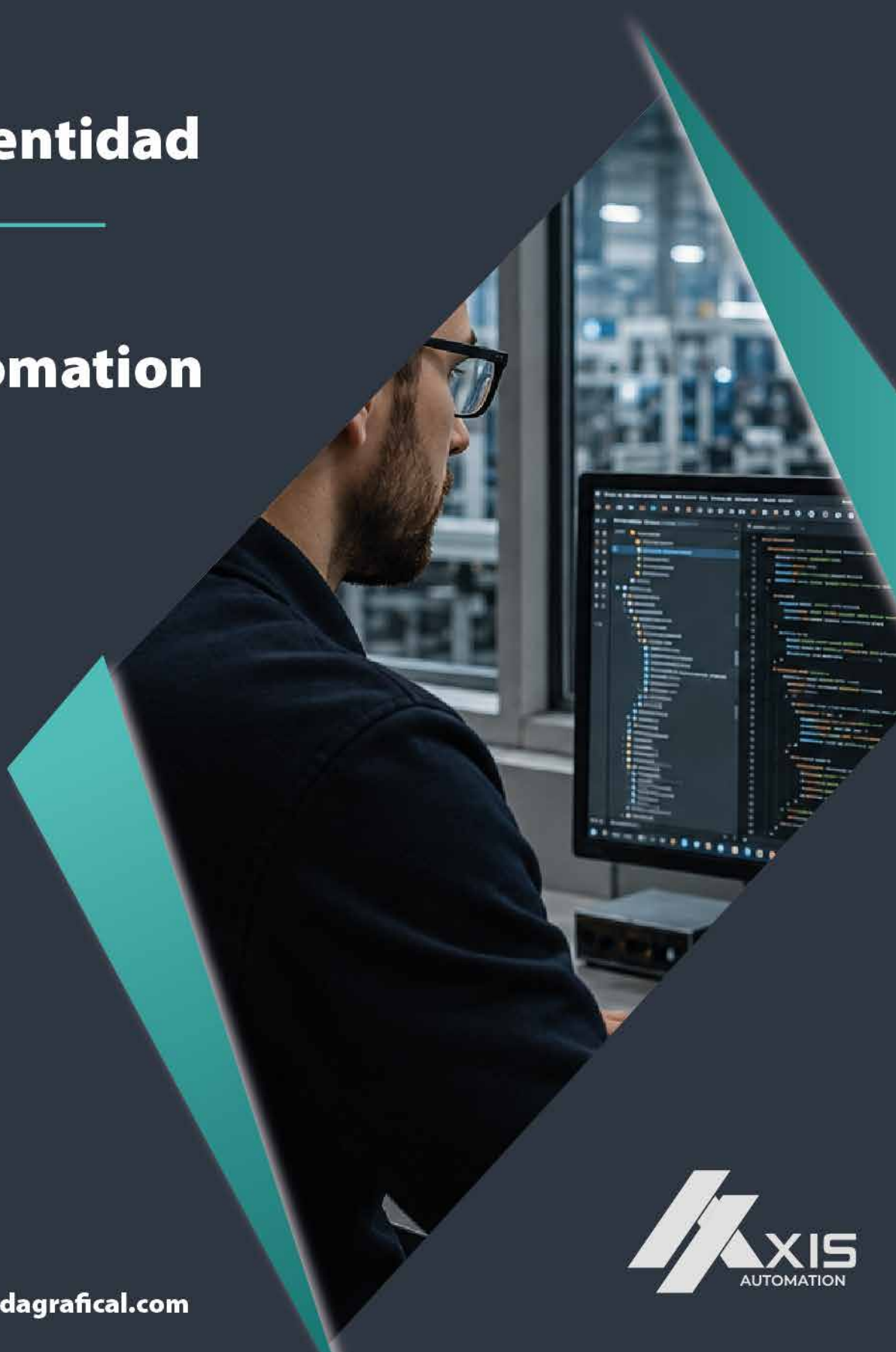


Proyecto de
Nueva identidad

Cliente
Axis Automation



AXIS AUTOMATION

Introducción

La industria necesita soluciones que funcionen con precisión, continuidad y control. La identidad de Axis Automation debe transmitir esa exigencia desde el primer contacto y presentar a la empresa con una imagen reconocible, actual y coherente con su actividad.

El objetivo del rebranding no es añadir decoración, sino ordenar la comunicación de la marca y expresar con claridad su propuesta: conectar tecnología, control y procesos industriales.



La empresa

Axis Automation desarrolla su actividad en el ámbito de la automatización industrial, el control de procesos y la integración de sistemas. Su identidad debe reflejar rigor técnico, visión tecnológica y capacidad de respuesta, sin quedar asociada a una máquina o solución concreta.

La marca debe mantener una lectura clara en todos sus puntos de contacto: documentación técnica, propuestas comerciales, señalización, equipamiento y entornos digitales. El sistema visual está planteado para adaptarse a estos soportes sin perder coherencia ni depender de una aplicación concreta.

EL RETO DEL PROYECTO

El problema

En automatización industrial abundan las referencias visuales a robots, circuitos y maquinaria. Cuando las marcas recurren a los mismos códigos, resulta difícil distinguirlas, por eso Axis necesita transmitir capacidad técnica y confianza sin caer en una estética tecnológica genérica.

El reto no consiste únicamente en renovar un logotipo, sino en construir una identidad con personalidad propia, capaz de representar a la empresa en distintos proyectos y mantener su credibilidad ante clientes industriales.

Diagnóstico

La documentación de partida pone el foco en planificación, recursos técnicos, seguridad, trazabilidad y capacidad de respuesta. Son atributos que pueden sostener el posicionamiento; el sistema visual debe traducirlos en una marca clara y reconocible, incluso cuando no aparece acompañada de una fotografía industrial.

Objetivos del rebranding

El proyecto persigue cinco objetivos: diferenciar a Axis dentro de su sector, transmitir precisión y control, proyectar una imagen tecnológica actual, unificar sus soportes de comunicación y mantener una identidad reconocible en aplicaciones industriales y digitales.



ESTRATEGIA, CONCEPTO Y SISTEMA VISUAL

Estrategia de marca

La automatización aporta valor cuando los elementos de un proceso trabajan de forma coordinada. Esa idea sostiene la identidad de Axis: conectar sistemas, ordenar el movimiento y mantener el proceso bajo control.

La dirección visual combina un lenguaje industrial con una mirada contemporánea. En lugar de recurrir a iconos típicos, plantea un símbolo abstracto capaz de representar distintos proyectos y tecnologías sin quedar ligado a una máquina concreta.

Concepto creativo

Las dos formas diagonales construyen una estructura compacta y dinámica, mientras que su inclinación sugiere avance y el espacio interior introduce el verde lima como acento distintivo. El resultado busca transmitir movimiento e integración sin recargar el símbolo.

La abstracción permite que la marca conserve su sentido a medida que Axis evolucione. Su reconocimiento debe depender de la forma y de sus proporciones, no de efectos de volumen o iluminación.



El color como código funcional

El verde lima funciona como acento dentro del sistema visual. En las interfaces puede destacar estados, acciones o datos prioritarios, mientras que en los soportes corporativos ayuda a establecer jerarquías y reforzar el reconocimiento de la marca. Su uso debe ser selectivo para conservar el contraste y evitar que compita con la información principal.

IDENTIDAD Y SISTEMA VISUAL

El símbolo y el logotipo

El símbolo debe funcionar junto al nombre AXIS AUTOMATION y también de forma independiente. Esta doble lectura permite adaptarlo a placas, señalización, interfaces y espacios reducidos.

La versión plana debe ser la referencia principal. Los efectos de volumen pueden utilizarse en visualizaciones puntuales, pero nunca deben ser necesarios para reconocer la marca.



Tipografía y color

La tipografía debe ofrecer una lectura clara y mantener una jerarquía consistente en documentación técnica, ofertas comerciales, señalización y entornos digitales. Su elección debe equilibrar precisión, legibilidad y carácter corporativo, sin interferir con la información ni competir con el símbolo.

El grafito aporta solidez y continuidad, mientras que el verde lima introduce un acento reconocible para destacar elementos relevantes. El blanco cálido completa la paleta y facilita la aplicación del sistema sobre fondos claros.

GRAFITO #20211F	VERDE LIMA #B7E000	BLANCO CÁLIDO #F2F2ED
---------------------------	------------------------------	---------------------------------

Sistema gráfico y escalabilidad

Las diagonales pueden convertirse en bandas, cortes o marcos. El recurso debe ordenar la composición, no funcionar como decoración gratuita.



APLICACIONES

Entorno de trabajo

En fachadas, señalización y placas, la marca debe leerse con rapidez y conservar su carácter en condiciones reales de uso.

La base oscura y el verde lima crean contraste sin recurrir a los códigos gráficos más previsibles del sector eléctrico.



Vehículos, documentación y tecnología

En vehículos y equipo técnico, la prioridad es la identificación a distancia. En licitaciones, memorias y ofertas, la identidad debe ordenar la información y facilitar la lectura.

En pantallas y aplicaciones, el verde lima puede destacar estados, acciones o datos prioritarios.

Comunicación exterior

En gran formato, la jerarquía debe ser sencilla: una imagen industrial potente, un mensaje breve y una marca visible. El objetivo es que Axis se reconozca en pocos segundos, sin llenar el soporte de información.



CONCLUSIONES

Resultado

La propuesta de rebranding plantea una identidad para Axis Automation basada en precisión, integración y control. El símbolo diagonal, la combinación de grafito y verde lima y el sistema gráfico trabajan conjuntamente para construir una marca directa, técnica y reconocible.

La fortaleza de la identidad no depende de un efecto visual concreto, sino de la coherencia con la que se aplique. La marca debe conservar su claridad en una placa industrial, una presentación comercial, una pantalla o una aplicación exterior.

Una marca preparada para crecer

La identidad no queda ligada a una tecnología específica. Puede acompañar nuevos proyectos, soluciones digitales y aplicaciones industriales sin perder su carácter, siempre que se mantengan las reglas de uso y se valide cada aplicación antes de su producción.



Cierre

Gracias por confiar en Senda GráficaAL para acompañar este proceso. Nuestro compromiso ha sido construir una identidad útil, duradera y preparada para afrontar nuevos retos. Esperamos que este proyecto contribuya a que Axis siga creciendo con la misma solidez con la que desarrolla cada uno de sus trabajos.

Senda GráficaAL

