

Diario inmobiliario

Almagro renueva su logo

(Portalinmobiliario.com, 01-06-2009)

Luego de realizar el estudio BrandAsset Valuator —el análisis más reputado del país que mide el valor de marca— Almagro decidió impulsar un sutil, pero necesario cambio. El resultado: renovó su logo a uno más moderno y cercano.

El estudio para llevar adelante el proceso implicó entrevistar a 2.500 personas. Y los resultados fueron decisivos. “Se comprobó que la marca Almagro posee altísimos niveles de calidad. Las personas ABC1 de Santiago, por ejemplo, saben que es una marca muy confiable y que comprar un Almagro es una acción visionaria e inteligente”, destacó Juan Pablo Martínez, director de TheLab Young & Rubicam Latam, firma que lideró el proyecto de cambio de la imagen corporativa.

El nuevo logo mantiene una continuidad con el anterior, sin embargo se hicieron variaciones importantes. Por ejemplo, se le redondearon las puntas, se cambió la tipografía, las letras se centraron, se eliminó la línea blanca que iba bajo el nombre y se prescindió del lema: ‘construyendo calidad de vida’.

“Los cambios que hicimos fueron bastantes, pero a pesar de estas modificaciones, el logo sigue siendo el mismo, pero mucho más actual”, recalca Martínez. A su juicio, lo que pretende plasmar este nuevo diseño es que la modernidad implica una evolución hacia la simpleza.

Ahora bien, este cambio no es un elemento aislado. Almagro está dando un giro a su forma de comunicarse con sus clientes. Es cosa de esperar para ver qué otras sorpresas tiene la inmobiliaria.