

imotion.
Analytics

BRANDBOOK

Somos expertos en visión artificial



Índice de contenidos

Sección 1: Definiendo nuestra marca	4	Paleta cromática	25
Quiénes somos	6	Combinaciones de color	26
Nuestra solución	7	Tipografía	27
Valores de marca	9	Imágenes	28
		Iconografía	29
Sección 2: Identidad Verbal	11	Sección 4: Aplicaciones	30
Voz y Tono	12		
Aplicaciones	14		
Sección 3: Identidad Visual	16		
Nuestro logo	17		
Arquitectura de marca	18		
El favicon: Tamaños mínimos	20		
Uso sobre fondos	21		
Variantes	22		
Limitaciones	23		

Sección 1: Definiendo nuestra marca

En esta sección, hablamos de las líneas generales de **imotion. Analytics** incluyendo nuestra visión como marca. Los valores a los que estamos ligados y cómo hemos decidido mostrarlo al mundo.



VISIÓN ARTIFICIAL
Transformamos
cualquier señal de vídeo
en información de valor
para la toma de decisiones

+30.000.000
INTERACCIONES AL MES REALIZADAS

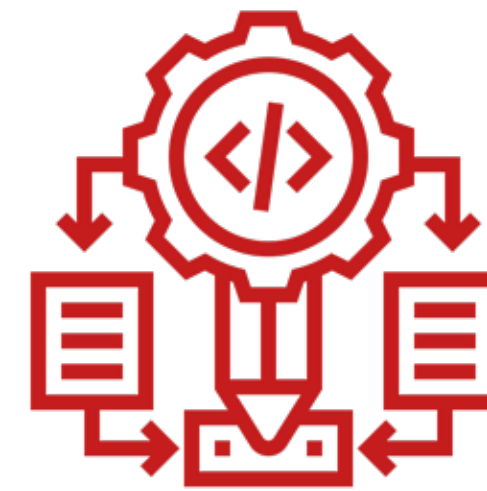
imotion. Analytics **es la**
compañía líder en visión
artificial, somos referente
nacional en el sector
tecnológico.

Nuestra **misión** es ofrecer información de valor a nuestros clientes para la toma de decisiones que permitan: gestionar mejor su negocio, garantizar la seguridad de las personas y en última instancia; **mejorar el EBITDA.**

Nuestra **visión** es ser el **referente en soluciones de visión artificial a nivel mundial,** para ello sabemos que debemos mantener y **fortalecer el concepto de cocreación** de nuestras soluciones con nuestros partners y nuestros clientes.

No nos quedamos en el desarrollo tecnológico.

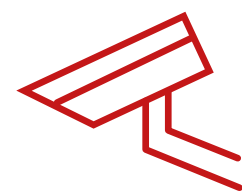
Apostamos por la cocreación y la innovación como componente clave.



Desarrollamos algoritmos de Visión Artificial personalizados y adaptados a las necesidades de nuestros clientes en diferentes sectores y entornos.



Nuestro servicio y nuestras soluciones: no se basan únicamente en la aportación de información a través de la Visión Artificial, sino que **gracias al conocimiento adquirido** (y que seguimos adquiriendo día a día) **a través de la cocreación con nuestros Partners y nuestros clientes, podemos ofrecer soluciones que aportan valor en la toma de decisiones.**



Conexión a cualquier cámara o señal de vídeo

Utilizamos nuestros conectores para comunicarnos de forma directa con las cámaras existentes y de ese modo, extraer la señal de vídeo y/o la analítica de datos que los sistemas ofrezcan de forma nativa (conteo, alarmas, etc.)



Procesamos el video con los mejores algoritmos de visión artificial

Analizamos la señal de video con una gran variedad de algoritmos de visión artificial; incluyendo detección y conteo de personas y objetos, datos demográficos, distanciamiento social, emociones... o algoritmos a medida.



Ofrecemos la información a través de una API o Dashboard personalizable

Transformamos la información obtenida en la anítica de vídeo en datos de valor para nuestros clientes. Los datos son accesibles a través de una API o un Dshboard con informes y alertas persoalizacbles

Valores de marca

Profesionalidad

Investigación. Datos. Fiabilidad.

Los datos son el punto fuerte de nuestra manera de ver el mundo, recogerlos y ayudar a sacar conclusiones a través de una base segura. Donde la intuición y la estrategia son parte de un mismo origen.

Confianza

Conocimiento. Claridad. Empatía

La claridad nos da el punto fuerte al tratar con nuestros clientes, somos realistas y trabajamos en base al completo conocimiento del cliente y de su sector. Empatizamos con él y nos mantenemos en aprendizaje continuo.

Seguridad

Exactitud. Determinación. Experiencia.

Podemos hablar de la seguridad desde varios puntos. Por un lado tenemos nuestra experiencia en el sector que nos avala como el referente nacional y a mayores tenemos la seguridad de las personas, ese intangible en el que estamos focalizados.

Innovación

Apertura. Tecnología. Agilidad.

Cuando hablamos de tecnología, hablamos de un mundo que cambia con rapidez. Saber utilizar el agile thinking y adaptarnos a estos cambios es lo que nos hará mantenernos en el lugar al que pertenecemos y sacar el mayor partido.



Sección 2: Identidad Verbal

En esta sección, hablamos de la personalidad de **imotion.** *Analytics*
La marca-persona, cómo conectamos con nuestro público objetivo;
cómo hacemos llegar nuestros valores de marca a través de los
mensajes que lanzamos.

La clave para sonar como **imotion**. Analytics es transmitir confianza a la par que profesionalidad.

Nos movemos en un entorno de empresas, dónde el tiempo y la fiabilidad importan.

Somos personas, hablando a otras personas. Nos movemos en un mundo digital y tecnológico con alta carga de tecnicismos; por ello, es importante hacer que la información sobre nuestros servicios sea entendible e instantánea.

De este modo, las conversaciones que se generan a posteriori se facilitan y fluyen dentro de un ámbito profesional.

Debe representar a todo el equipo que estamos detrás y los valores comentados con anterioridad.

Voz y tono - Cómo somos y cómo NO somos

Inteligente (tratando al otro como un igual)

Investigación. Datos. Fiabilidad.

Conectado con el valor de profesionalidad. Hablamos siempre desde la objetividad y así mismo con la escucha activa del cliente y su experiencia.

Honesta (no prometemos irreales)

Conocimiento. Claridad. Empatía.

Conectado con el valor de confianza. Trabajamos siempre desde la información y desde el conocimiento, que nos facilita guiar al cliente. Sin olvidar que estamos en una conversación bidireccional.

Eficaz (no transmitimos indecisión)

Exactitud. Determinación. Experiencia.

Conectado con el valor de seguridad. Tratamos temas que muchas veces pueden ser delicados o tener una repercusión importante. Por tanto, debemos ser resolutivos y transmitir confianza.

Decidida (sin olvidar ser realista)

Apertura. Tecnología. Agilidad.

Conectado con el valor de innovación. Somos emprendedores, valientes, con pasión por hacer nuestro trabajo y conseguir buenos resultados.

Aplicaciones


Utilización de frases claras.


Párrafos cortos.


Acompañados de iconos gráficos e ilustraciones que ayuden a la comprensión del funcionamiento de la solución concreta.




Aforo seguro es un sistema que permite medir con alta precisión y en tiempo real el número de personas que permanecen en cualquier espacio, ayudando a mantener una distancia de seguridad adecuada y contribuyendo a salvaguardar la salud pública en escenarios con gran afluencia.

**Conteo automatizado**
de vehículos entrantes y saliente, bicicletas, maletas, animales de compañía, etc, por franjas horarias

**Monitorización el aforo**
de los aparcamientos total y por tipología de plazas de parking (discapacitados, vehículos especiales, etc.) y conteo de objetos (maletas, etc.) que permanecen en un espacio físico determinado

**Reporting en tiempo real**
de la información obtenida y conexión a Apps

**Acceso a la información a través de sistema de BI**
con gráficas, históricos de datos, tendencias, etc.



Sección 3: Identidad Visual

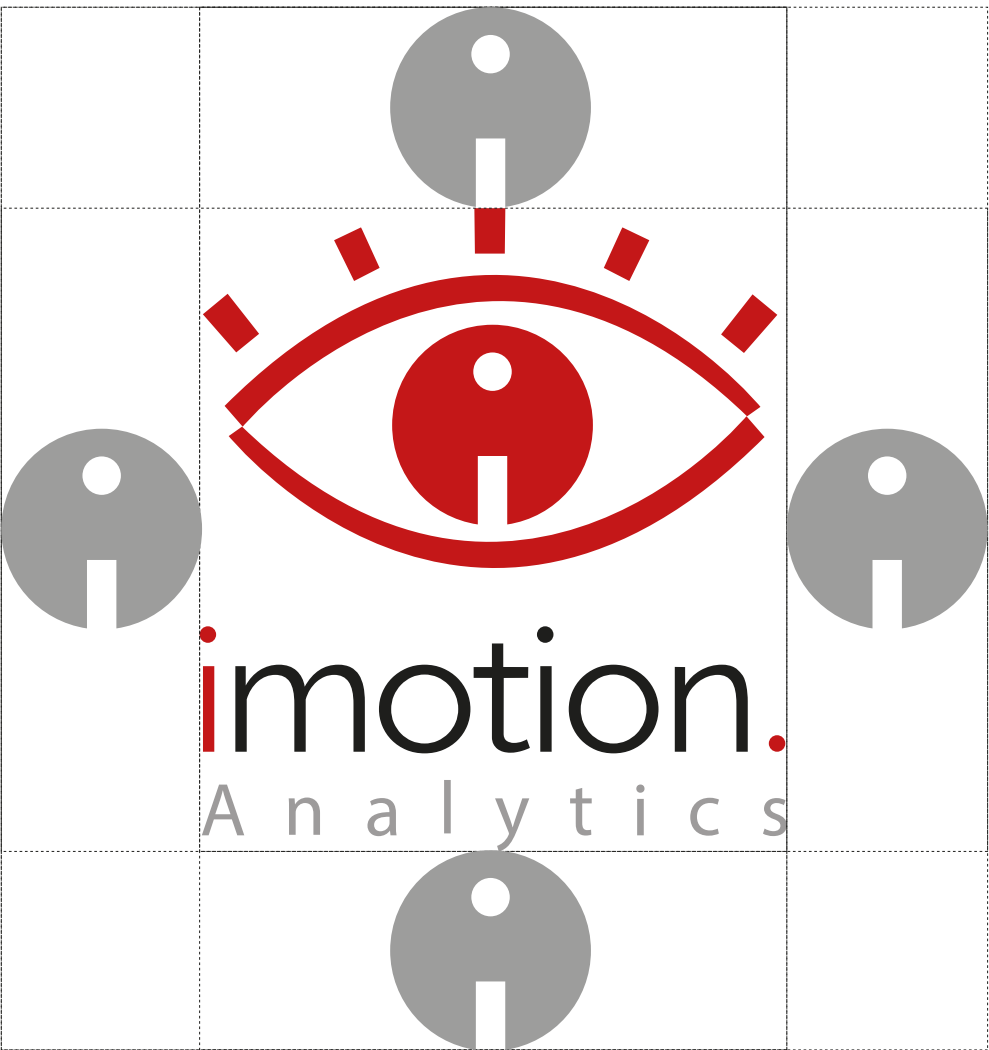
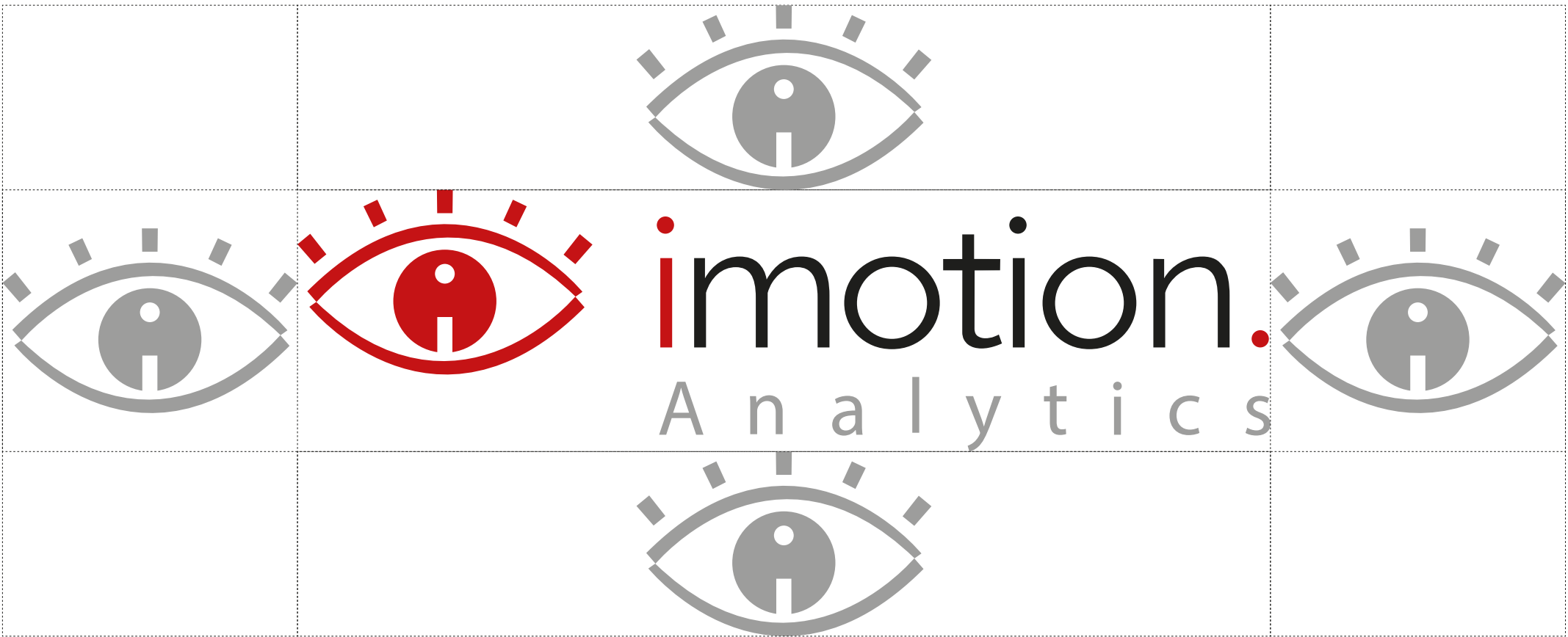
En esta sección, focalizamos en la identidad corporativa gráfica de **imotion. Analytics** Desde el logo a los detalles más pequeños para crear una conexión visual entre todos los soportes que la componen y las diferentes variantes con las que nos podemos encontrar.

Nuestro Logo

El imagotipo de imotion. Analytics está compuesto por un ojo humano con la misma i del logotipo y el nombre en la tipografía x

El logo horizontal es la versión principal, mientras que la otra corresponde a ocasiones excepcionales como entradas de presentaciones, materiales de impresión etc. donde se necesite un tamaño vertical.

Siempre se debe usar el logo con la versión vectorizada a ser posible para evitar problemas de pixelado y, evidentemente, sin editarlo.



Arquitectura de marca

Trabajamos con diferentes partners por tanto es importante tener en cuenta los tamaños y distancias a utilizar cuando nuestro logo se encuentre cercano a los otros.

Siempre se ha seguir la estructura de espaciado y tamaños que podemos ver en la retícula.

MUY IMPORTANTE. Para mantener la escala correcta, los logos de los partners deben ir alineados en su base con la tipografía de imotion y tener la misma altura.

NUNCA posicionar el símbolo de imotion solo junto con el logo de un partner.



Arquitectura de marca

Otra de las marcas registrada de imotion. Analytics es Aforo Seguro.

De todas maneras, por si sola no tiene fuerza. Es importante que vaya acompañada por el logo de la marca.

En el caso de presentaciones de empresa irían cada uno en una esquina del documento como en el ejemplo mostrado.



CUSTOM ANALYTICS

Puntos clave Custom Analytics:

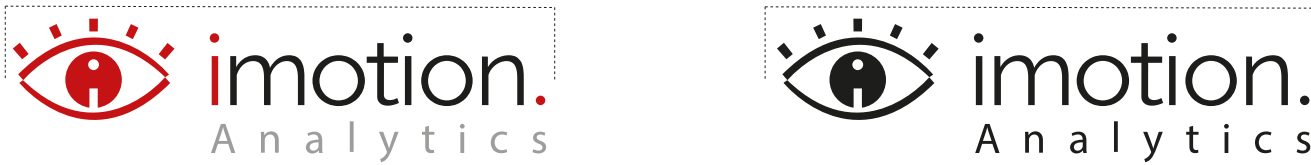
- *Mantenimiento predictivo*
- *Detección de anomalías*
- *Soluciones de seguridad con IA*
- *Análisis de cartelería y material comercial*
- *Análisis de display de producto*



El favicon: Tamaños mínimos

El tamaño más pequeño al que puede ir el logo junto con el símbolo por separado que vendría a ser el favicon.

Ancho de 200 px
169 mm aprox



Ancho de 60 px
51 mm aprox



Uso sobre fondos

El uso del logo a todo color debe ser siempre sobre superficies limpias. Preferiblemente color blanco o gris claro corporativo.

En casos en los que la nitidez de alguno de los tonos se pierda, se pasará a usar el logo en tinta blanca o negra.



Variantes

En ocasiones especiales, el logo puede aparecer con nuevas combinaciones de colores.

Normalmente estos solo se usarían en productos especiales de promoción.



Limitaciones - Malos Usos

El logo siempre debe mantener sus colores. No pueden ser cambiados al azar.

Sobretudo es importante que la “i” y el “.” vayan siempre en el mismo color puesto que le da el equilibrio a la marca.

El símbolo debe ir siempre a la izquierda del logo, nunca en otra posición.

El analytics es una palabra esencial para que se entienda nuestro servicio. Siempre debe aparecer.





Paleta Cromática

Los 3 colores básicos de **imotion.** Analytics pertenecen a nuestro propio logo.

A mayores usaremos algunos complementarios con los que jugar dependiendo de las situaciones.

#C41718
C: 15 M: 100 Y: 100 K: 5
R: 196 G: 23 B: 24

#1E1E1C
C: 74 M: 64 Y: 63 K: 81
R: 30 G: 30 B: 28

#9C9B9B
C: 40 M: 32 Y: 32 K: 11
R: 156 G: 155 B: 155

#FFFFFF
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 255 G: 255 B: 255

#F6F6F6
C: 4 M: 3 Y: 4 K: 0
R: 246 G: 246 B: 246

Combinaciones de color

El **rojo** debe ser utilizado como el **tono de conexión y para resaltar aquello que queramos**. Títulos, símbolos, recuadros, subrayados...

El **negro** y el **gris** se mantienen como **colores secundarios** que utilizar en subtítulos, cuerpos de texto, citas o como apoyo a diseños en los que en el rojo sea demasiado predominante.

El **blanco** y **gris claro** se utiliza para **combinar con los anteriores**. El gris claro sobre todo para fondos en los que queramos que la letra negra sea correctamente legible.



Tipografías

La tipografía principal de **imotion. Analytics** es la Montserrat.

Las variantes mostradas pueden ser combinadas de otras formas siempre manteniendo la jerarquía.

Montserrat Extrabold

Montserrat Bold

Montserrat Medium

Montserrat Bold

Montserrat Semibold

Montserrat Regular

H1 - Título

H2 - Título secundario

H3 - Subtítulo

H4 - Citas

P - Párrafos relevantes

P - Párrafos

Imágenes

Las **imágenes** que mantienen la identidad visual de la marca se caracterizan por tener **predominancia de tonos blancos y negros**, colores poco saturados y una **alta presencia de elementos rojos** que marcan la diferencia.

Por lo general serán **utilizadas con una capa de negro en baja opacidad para usarlas de fondos en textos**.

Por otra parte tenemos imágenes que utilizar de fondo donde el blanco y el gris claro predominan.



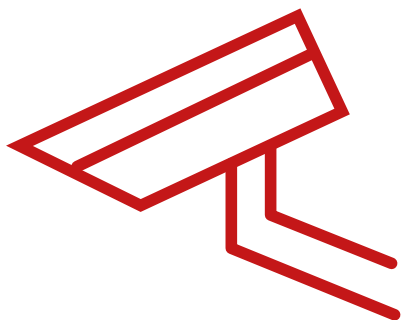
Iconografía

En el mundo digital los iconos son muy necesarios y útiles para hacer llegar nuestro mensaje.

El estilo de nuestros iconos será lineal para favorecer al diseño minimalista y limpio.

Junto con el estilo secundario, donde los iconos son remarcados dentro de círculos.

**ESTILO
PRINCIPAL**




**ESTILO
SECUNDARIO**



Sección 4: Aplicaciones


En esta sección, mostramos algunas de las aplicaciones usadas por **imotion**. **Analytics** en diferentes ámbitos. Comenzando por el digital y terminando por aplicaciones offline.





imotion.
Analytics

**THE LEADING
PROVIDER OF VIDEO
ANALYTICS FOR
TRANSPORTATION
INDUSTRY**



"We co-create with our
clients to become their
reference partners"



imotion.
Analytics

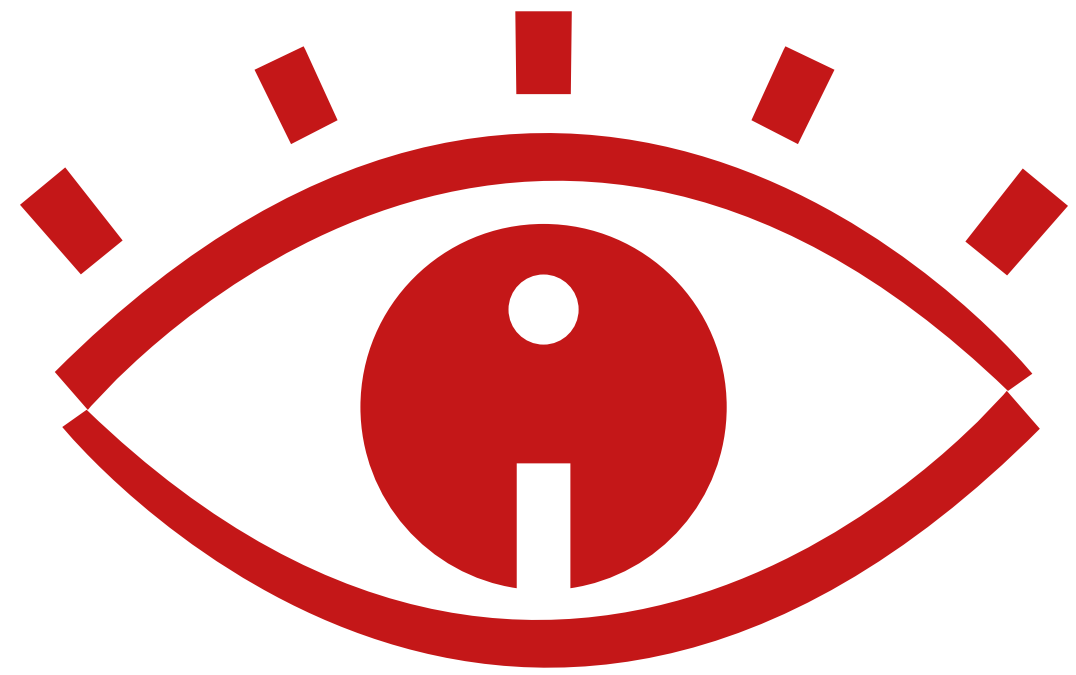


ARTIFICIAL VISION

We transform
any video signal
into valuable information
to take decisions

+30.000.000
INTERACTIONS PER MONTH ANALYZED





imotion.
Analytics