

**CONCEPTO
CREATIVO**



AUTOEQUIPO



NUEVA IDENTIDAD

Con el objetivo de proyectar una nueva identidad corporativa que contribuya al crecimiento empresarial de nuestra organización, hemos desarrollado un concepto creativo que nos identifica de manera original.

Este concepto nos ha permitido desarrollar la imagen visual de **AUTOEQUIPO** y a través de ella expresar el sentido de nuestra cultura organizacional y los valores corporativos que nos distinguen en el quehacer diario de los colaboradores y directivos que integran nuestra compañía.

En este documento se expresa la naturaleza del proceso creativo que hemos desarrollado, así como los principales lineamientos conceptuales para su correcta aplicación en todos los soportes del marketing y la comunicación, esperando que sean interpretados como expresiones de nuestro proceder empresarial y que se reflejen en la imagen que proyectamos como empresa innovadora y eficiente.

Confiamos que este esfuerzo comunicacional contribuya también a impulsar la actitud positiva en todos los colaboradores de **AUTOEQUIPO**, que sea el incentivo para un auténtico trabajo en equipo y que represente una motivación especial para alcanzar las metas y los objetivos que nos hemos trazado.

Juntos, somos **el mejor equipo**.



PROCESO CREATIVO

INCUBACIÓN

En esta primera etapa del proceso creativo hemos investigado sobre la trayectoria de la compañía, estudiado la información existente, utilizado la experiencia o los conocimientos adquiridos y hemos esbozado esquemas de trabajo para explorar diversas alternativas de creación que nos lleven a definir el concepto ideal.

INSPIRACIÓN

Luego de un extenso proceso de análisis, evaluación de ideas, contraste de experiencias prácticas y propuestas de bocetos hemos definido la solución al problema creativo, formulando un concepto original expresado en un signo visual que representa el espíritu que la compañía desea proyectar.

DESARROLLO

En esta fase final del alumbramiento de la idea central, culminado el acto creativo, hemos plasmado el concepto final, definido su aplicación y organizado su desarrollo, configurando la normativa gráfica que garantice su correcta reproducción y expresión efectiva en los medios o soportes comunicacionales.



DEFINICIÓN DEL CONCEPTO

El concepto creativo ha quedado expresado en un símbolo moderno que distingue a nuestra compañía y es la marca representativa de nuestra cultura organizacional. Su diseño simple, moderno y abstracto lo hace fácil de comprender en su esencia básica y posibilita darle otras interpretaciones asociadas a los valores visuales de la identidad, innovación, trabajo en equipo y proyección, con carácter moderno que responde a las exigencias del mercado objetivo del negocio.

Su estilo piramidal, geométrico y formas concéntricas, proyectan una imagen de solidez, equilibrio y perfección, que van acorde con la personalidad que nuestra marca desea comunicar. El diseño creativo logrado en el símbolo o isotipo de **AUTOEQUIPO**, es una buena razón para proyectar sus formas curvas, diagonales y simétricas hacia la composición tipográfica de la marca, dotándola de un carácter original que le otorga una personalidad e identidad indiscutible.

La gama cromática representa los colores emblemáticos del sector automotriz y han sido elegidos para identificar a nuestra marca de **AUTOEQUIPO** en forma brillante, cálida, sofisticada, efectiva, directa, intensa, atractiva y que denote absolutamente su presencia. En resumen, la nueva imagen visual de **AUTOEQUIPO** ha sido concebida para identificar y comunicar la presencia de nuestra marca y su aplicación está debidamente normada para su manejo estandarizado y para garantizar que su reproducción, en cualquier circunstancia, sea fiel al original.



VALORES DEL CONCEPTO

IDENTIDAD

Los rasgos de nuestra personalidad corporativa, están inmersos en el símbolo que representa los valores de la cultura organizacional, la misma que se transforma en nuestra identidad que se reinventa y enriquece a través del tiempo. La imagen visual de **AUTOEQUIPO** expresa nuestra identidad a través de un conjunto de formas propias que nos caracterizan y diferencian de los demás.

INNOVACIÓN

El concepto de imagen desarrollado para **AUTOEQUIPO** está asociado a la innovación constante y a la evolución tecnológica de nuestro portafolio de marcas y catálogo de productos que representamos. Esto supone la condición esencial de asociar nuestra imagen a una práctica constante en los procesos de investigación, creatividad, desarrollo, competitividad y especialmente en el valor de brindar a nuestros clientes un servicio de calidad irrefutable.

TRABAJO EN EQUIPO

La forma concéntrica de los elementos que componen la imagen visual de **AUTOEQUIPO** expresan subliminalmente el trabajo en equipo, valor fundamental de nuestra cultura organizacional que promueve el liderazgo personal, la integración de nuestros colaboradores, la promoción del talento humano, el incentivo de aptitudes, el espíritu de cooperación, el trabajo grupal y la disposición permanente a la mutua colaboración en nuestro equipo.

EVOLUCIÓN

Nuestra imagen visual privilegia la forma piramidal en señal de evolución o de avance hacia algo mejor, por ello nuestro enfoque en **AUTOEQUIPO** está orientado a destacar, ser más visible y sobresalir en todo lo que nos proponemos. La proyección de nuestra imagen es el espejo simbólico del potencial de futuro o desarrollo que tenemos por delante y de los objetivos empresariales que podemos alcanzar.

