

SPOTX

Brand Guidelines

2026 Edition



Versión

1.0

Equipo

Brand & Design

Clasificación

Interno

Contacto

contacto@spotx.media

Así es Spotx.

Una marca no es solo un logo. Es una promesa. Spotx es velocidad, inteligencia y confianza hecha plataforma.

Este documento reúne todo lo que necesitas saber para comunicar Spotx con coherencia, convicción y carácter. Desde el color de un botón hasta el tono de un tweet, todo cuenta.

Úsalo como referencia, no como jaula. Las reglas existen para proteger la claridad, no para limitar la creatividad.

***"Que el público baile. Que el promotor respire.
Para eso existe Spotx."***

Por qué existimos.

Misión

Ser la plataforma de gestión definitiva para cualquier local, promotor o festival que quiera crear, publicar y vender eventos sin complicaciones.

Visión

Redefinir cómo se crea, gestiona y vive un evento, desde una sala pequeña hasta un festival de 100.000 personas.

Valores

Enfocados en el sector eventos

El evento es lo primero, cada decisión que tomamos pasa por una sola pregunta: ¿hace mejor la experiencia del evento? Si no, no entra.

Experiencia en el sector

Entendemos el sector porque lo vivimos. Cada feature nace de un problema real de un promotor, local o festival real.

Primero funciona, luego escala

No construimos castillos en el aire. Entregamos algo que funciona hoy, y lo hacemos crecer mañana.

El detalle no es opcional

La diferencia entre bueno y memorable está en los últimos metros. Nos importa el detalle aunque nadie lo vea.

03 — POSICIONAMIENTO

Nuestro lugar en el mundo.

Propuesta de Valor Única

SpotX es la única plataforma donde cualquier local, promotor o festival puede gestionar y vender sus eventos de principio a fin desde una sola herramienta, conectando a quienes crean eventos con quienes quieren vivirlos, sin importar el tamaño del local ni el tipo de evento.

Público objetivo

Primario

Discotecas, salas de conciertos y locales de ocio nocturno, así como promotores independientes y empresas de producción que organizan eventos de forma recurrente, y que buscan digitalizar, profesionalizar su gestión y escalar con una sola herramienta..

Secundario

Festivales, ferias y eventos al aire libre, así como bares, restaurantes y espacios culturales que organizan eventos de forma ocasional, y que buscan centralizar la venta de entradas, el control de aforo y la comunicación en una solución simple y unificada.

Territorio de Marca

SpotX vive en el cruce entre tecnología de gestión y cultura en vivo: no es un ERP frío ni una simple app de venta de entradas, sino una herramienta que entiende cómo funciona un evento de verdad y se mueve con soltura entre dashboards, aforos, taquillas y line-ups.

04 — IDENTIDAD VERBAL

Cómo hablamos.

SpotX habla claro. Transparencia sin adornos. Decimos lo que importa, como tiene que decirse.

Personalidad de Marca

Directo

Vamos al grano. Cada frase tiene intención. Lo simple funciona, lo innecesario sobra.

Seguro

Hablamos con certeza. No dudamos en lo que comunicamos. Si lo decimos, es porque es así.

Humano

Detrás de la tecnología hay personas. Por eso hablamos como tal: claro, natural y sin artificios.

Ambicioso

No pensamos pequeño. Construimos para liderar y nuestra forma de comunicar lo refleja.

Tono de Voz

El tono cambia según el contexto, pero la voz siempre es la misma:

Contexto	Tono	Ejemplo
Marketing / Producto	Inspirador, aspiracional	"El futuro de tu infraestructura empieza hoy."
Onboarding / UX	Claro, alentador	"Listo. Ya estás dentro. Vamos a configurar tu primer proyecto."
Soporte / Errores	Empático, resolutivo	"Algo salió mal de nuestro lado. Lo estamos arreglando ya."
Redes Sociales	Cercano, con carácter	"No, no tenemos downtime los lunes. Sí, nos lo preguntan mucho."

Naming y Terminología

✓ Sí

Escribe siempre 'SpotX' con S y X mayúscula.

✗ No

No escribas 'SPOTX', 'spotX' ni 'spot x'.

✓ Sí

Usa 'plataforma' o 'solución' para referirte al producto.

✗ No

Evita 'herramienta', 'software' o 'app' — suena pequeño.

✓ Sí

Di 'usuarios' o 'equipos'. También 'clientes' en contextos comerciales.

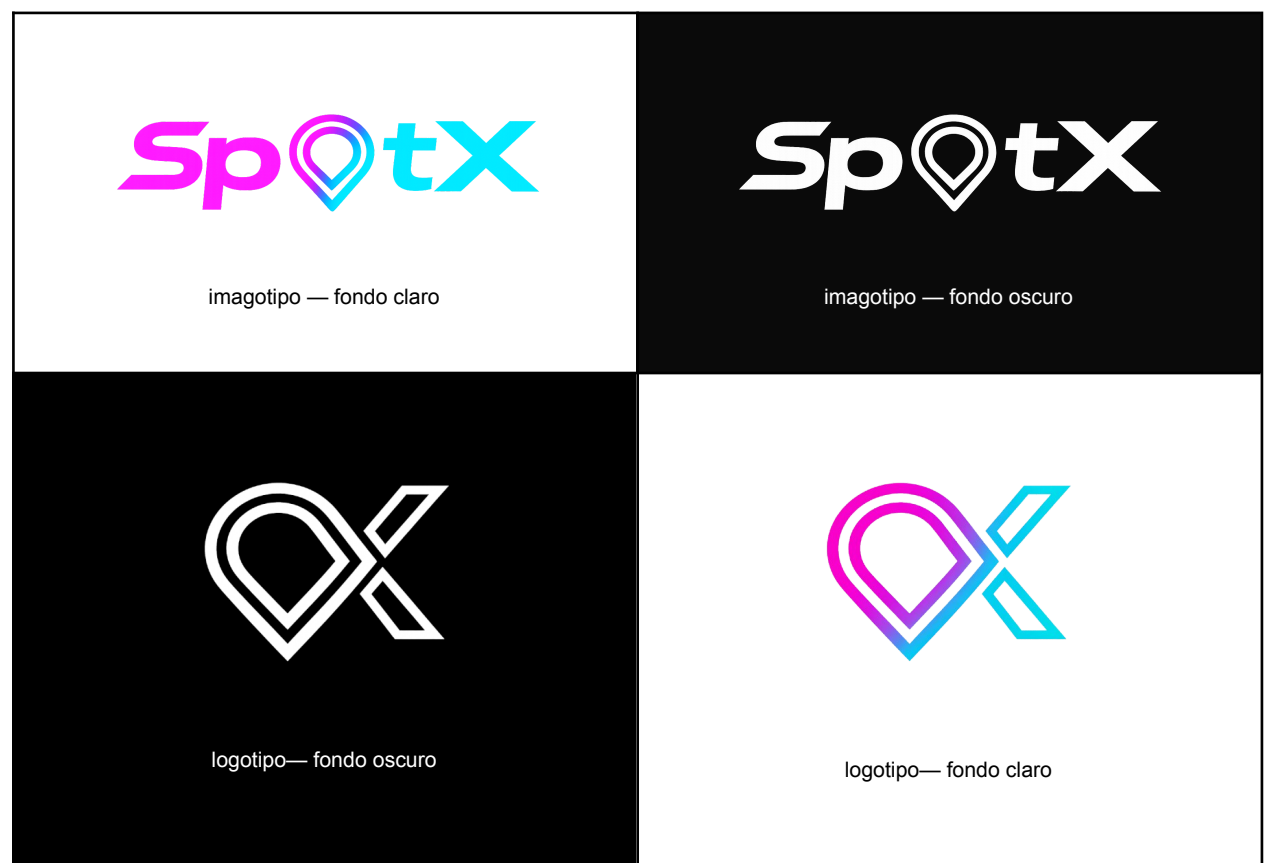
✗ No

No uses 'consumidores' — Spotx no es un producto de consumo masivo.

Lo que ven los ojos.

Logo

El logotipo de Spotx es una wordmark tipográfica de peso bold en SF Pro Display. La 'x' final actúa como elemento diferenciador — compacta, enérgica y memorable.



Enlaces directos

Logotipo: <https://spotx.media/wp-content/uploads/2026/03/castana.png>

Isotipo: <https://spotx.media/wp-content/uploads/2026/03/Diseno-sin-titulo-1.png>

Zona de Exclusión

Rodea siempre el logo con un espacio libre equivalente a la altura de la 'S' y 'X' del wordmark. Ningún elemento (texto, imagen, borde) debe invadir esa zona.

✓ Sí

Usa el logo sobre fondos lisos o con muy bajo contraste textural.

✗ No

No deformes, rotates ni cambies las proporciones del logo.

✓ Sí

Aplica solo las versiones aprobadas: negro y blanco.

✗ No

No apliques efectos de sombra, gradiente ni outline al logo.

Paleta de Color

Los colores de Spotx comunican claridad y confianza. El azul es energía; el negro es autoridad; el blanco es espacio para respirar.

	Spotx Cyan #00D3FF	Color principal de marca. Botones primarios, enlaces, íconos activos, highlights.
	Spotx Fucsia #F400FF	Acento secundario. Gráficas, estados activos, ilustraciones digitales.
	Spotx Black #000000	Fondos oscuros, textos principales sobre fondo claro, versión negativa del logo.
	Cloud White #FFFFFF	Fondos principales, espacio negativo, superficies limpias.
	Mid Gray #6E6E73	Textos secundarios, subtítulos, metadata, placeholders.

Nota: Uso del gradiente de marca El gradiente (**#F400FF**) a (**#00D3FF**) es el elemento visual más energético de Spotx. Úsalo con intención: botones CTA principales, highlights de texto en hero sections, bordes de elementos activos, iconos de navegación seleccionados y elementos decorativos de alto impacto. En materiales de marca, es el tratamiento oficial del logo en redes sociales y piezas destacadas.

La regla es simple: el gradiente aparece donde quieres que el usuario mire primero. Nunca en texto de cuerpo largo, nunca como fondo de página completa y nunca en más de dos o tres elementos por pantalla. Cuando está en todas partes, deja de significar algo.

Tipografía — DM Sans + Inter

DM SANS — DISPLAY

Spotx mueve el mundo.

DM Sans Bold (700) · Títulos, covers, hero sections, displays

INTER — BODY

Plataforma de alto rendimiento.

Inter SemiBold (600) · Párrafos, labels, UI e interfaces

ESCALA TIPOGRÁFICA · DM Sans (títulos) + Inter SemiBold (cuerpo)

56pt DM Sans Bold — Display Portadas, hero sections, impacto máximo

40pt DM Sans Bold — H1 Titulares de página y secciones clave

28pt DM Sans SemiBold — H2 Subsecciones y tarjetas destacadas

20pt DM Sans Medium — H3 Labels de sección y agrupadores

18pt Inter SemiBold — Lead Párrafos intro, leads y textos destacados

14pt Inter SemiBold — Body Texto de lectura general e interfaces

11pt Inter Regular — Caption Metadata, notas, etiquetas UI

06 — ICONOGRAFÍA Y FOTOGRAFÍA

Elementos visuales de soporte.

Iconografía

Los íconos de Spotx siguen el sistema SF Symbols de Apple con peso Regular. Son lineales, monocromáticos y nunca decorativos — siempre funcionales.

✓ **Sí**

Usa íconos a tamaño mínimo 20×20px.
Siempre alineados a la grilla de 4pt.

✗ **No**

No mezcles estilos de ícono (outline con fill) en la misma interfaz.

✓ **Sí**

Colorea íconos con Spotx Blue en contextos interactivos, Carbon Black en contextos neutros.

✗ **No**

No uses íconos de terceros sin adaptarlos al estilo visual de Spotx.

Fotografía

La fotografía de Spotx habla de personas reales en eventos reales. Nada de stock genérico con sonrisas forzadas. Vivimos en el mundo de los eventos, diurnos y nocturnos, pequeños y masivos, y nos enorgullece. Cada imagen debe recordarlo.

Estilo

Luz de escenario, luz de día, luz de backstage. Aceptamos toda la gama visual que tiene un evento, desde el sol de un festival hasta las luces de una discoteca. Tratamiento de color auténtico, sin filtros que desnaturalicen la atmósfera. El ambiente del evento es el protagonista, no el fondo.

Sujetos

Promotores trabajando, técnicos montando, puertas abriéndose, pistas llenándose, artistas preparándose, público viviéndolo. Diversidad real de edad, de formato, de tipo de evento. Desde un concierto de sala pequeña hasta un festival de 50.000 personas: todo es Spotx.

07 — APLICACIONES DE MARCA

La marca en el mundo real.

Digital

Web / Producto

Fondo Carbon Black (**#000000**) como base. (**#F400FF**) o (**#00D3FF**) como colores de acento para CTAs, highlights y estados activos. Blanco puro (**#FFFFFF**) para headings y texto principal. Mid Gray para texto de soporte. Tipografía: DM Sans para títulos e Inter SemiBold para cuerpo en toda la interfaz.

Email

Plantilla de una columna, ancho máximo 600px. Fondo oscuro (#000000) con texto en blanco. Acento (#F400FF) para el CTA principal. Logo centrado o alineado a la izquierda según contexto. Un solo CTA principal por email. Texto del botón máximo 4 palabras. Padding interno mínimo de 40px a los lados en móvil.

Redes Sociales

Perfil: Logo en gradiente de (#F400FF) a (#00D3FF) sobre fondo Carbon Black (#000000). Posts: Ratio 1:1 o 4:5. Fondo negro con acentos (#F400FF) o (#00D3FF) según el tipo de contenido. No más de 2 fuentes tipográficas por pieza. DM Sans para titulares, Inter para subtextos. Nunca comprimas, estires ni recolores el logo fuera de los colores de marca. Contraste mínimo 4.5:1 entre texto y fondo para garantizar legibilidad (WCAG AA).

Físico / Impreso

Tarjeta de Presentación

90×55mm. Fondo Carbon Black (#000000) en ambas caras. Logo en gradiente F400FF → 00D3FF al recto. Datos en Inter SemiBold 8pt al reverso en blanco. Solo tinta plana en el texto. El gradiente del logo se imprime en CMYK o serigrafía de 2 colores.

Merch

El merch de Spotx vive en los eventos. Cada pieza tiene que ser útil el día del evento, y después del mismo, no un recuerdo que acaba en un cajón.

El logo siempre en gradiente (#F400FF) a (#00D3FF) sobre fondo negro, o en blanco sobre negro cuando el gradiente no sea viable técnicamente por el método de impresión.

Piezas recomendadas por categoría:

Consumibles de evento: vasos reutilizables, abrebottellas, encendedores, pulseras de tela.

Indumentaria: camisetas, sudaderas, gorras, calcetines. Si es posible negro como color base.

Accesorios de uso: tote bags, lanyards, mochilas ligeras, fundas para móvil.

Escenario y producción: banderolas, wristbands de acceso, credenciales de staff.

Nunca más de 2 colores en impresión serigráfica. En bordado, el logo va siempre en hilo blanco sobre tejido negro.

Lo que medimos.

La identidad de Spotx no es solo estética — debe generar resultados. Estas son las métricas que usamos para evaluar la salud de la marca:

+50 NPS Objetivo ¿Nos recomiendas? Eso lo mide todo.	Conv. Tasa de Registro ¿Cuántos que nos conocen dan el paso?
Org. Búsquedas Orgánicas ¿Cuántos buscan "Spotx" sin que paguemos por ello?	Ref. Ratio de Referidos ¿Cuántos nuevos clientes llegan por recomendación?

Auditoría de marca semestral. Todos los materiales externos requieren revisión del equipo Brand antes de publicarse.

Quién decide qué.

Brand Owner

El equipo de Brand & Design es el custodio final de estas guías. Cualquier excepción o variación debe ser aprobada por ellos.

Actualización

Este documento se revisa anualmente o ante cambios estratégicos mayores. Versión vigente siempre en la web corporativa.

"El escenario se desmonta, SpotX permanece como el más legendario de los eventos"

SPOTX

Brand Guidelines · v1.0 · 2026 · contacto@spotx.media