

 **Arbitrade**®

Innovación

Pausa

Experiencia

Excelencia

Innovamos para hacer  
tu pausa diaria agradable  
y de calidad

*Pilar*

**INNOVACIÓN**

**PAUSA**

**EXPERIENCIA**

**EXCELENCIA**

*Sensaciones*

Modernidad, liderazgo, autoridad

Placer, pausa, bienestar, disfrute

Comodidad, satisfacción,  
frictionless

Confianza, seguridad, tranquilidad

*Narrativa*

- Soluciones tecnológicas
- Formatos inteligentes
- Líderes del sector, vanguardia

- Momentos para disfrutar
- Momentos para conectar
- Momentos para recargar energía

- Interacción intuitiva
- Experiencia de usuario positiva
- Servicio fácil y cómodo

- Estándares de calidad superiores
- Marca de confianza, premium
- Servicio y atención excelentes
- Sostenibilidad

Si fuera una persona, Arbitrade sería alguien **exigente** pero **cercana**. Cuida los detalles, elige lo mejor y está disponible cuando se la necesita.

Es una marca **innovadora sin ser fría**, profesional sin resultar distante, y tiene un punto **premium** que se percibe en cómo hace las cosas.

**Te entiende** y te facilita el día sin darse importancia, con criterio. Transmite confianza, expertise, y un estándar alto que nunca falla.

Exigente

Profesional

Inteligente

Elegante

Moderna

Serena

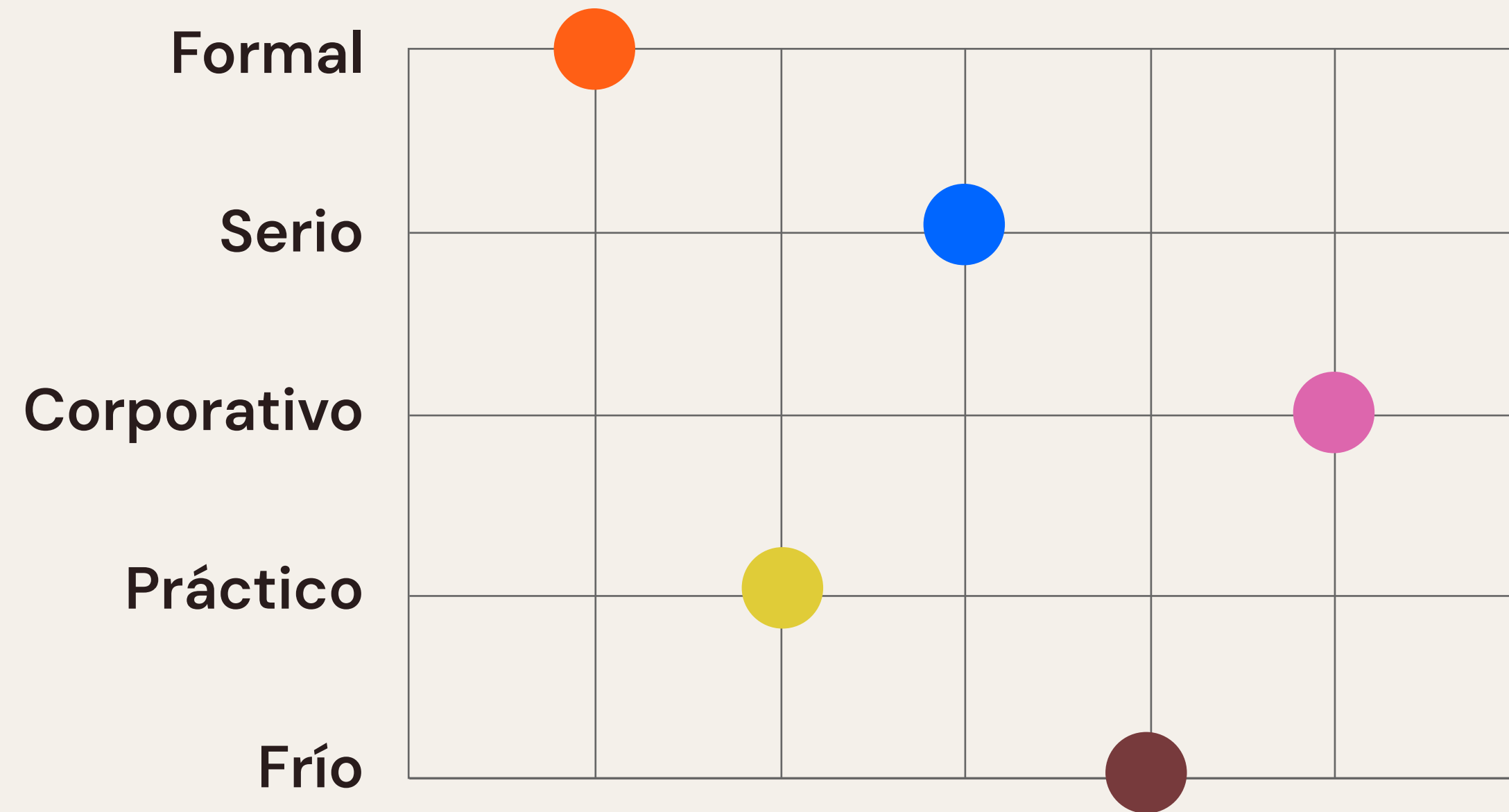
Concisa

Cercana

Natural

Honesta

Vital



**Informal**

Hablamos en tono profesional y experto, pero manteniendo la calidez y naturalidad.

**Divertido**

Como marca elegante e innovadora, nos mantenemos neutrales. En B2C podemos estirar el tono hacia lo divertido.

**Natural**

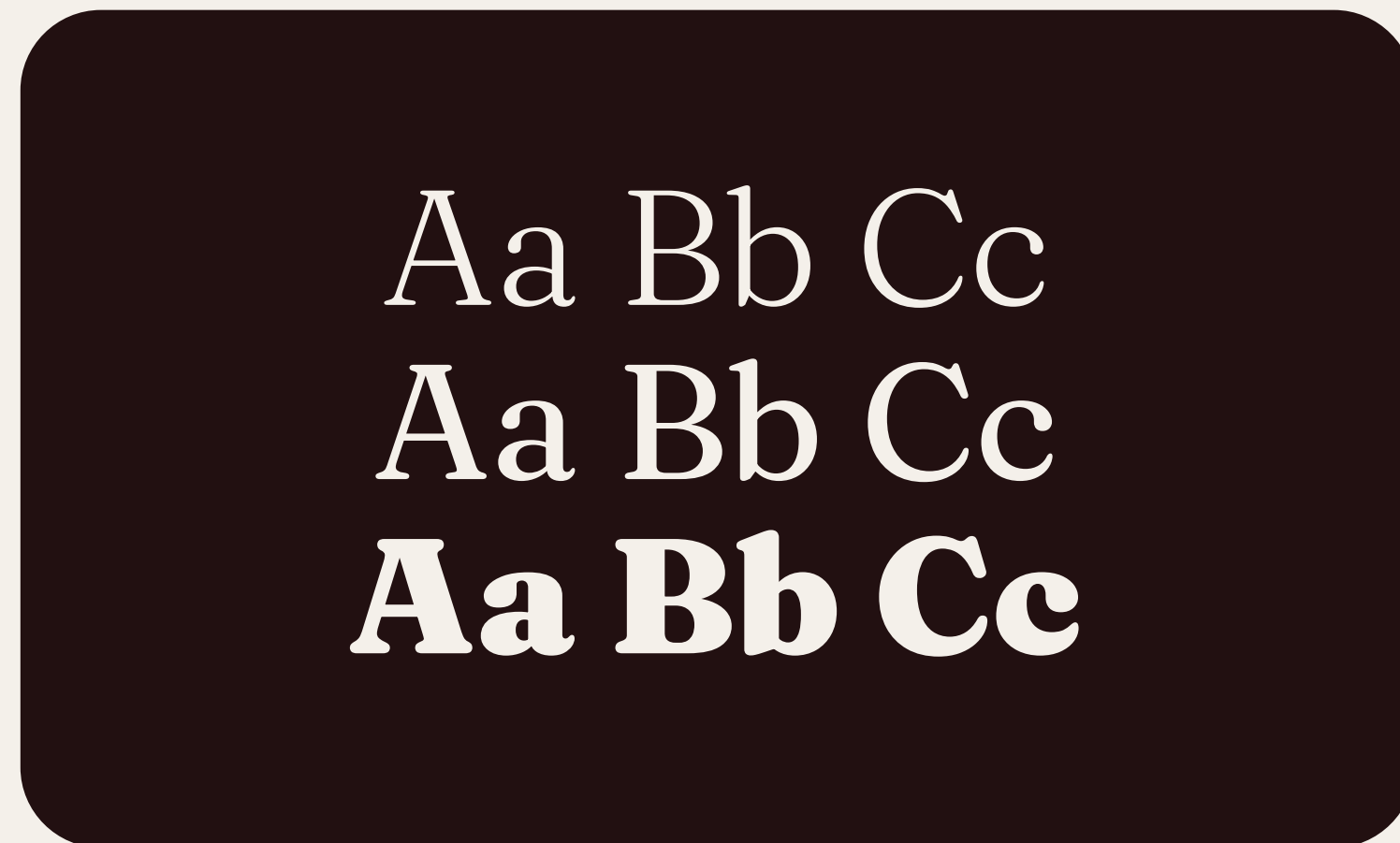
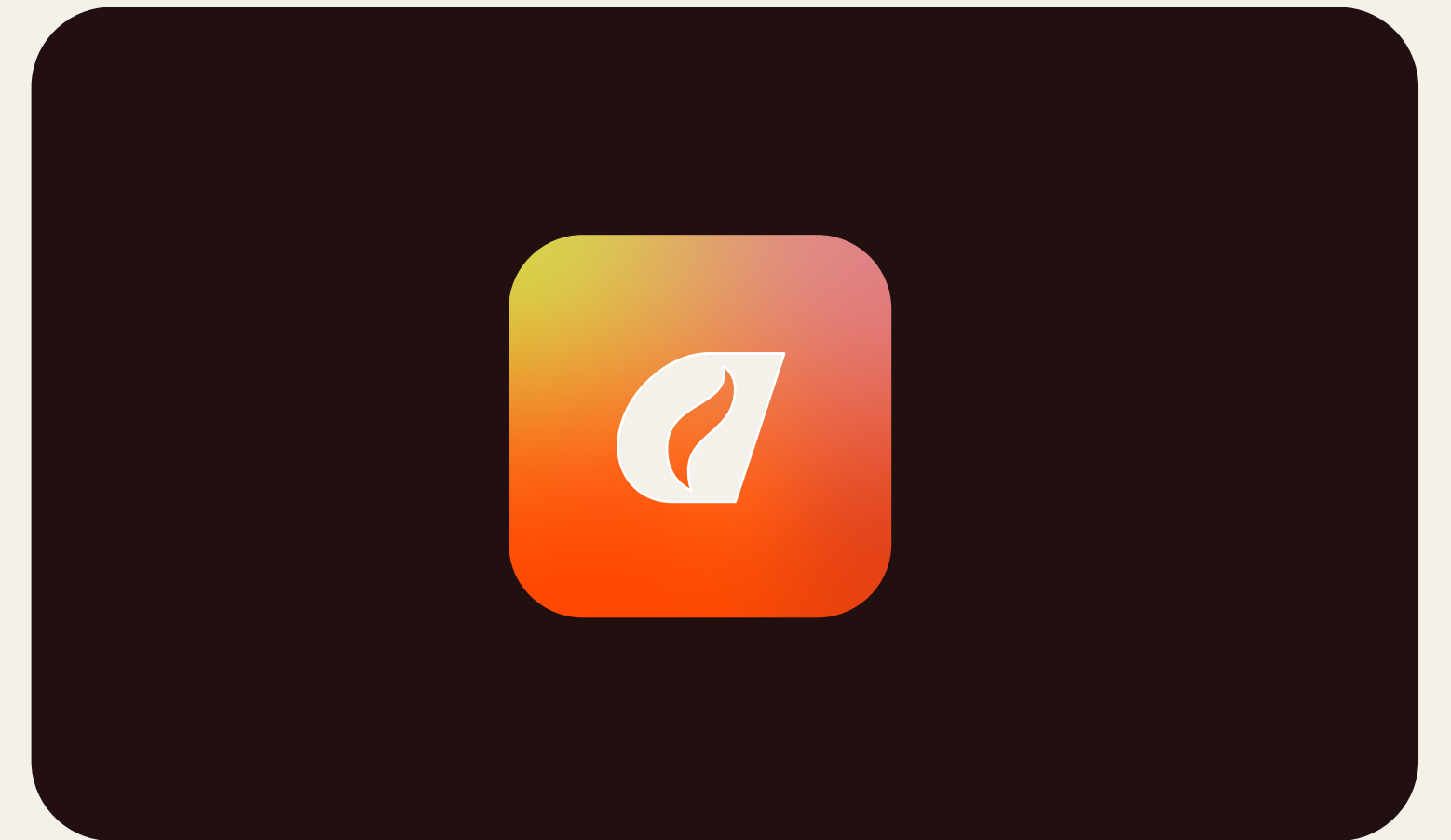
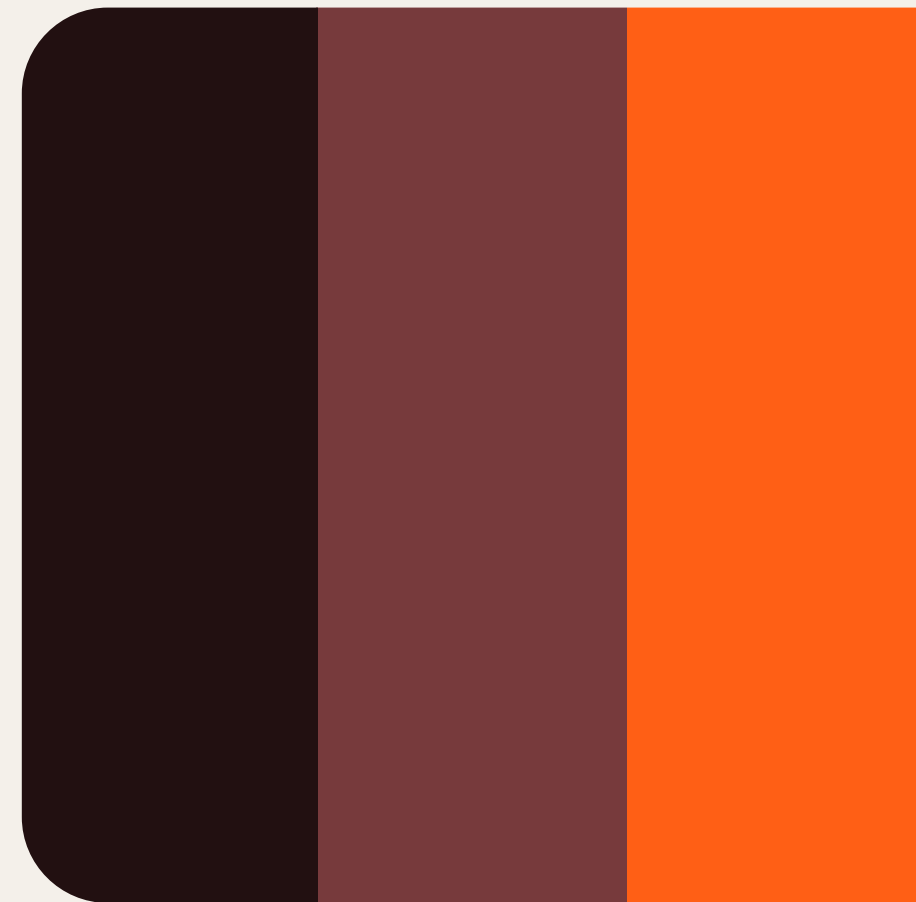
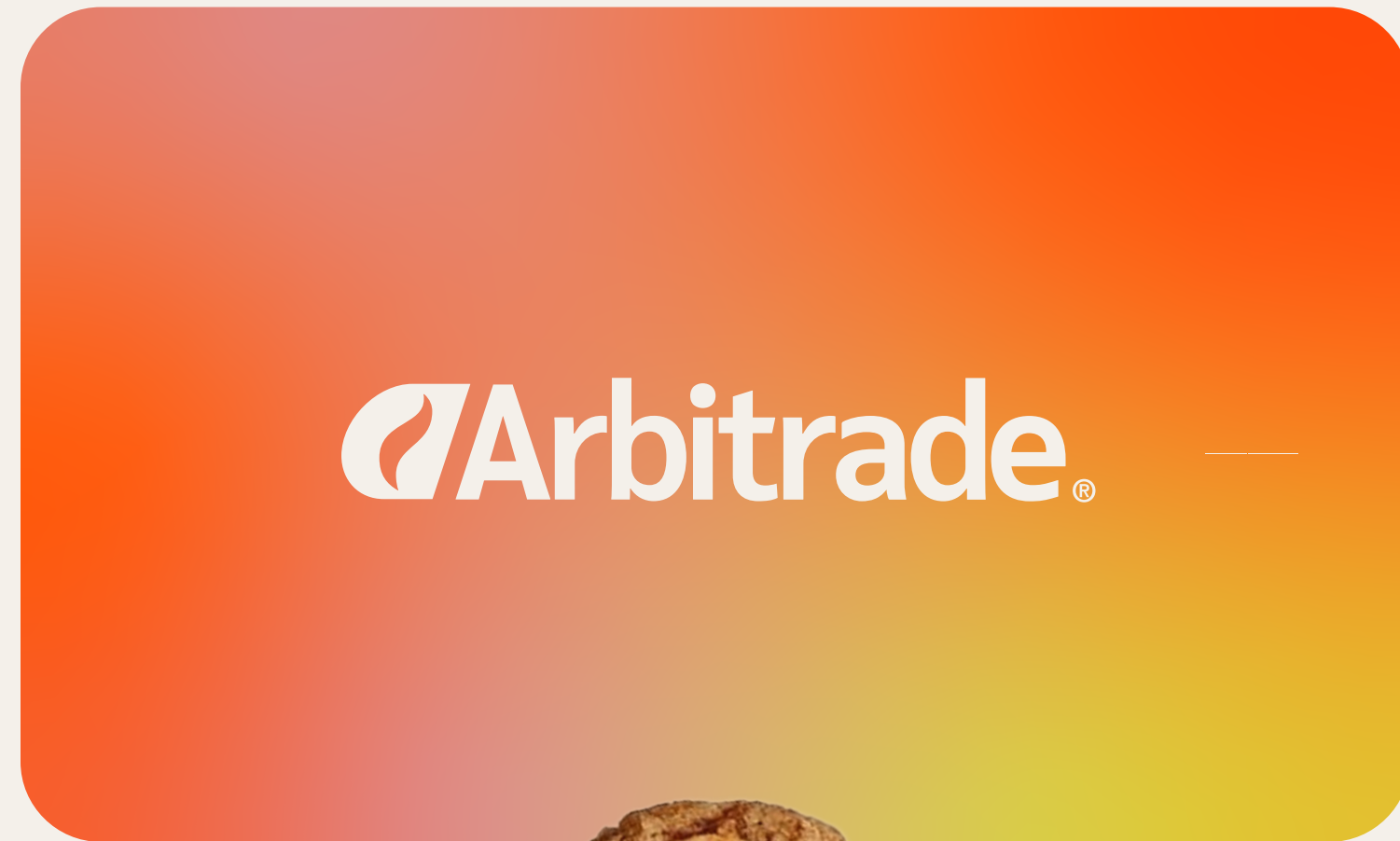
Arbitrade habla como una marca creada por personas reales, no suena como una máquina sin alma. Es directa, sin relleno.

**Entusiasta**

Nuestras soluciones son modernas e innovadoras, pero hablamos como personas reales, no robots.

**Expresivo**

Empatizamos con nuestro público y les ofrecemos soluciones adaptadas a ellos.



## Paleta de color

Una evolución de la paleta actual de Arbitrade, organizada en tres grupos según el uso del color.

El color principal, naranja Arbitrade, como color distintivo, clave para identificar la marca.

Las paletas de colores neutrales y secundarios le sirven de apoyo. Los colores neutrales contribuyen a crear la atmósfera de la marca y mejorar legibilidad, mientras que los secundarios aportan versatilidad, colores de apoyo más llamativos para la comunicación B2C.

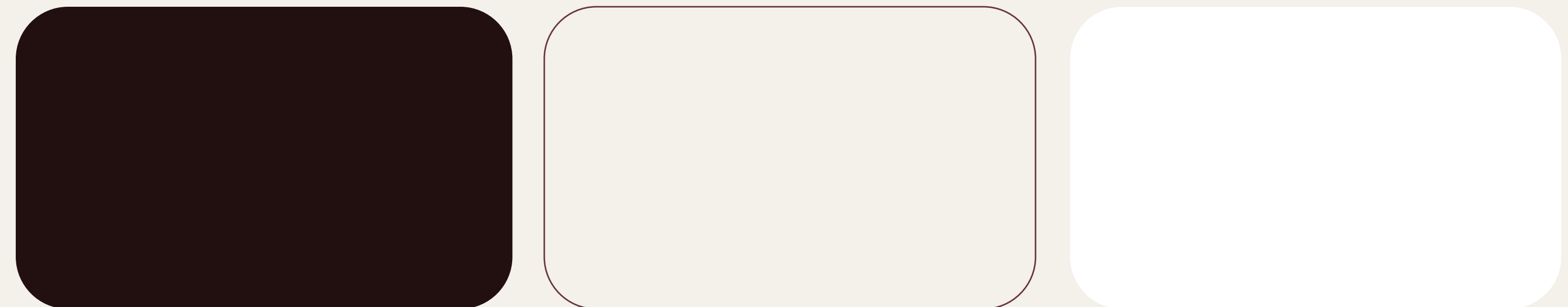
**B2C**  
Paleta neutral + color principal

**B2B**  
Paleta completa

COLOR PRINCIPAL



NEUTRALES

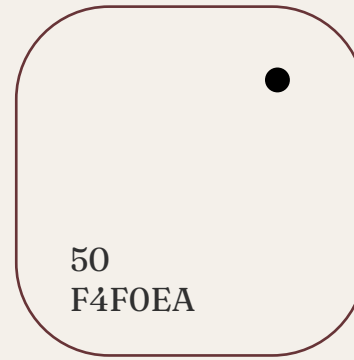


COLORES DE APOYO



Neutral  
Beige

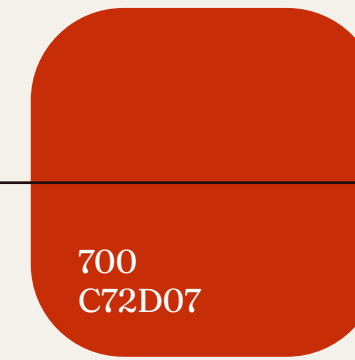
Neutral  
Dark



## Paleta de color

El desarrollo de la paleta se completa con 6-8 valores de luminosidad de cada tono, para facilitar armonía y coherencia en degradados y en diseño de interfaces y producto.

La paleta presente en esta página es provisional.



Pantone 172 C



100 - 500  
3 tonos para crear  
degradados en armonía

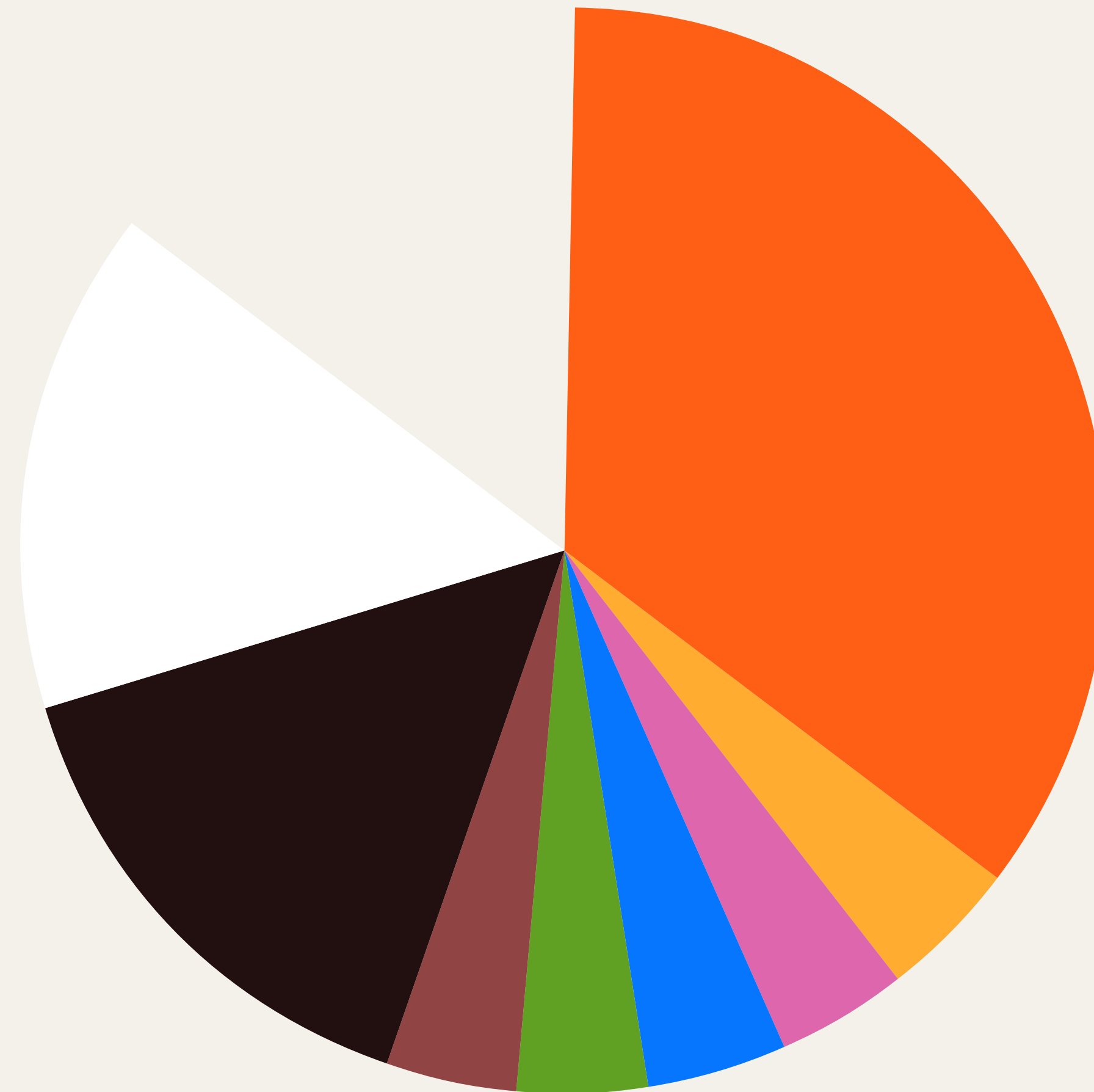


700  
Para usos específicos, como diseño  
UI (estados de botones o links,  
bordes de cajas, sombras...)

## Uso del color

Porcentajes aproximados de frecuencia de uso de los colores de marca.

- Neutrales**
- Fondos
  - Ambiente
  - Tipografía



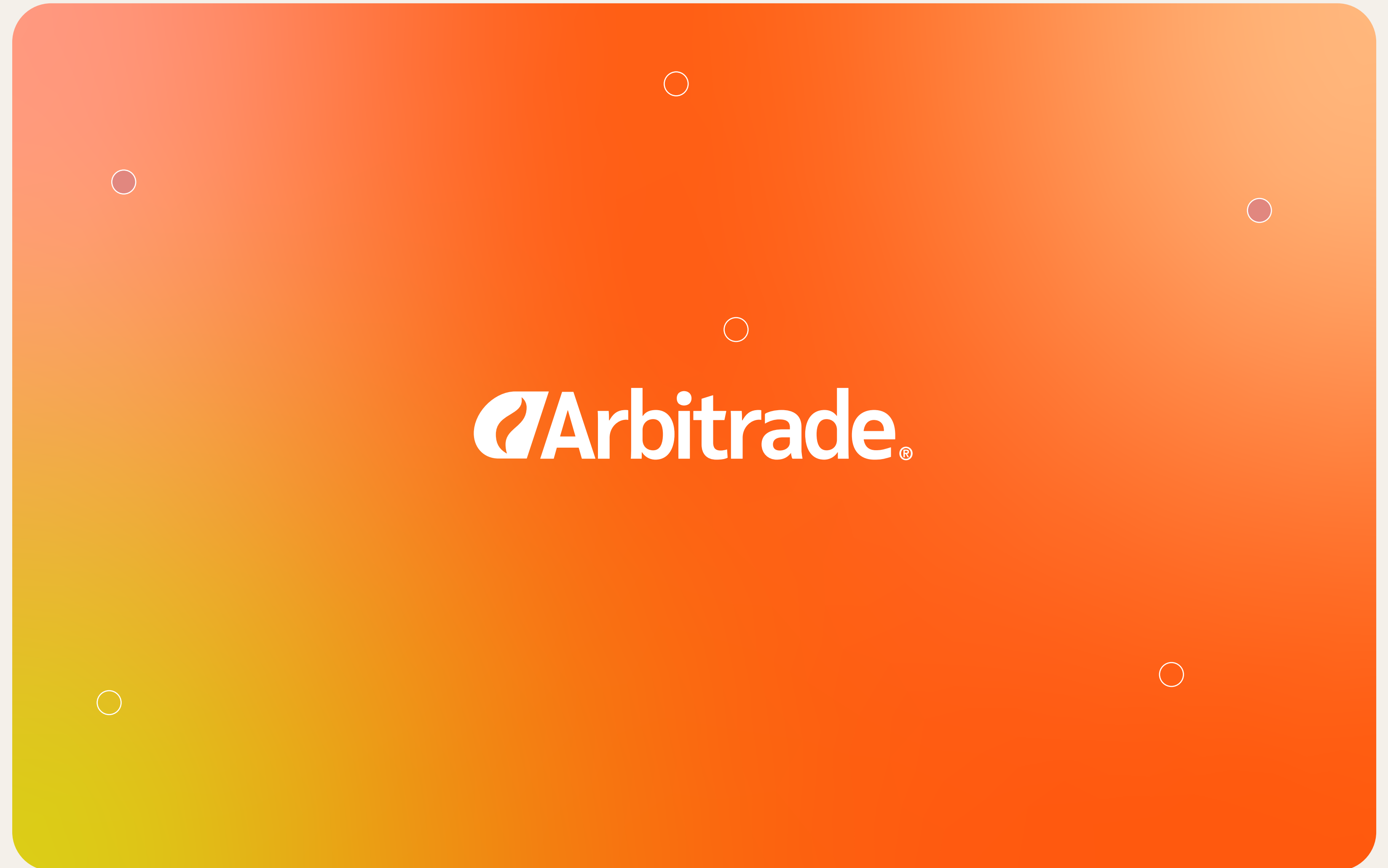
- Naranja Arbitrade**
- Identificar la marca
  - Llamar a la acción
  - Dirigir atención

- Colores de apoyo**
- Secundarios, menor extensión
  - Énfasis en promociones y comunicaciones puntuales

## Degradados: simplificación y armonía

Los degradados ya son una herramienta visual reconocible y propia de la marca. Nos ayudan a transmitir innovación y calidez, y a crear profundidad en las composiciones.

Simplificamos con degradados suaves, 'líquidos', con contrastes leves (menos agresivos), y más armonía, que nos ayuden a transmitir esa sensación de calma, pausa y disfrute.



Degradado principal de marca

## Degradados: secundarios

Utilizando 3-4 variedades de cada tono de la paleta de color, creamos una variedad de degradados, diseñados para aportar expresividad y energía a las comunicaciones de marca, con especial aplicación en B2C.



## Tipografía display: Fraunces

Fraunces es una serif contemporánea que combina **elegancia y personalidad** con una sensación **actual y cercana**.

Aporta un carácter refinado y de calidad sin resultar clásica ni distante, ayudando a comunicar con claridad, seguridad y un punto humano.

DISPLAY  
Marca, energía

Aa Bb Cc  
Aa Bb Cc  
Aa Bb Cc

BODY COPY

Arbitrade lidera la nueva generación de retail inteligente. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

KICKER  
DM Sans

ENCABEZADOS  
Fraunces en  
pesos Light,  
Regular y Bold

BODY COPY

KICKER

# Título 1

## Título 2

### Título 3

#### Título 4

Arbitrade lidera la nueva generación de retail inteligente. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

Fraunces – pesos más ligeros  
Contenidos más corporativos – neutrales

KICKER

# Título 1

## Título 2

### Título 3

#### Título 4

Arbitrade lidera la nueva generación de retail inteligente. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

KICKER

# **Título 1**

## **Título 2**

### **Título 3**

#### **Título 4**

Arbitrade lidera la nueva generación de retail inteligente. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

Fraunces – más pesadas  
Contenidos más expresivos



## Fotografía lifestlye Arbitrade

Cuando realizamos o generamos fotografía de marca seguimos cuatro criterios:

(1) Contextualizar el producto para facilitar la identificación

(2) Presentar el producto lo más atractivo y apetecible posible (innovación, *pausa*, *experiencia*, *excelencia*)

(3) Crear imágenes coherentes con la marca: visualmente sencillas, luminosas, suaves, cálidas, de contrastes reducidos, donde los colores de la marca destaquen. Evitamos grandes contrastes, oscuridad, tonos fríos.

En la siguiente página se definen en detalle las cualidades estéticas de las imágenes.



# Fotografía lifestlye Arbitrade


## Estilo - estética

- Light: natural, soft, morning light, no harsh shadows
- Composition: close-up to medium shots, slightly off-center composition
- Lifestyle photography (imágenes con personas) OR food product photography (bodegones de producto)
- Mood: candid and natural feel, real everyday moment, natural skin texture
- Color/tones: warm muted tones, beige and soft brown palette with subtle orange accent, low saturation
- Optics: 50mm lens, shallow depth of field

### Eg. base of prompt:

*Lifestyle photography, close-up shot, slightly off-center composition, candid and natural feel, soft diffused morning light, no harsh shadows, warm muted tones, beige and soft brown palette with subtle orange accent, low saturation, clean and minimal environment, natural skin texture, 50mm lens, shallow depth of field, real everyday moment*

(Estos son ejemplos de un espacio de oficina coherente, la idea es crear definiciones complementarias para otros espacios clave: hotel, instituciones, etc).



## Espacios - contextos

### **Office kitchen:**

Contemporary startup office kitchen, open-plan, bright natural light, a functional shared space that includes snacks in the background. uncluttered space. lived-in but well-maintained, neutral tones with a subtle orange accent.

### **General office space:**

Contemporary startup office environment, open-plan workspace, bright natural daylight with soft ambient indoor lighting, neutral tones with subtle orange accents, clean but lived-in atmosphere, minimal visual noise, realistic corporate interior, uncluttered space.

### **Office desk (detail shots):**

[Subject] placed on a clean light wood office desk, soft depth of field, realistic object interaction with surface, natural shadows from window light, food product photography feel.

Todas las notas de esta página son para IA generativa (usando Google Nano Banana 2), pero se puede aplicar el mismo estilo a briefings de fotografía.

## Sujetos - acción

### **Natural, expressive people**

- Expressive and natural gestures, relaxed posture, unposed interaction, slight movement blur feel of real conversation.
- Casual smart clothing of neutral warm colours, with one subtle orange accent.
- Diverse ethnicities, soft natural skin tones, realistic human variation,

### **Productos**

\*Usar como base imágenes de productos reales, dentro de lo posible.

- Food product photography, close-up shot, slightly off-center composition.
- Soft diffused morning light, no harsh shadows
- Warm muted tones, beige and soft brown palette with subtle orange accent, low saturation, clean and minimal environment, 50mm lens, shallow depth of field, real everyday moment

## Fotografía lifestyle: a evitar

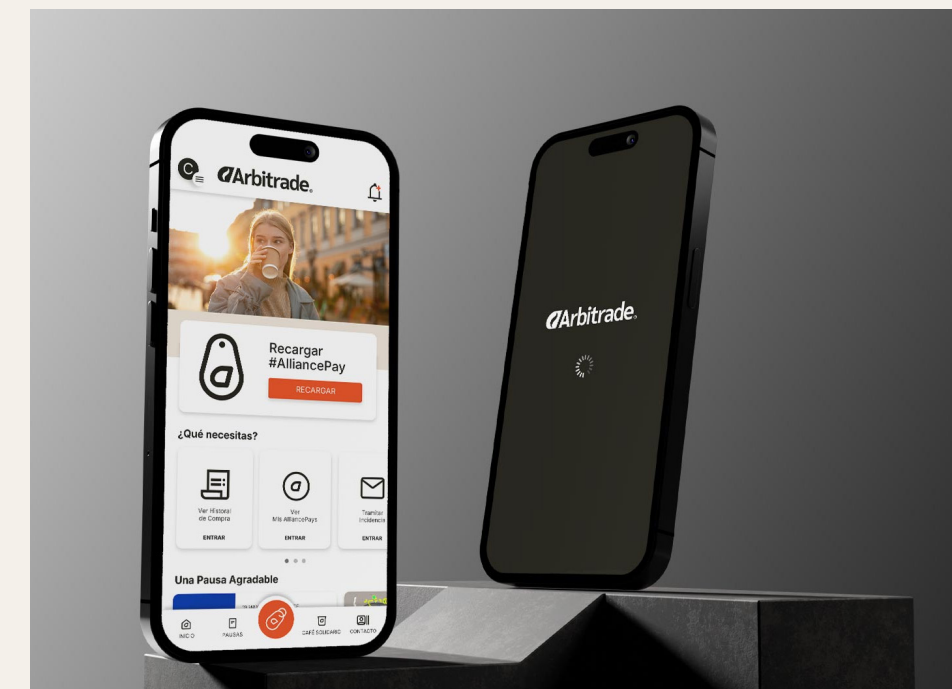
Algunas red flags a evitar en las fotos de la marca (lifestyle o de producto).



Imágenes de producto sin contextualizar, con fondos demasiado neutros, donde el público no pueda identificarse y el producto no aparezca elevado/atractivo. Estas imágenes, sin embargo, sí que nos sirven como base para generar variaciones con IA.



Fotografía con altos contrastes y grandes masas de tonos oscuros. Imágenes a contraluz.



Renders digitales fríos, oscuros, o irreales, donde el servicio/producto aparezca aislado.



Falta de expresividad o expresiones demasiado serias, donde no percibimos las emociones buscadas en el sujeto (relax - descanso - disfrute - conexión)

# Fotografía lifestyle Arbitrade: expresiones, situaciones y acting

Mood board de ideas para shootings de fotografía tipo lifestyle: más expresión y dinamismo, vitalidad, énfasis en los momentos compartidos y el disfrute.



## Fotografía de producto 'aislado'

En ciertas comunicaciones promocionales e imágenes de producto (banners, stoppers en máquinas, publicidad de marcas concretas...), nos alejamos del 'lifestyle' y consideramos un "segundo" tipo de imagen: productos aislados, contextualizados únicamente con lo que los rodea (degradados, tipografía e iconos de la marca).

En este caso, el protagonista es el producto, y la prioridad es hacerlo deseable y llamativo.



+



=



+



=



## Set de iconos Lucide

El set de iconos de Lucide nos sirve de apoyo visual puntual para ciertas comunicaciones y diseños de interfaz. Su estilo amable, simple y cercano combina con nuestra marca.

Para mantener la coherencia de peso en diferentes usos de los iconos, recomendamos los siguientes pasos:

1. Abrir icono original en Figma (con el plugin de Lucide Icons)
2. Cambiar el grosor de trazo a 1,2
3. Expandir icono
4. Exportar y adaptar el tamaño según sea necesario

Para facilitar el uso de estos iconos, podemos utilizar esta Librería de Adobe: <https://www.adobe.com/files/libraries/urn:aaid:sc:EU:55543926-0494-4abc-b0b8-556ff7d2c3dd>



## Icono

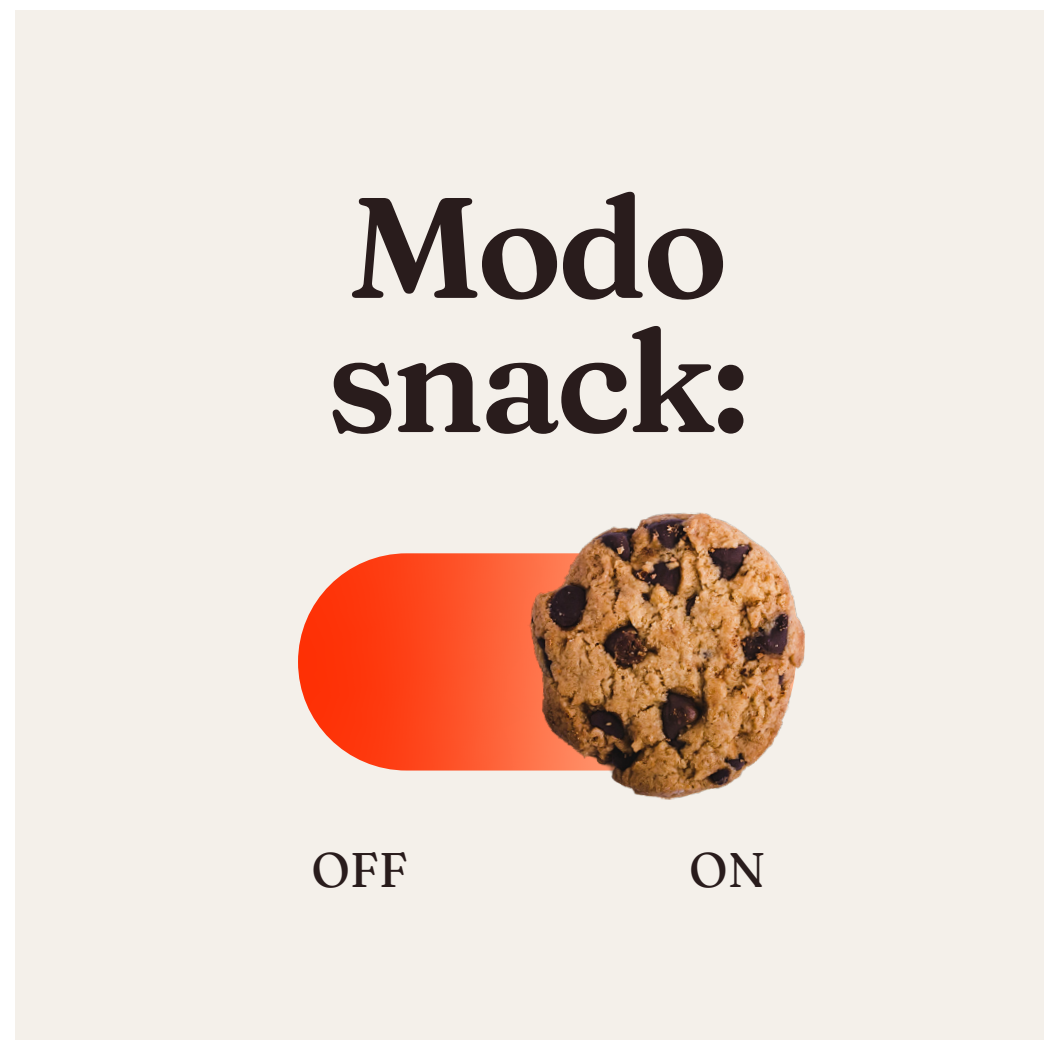
Propuesta de ampliar el uso del icono como elemento visual clave: distintivo e identificador de la marca.

Buscamos asociar su forma elegante de forma directa y visual con los valores y productos de la marca.



3.

# Activando la marca



VENDING PARA OFICINAS

# Una pausa saludable para recargar la energía de tu equipo

Soluciones inteligentes que transforman la oficina en un espacio más saludable, motivador y productivo.

[Ponte en contacto](#)



CAFÉ DE CALIDAD

Una pausa para  
recargar energía



EXPERIENCIA COMPARTIDA

Es el momento  
de conectar



SOLUCIÓN FLEXIBLE

Flexible y escalable,  
a tu medida






Lorem ipsum 


### Vending saludable para equipos exigentes



Lorem ipsum 

### Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam

Lorem ipsum 

### Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam

<b>50</b> <small>dolore magna aliqua enim ad minim veniam</small>	<b>23%</b> <small>dolore magna aliqua enim ad minim veniam</small>	<b>x3</b> <small>dolore magna aliqua enim ad minim veniam</small>
<b>1M</b> <small>dolore magna aliqua enim ad minim veniam</small>	<b>40</b> <small>dolore magna aliqua enim ad minim veniam</small>	<b>7%</b> <small>dolore magna aliqua enim ad minim veniam</small>

Lorem ipsum 

 <b>Café</b> <small> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam</small>	 <b>Chocolate</b> <small> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam</small>	 <b>Energía</b> <small> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam</small>	 <b>Salud</b> <small> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam</small>
---	--	--	--

Lorem ipsum 

## Redefiniendo la pausa diaria




**Café & Co.**  
Acompaña tu café de un snack dulce con tu menú desayuno



  
**ñam!  
ñam!**

**HEALTHY**  
**Energy boost**  
Este verano... ¡come sano!



  
REFRÉSCATE  
**2X1**  
En latas de refresco.  
¡Combínalas como quieras!



Uso de degradado oscuro en el branding de máquinas: propuesta de combinar siempre el tono neutral oscuro (en mayor extensión, para que se funda de forma natural con los tonos oscuros de las máquinas), con la presencia del naranja de marca (siempre presente, pero de forma más sutil).

