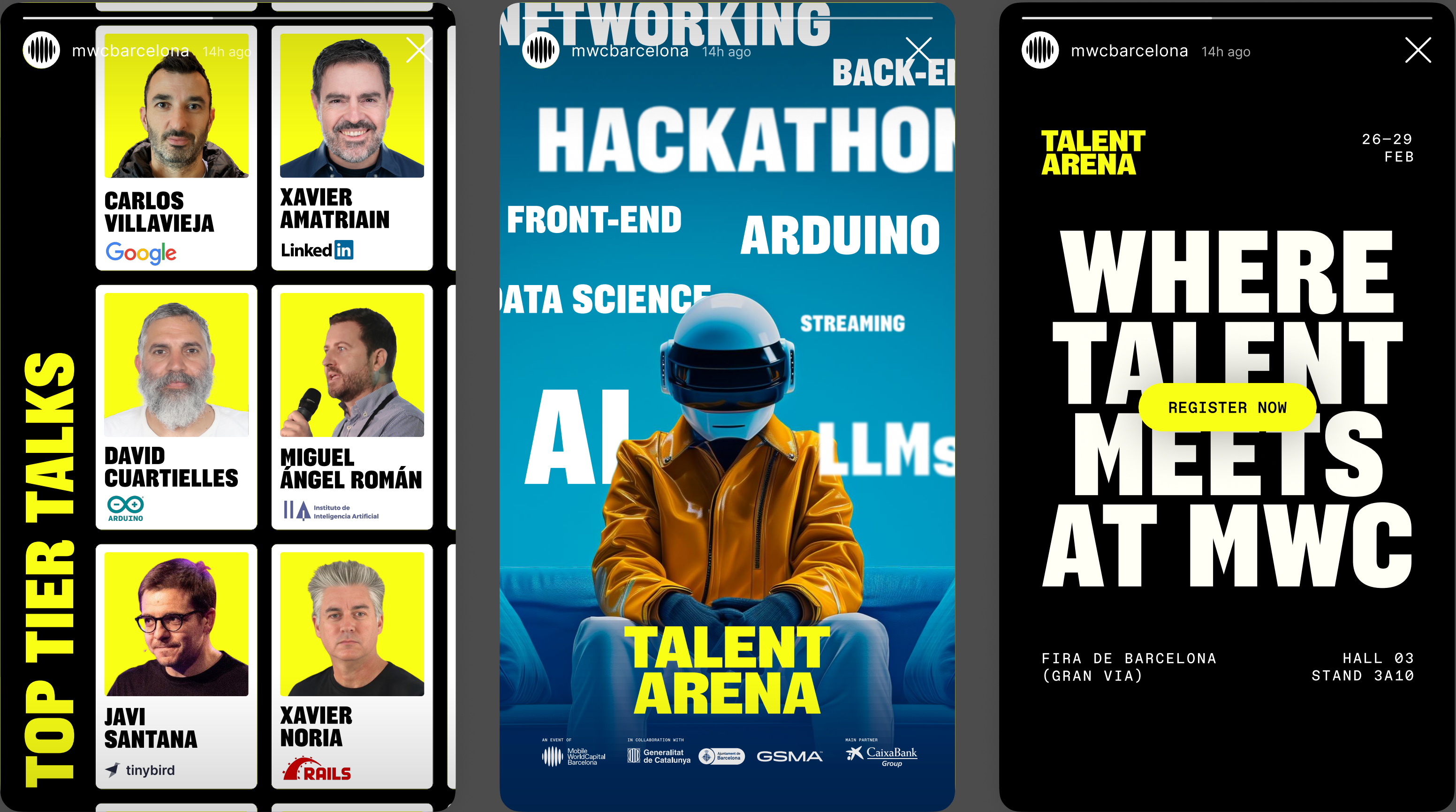


# STORIES (PAID)

Ejemplos de stories para social media, en este caso paid.

En estos ejemplos vemos diferentes layouts:

- izq.: composición con las tarjetas de los ponentes
- medio: texto por detrás del personaje
- der.: claim en grande

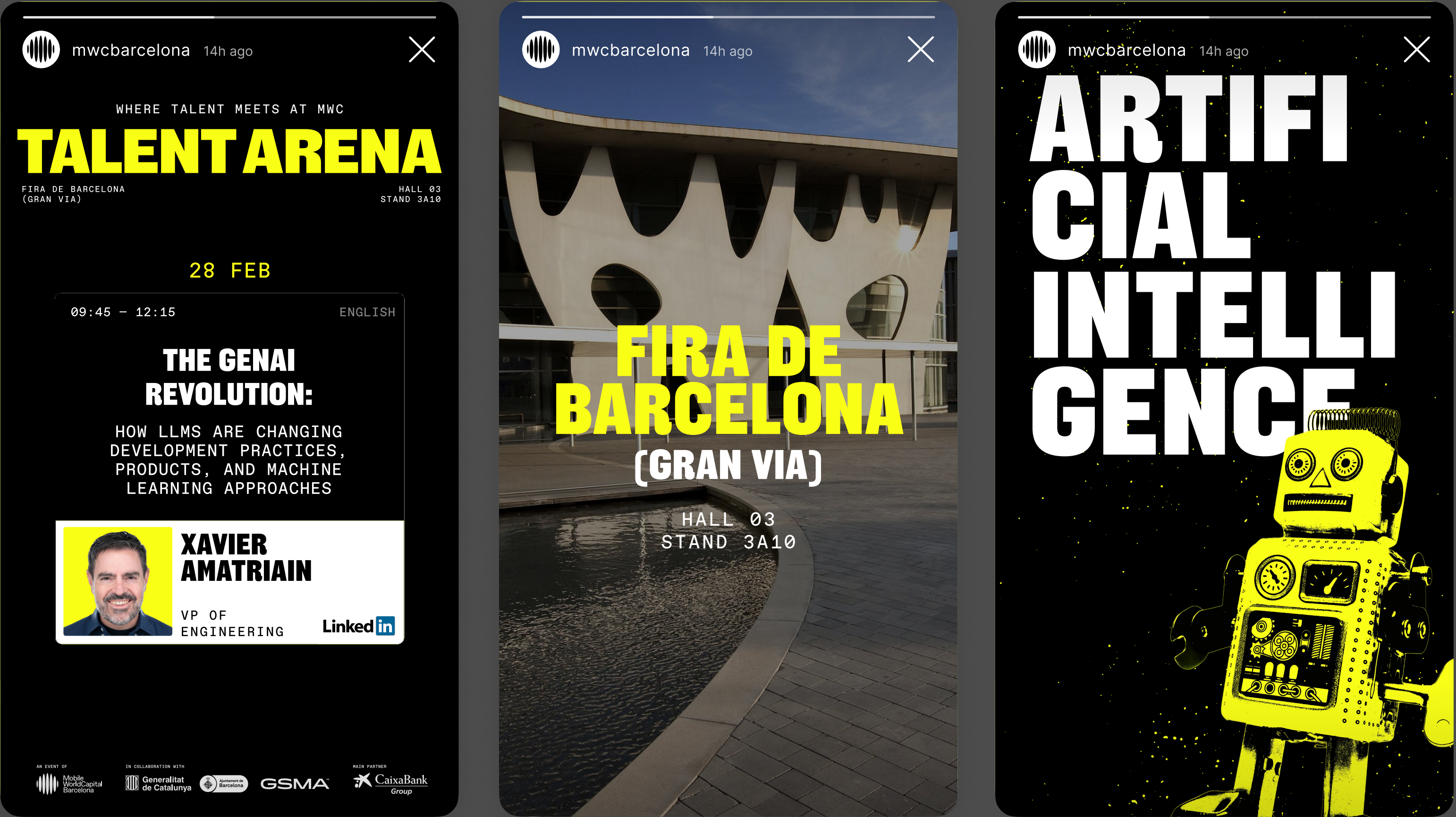


# STORIES (ORGANIC)

Ejemplos de stories para social media, en este caso orgánicas.

Vemos diferentes ejemplos:

- izq.: story agenda
- medio: story ubicación
- der.: story tema/actividad



**TALENT  
ARENA**

SI TIENES ALGUNA PREGUNTA SOBRE  
NUESTRA IDENTIDAD VISUAL O SU  
APLICACIÓN, NO DUDES EN CONTACTARNOS:  
[ARUIZ@MOBILEWORLDCAPITAL.COM](mailto:ARUIZ@MOBILEWORLDCAPITAL.COM)