

SATPARKING

Tu espacio seguro



El manual de identidad corporativa recoge los elementos que conforman la Identidad Visual de **SATPARKING** y sus aplicaciones.

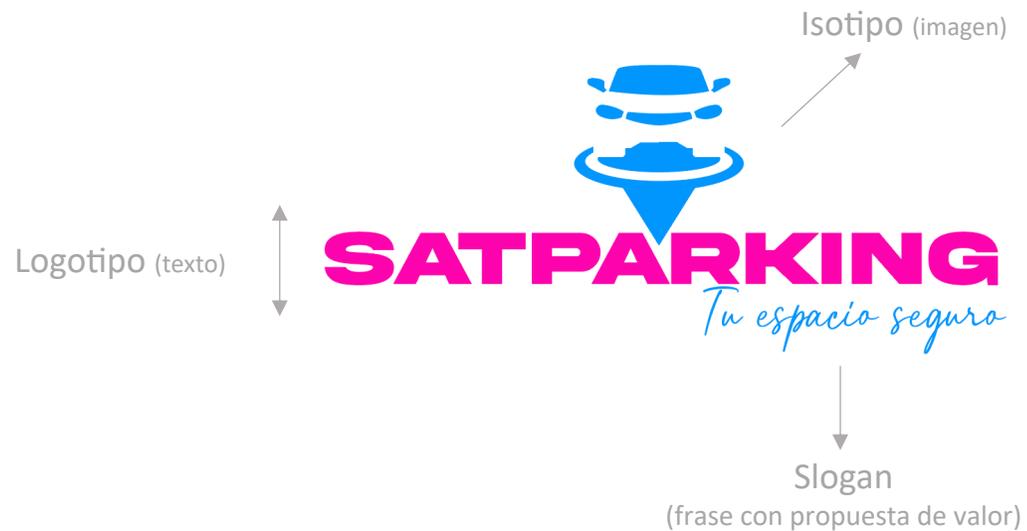
Como elementos de identidad visual establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

Con este Manual se logra la identidad visual de la empresa y su objetivo es incrementar el grado de recordación y posicionamiento de cada uno de sus elementos regidos por las recomendaciones expuestas en este manual, que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión comercial.

El manual de la marca debe ser por tanto una herramienta viva y presente en todas las aplicaciones de la empresa, las indicaciones que contiene este manual no pretenden restringir la creatividad de **SATPARKING**, sino ser una base que abra nuevas formas creativas e innovadoras de comunicar su propia esencia. En caso de dudas se recomienda consultar con el autor del manual, y lo expuesto aquí debe respetarse y aplicarse.



- La definición de la Identidad corporativa técnicamente corresponde a un **imagotipo, que es la combinación de imagen (llamado isotipo) y tipografía (que se define como logotipo)**.
Donde cada elemento es independiente pero en su visualización general se ve todo equilibrado y con sentido.
- La representación del **Isotipo** es un vehículo estacionado en un punto específico, que corresponde a un estacionamiento
- Los colores utilizados y basados en la psicología del marketing corresponde al verde, que se utiliza como relajación y serenidad paz, conceptos ligados al negocio de la empresa, dar tranquilidad.
- El slogan “Tu espacio seguro” apunta a la dar seguridad a tu vehículo en el lugar donde se encuentra.



SATPARKING
Tu espacio seguro

La composición general corresponde a un **IMAGOTIPO**, que es el resultado de la unión del logotipo (texto) y el isotipo (imagen), ambos están equilibrados y en armonía, y que los elementos se pueden utilizar por separado



Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



LOS COLORES

El color define un escenario de valores concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.
A continuación la definición de los colores hexadecimal:



#ff0099



#0099ff



#000000

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA



Original



Fondo negro colores
originales



Negativo



Con imagen

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA



Merchandising

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

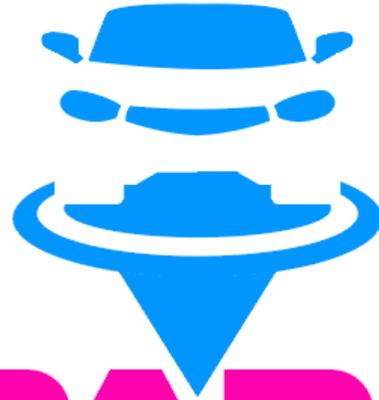


Merchandising

Tarjetas de presentación



Merchandising



SATPARKING

Tu espacio seguro