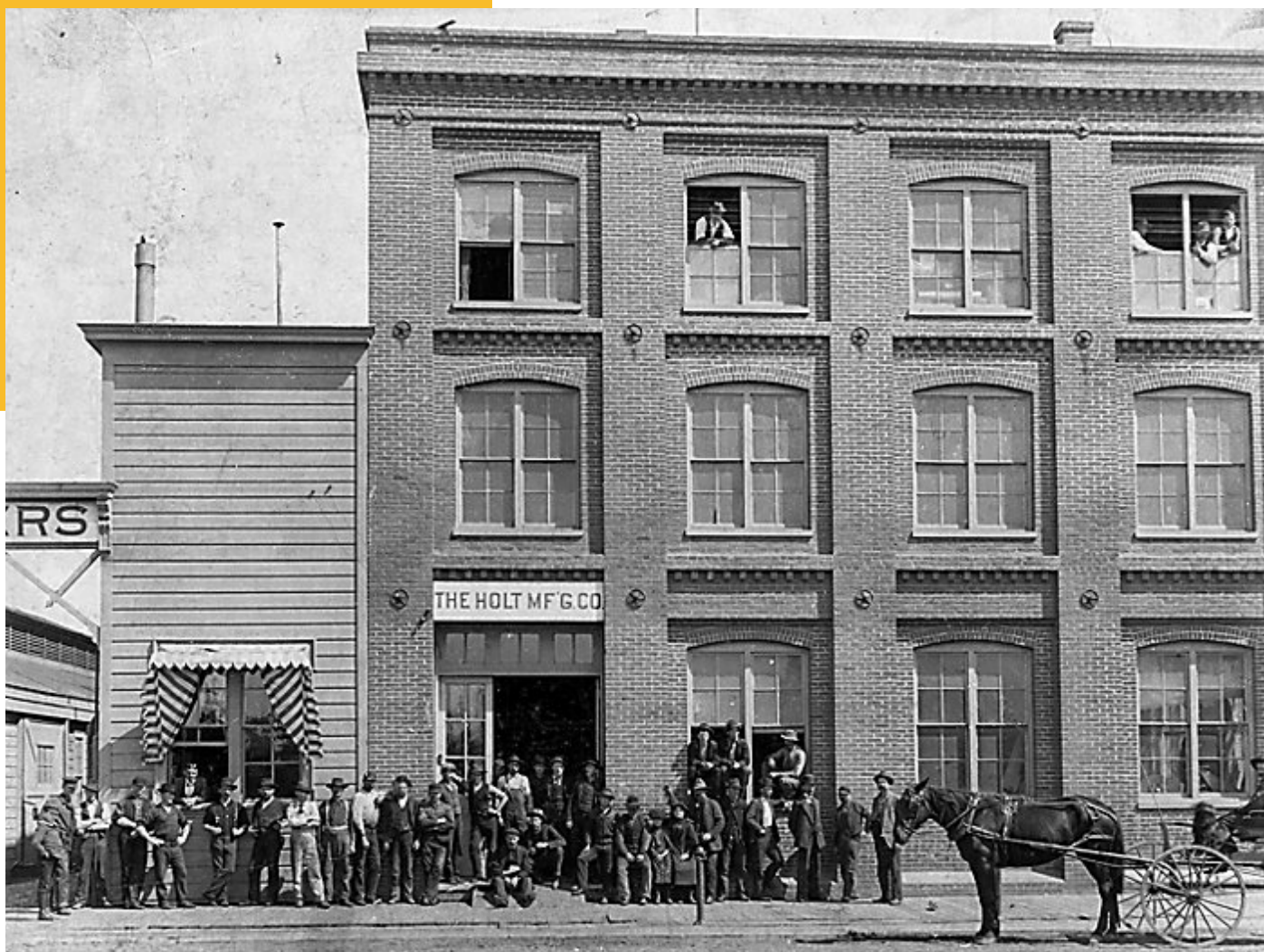


EVOLUCIÓN DE MARCA CATERPILLAR



HISTORIA

Caterpillar es el nombre del fabricante estadounidense de maquinaria de construcción, que se estableció en 1925 en California. Hoy, la compañía es uno de los líderes mundiales en su segmento, distribuyendo sus productos en todo el mundo, además la corporación también brinda a sus clientes servicios financieros y de seguros.

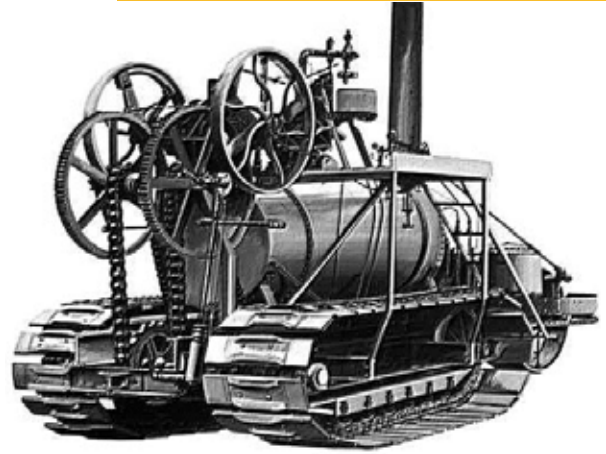
CAT es un nombre abreviado de Caterpillar, que se especializa en plantas de energía, motores diésel, equipos de construcción, varios tipos de equipos de movimiento de tierras e indumentaria.

La identidad visual de la empresa productora de maquinaria tiene una larga y colorida historia. La evolución de su logotipo refleja el progreso y el crecimiento de la marca, mostrando cómo se desarrolló desde una pequeña empresa a un gran jugador internacional.



Holt Manufacturing Company y C. L. Best Tractor Co. se fusionan para fundar Caterpillar Tractor Co. en el año 1925, la primera línea de productos Caterpillar está compuesta por cinco tractores. El tractor de cadenas modelo Twenty es el primer producto nuevo diseñado por la nueva empresa.

La historia de Caterpillar se trata de hacer muchas cosas: crear, construir, solucionar problemas, innovar, probar, dar servicio y perfeccionar. Las ingeniosas máquinas son producto de nuestro rico patrimonio cultural y, lo que es más importante, de las personas que fundaron y construyeron la empresa de un logro a la vez. Desde Benjamin Holt y C. L. Best.



DATOS CURIOSOS

- En 1942, muchos tractores y accesorios marca Caterpillar se utilizaron para ayudar a los Estados Unidos en las guerras; esto incluyó el motor del tanque M4.
- En 1963, Caterpillar y Mitsubishi Heavy Industries realizaron un esfuerzo conjunto en Japón que permitió que una compañía de los Estados Unidos fuera propietaria parcial.
- En 1986, la empresa cambió su nombre de The Caterpillar Tractor Company a Caterpillar Incorporated.
- En 2003, Caterpillar se convirtió en el primer fabricante de motores en ofrecer una línea de motores diésel que cumplieran con las normas de la Agencia de Protección Ambiental.
- Para desarrollar el tanque en la Primera Guerra Mundial, el Ejército de los Estados Unidos usó la tecnología de orugas producido por Holt.



EVOLUCIÓN DEL LOGO

Aunque el logotipo de Caterpillar siempre ha sido nada más que el nombre de la empresa, de hecho ha experimentado algunos cambios a lo largo de sus más de 90 años de historia. Básicamente, la forma de las letras y las mininscripciones adicionales están cambiando.

El Día de Acción de Gracias, el 24 de noviembre de 1904, pudo probar su creación que araba la tierra sobre orugas en lugar de ruedas. Cuando el fotógrafo Carlos Clements le menciona a Holt que su tractor se movía como una oruga; Holt aprovechó la metáfora y nombre así a su marca.

1925-1931

1931-1932

1932-1939

1939-1941

1941-1957

1957-1967

1967-1989

1989-PRESENTE

EVOLUCIÓN DEL LOGO



1925 – 1931 El primer logo de la empresa es la palabra ondulada “CATERPILLAR”. Se cree comúnmente que su forma simboliza la huella del tractor. Esta suposición está respaldada por las pequeñas serifas que se encuentran debajo de cada signo. Entraría dentro de la familia de la fantasía



1931 – 1932 En 1931, los diseñadores cambiaron la fuente, haciéndola más estricta. Las líneas redondeadas y las serifas rectangulares son llamativas. En la parte inferior, hay frases sutiles de color gris claro “REG. U. S. “,” PAT. APAGADO.” y “HECHO EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA”. El color principal es el rojo.



1932 – 1939 El emblema se volvió negro. La forma de las letras no ha cambiado. La marca denominativa que era roja sobre fondo blanco hizo que el logotipo de Cat fuera más llamativo, pero redujo la variedad de fondos en los que podría usarse sin cambiar el color principal.



1939 – 1941 Los puntos en negrita al final de la “r” desaparecieron. Los trazos son más anchos y más largos. En lugar de la inscripción “MADE IN THE UNITED STATES OF AMERICA”, se usa su versión abreviada: “MADE IN U.S.A.”.



1941 – 1957 La fuente ha cambiado de nuevo. Las letras son alargadas y simétricas. Mayor espaciado entre letras. Muchas de las serifas cuadradas desaparecieron. Las proporciones de los glifos se alteraron: los caracteres se hicieron más estrechos. Y, sin embargo, el ancho general del logotipo no cambió, lo que resultó en un diseño más transparente.



CATERPILLAR

1957 – 1967 La distancia entre los símbolos ha disminuido nuevamente. Hay más ángulos rectos y líneas más anchas. Atrás quedaron las inscripciones adicionales ubicadas debajo de “CATERPILLAR”. Los diseñadores decidieron optar por una tipografía mayúscula sans serif audaz que de alguna manera transmitía la idea de confiabilidad y solidez.



1967 – 1989 El rediseño de 1967 trajo el primer emblema a la identidad visual de la compañía. Ahora el logotipo iba acompañado de un cuadrado verde musgo con un círculo blanco. El círculo tenía dos líneas, lo tocaba: una vertical, dividiéndola en dos partes iguales, y la horizontal, dividiendo la mitad derecha en dos. Tres segmentos blancos en el fondo verde formaron una letra estilizada «C»



CATERPILLAR

1989 – presente Adoptado en 1989, se presenta el nombre de la empresa con un triángulo amarillo que apunala la “A”, este color expresa optimismo, apoyo, energía y alegría. El color negro elegido para la tipografía simboliza la perfección, la elegancia y el poder. La tipografía elegida es Helvética Inserat Roman.



Logotipo: También hay un logotipo CAT más corto. Sugiere que los consumidores ya sepan que “CAT” son las siglas de “Caterpillar”.

El amplio triángulo amarillo cubre las partes inferiores de las tres primeras letras, creando un acento brillante y haciendo que el logotipo sea único y reconocible. El triángulo amarillo es una abstracción de un montículo de tierra, de acuerdo a las primeras tareas desarrolladas por la compañía.

LA NUEVA IDENTIDAD

En Octubre de 2018 Caterpillar anuncio que iba a sustituir la imagen comercial de “Power Edge” por un novedoso diseño gráfico denominado “Cat Modern Hex”. El diseño Cat Modern Hex combina la marca comercial y los nombres de modelos de productos tradicionales Cat con un llamativo hexágono rojo tridimensional y un patrón de rejilla. El color rojo es un guiño a los gráficos que se utilizaban en los primeros tractores de oruga de la empresa en 1925.

El diseño gráfico Cat Modern Hex ha sido creado por el grupo de diseño industrial de Caterpillar. “Nuestro objetivo era crear algo que transmitiese un aspecto y una sensación superiores, al combinar el diseño del Modern Hex con nuestros diseños distintivos de productos Cat, se recuerda visualmente a los clientes que están comprando y utilizando los mejores productos del mercado”.

Una línea de productos en crecimiento y la imitación de la competencia fueron dos factores importantes en el re diseño recientemente revelado de la imagen comercial de Caterpillar, la combinación de logotipo y estilo que la compañía usa para marcar sus máquinas y otros productos.

Esto es según Ed Stembridge, gerente de identidad de productos de Cat y líder del equipo de diseño detrás del estilo del nuevo producto. Stembridge discutió el estilo del nuevo producto y el proceso de su desarrollo durante una entrevista con Equipment World en los días posteriores a su revelación.

Como un veterano de 17 años de la compañía, bien versado tanto en su historia como en los avances que ha dado en la era digital, Stembridge está especialmente capacitado para liderar algo tan crítico como soñar con una nueva apariencia para el equipo pesado y la variedad de la compa-



ña de otros productos. También dirigió al equipo detrás del último re diseño de la imagen comercial, desarrollado entre 2005 y 2006.

Ese diseño de imagen comercial, llamado “Power Edge” dentro de Cat, colocó el logotipo familiar “CAT” sobre un fondo negro con una barra roja diagonal. Stembridge dice que “Power Edge” es un diseño duradero que le ha dado a las máquinas Cat una “fuerte identidad visual”. Sin embargo, muchas cosas han cambiado para Cat en los 12 años transcurridos desde que se lanzó el diseño de la imagen comercial.

“Por un lado, hemos visto un tremendo aumento en la cantidad de tecnología que se encuentra en un producto Cat”, dice Stembridge. “Eso generó algunos desafíos en la forma en que aplicamos la marca a un producto. En muchos casos, tenemos rejillas y otras características que quizás no existían hace 10 años y que hacen que sea más difícil marcar la máquina e integrar esa marca en el diseño de la máquina



Pero también hubo factores externos en el re diseño, dice Stembridge. “Hemos visto una proliferación de competidores que comienzan a utilizar una imitación del diseño de Power Edge en sus máquinas”, dice. “Cuanto más sucede, más debilita la asociación de esa imagen comercial con nuestra marca”.

Stembridge y las “varias docenas” de empleados de Caterpillar que participaron en el desarrollo tenían tres objetivos principales para el nuevo diseño. Primero, Cat quería que comunicara “el nivel de tecnología y capacidad” que se encuentran en sus nuevos productos. En segundo lugar, tenía que ser más modular y adaptable a máquinas de todos los diseños y tamaños diferentes, desde palas de minería hasta grupos electrógenos domésticos y exteriores. En tercer lugar, necesitaba evocar el sentido de una marca premium.

Para iniciar el proceso de diseño, Stembridge y su equipo miraron al pasado en busca de inspiración. “Queríamos sumergirnos en la historia de la marca”, dice. “Cuando comenzamos a idear conceptos, le pedí al equipo que explorara una amplia gama de ideas de tratamientos gráficos y cómo los aplicamos. Fuimos muy amplios con esos conceptos y nos encontrábamos y teníamos una crítica y descartábamos los que no funcionaban”, explica Stembridge.

Se generaron más de 500 diseños conceptuales diferentes durante el proceso de diseño, estos se inspiraron en un tablero de ideas central que presentaba imágenes de productos de marca premium, dice Stembridge. “Computadoras Apple, motosierras Stihl, automóviles Mercedes. Observamos cómo se representan visualmente esos productos”, dice. “Básicamente, tomamos los aspectos de lo que nos gustaba de ciertas marcas y tratamientos que usaban y lo exploramos en profundidad durante nuestro propio desarrollo”.

Lentamente, esos cientos de conceptos se redujeron a uno de los siete diseños favoritos del equipo. Luego, esos siete se redujeron a tres finales, de los cuales se eligió el diseño ganador.

CAT X50 XE



Mientras que “Power Edge” se distingue por su diseño plano simple, de alto contraste, “Modern Hex” está lleno de carácter y profundidad.

El diseño resultante aún presenta de manera prominente el icónico logo “CAT”, pero lo coloca arriba y en diagonal a un hexágono rojo en 3D que rodea un patrón de rejilla. El logotipo de Cat en sí también ha recibido algunas actualizaciones. Para este diseño de imagen comercial, Cat ha vestido el logotipo con sombras y un tono plateado que le dan una calidad tridimensional similar al acero.

A Stembridge le gustó la idea de que el hexágono asumiera un papel más destacado. “Así que dijimos: ‘Seamos dueños de esa forma’”, recuerda.

Por supuesto, Stembridge es consciente de que el diseño no agrada a todo el mundo y dice que probablemente hay muchas personas que se rascan la cabeza por “Modern Hex”. Sin embargo, no está tomando ninguna primera reacción negativa al diseño que se le presente como un veredicto final.

“Un nuevo diseño siempre polariza a la gente. Pasamos por eso cuando presentamos ‘Power Edge’”, dice. “Una vez que la gente lo vea en el campo funcionando, pensamos que realmente será bien recibido”.

ED STEMBRIDGE

Ed Stembridge es el gerente de mercado de Caterpillar Inc. con sede en Estados Unidos. Estudió Diseño industrial en el Instituto de Tecnología de Georgia y se ha desempeñado en distintas áreas dentro de Caterpillar Inc., como Gerente de Mercado o Gerente de Identidad de Producto.

Anteriormente como Director de marketing en Grupo London Bridge, Diseñador Industrial en Lee Payne Associates, Inc., Director de Nuevos Medios en CheckFree Corporation, Director de Servicios Multimedia en Computer Resource Systems, Inc., Director de Diseño en El Grupo Whitley, Inc., Gerente de Diseño y Producción en Lotus Development Corporation (anteriormente Samna Corporation).

LECCIONES SOBRE CATERPILLAR

- El ingenio y la innovación aplicados eficientemente generalmente resuelven problemas que afectarán la vida de muchos, sea el caso de las cosechadoras, tractores o máquinas para hacer carreteras.
- Las dificultades deben ser aprovechadas, explotadas, exprimidas hasta el agotamiento, porque ni una guerra debe detener un negocio.
- La adaptación no es un secreto y funciona de forma adecuada cuando se junta con la velocidad de cambio.
- Involucrar a los empleados y hacerlos parte de la compañía, generará valores adicionales que se convertirán en agregados perceptibles en la misión de la misma.
- La competencia debe ser usada como un estimulante de crecimiento, debe generar modelos de cambio susceptibles a cambios veloces.



TABLA DE CONTENIDO

02-03

HISTORIA

03

DATOS CURIOSOS

CATERPILLAR

Caterpillar

Catern

04 05 06

EVOLUCIÓN DEL LOGO

LA NUEVA IDENTIDAD

CAT

07-08

09

ED STEMBRIDGE

LECCIONES SOBRE CATERPILLAR

09