

HISPASAT e HISPAMAR renuevan su logotipo para unificarlo y modernizarlo

- El nuevo diseño busca actualizar la imagen corporativa, homogeneizar ambas marcas y reflejar la creciente internacionalización de la compañía.
- El trabajo ha sido realizado por el estudio madrileño Azeno de Diseño.

MADRID, 18 de mayo de 2017. HISPASAT, el operador español de telecomunicaciones por satélite, y su filial brasileña HISPAMAR Satélites, han renovado su imagen corporativa con el fin de unificar ambas marcas y modernizar su logo. La modificación se ha llevado a cabo tras 16 años de vigencia del logotipo anterior, durante los cuales se han producido muchos cambios tanto en el conjunto de la sociedad como en el sector satelital y en la propia compañía, que ha pasado de ser un operador eminentemente español, con una posición orbital y tres satélites operativos, a convertirse en una empresa muy internacionalizada, con una flota de nueve satélites ubicados en seis posiciones orbitales y con una nueva cultura corporativa cimentada en la introducción de nuevos valores y nuevos mercados, servicios y tecnologías.

El nuevo logo responde, por tanto, a estos cambios y busca modernizar la imagen de ambas compañías mediante un cromatismo más relacionado con el ámbito tecnológico y adecuándola a una estética más actual, así como reflejar la creciente internacionalización de la empresa adoptando una mayor homogeneidad entre las imágenes corporativas de HISPASAT e HISPAMAR: una única identidad hispano-brasileña.

Azeno de Diseño ha trabajado sobre estos tres principios –homogeneidad, modernidad e internacionalidad– para definir un nuevo logo que, partiendo del anterior, mantuviera algunos de los rasgos identitarios de la compañía. Se ha simplificado la imagen eliminando en ambos casos los símbolos finales para conseguir un logotipo más sintético e integrado, acorde con las tendencias actuales, y se ha unificado y personalizado la tipografía del logotipo, que ha adquirido un mayor grosor con el fin de otorgar más peso al nombre de la compañía. Finalmente, se ha trasladado al final el punto de la “i” con su símbolo, en representación de la Tierra y el satélite.

En cuanto a la gama cromática, para el logotipo se ha optado por un gris azulado, que tiene su origen en los anteriores colores de ambas marcas y denota responsabilidad, rigor, seriedad y profesionalidad. El símbolo de los dos círculos es azul de tono vivo, un color frío y sereno que se asocia al mundo de la tecnología y que representa avance y modernidad.



Acerca de Azento de Diseño

Es un equipo creativo y multidisciplinar que trabaja para crear y desarrollar marcas con una imagen diferencial y memorable en plataformas tanto online como off line: identidad corporativa, branding, packaging, audiovisuales, diseño web y campañas SEO/SEM.

www.azento.com

Acerca de HISPASAT

HISPASAT está constituido por empresas con presencia tanto en España como en Latinoamérica, donde se ubica su filial brasileña HISPAMAR. HISPASAT es líder en la difusión y distribución de contenidos en español y portugués, incluida la transmisión de importantes plataformas digitales de Televisión Directa al Hogar (DTH) y Televisión de Alta Definición (TVAD). HISPASAT provee también servicios de banda ancha por satélite y otras soluciones de valor añadido a gobiernos, corporaciones y operadores de telecomunicaciones en América, Europa y el norte de África. HISPASAT es una de las principales compañías del mundo por ingresos en su sector y el principal puente de comunicaciones entre Europa y América.