



**Solidez en el cambio**

## **CENTROCAR APUESTA POR UNA NUEVA IMAGEN**

La imagen de Centrocarr está diferente. Después de más de 30 años de existencia, esta empresa portuguesa de dimensión ibérica dedicada a la distribución y comercialización de máquinas industriales ha decidido renovar su imagen, dando un toque moderno y dinámico a su identidad corporativa.

Actualmente, Centrocarr es una empresa distinta de la que fue fundada en 1973. La importante posición que ocupa actualmente en el mercado de la maquinaria industrial, tanto en Portugal como en España, fue alcanzada a través de un notable desempeño en la representación de las marcas Doosan, Daewoo y Soosan, reconocidas en el mercado por su calidad y fiabilidad, así como en la venta de repuestos y prestación de servicios de asistencia técnica a los equipamientos comercializados.

Según Pedro Mieiro, Director General de Centrocarr, la imagen corporativa debe reflejar la realidad y los valores de la empresa, a la vez que ayuda a construir la idea que tenemos sobre el negocio, los principios y la misión. "Centrocarr es una empresa líder, moderna y dinámica. Cada vez más procuramos flexibilidad en la gestión empresarial, no sólo en el área comercial, sino también en la política de recursos humanos y en la aproximación al mercado. Centrocarr evolucionó y su imagen corporativa debe acompañar esa evolución. La inspiración fue retirada de la imagen anterior, para transmitir el mensaje de que Centrocarr no descuida la experiencia adquirida", afirma el responsable.

Para la creación de la nueva identidad institucional, Centrocarr lanzó un concurso que fue ganado por la agencia MusaWorkLab: "En este proyecto, hemos trabajado con MusaWorkLab, una agencia de diseño y comunicación, que realizó un trabajo fenomenal, consiguiendo captar la esencia de lo que pretendíamos. Musa es una agencia en la vanguardia del diseño portugués y, por eso, la asociación con Centrocarr ha producido resultados muy positivos", comenta Tiago Silva, responsable de Marketing de Centrocarr.



El nuevo logotipo de Centrocarr es más ligero y redondeado, lo que le confiere movimiento y representa la tendencia de globalización del negocio, iniciado con la internacionalización para el mercado español. El color principal elegido, el naranja, es un color moderno y dinámico; a su vez, el gris oscuro confiere a la nueva imagen valores de seriedad y solidez. También la letra utilizada sufrió importantes alteraciones: el nombre de la empresa surge en una letra exclusiva, fuerte y de fácil lectura. La conjugación de todos estos elementos originó un nuevo logotipo que a partir de ahora será incorporado en todos los productos y servicios de Centrocarr.

Con una imagen más joven y moderna, Centrocarr está preparada para los desafíos del futuro, manteniendo los elevados patrones de calidad y los valores a los que están habituados sus clientes.