

El logotipo de Škoda con la flecha alada fue registrado por primera vez hace 100 años

- › El logotipo de Škoda se registró en la oficina de patentes de Pilsen el 15 de diciembre de 1923
- › Se cree que el visionario detrás de la icónica flecha fue Tomáš Maglič, el director comercial de la época
- › En agosto de 2022, Škoda presentó una nueva identidad corporativa con un logotipo rediseñado para potenciar su impacto en los canales de comunicación digitales

Mladá Boleslav, 14 de diciembre de 2023 – El icónico logotipo circular de Škoda con la flecha alada se registró por primera vez como marca en la oficina de patentes de Pilsen el 15 de diciembre de 1923. Desde su aparición inicial en los vehículos de Mladá Boleslav en 1925, el logotipo solo ha sufrido unas pocas modificaciones, manteniéndose prácticamente inalterado su concepto visual original. En agosto de 2022, Škoda Auto introdujo una actualización integral de su identidad corporativa y también rediseñó su imagen de marca. Con el objetivo de mejorar la visibilidad en las plataformas digitales, esta renovación garantiza un aspecto más impactante, especialmente en los dispositivos móviles. Más información sobre la evolución del logotipo de Škoda en el Storyboard de Škoda.

El logotipo de Škoda ha adornado los vehículos del fabricante checo en todo el mundo desde la década de 1920. Hoy se cumple el centenario de su primer registro, el 15 de diciembre de 1923, en la oficina de patentes de Pilsen. **Andrea Frydlová, directora del Museo Škoda**, afirma: "Como suele ocurrir con los acontecimientos históricos, hoy en día no es fácil encontrar información totalmente exacta. Aunque hay varias versiones de la historia del logotipo de la flecha alada, las fuentes históricas contienen referencias sólidas que nos permiten reconstruir con bastante precisión la génesis del logotipo y sus modificaciones posteriores. La perdurabilidad del diseño del logotipo atestigua el notable talento y compromiso de los diseñadores gráficos de la época".

Inspirado en la historia, ahora es un sello mundial de calidad "made in Mladá Boleslav"

Se cree que la flecha alada surgió de un concurso convocado por el director técnico de la marca Škoda, el Dr. Ing. Vladislav Sýkora, mientras que la idea en sí se atribuye a Tomáš Maglič, entonces director comercial de la empresa. Al parecer, Maglič se inspiró en un relieve de la pared de su despacho que representaba a un nativo americano con un característico tocado. Sin embargo, la forma final del logotipo es obra de un profesional. Fuentes históricas sugieren que los renombrados escultores checos Otakar Španiel u Otto Gutfreund podrían haber contribuido a su diseño, aunque su participación sigue sin verificarse. Finalmente, se

crearon dos versiones de la flecha alada: una con cinco plumas y otra con tres. Ambas se registraron como marcas de la empresa Škoda el 15 de diciembre de 1923 en la oficina de patentes de Pilsen. Sin embargo, el diseño gráficamente más limpio y visualmente más sencillo, con tres plumas sobre la flecha voladora, pronto se convirtió en la opción elegida. Inicialmente, el logotipo aparecía en las locomotoras fabricadas en Pilsen; no fue hasta la fusión en 1925 con el fabricante de automóviles Laurin & Klement cuando este emblema apareció también en los vehículos de Mladá Boleslav.

El significado tras el logotipo

El logotipo de Škoda encarna el compromiso de la marca con unos elevados estándares técnicos y estéticos, y una fabricación precisa, además de simbolizar el dinamismo del movimiento hacia delante. Cada elemento del logotipo refuerza este mensaje: el gran círculo representa el alcance global y la excelencia en la producción de Škoda, mientras que el ala denota el avance tecnológico, la gama de productos y la distribución global. La flecha apuntando hacia adelante señala los avanzados procesos de fabricación y la eficiencia, mientras que el círculo más pequeño, que recuerda a un ojo, simboliza la precisión de la ingeniería, la experiencia y la visión de futuro de Škoda. La flecha alada se ha utilizado históricamente en automóviles, piezas originales y materiales de información y comunicación de Škoda. Sorprendentemente, solo ha sufrido cinco modificaciones y variaciones de color notables en 100 años.

Cambios sutiles a lo largo del siglo

En su forma original, el logotipo tenía una base metálica, de ahí el uso del color plata y el azul. En las décadas de 1950 y 1960, el logotipo también aparecía en rojo, y a menudo se combinaba con la marca denominativa Škoda. Entre 1993 y 1994, el color azul fue sustituido por el verde. Al mismo tiempo, el círculo de alrededor se amplió para dar cabida a las letras Škoda Auto. Sin embargo, esta versión fue efímera: en 1994, el logotipo evolucionó hacia un aspecto más esculpido, en el que el círculo verde exterior pasó a ser negro, mientras que la flecha alada verde enfatizaba el compromiso de la marca con el medio ambiente. El logotipo de los vehículos incorporaba la marca denominativa Škoda y una corona de laurel en la parte inferior del círculo exterior. En 2011, el diseño se sustituyó por una variante moderna y más ligera con elementos verdes, plateados y negros. En 2022, Škoda introdujo una importante actualización de su identidad corporativa, el cambio más radical en 30 años. El logotipo renovado potencia la apariencia de la marca en los canales digitales, especialmente en los dispositivos móviles, y ofrece una mayor flexibilidad en diversos formatos.

Contacto

Vítězslav Kodym

Head of Product Communications

T +420 326 811 784

vitezslav.kodym@skoda-auto.cz

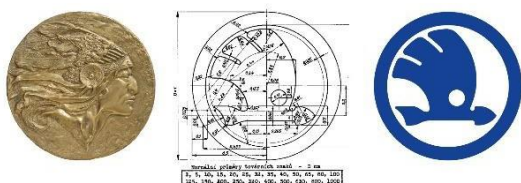
Jan Hrbek

Classic Communications

T +420 730 867 534

jan.hrbek@skoda-auto.cz

Imágenes para el comunicado de prensa:



El logotipo de Škoda con la flecha alada fue registrado por primera vez hace 100 años

El icónico logotipo circular de Škoda con la flecha alada se registró por primera vez como marca en la oficina de patentes de Pilsen el 15 de diciembre de 1923. Desde su aparición inicial en los vehículos de Mladá Boleslav en 1925, el logotipo solo ha sufrido unas pocas modificaciones, manteniéndose prácticamente inalterado su concepto visual original.

Fuente: Škoda Auto



El logotipo de Škoda con la flecha alada fue registrado por primera vez hace 100 años

En 2022, Škoda introdujo una importante actualización de su identidad corporativa, el cambio más radical en 30 años. El logotipo renovado mejora la apariencia de la marca en los canales digitales, especialmente en los dispositivos móviles, y ofrece una mayor flexibilidad en diversos formatos.

Fuente: Škoda Auto

Škoda Auto

- › Está liderando la nueva década con éxito a través de la estrategia NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030
- › Aspira a convertirse en una de las cinco marcas que genera más ventas en Europa antes de 2030, con una atractiva gama de modelos en los segmentos de entrada y otros modelos eléctricos.
- › Se está convirtiendo en la principal marca europea en los mercados clave de crecimiento como la India, el Norte de África, Vietnam y la ASEAN.
- › Ofrece actualmente a sus clientes doce modelos de turismos: los modelos FABIA, SCALA, OCTAVIA y SUPERB, así como los modelos KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ, ENYAQ COUPÉ, SLAVIA y KUSHAQ.
- › Vendió más de 731.000 vehículos a clientes de todo el mundo en 2022.
- › Forma parte del Grupo Volkswagen desde hace 30 años. El Grupo Volkswagen es uno de los fabricantes de vehículos más exitosos del mundo.
- › Fabrica y desarrolla de forma independiente no solo vehículos, sino también componentes como sistemas de baterías MEB, motores y transmisiones en asociación con el Grupo.
- › Opera en tres centros en la República Checa; adicionalmente con capacidad de producción en China, Eslovaquia y en la India, principalmente a través de asociaciones del Grupo, así como en Ucrania con un socio local.
- › Proporciona empleo a más de 40.000 personas a nivel mundial y está presente en más de 100 mercados.