



Universidad e identidad

La transformación de ISALUD en Universidad implicó también un cambio de imagen. Mariana Mendibil, creadora de la nueva identificación institucional, brinda una sintética explicación de la misma.

Identificar los valores de una marca y saber transmitirlos eficazmente es motivo del desarrollo de una nueva imagen. Esto ocurre en el momento de revitalizar o rediseñar una marca existente para adaptarla a las necesidades estratégicas de la institución. Desde esa perspectiva, se desarrolló una marca como elemento “clave” de diferenciación de ISALUD, desarrollando una nueva imagen que de-

nota el crecimiento marcado por esta nueva etapa.

Para el diseño de marca se tuvieron en cuenta los atributos de:

1. Desarrollo del Logotipo:

- Seriedad y sobriedad.
- Formalidad.
- Legibilidad.

En el caso del logotipo se modernizó el estilo tipográfico, transformando y actualizando el Clásico

Romano en una tipografía de la familia de las Sans Serif, de marcadas líneas modernas pero a la vez formales, en donde se priorizó ante todo la legibilidad.

2. Desarrollo del Isotipo:

- Flexibilidad.
- Unidad.
- Movimiento.

Se trató de desconstruir la rigidez del logotipo desarrollando un isotipo ágil y dinámico, en donde el movimiento entrelazara a la Universidad con el nombre de la institución.

El aporte de color viene de su identidad pre existente, y se utilizará como dominante en las piezas a desarrollar. Esta nueva marca tiene por objeto aportar una renovada identidad visual a ISALUD (imagen), y será aplicada en todas sus actividades institucionales, tales como comunicación, publicaciones, proyectos, etc.



Nuestro Plan es estar en los tuyos.

Por eso contamos con las coberturas más convenientes.

Coberturas ideales para una familia tipo.

Tipo la tuya.

Elegirnos, es optar por lo sano.