



MEDS

Es una marca especializada en la venta y distribución de material quirúrgico, e insumos medicos para todo tipo de hospitales, clínicas, consultorios e instituciones de salud en general, garantizando servicio, calidad y compromiso.



Justificación

Para la identidad visual de la marca desarrollamos un imagotipo que integra un símbolo y el nombre escrito. Ambos elementos pueden funcionar de manera conjunta o separada, manteniendo siempre una unidad visual que fortalece el reconocimiento de la marca. Esta solución permite una adaptación eficaz a distintos formatos —como etiquetas, uniformes, material institucional, redes sociales y documentación médica— sin perder coherencia ni legibilidad. Esto resulta fundamental para una marca de insumos médicos que requiere una presencia consistente y confiable en todos sus puntos de contacto.

Logotipo



Justificación

Espaciado



Alineación



Para la parte del nombre escrito dentro del isotipo utilizamos una tipografía sans serif en mayúsculas, que visualmente conforma un bloque rectangular, aportando orden y solidez. Al tratarse de un nombre de solo cuatro letras, se garantiza una alta legibilidad en cualquier formato. Además, este tipo de tipografía transmite una identidad moderna y profesional, que se complementa con el tagline, el cual refuerza claramente el giro y propósito de la empresa.

Isotipo



Para el icono del isotipo se desarrolló una estructura rectangular con vértices redondeados, lo que genera una geometría estable y controlada, a la vez que reduce la rigidez visual. Esta base formal aporta solidez institucional y favorece su aplicación en contextos médicos. La letra "M" se construye mediante un tratamiento gráfico dinámico, introduciendo un factor de movimiento y contemporaneidad que refuerza el posicionamiento moderno de la marca sin comprometer su legibilidad ni coherencia visual.



Paleta de colores

La paleta cromática fue definida a partir de criterios de percepción visual, posicionamiento y diferenciación sectorial. Se eligieron gamas de verdes en distintas intensidades, combinadas con blanco, por su asociación con salud, control, estabilidad y confianza. A nivel estratégico, se evita el uso de esquemas cromáticos convencionales del sector médico, permitiendo a la marca destacarse visualmente sin perder legitimidad ni coherencia con su actividad como distribuidora.

