

# La misma marca, el mismo compromiso

La nueva cara de Jeluz. La empresa renovó su imagen, de acuerdo a su compromiso siempre vigente con la calidad y la seguridad de sus productos.

Jeluz  
[www.jeluz.net](http://www.jeluz.net)



---

## Nuevo diseño de Jeluz

El diseño y una buena presentación forman parte de los intereses de todos los emprendimientos, tengan o no la intención de vender algo. Ocurre que una imagen tiene una alta capacidad de comunicación y puede transmitir información que, de otra manera, ocuparía un mar de palabras.

Desde la psicología del color hasta el estudio detallado de tipografías, pasando por los principios del diseño gráfico, muchas son las disciplinas profesionales que están detrás de cada imagen que vemos en nuestra vida cotidiana destinada a captar nuestra atención. Asimismo, la cultura juega un papel importante como marco desde el cual se percibe (y se interpreta).

---

*Muchas son las disciplinas profesionales  
que están detrás de cada imagen  
que vemos en nuestra vida cotidiana  
destinada a captar nuestra atención*

---

La creación de un logotipo, incluida la tipografía del nombre de una marca, implica además una serie de desafíos adicionales. Por un lado, como mero nombre, exige su repetición a fin de que las personas la conozcan, y así es que estamos acos-



---

#### Diseño anterior de la marca

tumbrados a ver a las marcas en cada una de las acciones que las empresas llevan a cabo: en sus productos, en sus carteles, en sus servicios. En tanto deben ser legibles en distintos soportes (digitales y papel, pero también plástico, madera o cualquier material en donde se quiera imprimir el sello de la marca) y con distintos tamaños (un enorme cartel sobre la avenida o la pantalla de un celular), la creación de un logotipo o la tipografía de una marca deben respetar ciertos parámetros: deben ser simples, sin demasiados detalles que se perderían en versiones pequeñas, por ejemplo.

---

*Si la marca quiere perdurar en el tiempo, se ve obligada a acompañar los cambios culturales aparejados*

---

Por otro lado, si la marca quiere perdurar en el tiempo, se ve obligada a acompañar los cambios culturales aparejados. Lo que en una época transmite una cosa, luego puede significar otra. Resulta un ejercicio interesante 'googlear' la escritura de marcas como Pepsi, Play Station o Sam-

sung, que con sutiles cambios han sabido caminar a la par de la clientela pretendida.

La empresa argentina Jeluz, dedicada hace más de cincuenta años a la fabricación y desarrollo de productos eléctricos, emprendió una renovación de su imagen a fin de que esta siguiera transmitiendo al público contemporáneo los valores de calidad, seguridad y diseño con los que siempre llevó adelante sus tareas. "Nueva imagen, misma identidad" reza su eslogan.

---

*La marca contaba con una ventaja adicional: ella misma es experta en diseño*

---

La marca contaba con una ventaja adicional: ella misma es experta en diseño. Dentro de su amplia gama de productos, están las tapas de luz, un dispositivo de importancia a la hora de vestir un hogar o cualquier otro espacio y otorgarle el estilo deseado. Otro ejercicio sirve para demostrarlo, y basta con recordar los interruptores de las casas más antiguas y compararlos con los más modernos: la diferencia en tecnología queda plasmada en el diseño. Más cuadrado o más redondeado, cuadrado o rectangular, de puntas rectas o curvas, teclas grandes o interruptores pequeños... Un sinfín de opciones da lugar a elecciones justificadas.

La tipografía y el logotipo de Jeluz son nuevos. También la presentación de su página web. Es la misma empresa que nuevamente demuestra su compromiso con su época. ■

---

*Un sinfín de opciones da lugar a elecciones justificadas*

---