

Autodesk renueva su imagen de marca

Un nuevo logotipo para dar inicio a una nueva temporada, es el cambio visual más importante en la historia de la compañía en tres décadas.

Con un cambio radical de su logotipo y nueva tipografía, Autodesk ha renovado su imagen de marca. La multinacional norteamericana incorpora por vez primera un icono al logo, que desde su origen y en las diferentes versiones ha utilizado en el nombre de la marca en distintas tipografías.

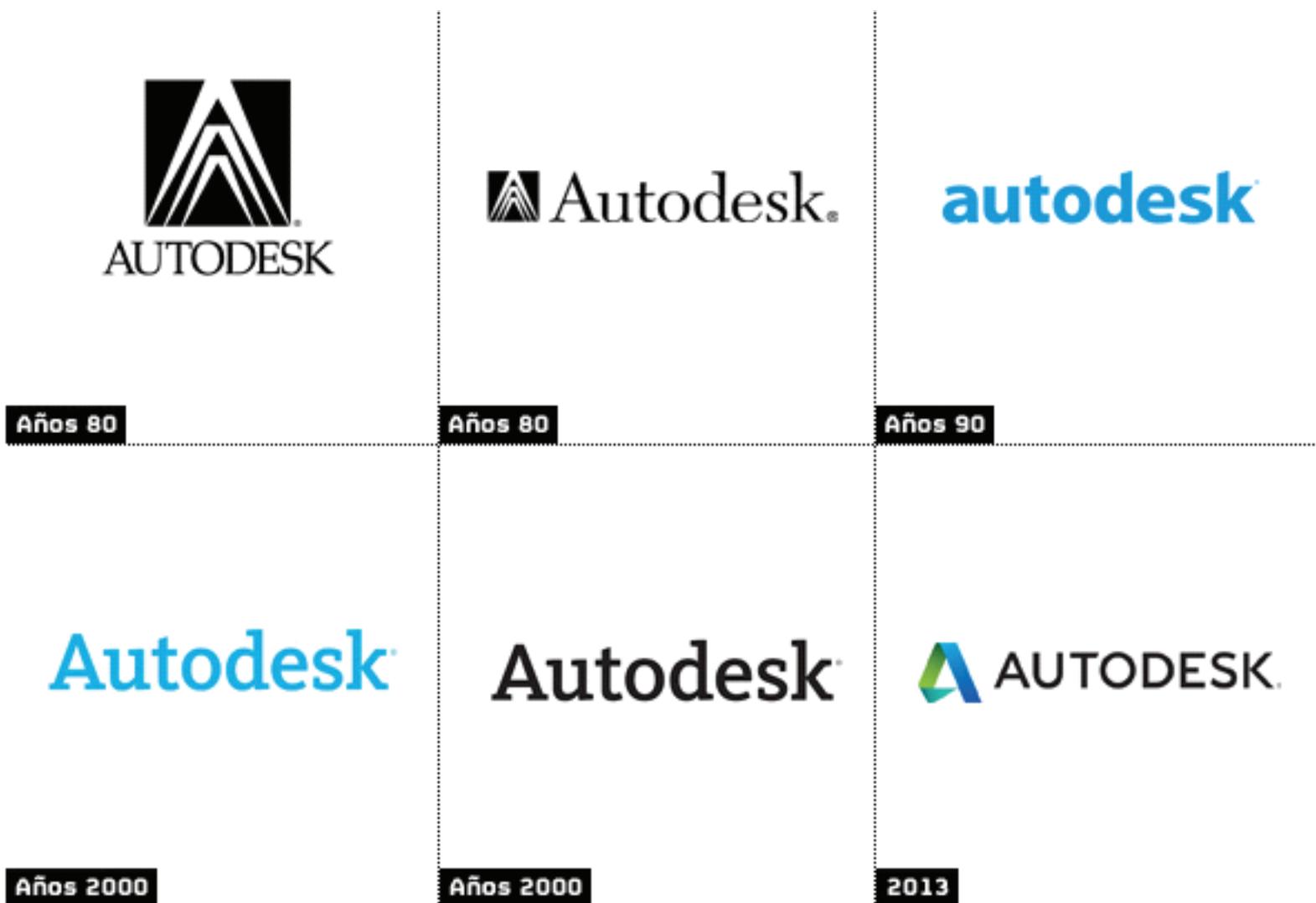
Diseñado "in house" y presentado en el marco de las Conferencias TED, el nuevo logo se ha inspirado en el Origami (arte japonés que supone la quintaesencia de la papiroflexia) que representa la convergencia entre el arte y la ciencia, la forma y la función.

La nueva identidad refleja conceptos tridimensionales y de movimiento. El logotipo incluye un símbolo 'A' que está en consonancia con las tendencias más recientes en el diseño de logos, más volumétricos, utilizando gradientes y curvas en yuxtaposición con bordes duros y esquinas.

Tanto el icono como la marca asociada cuentan con una paleta más ligera que la utilizada por la anterior identidad, realizada en 2006. Asimismo, el equipo de diseño de Autodesk ha creado diferentes iconos que simulan capturas de elementos en movimiento, que identifican las diferentes áreas y sectores a los que se dirigen sus productos.

El nuevo logo y su aplicación son el cambio visual más importante en la historia de la compañía de 30 años, si bien desde 1982 se han venido realizando cambios sutiles en elementos como el color y las imágenes: desde el icono de pinzas original (un compás utilizado para medir la distancia entre dos lados opuestos de un objeto) a la utilización del nombre de Autodesk.

Esta nueva identidad visual incluye un logotipo con el nombre de Autodesk, por primera vez en más de una década.



Sonda Corporate Business Partner de Autodesk

Autodesk, bajo su política de distribución denominada Corporate Business Partners (CBP), se ha suscrito con SONDA en el año 2010. Esta política le otorgó a la empresa Sonda la responsabilidad de distribuir, soportar y desarrollar la marca Autodesk en toda la zona denominada Multi Country Organization (MCO) que incluye todos los países de Latinoamérica y Caribe.

Sonda, como socio corporativo de Autodesk, suma su conocimiento natural del mercado de IT, planteando una estructura de costos apropiada para la realidad regional.

Aquí nace Sonda; es donde vive y crece. Administra las operaciones en cada país principalmente con ejecutivos locales, lo que le otorga una cercanía muy importante con cada uno de los mercados donde participa, un fuerte conocimiento de la realidad de cada país y un gran compromiso con su crecimiento y desarrollo.

Su organización, con pocos niveles jerárquicos y bajos niveles de overhead, le permiten contar con estructuras de costos altamente competitivas.

Sus negocios en la región le permiten conjugar el conocimiento específico de los distintos mercados y las fortalezas de ser una gran empresa de alcance regional, con economías de escala que propician contar con una oferta técnica competitiva en cada uno de los mercados.

Sonda ha organizado una red de distribuidores especializados, comandados directa e indirectamente a través de:

- _ En Chile, TECNOGLOBAL S.A., empresa Mayorista filial de SONDA.
- _ En Argentina, nuestra filial SONDA Argentina.
- _ En Costa Rica, nuestra filial SONDA Costa Rica.
- _ En Perú, nuestra filial SONDA Perú.
- _ En Uruguay, nuestra filial SONDA Uruguay.
- _ En la Región Centro América, Caribe y Venezuela, la empresa Down To Earth, Partner de SONDA en Miami.

Fuentes de contenido:

Autodesk > <http://communities.autodesk.com>

Sonda > <http://www.sonda.com>