

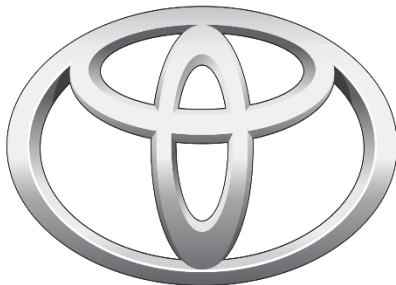
Fecha: 11 de mayo de 2020

Asunto: Presentación actividad de diseño Boutique Toyota – Universidad Jorge Tadeo Lozano

BRIEF:

1. Toyota:

La compañía fue fundada el 23 de septiembre de 1933 en Japón. La palabra “Toyota” se originó a partir del apellido del fundador, Kiichiro Toyoda. Es sus inicios, los vehículos producidos por la empresa eran vendidos originalmente con el emblema “Toyoda”. El logo tenía los colores de la bandera japonesa rojo y blanco y la katakana de Toyota. El actual logo de Toyota fue introducido en 1989 para conmemorar el aniversario número 50 de la compañía.



TOYOTA

- En su elaboración se consideraron dos factores: el primero, que debía ser fácilmente reconocible a la distancia y anunciara la llegada de Toyota y, segundo que su impacto visual hiciera que la marca se destacara de otros vehículos.
- El logo está conformado por tres elipses que se combinan en una configuración horizontalmente simétrica. Las dos elipses perpendiculares dentro de la elipse más grande representan el corazón del cliente y el de la empresa. Se superponen para representar una relación mutuamente beneficiosa y la confianza entre sí-
- La “T” que conforma esa superposición corresponde al nombre Toyota, al mismo tiempo que representa el volante de un automóvil. Además, la elipse exterior simboliza el mundo que abraza a Toyota.
- El espacio en el fondo dentro del logotipo representa los valores infinitos que Toyota le transmite a sus clientes: excelente calidad, valor más allá de las expectativas, alegría al conducir, innovación e integridad en materia de seguridad, además de medio ambiente y responsabilidad social.

2. Toyota en Colombia:

- **1959** - Llegan a Colombia los primeros vehículos Toyota entregados por el distribuidor Domingo D'Ambrosio. Aquí se da comienzo a una historia llena de éxitos con el primer carro vendido. Un Land Cruiser de doble diferencial con tracción en las cuatro ruedas por un valor de \$20.695.
- **1967** – Con la importación de los primeros camperos Toyota Land Cruiser, dirigidos principalmente a los finqueros y transportadores en zonas rurales de Colombia, se constituyó Distribuidora Toyota de Colombia Ltda (Distoyota), como concesionario de Toyota Motor Corporation.
- **1992** - Se conocen los primeros vehículos Toyota ensamblados en territorio colombiano, los legendarios camperos Land Cruiser, y un año más tarde, las pick ups Hilux. Durante varios años, estas camionetas se multiplicaron en el país, junto con un nuevo vehículo que llegó en 1998: la camioneta Prado, en cinco y tres puertas.
- **2014** - Como parte de la estrategia de crecimiento de la marca, Distoyota y Toyota Motor Corporation se unen para conformar Automotores Toyota Colombia S.A.S. (ATC), como el distribuidor exclusivo de la marca en el país.

3. Boutique Toyota:

Este es un espacio donde amantes de la marca, que no sólo la siguen, si no que la viven a través de su estilo de vida, tienen la oportunidad de lucirla por medio de prendas y accesorios exclusivos Toyota.

El catálogo de los productos de la boutique está disponible a través de la página web de la marca www.toyota.com.co y la venta de éstos elementos se hace a través de los concesionarios autorizados Toyota del país.

4. Propósito de la actividad:

El objetivo de Toyota es promover el talento joven colombiano a partir de la incorporación de las mejores y más originales ideas de los estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, para que, a través de sus diseños, plasmen el concepto y la mirada que tienen como público externo de Toyota en una camiseta.

La idea es que a través de un “reto” o convocatoria creativa, los estudiantes del programa de Diseño y Gestión de la Moda, presenten propuestas atractivas e innovadoras de diseños de

camisetas, que puedan ser incluidas en el portafolio de productos de la Boutique Toyota y comercializadas a través de los diferentes canales de distribución de la misma.

5. Público objetivo:

Estudiantes del programa de Diseño y Gestión de la Moda de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

6. Criterios de diseño:

A lo largo de estos 60 años, los vehículos de Toyota han transitado por los caminos más complejos, diversos y asombrosos de Colombia; ayudando a que miles de viajeros de distintas generaciones descubran un país maravilloso y lleno de aventuras, a bordo de los modelos más confiables, duraderos, seguros y de la más alta calidad en el mercado.

Por esta razón, se establece como criterio base de diseño la relación entre la marca y el país, específicamente, la presencia de Toyota como actor relevante en el desarrollo de Colombia y su vínculo con algunos de los elementos más importantes de la Cultura y la Identidad Nacional.

Así mismo, de manera complementaria y/o subsidiaria, cada propuesta deberá incorporar los siguientes conceptos:

- Fun
- Innovation
- Retro
- Brand Image
- Creativity
- Colors
- Creatividad transgresora*

*Consiste en que los estudiantes tengan en cuenta íconos universales que han generado tendencias de moda tales como Jimmy Hendrix, un estilo urbano como Harley-Davidson y humor del tipo 'bumper sticker' como, por ejemplo, "mi otro carro es un Toyota" que existen en las calcomanías que comúnmente se ven pegadas en los carros.

Por último, los diseños deberán ajustarse al MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL de TOYOTA, para efectos de una adecuada y correcta aplicación del imago tipo de la marca, el cual le será entregado a cada estudiante al momento de su inscripción.

7. Categorías - Mercado objetivo:

La actividad estará dividida en tres (3) categorías, las cuales responden al mercado objetivo de la Boutique Toyota.

- Hombre
- Mujer
- Niño/a

8. Metodología y Timeline:

La alianza creativa consta de 5 etapas

- Presentación y convocatoria:** Evento tipo charla virtual en el que Toyota hará una presentación a los estudiantes del programa con el ADN de la marca, los objetivos de la convocatoria, los premios y las condiciones para inscribirse en la misma.
- Inscripción:** Los estudiantes activos del programa de Diseño y Gestión de la Moda interesados en hacer parte de la actividad deberán diligenciar un documento de intención de participación en la convocatoria, que les permitirá acceder a la matriz de condiciones y a través del cual podrán empezar a generar sus propuestas de diseño, de acuerdo a la categoría escogida.
- Entrega de propuestas:** Se establecerá un tiempo específico y condiciones específicas para entregar las propuestas.
- Preselección de finalistas:** Se hará una preselección de finalistas con base en los diseños virtuales que se envíen. Dentro de estos preseleccionados se elegirá el ganador.
- Selección de los ganadores:** Según el criterio establecido por la marca, a través de un jurado calificador integrado por personal de la Universidad y de Toyota, se elegirá el ganador.

9. Entregables:

- Sólo se permite la entrega de una propuesta por estudiante o pareja. Cada propuesta debe constar mínimo de tres diseños, uno para hombre, uno para mujer y uno para niño.
- Un video (sin editar y no mayor a 30 segundos) donde aparezca cada participante trabajando en su diseño.
- La propuesta de diseño debe ser entregada en archivo PDF, tamaño carta, máximo 200 MB y 150 dpi y en CMYK.
- La propuesta debe contener una presentación de máximo de 150 palabras, ilustraciones y dibujo plano con especificaciones técnicas de acabados, insumos y procesos textiles.
- En el caso del proceso de estampación se debe anexar el motivo (el cual debe ser inédito) y la paleta de color con codificaciones.
- Se debe remitir el archivo al correo programas.moda.interactivo@utadeo.edu.co, marcado con el *Nombre de la Propuesta*, No debe aparecer el nombre del PARTICIPANTE.

10. Ganadores:

Un jurado compuesto por representantes de Toyota y la Facultad Artes y Diseño, escogerá al mejor diseño de cada categoría (3), con base en los criterios de diseño establecidos anteriormente.

Los diseños ganadores serán presentados ante la opinión pública y medios de comunicación, a través de comunicados de prensa que constarán de la información de cada uno de los ganadores con sus respectivas fotos y las de sus diseños. Adicionalmente, los ganadores recibirán un premio significativo por parte de Toyota.

Toyota, con el objetivo de impulsar y premiar la creatividad y el talento de los jóvenes talentos, extenderá un reconocimiento documentado a los estudiantes cuyos diseños sean elegidos por la marca para la producción y comercialización. Estos reconocimientos consisten en:

- Firma de documento de acuerdo de derechos de autor y propiedad intelectual.
- Diploma o documento de reconocimiento.
- Carta por parte de la marca que acredita la validez y el proceso creativo desarrollado por el estudiante.

11. Derechos de propiedad:

Los estudiantes que decidan participar deben aceptar la cesión de los derechos de propiedad intelectual y usufructo. Se contemplarán todos los términos legales y jurídicos necesarios para poder hacer uso intelectual de los diseños por parte de la marca.