

Identidad Visual

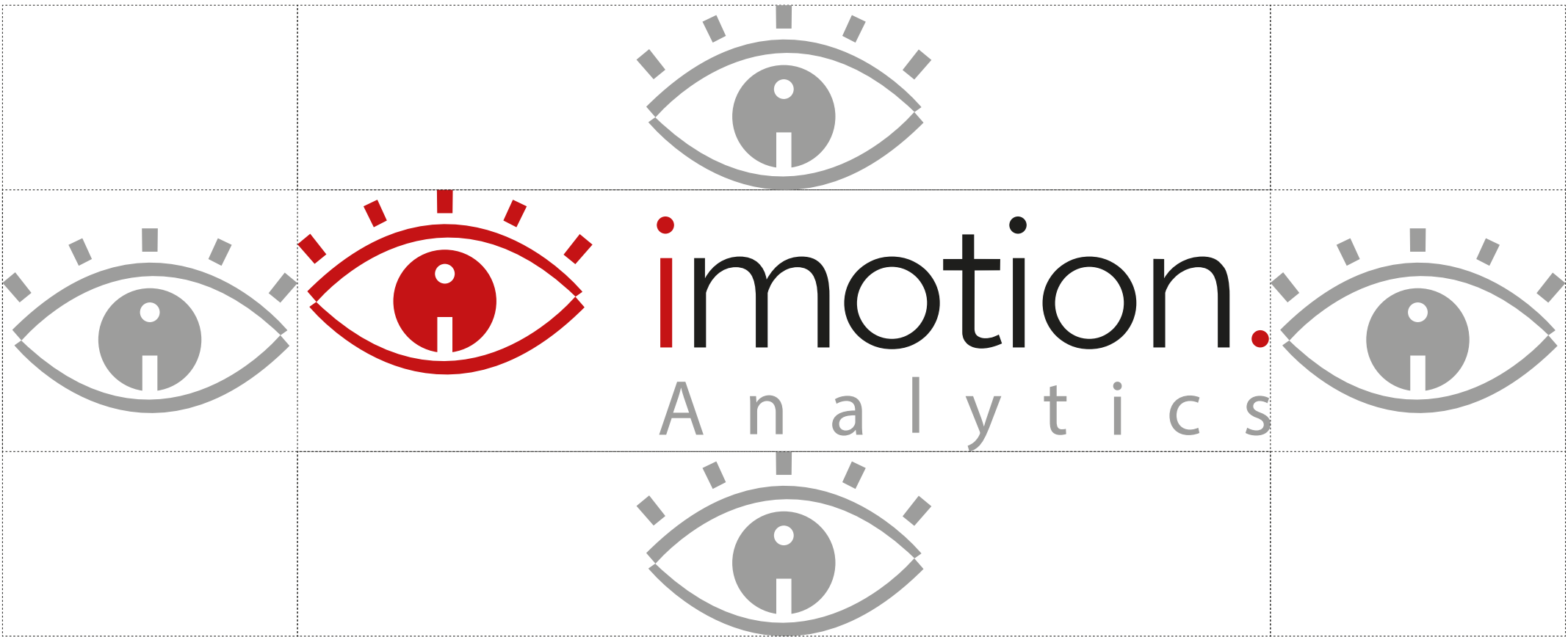
En esta sección, focalizamos en la identidad corporativa gráfica de **imotion. Analytics** Desde el logo a los detalles más pequeños para crear una conexión visual entre todos los soportes que la componen y las diferentes variantes con las que nos podemos encontrar.

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

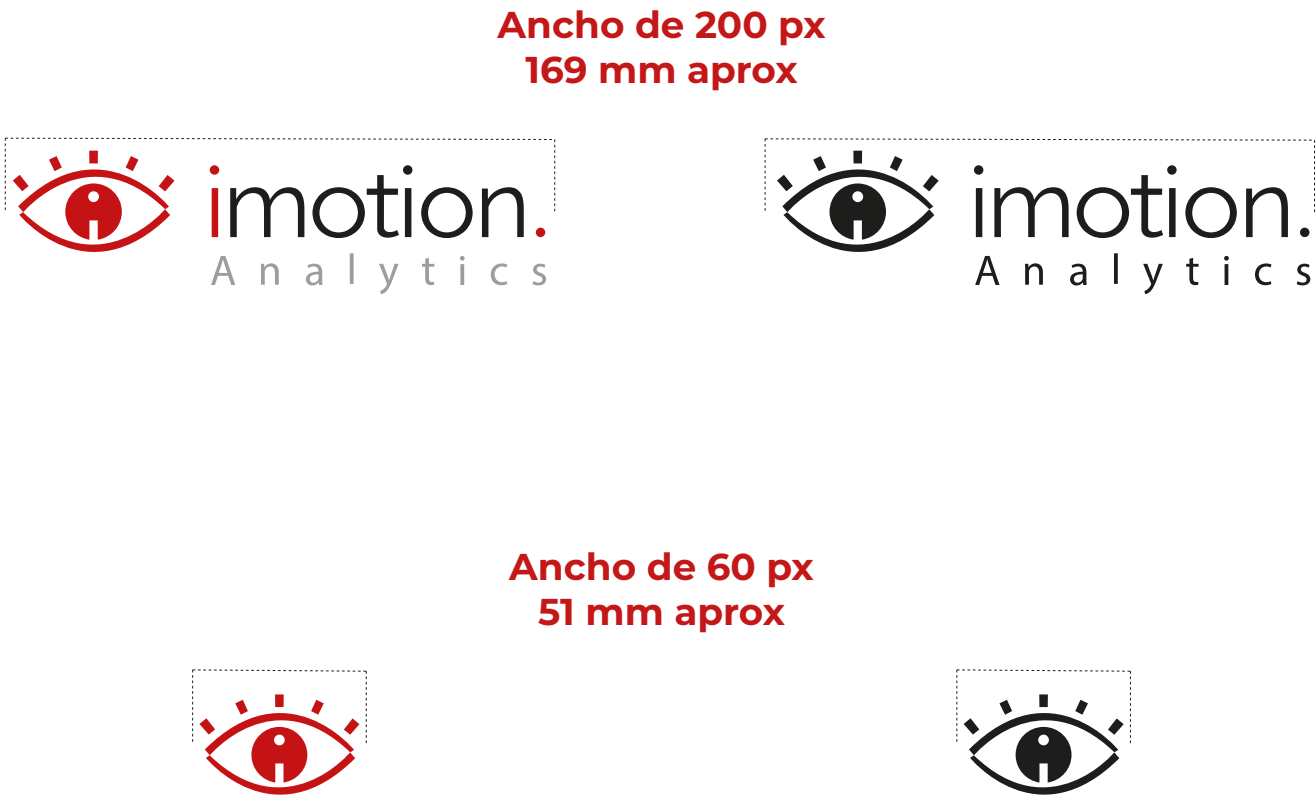
Puntos clave Custom Analytics:

- *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.



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.



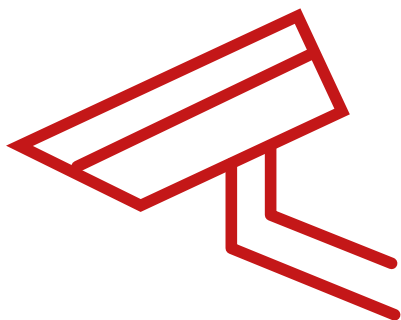
Iconografía

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

