

Revista de Prensa
Del 12/12/2022 al 13/12/2022



El IEAF se llamará Instituto Español de Analistas

RENOVACIÓN El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF), presidido por Lola Solana, ha renovado su imagen corporativa y cambia su denominación a Instituto Español de Analistas, para integrar otros perfiles profesionales.

Distribuido para INSTITUTO ESPAÑOL DE ANALISTAS * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

El IEAF excluye la 'F' de su marca y abre la puerta a otros analistas

El Instituto Español de Analistas quiere integrar nuevos perfiles especializados

C. Cándido MADRID.

El hasta ahora Instituto de Analistas Financieros (IEAF) inicia una nueva etapa con otro nombre, Instituto Español de Analistas, y la premisa de ampliar su cobertura a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas especializados. Así, la institución ha eliminado de su denominación el término "financieros", para dar cabida a otros perfiles especializados en ESG (basa en criterios de inversión sostenible), geopolítica o *blockchain*, entre otros.

La asociación, con cerca de 60 años de antigüedad compuesta de tres entidades (Instituto, Escuela y Fundación), es una de las más antiguas de España y con esta nueva marca tiene como objetivo convertirse en referente del análisis para cubrir las nuevas necesidades y tendencias del mercado así como convertirse en un punto de encuentro de estos profesionales.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la entidad está desarrollando bajo el liderazgo de Lola Solana desde el mes de julio y que se apoya en la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven. "Queremos ser más inclusivos, llegar a más analistas y a todo tipo de especialistas, no sólo para ese 50% de criterios financieros, sino también al otro 50% de criterios extrafinancieros", ha explicado en un encuentro con medios.

La reconocida gestora de Santander AM ha insistido en la necesidad de incorporar más mujeres a la asociación, que actualmen-

te cuenta con 1.400 miembros, de los cuales un 77% son hombres (1088 hombres y 236 mujeres).

Asimismo, también pretende rebajar la edad media de los afiliados -que ahora se sitúa en 48 años- para atraer al talento joven, tal y como avanzó en una entrevista a *elEconomista.es* al poco tiempo de tomar las riendas del instituto. "Queremos ser el *hub* de talento en Europa, que cuando alguien quiera estudios interesantes, los busque en nosotros", ha señalado Solana.

Por otro lado, también ha expresado su intención de continuar con la labor que inició su predecesor, Jorge Yzaguirre, de continuar con la labor de servicio de análisis de Lighthouse cubriendo los valores huérfanos de la bolsa

236
MUJERES

La asociación cuenta con 1.400 miembros, de los cuales el 77% son a día de hoy hombres.

española. "Tenemos 28 firmas analizadas, acabaremos el año en 30 y el objetivo es que sean 40 en 2024", ha anunciado.

Nueva imagen corporativa

El instituto también ha renovado su imagen corporativa con un logotipo azul que incluye una brújula y que pretende "ser tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank", ha señalado Solana. También ha incorporado otros dos símbolos: un astrolabio para el de la escuela y un faro para Lighthouse.

El cambio en la imagen corporativa del Instituto Español de Analistas va acompañado de la renovación de su web y un perfil de Instagram.



Lola Solana, presidenta del Instituto Español de Analistas. EE

El IEAF cambia su marca a Instituto Español de Analistas e inicia nueva etapa con Lola Solana como presidenta

M. HERNÁNDEZ Madrid • original



Lola Solana, presidenta del Instituto Español de Analistas.E. M.

Más analistas, más mujeres, más jóvenes y más empresas pequeñas que poner bajo la lupa. Éstas son las claves de la nueva etapa que ha iniciado el Instituto Español de Analistas con **Lola Solana** al frente de la presidencia.

Se trata de la primera mujer que se pone a los mandos de la institución nacida en 1965 y una de sus primeras decisiones ha sido renovar por completo la imagen corporativa del organismo y su propia marca. Para ello, el Instituto Español de Analistas Financieros ha pasado a llamarse **Instituto Español de Analistas**, "porque nadie duda de que somos financieros", ha explicado Solana este lunes durante la presentación ante los medios.

Con el nuevo nombre, el organismo amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar a la institución otros perfiles de analistas además del financiero, como pueden ser geopolíticos, económicos o especializados en criptomonedas y ESG, entre otros.

Solana, que además es la directora del fondo **Santander Small Caps**, quiere aunar el pasado del instituto, "la asociación financiera más antigua de España", con un futuro que sitúe a España en el mapa del análisis financiero europeo. "No vamos a inventar nada, pero sí mejorar lo que llevamos haciendo 57 años, renovarnos para adaptarnos a las nuevas tendencias y recuperar la influencia y el reconocimiento del pasado", ha asegurado.

"Queremos ser el hub de talento en España y en Europa, que los jóvenes se sientan atraídos y que los mejores estén con nosotros", ha añadido. También quiere aumentar la presencia de mujeres en el instituto, ya que ahora apenas representan el 23% de todos los miembros. "Esto va a cambiar y quiero que cambie", ha afirmado, señalando a la sostenibilidad como uno de los puntos de enganche que pueden ayudar a atraer al talento femenino.

Tras tomar el relevo de Jorge Yzaguirre, Solana afronta esta nueva etapa como un viaje y con ese prisma ha enfocado también el rediseño del logotipo y la imagen corporativa de la institución. "El nuevo logotipo, aunque representa un cambio contundente, mantiene la esencia del Instituto al utilizar el color azul para conectar con el pasado, pero añadiendo un azul

vibrante más moderno, y al incorporar su año de creación para reforzar la credibilidad y fuerza histórica de la entidad", explican desde el Instituto. "El nuevo logotipo incorpora un isotipo que representa un símbolo clave, una brújula que determina el rumbo, que habla de futuro y de nuevos caminos hacia el crecimiento", añaden.

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

- [Mercados](#)

[Pensiones](#) Las gestoras se preparan para repartirse la tarta de hasta 100.000 millones de euros del plan de pensiones de empleo de Escrivá

El IEAF elimina el término "financiero" de su marca y se abre a otros analistas

"Queremos ser más inclusivos, llegar a más analistas y a todo tipo de especialistas" Solana pretende incorporar más mujeres al instituto y rebajar la edad media de los asociados El objetivo de Lighthouse es llegar a 40 firmas analizadas en 2024

original



Lola Solana, presidenta de la asociación

El hasta ahora **Instituto de Analistas Financieros (IEAF)** inicia una nueva etapa con otro nombre, **Instituto Español de Analistas**, y la premisa de ampliar su cobertura a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas especializados.

Así, la institución ha eliminado de su denominación el término "financieros", para dar cabida a otros perfiles especializados en **ESG** (basa en criterios de inversión sostenible), **geopolítica** o **blockchain**, entre otros.

La asociación, con cerca de 60 años de antigüedad compuesta de tres entidades (Instituto, Escuela y Fundación), es una de las más antiguas de España y con esta nueva marca tiene como objetivo convertirse en referente del análisis para cubrir las nuevas necesidades y tendencias del mercado así como convertirse en un punto de encuentro entre estos profesionales.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la entidad está desarrollando en la nueva etapa bajo la presidencia de **Lola Solana** desde el pasado mes de julio y que se apoya en la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven.

"Queremos ser más inclusivos, llegar a más analistas y a todo tipo de especialistas, no sólo para ese 50% de criterios financieros, sino también al otro 50% de criterios extrafinancieros", ha explicado Solana en un encuentro con medios.

La reconocida gestora de Santander AM ha insistido en la necesidad de **incorporar más mujeres a la asociación**, que actualmente cuenta con 1.400 miembros, de los cuales un 77% son hombres (1088 hombres y 236 mujeres). "Asimismo, también pretende rebajar la edad media, que ahora se sitúa en 48 años, para atraer al talento joven, tal y como avanzó en [una entrevista a elEconomista.es](#) al poco tiempo de tomar las riendas del instituto.

"Queremos ser el *hub* de talento en Europa, que cuando alguien quiera estudios interesantes, los busque en nosotros", ha señalado Solana.

Por otro lado, también ha expresado su intención de continuar con la labor que inició su predecesor, Jorge Yzaguirre, de continuar con la labor de servicio de análisis de Lighthouse cubriendo los valores huérfanos de la bolsa española. "Tenemos 28 firmas analizadas, acabaremos el año en 30 y el objetivo es que sean 40 en 2024", ha anunciado.

Nuevo logotipo

Por otra parte, el instituto también ha renovado su imagen corporativa con un logotipo azul que incluye una brújula y que pretender "ser tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank", ha explicado. También ha incorporado otros dos isótopos para valores del instituto: un estrolabio para el de la escuela y un faro para Lighthouse.

El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

original



- INSTITUTO ESPAÑOL DE ANALISTAS

MADRID, 12 Dic. (EUROPA PRESS) -

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas".

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

"Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado", ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser "tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank".

El Instituto ha eliminado también la palabra "financieros" de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, "nadie duda" de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido "desde 1965", para resaltar su trayectoria.

"El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis", ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden

que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollado para esta nueva etapa y que se apoya en "la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven".

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

"Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo", ha señalado Solana.

El Instituto de Analistas prevé una recesión leve o solo técnica en España

Madrid, 12 dic (.).- El Instituto Español de Analistas (IEA), hasta ahora denominado IEAF-FEF, cree que España afronta los próximos meses en mejor situación que Europa y, pese a que 2023 va a ser un año complicado, prevé que la recesión económica será menos acentuada o solo de carácter técnico. "Va a ser un año complicado pero con oportunidades", ha afirmado en la presentación de la nueva imagen y planes de la asociación de analistas.

[original](#)



© Reuters. El Instituto de Analistas prevé una recesión leve o solo técnica en España

Madrid, 12 dic (.).- El Instituto Español de Analistas (IEA), hasta ahora denominado IEAF-FEF, cree que España afronta los próximos meses en mejor situación que Europa y, pese a que 2023 va a ser un año complicado, prevé que la recesión económica será menos acentuada o solo de carácter técnico.

En un encuentro con los medios de comunicación, la presidenta de la asociación, Lola [Solana](#), ha señalado que tras las caídas bursátiles de este 2022 el mercado tiene potencial a medio y largo plazo en empresas españolas "con buen balance y crecimiento" medianas y pequeñas de sectores como los de renovables, aeroespacial y biotecnología.

"Va a ser un año complicado pero con oportunidades", ha afirmado en la presentación de la nueva imagen y planes de la asociación de analistas.

El IEAF-FEF, fundado en 1965 para agrupar a los analistas financieros, ha creado una nueva marca (Instituto Español de Analistas) y logotipo y tiene previsto extender su actividad a nuevos formatos de análisis que complementen los económico-financieros para abordar cuestiones como la geopolítica y de actualidad, como criptomonedas y la inversión en ESG (sostenibilidad y gobierno corporativo).

Solana ha explicado durante la presentación de la nueva imagen de la asociación que su objetivo es llegar a un público más amplio, conseguir más notoriedad y reconocimiento, ser más atractivos para los jóvenes y convertir la institución en un centro de producción de estudios y talento.

Para estas dos últimas cuestiones, el IEA cuenta con centro de formación (Escuela FEF) que cuenta con 15 certificaciones y máster y forma a 15.000 alumnos al año (datos de 2021), y un servicio de análisis, Lighthouse, que sigue valores de la Bolsa española pequeños y medianos sin emitir recomendaciones de compra.

La asociación de analistas tiene 1.400 socios, el 77 % hombres. En sus casi 60 años de historia Solana es la primera mujer en presidirlo y se ha marcado como objetivo incrementar el número de mujeres dentro del nuevo IEA.

Economía/Finanzas.- El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas". La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

Lidia Solís • original

Nuevo logo del Instituto Español de Analistas

MADRID, 12 (EUROPA PRESS)

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas".

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

"Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado", ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser "tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank".

El Instituto ha eliminado también la palabra "financieros" de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, "nadie duda" de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido "desde 1965", para resaltar su trayectoria.

"El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis", ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

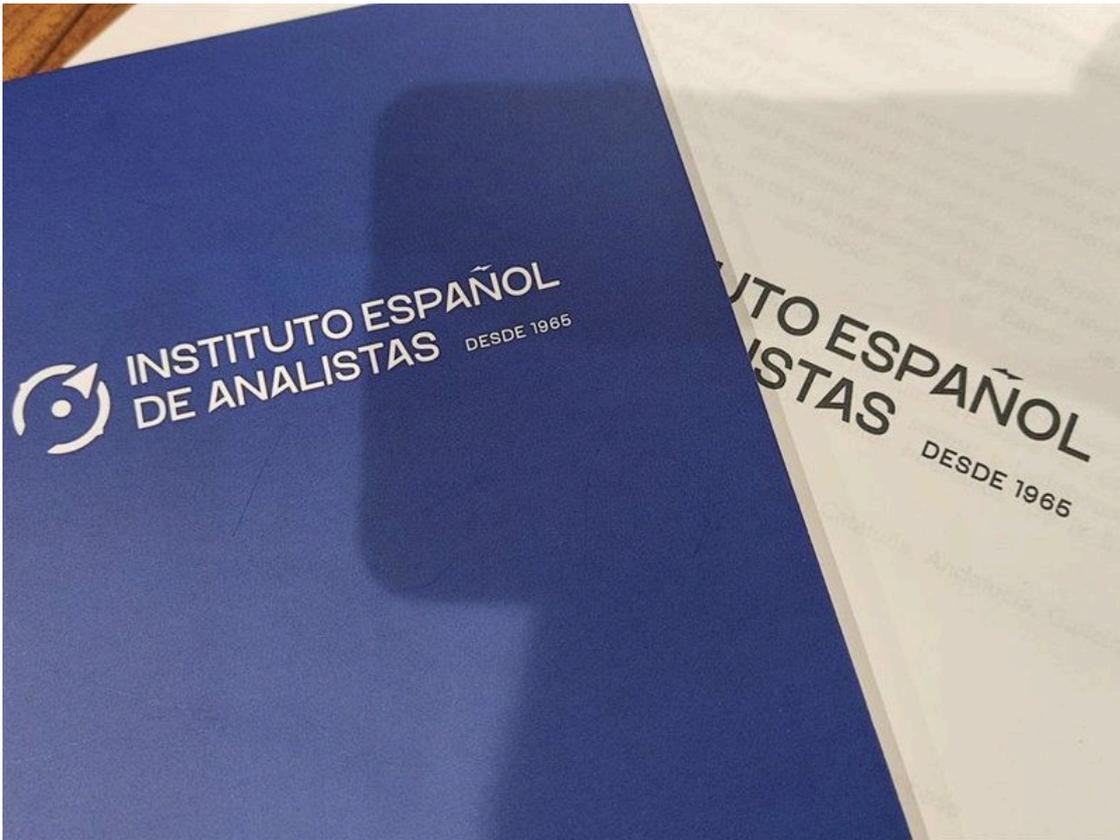
La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollando para esta nueva etapa y que se apoya en "la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven".

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

"Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo", ha señalado Solana.



[Agencias chevron_right](#) 12/12/22 *access_time* 10:42

MADRID, 12 (EUROPA PRESS)

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas".

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

"Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado", ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser "tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank".

El Instituto ha eliminado también la palabra "financieros" de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, "nadie duda" de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido "desde 1965", para resaltar su trayectoria.

"El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis", ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollado para esta nueva etapa y que se apoya en "la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven".

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

"Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo", ha señalado Solana.

Archivado en

[imagen](#) [español](#) [marca](#) [corporativa](#) [instituto](#) [cambia](#) [el](#) [analistas](#) [renueva](#)

[Home](#) > [Actualidad](#) > [Noticias](#) > [Otras noticias](#) > [El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Esp](#)

El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

12-12-2022, 10:38:19 Europa Press.



El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas".

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

"Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado", ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser "tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank".

El Instituto ha eliminado también la palabra "financieros" de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, "nadie duda" de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido "desde 1965", para resaltar su trayectoria.

FAVORITOS



ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN



Los multimillonarios apuestan por el sector energético y las economías de Asia-Pacífico

[Ir a Favoritos](#)

"El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis", ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollado para esta nueva etapa y que se apoya en "la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven".

ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN



El día
nuevo

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

"Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo", ha señalado Solana.



BOLETÍN DE BOLSA

Apúntate y recibe análisis gratuitos

LAS CLAVES DE LA JORNADA, EN TU EMAIL

Tu email

ENVIAR

Al hacer click en Enviar, aceptas expresamente las [Condiciones de Uso](#) y [Privacidad](#).

LOS QUE MÁS SUBEN

Ibex 35

M. Continuo

BME Growth



Ibex 35 ▶

PREMIUM HOY

- **Análisis de acciones del NYSE FANG +. Tesla podría caer un 82,79% adicional.**
- **ACERINOX, solvente, eficiente y preparada para un nuevo ciclo**
- **Acciones del Ibex 35: Potenciales recuperaciones tras el dato de IPC. Fluidra podría subir un 35%.**

Ideas de trading

- ▼ ArcelorMittal: Potencial doble techo para ir a cubrir el hueco
- ▼ ACS: Potencial doble techo tras alcanzar objetivos alcistas

HERRAMIENTAS



Cotizaciones



Fondos

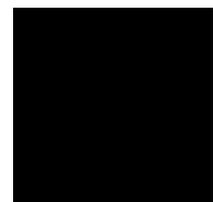


Consultas y boletines

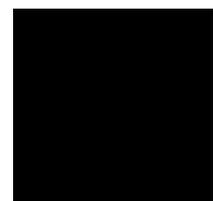
RECOMENDADOS

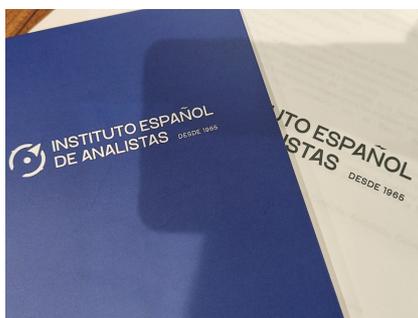


3ª edición del Salón del Inversor: El potencial de las cotizadas españolas



Estos son los beneficios de la cirugía a través de la muñeca para tratar de forma avanzada la enfermedad arterial periférica





El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

FORBES Y EP
12 DICIEMBRE 2022



El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que amplía su cobertura al abarcar a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas.

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solera, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar hacia por dentro, con objetivos globales para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

«Queremos convertirnos en referente, llegar a un "target" más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado, ha evolucionado Solera.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tangle, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solera ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una triángula, que pretenden que llegue a ser más reconocible como la firma de Banco Santander o la actividad de CaixaBank.

El instituto ha eliminado también la palabra «financieras» de su nombre, aunque tal y como Solera ha incidido, desde el día de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido además 1965, para resaltar su trayectoria.

«El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis, ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG), por sus siglas en inglés).

La presidenta del instituto ha añadido que están planeando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela EFY y LightHouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollando para este nuevo etapa y que se centra en la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven.

Además, el instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para abordar la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

«Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo», ha señalado Solera.

<p>Mujeres Madriles. Mujeres y Pájaros, las emprendedoras más experimentadas más satisfactorias para el cliente. 14 de mayo 2022 Por: [Nombre]</p>	<p>El Instituto Comendados pide un nuevo reglamento que abra el turismo y a los 2 millones de trabajadores. 14 de mayo 2022 Por: [Nombre]</p>	<p>Santander PB ficha a la jefa de la división de Fondos Alternativos. 14 de mayo 2022 Por: [Nombre]</p>
--	---	--

El IEAF cambia su marca a Instituto Español de Analistas e inicia nueva etapa con Lola Solana como presidenta

Más analistas, más mujeres, más jóvenes y más empresas pequeñas que poner bajo la lupa. Éstas son las claves de la nueva etapa que ha iniciado el Instituto Español de Analistas con Lola Solana al frente de la presidencia. Se trata de la primera mujer que se pone a los mandos de la institución nacida en 1965 y una de sus primeras decisiones ha sido renovar por completo la imagen corporativa del organismo y su propia marca.

M. HERNÁNDEZ • original



Más analistas, más mujeres, más jóvenes y más empresas pequeñas que poner bajo la lupa. Éstas son las claves de la nueva etapa que ha iniciado el Instituto Español de Analistas con **Lola Solana** al frente de la presidencia.

Se trata de la primera mujer que se pone a los mandos de la institución nacida en 1965 y una de sus primeras decisiones ha sido renovar por completo la imagen corporativa del organismo y su propia marca. Para ello, el Instituto Español de Analistas Financieros ha pasado a llamarse **Instituto Español de Analistas**, "porque nadie duda de que somos financieros", ha explicado Solana este lunes durante la presentación ante los medios.

Con el nuevo nombre, el organismo amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar a la institución otros perfiles de analistas además del financiero, como pueden ser geopolíticos, económicos o especializados en criptomonedas y ESG, entre otros.

Solana, que además es la directora del fondo **Santander Small Caps**, quiere aunar el pasado del instituto, "la asociación financiera más antigua de España", con un futuro que sitúe a España en el mapa del análisis financiero europeo. "No vamos a inventar nada, pero sí mejorar lo que llevamos haciendo 57 años, renovarnos para adaptarnos a las nuevas tendencias y recuperar la influencia y el reconocimiento del pasado", ha asegurado.

"Queremos ser el hub de talento en España y en Europa, que los jóvenes se sientan atraídos y que los mejores estén con nosotros", ha añadido. También quiere aumentar la presencia de mujeres en el instituto, ya que ahora apenas representan el 23% de todos los miembros. "Esto va a cambiar y quiero que cambie", ha afirmado, señalando a la sostenibilidad como uno de los puntos de enganche que pueden ayudar a atraer al talento femenino.

Tras tomar el relevo de Jorge Yzaguirre, Solana afronta esta nueva etapa como un viaje y con ese prisma ha enfocado también el rediseño del logotipo y la imagen corporativa de la institución. "El nuevo logotipo, aunque representa un cambio contundente, mantiene la esencia del Instituto al utilizar el color azul para conectar con el pasado, pero añadiendo un azul vibrante más moderno, y al incorporar su año de creación para reforzar la credibilidad y fuerza histórica de la entidad", explican desde el Instituto. "El nuevo logotipo incorpora un isotipo que representa un símbolo clave, una brújula que determina el rumbo, que habla de futuro y de nuevos caminos hacia el crecimiento", añaden.

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.



NOTICIASDE

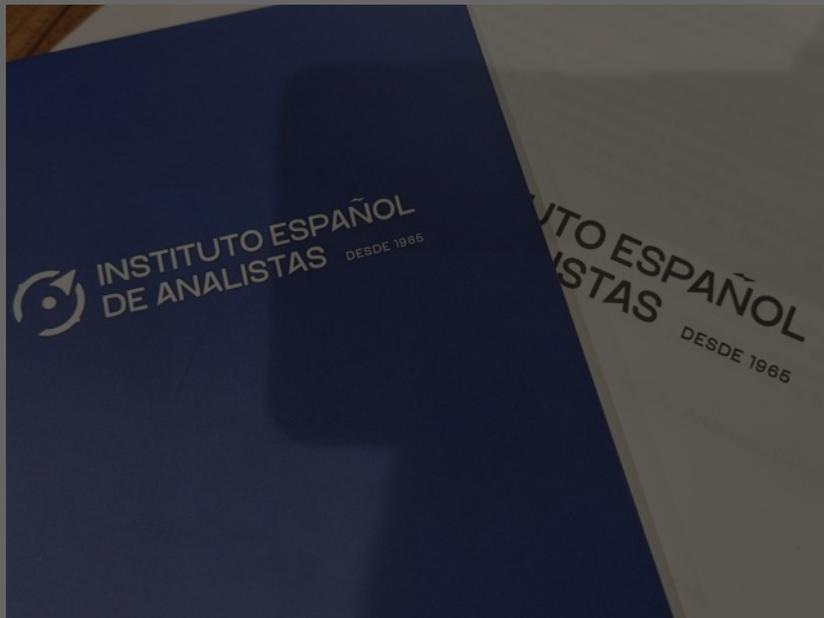
Lugares: ▼ Madrid Andalucía Cataluña Aragón Comunidad Valenciana Sociedad 🔍

Inicio > España > El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto...

ESPAÑA

El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

Por Redacción - 12 diciembre, 2022 🗨️ 0



MADRID, 12 (EUROPA PRESS)

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que «amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas».

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

«Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado», ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo

- Publicidad -

Últimas noticias

Las personas con discapacidad que vivan en pisos tutelados pasarán a cobrar más de...

Robles dice estar «orgullosa» de pertenecer al Gobierno ante la llamada del PP a...

Naciones Unidas condena «enérgicamente» el ataque contra un hotel en Kabul

Mañana el deporte para ciegos celebra su gala anual en Madrid

Willy Hernangómez aprovecha su escasa participación en la derrota de los Pelicans ante Utah



¿Te interesa?



La inflación obliga a muchas personas a dejar de comer para pagar la habitación, según Cáritas



CC denuncia que el Gobierno de Canarias adeuda 8 millones en IBI a Las Palmas de Gran Canaria



logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser «tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank».

El Instituto ha eliminado también la palabra «financieros» de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, «nadie duda» de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido «desde 1965», para resaltar su trayectoria.

«El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis», ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollado para esta nueva etapa y que se apoya en «la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven».

Blume se lleva a VW el jefe de diseño de Porsche

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

«Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo», ha señalado Solana.

- Te recomendamos -

- TEMÁTICAS
- ECONOMÍA
- CAIXABANK
- SERVICIOS FINANCIEROS E INMOBILIARIOS
- FINANZAS
- SANTANDER
- DESTACADO
- CRYPTOMONEDAS



Artículo anterior
El Cupón de la ONCE felicita Santa Lucía animando a unirse a la 'Generación Inclusión'

Artículo siguiente
AMP.Atendidas diez personas, tres de ellas menores, en el incendio de una vivienda en Valladolid

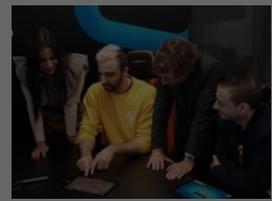
Redacción

Redacción central de NoticiasDe, las noticias de tu localidad por gente de tu localidad.

Artículos relacionados Más de este autor



En torno a un 30% de los periodistas reconoce tener un problema «grave» o «algo grave» de salud mental, según la APM



El Ayuntamiento de Madrid pone en marcha 'Madrid In Game' situando la ciudad como epicentro de los videojuegos



Anticorrupción tendrá que cambiar su acusación en 'Kitchen' por la reforma de la malversación

Te traemos las noticias que de verdad te interesan, las noticias de tu comarca, de tu localidad, de tu barrio.



El servicio público de Justicia en Navarra recibirá 8,6 millones de...



Les Arts dedica una nueva sesión de 'Matins a Les Arts'...

Catalunya / Cataluña	10665
Comunidad Valenciana	44063
Aragón	25974
Galicia	49572
Noticias de Extremadura	8646
Noticias de Andalucía	16549



Cookies

Utilizamos cookies y herramientas similares para mejorar tu experiencia de compra, prestar nuestros servicios, entender cómo los utilizas para poder mejorarlos, y para mostrarte anuncios de acuerdo a nuestra [Política de Cookies](#). Terceros autorizados también utilizan estas herramientas en relación con los anuncios que mostramos ([ver nuestros Socios](#)).

Configurar

Aceptar y cerrar

El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que «amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas». La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

original



El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que «amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas».

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

«Queremos convertirnos en referente, llegar a un target más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado», ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser «tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank».

El Instituto ha eliminado también la palabra «financieros» de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, «nadie duda» de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido «desde 1965», para resaltar su trayectoria.

«El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis», ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollando para esta nueva etapa y que se apoya en «la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven».

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con

el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

«Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo», ha señalado Solana.

The post [El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas](#) first appeared on [Crónica de Cantabria](#).

Source: Europapress



negocios.

programas. ▾ actualidad. patrimonio. bolsa. cryptos. Programación TV.

actualidad

El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

 By Agencias 12 De Diciembre De 2022



MADRID, 12 (EUROPA PRESS)

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas".

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

"Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado", ha señalado Solana.

- Publicidad -

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser "tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank".

El Instituto ha eliminado también la palabra "financieros" de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, "nadie duda" de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido "desde 1965", para resaltar su trayectoria.

"El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis", ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

- Publicidad -

negocios en tu e-mail

date de alta en nuestro boletín diario de actualidad de negocios:

He leído y acepto los términos y condiciones

Enviar

top stories.



Actualidad

Apple, Amazon y El Corte Inglés, las mejores marcas en experiencia de cliente



Actualidad

El número de fusiones y adquisiciones en el mercado de América Latina cae un 15% hasta noviembre



Actualidad

La comisión del Senado aprueba los impuestos a la banca, energéticas y grandes fortunas y pasan al Pleno



Actualidad

La cosecha de la DOP Azafrán de La Mancha finaliza con 462,15 kilos recolectados, un 26,25% más



Actualidad

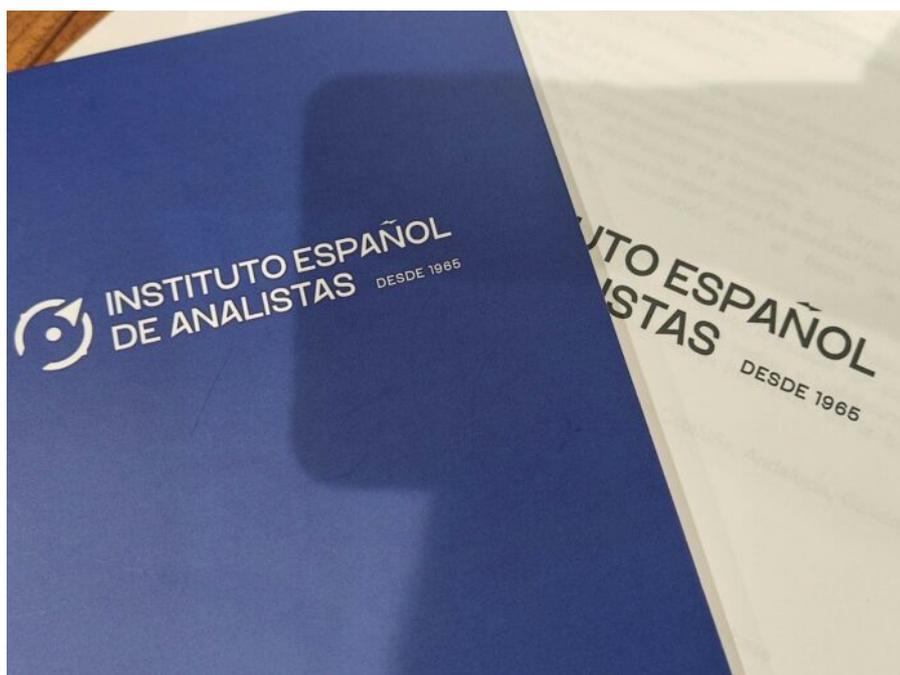
La recesión de Alemania en 2023 será más suave de lo previsto, según Ifo

Cargar más ▾

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollando para esta nueva etapa y que se apoya en "la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven".

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

"Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo", ha señalado Solana.



TAGS [caixabank](#) [Criptomonedas](#) [economia](#) [finanzas](#) [santander](#) [servicios financieros e inmobiliarios](#)



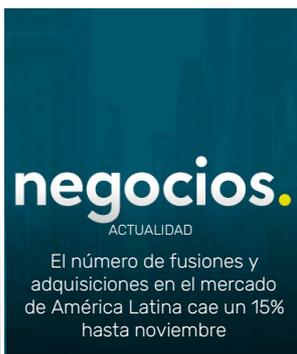
ARTÍCULO ANTERIOR

El petróleo podría dispararse casi un 20% hasta los 90 dólares por barril, según Bank of America

ARTÍCULO SIGUIENTE

Resumen de prensa | FED y BCE, preparados para subir los tipos de interés

noticias relacionadas.



El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas". La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

original

- EUROPA PRESS

MADRID, 12 Dic. (EUROPA PRESS) -

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas".

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

"Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado", ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser "tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank".

El Instituto ha eliminado también la palabra "financieros" de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, "nadie duda" de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido "desde 1965", para resaltar su trayectoria.

"El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis", ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

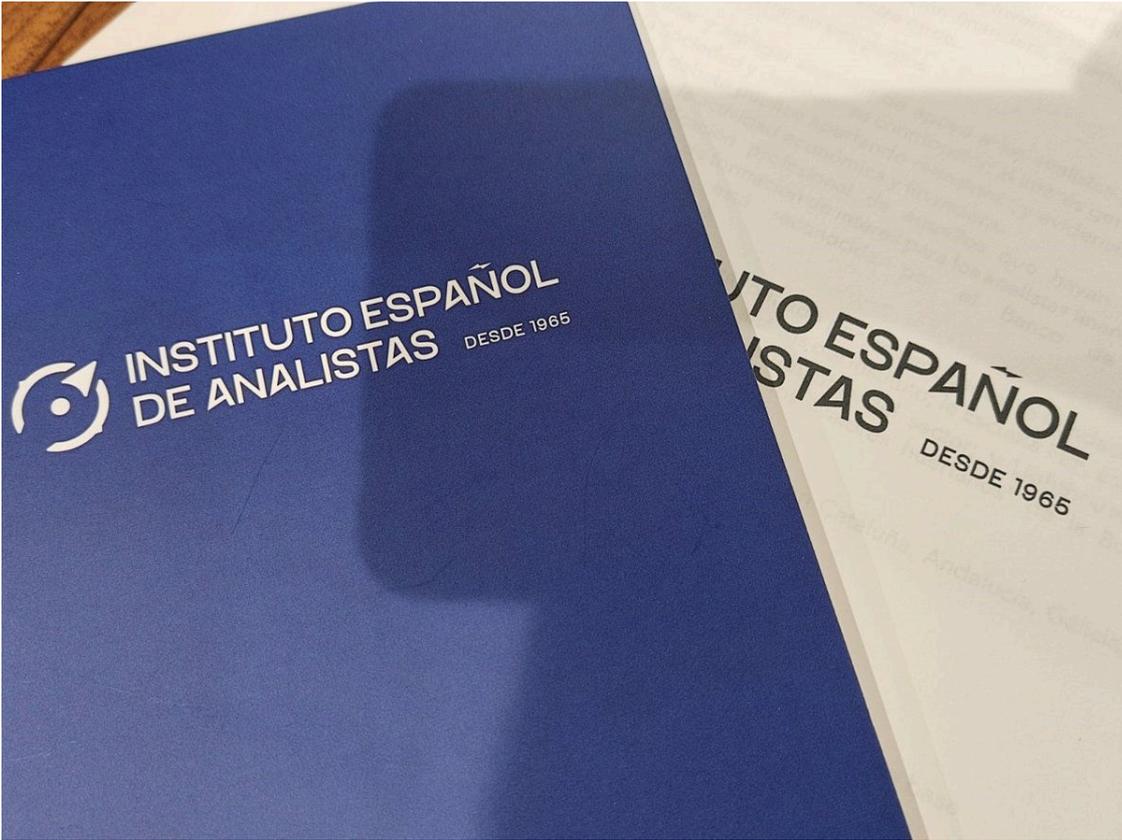
La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollando para esta nueva etapa y que se apoya en "la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven".

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

"Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo", ha señalado Solana.



El IEAF cambia de nombre a Instituto Español de Analistas y renueva su imagen

FundsPeople . • original

- [Negocio formación](#)

El IEAF cambia de nombre a Instituto Español de Analistas y renueva su imagen

FundsPeople . 12 de diciembre de 2022



Lola Solana. Fuente: Cedida (IEAF)

Tiempo lectura: **2 min.**

El [Instituto Español de Analistas Financieros \(IEAF\)](#) ha renovado su imagen corporativa y estrena nueva marca: **Instituto Español de Analistas**. Detrás de este cambio de nombre está la intención del Instituto amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar a la institución otros perfiles de analistas además del financiero, como pueden ser geopolíticos, económicos o especializados en criptomonedas y ESG, entre otros.

La presidenta del Instituto Español de Analistas, [Lola Solana](#), destaca que "los casi 60 años de historia del Instituto y el prestigio adquirido durante este tiempo nos dan el impulso para iniciar esta nueva etapa en la que queremos actualizarnos para cubrir las nuevas necesidades del mercado y dar respuesta a la compleja realidad que estamos viviendo. El cambio de marca evidencia la intención de convertirnos en un referente y en un actor más relevante en la sociedad como intérpretes de esta".

Este cambio se enmarca en el nuevo plan que el Instituto Español de Analistas está desarrollando para esta nueva etapa y que se apoya en cuatro grandes pilares: excelencia, innovación, inclusión y talento joven.

La incorporación de nuevos perfiles y distintas franjas de edad, permite al Instituto evolucionar a través de la diversidad de ideas, inquietudes y experiencias para construir el Instituto Español de Analistas que interprete el mundo del futuro. Y lo hace combinando la tradición con la modernidad y actualizando la oferta de valor de la asociación que en esta nueva etapa apuesta por nuevos formatos de actividad.

Nueva imagen de marca

La nueva imagen corporativa, diseñada por la agencia Tango, también supone una renovación visual de la marca que apuesta por modernizar su identidad para encajar mejor en el entorno actual y digital.

Así, el Instituto también ha estrenado un nuevo logotipo que pasa del uso de un acrónimo que

<https://fundspeople.com/es/el-ieaf-cambia-de-nombre-a-instituto-espanol-de-analistas-y-renueva-su-imagen>

puede ser difícil de pronunciar, a un nombre completo. El nuevo logotipo mantiene eso sí la esencia del Instituto al utilizar el color azul para conectar con el pasado, pero añadiendo un azul vibrante más moderno, y al incorporar su año de creación para reforzar la credibilidad y fuerza histórica de la entidad.

El cambio en la imagen corporativa del Instituto Español de Analistas va acompañado de la renovación de su página web y sus redes sociales, que siguen las líneas estéticas del resto de aplicaciones de la nueva marca. www.institutodeanalistas.com

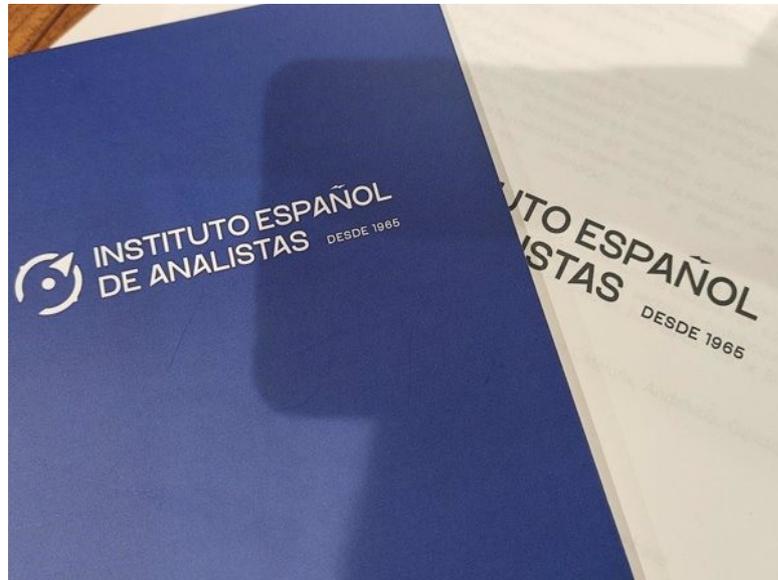
Mercados y finanzas

El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

Agencias

[@DiarioSigloXXI](#)

Lunes, 12 de diciembre de 2022, 10:38 h (CET)



MADRID, 12 (EUROPA PRESS)

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas".

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

"Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado", ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser "tan

Noticias relacionadas

El número de fusiones y adquisiciones en el mercado de América Latina cae un 15% hasta noviembre

La deuda de la banca española con el BCE se redujo un 5,5% en noviembre

El Comité de Basilea no detecta más costes de capital o préstamo por las reformas de Basilea III

Lacalle cree que el pacto hipotecario entre Gobierno y banca es "como deben ser los acuerdos ante una crisis"

Calviño alerta de la "enorme volatilidad" de las criptomonedas y señala que la CNMV lo está advirtiendo

reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank".

El Instituto ha eliminado también la palabra "financieros" de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, "nadie duda" de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido "desde 1965", para resaltar su trayectoria.

"El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis", ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

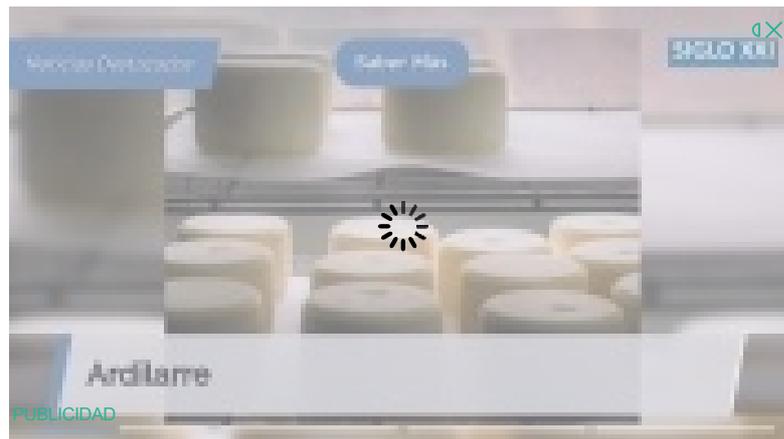
La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollado para esta nueva etapa y que se apoya en "la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven".

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

"Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo", ha señalado Solana.



Comentarios

Escribe tu opinión

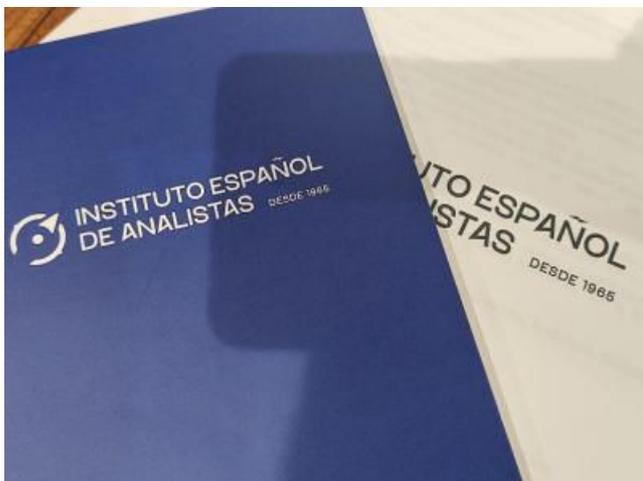
Nombre y apellidos*

Email (no se mostrará)*

Comentario (máx. 1.000 caracteres)*

El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

original



El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que «amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas».

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

«Queremos convertirnos en referente, llegar a un target más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado», ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser «tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank».

El Instituto ha eliminado también la palabra «financieros» de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, «nadie duda» de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido «desde 1965», para resaltar su trayectoria.

«El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis», ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

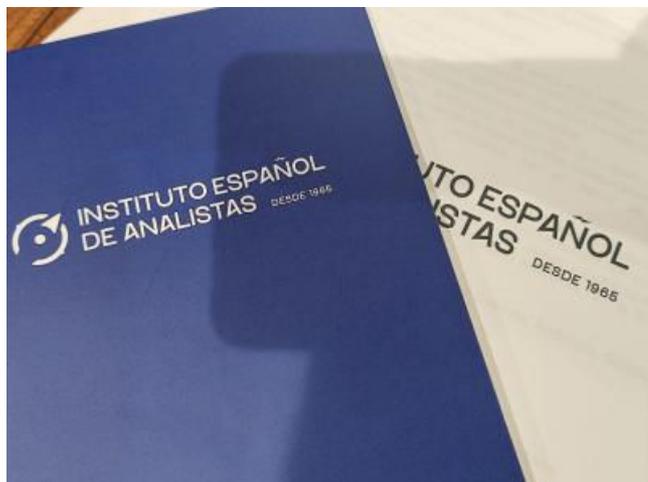
La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollando para esta nueva etapa y que se apoya en «la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven».

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con

el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

«Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo», ha señalado Solana.



Detalle Noticia

Europa Press • original

MADRID, 12 (EUROPA PRESS)

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas".

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

"Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado", ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser "tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank".

El Instituto ha eliminado también la palabra "financieros" de su nombre, aunque tal y como Solana ha incidido, "nadie duda" de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido "desde 1965", para resaltar su trayectoria.

"El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis", ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollando para esta nueva etapa y que se apoya en "la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven".

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

"Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo", ha señalado Solana.

El IEAF renueva su imagen corporativa y estrena la marca Instituto Español de Analistas

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y estrena nueva marca: Instituto Español de Analistas. Con el nuevo nombre, el Instituto «amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar a la institución otros perfiles de analistas además del financiero, como pueden ser geopolíticos, económicos o especializados en criptomonedas y ESG, entre otros».

original



El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y estrena nueva marca: **Instituto Español de Analistas**. Con el nuevo nombre, el Instituto «amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar a la institución otros perfiles de analistas además del financiero, como pueden ser **geopolíticos, económicos o especializados en criptomonedas y ESG**, entre otros».

El cambio de marca tiene como objetivo «convertir a la asociación en un punto de encuentro de la excelencia en la profesión del analista, además de **centro de referencia del análisis** capaz de cubrir las nuevas necesidades y tendencias del mercado actual».

La presidenta del Instituto Español de Analistas, **Lola Solana**, destaca que «los casi 60 años de historia del Instituto y el prestigio adquirido durante este tiempo nos dan el impulso para iniciar esta nueva etapa en la que queremos actualizarnos para **cubrir las nuevas necesidades del mercado y dar respuesta a la compleja realidad** que estamos viviendo. El cambio de marca evidencia la intención de convertirnos en un referente y en un actor más relevante en la sociedad como intérpretes de esta.»

Este cambio se enmarca en el nuevo plan que el Instituto Español de Analistas está desarrollando para esta nueva etapa y que se apoya en **cuatro pilares: excelencia, innovación, inclusión y talento joven**.

La incorporación de nuevos perfiles y distintas franjas de edad, permite al Instituto «**evolucionar**

a través de la diversidad de ideas, inquietudes y experiencias para construir el Instituto Español de Analistas que **interprete el mundo del futuro**. Y lo hace combinando la tradición con la modernidad y actualizando la oferta de valor de la asociación que en esta **nueva etapa** apuesta por nuevos formatos de actividad».

Nueva imagen de marca

La nueva imagen corporativa, diseñada por la agencia **Tango**, también supone una renovación visual de la marca que apuesta por **modernizar** su identidad para encajar mejor en el entorno actual y digital.

Así, el Instituto también ha estrenado un nuevo logotipo que pasa del uso de **un acrónimo** que puede ser difícil de pronunciar, a un nombre completo que define y facilita. Precisamente, para el nuevo logotipo se ha utilizado una tipografía propia con el fin de **reforzar** ese nombre completo, facilitando su reconocimiento y notoriedad. En este sentido, se destacan elementos claves del Instituto como el Analistas, **a través de una A muy particular y la españolidad a través de la una Ñ propia**.

El nuevo logotipo mantiene la **esencia** del Instituto al utilizar el color azul para conectar con el pasado, pero añadiendo un azul vibrante más moderno, y al incorporar su año de creación «para **reforzar la credibilidad y fuerza histórica** de la entidad».

Finalmente, en el diseño de la nueva imagen se ha apostado por incluir **isotipos** que aporten significados concretos vinculados con los valores del Instituto. Por ello, el nuevo logotipo incorpora un isotipo que representa **un símbolo clave: una brújula** que determina el rumbo, que habla de futuro y de nuevos caminos hacia el crecimiento.

La nueva identidad también ha supuesto **la revisión de la imagen de marca de las entidades que forman parte del Instituto Español de Analistas** que también estrenan nuevos logos que, aunque mantienen cierta independencia, se identifican como una parte del todo para una mayor coherencia e impacto.

FiNSEGURALiA

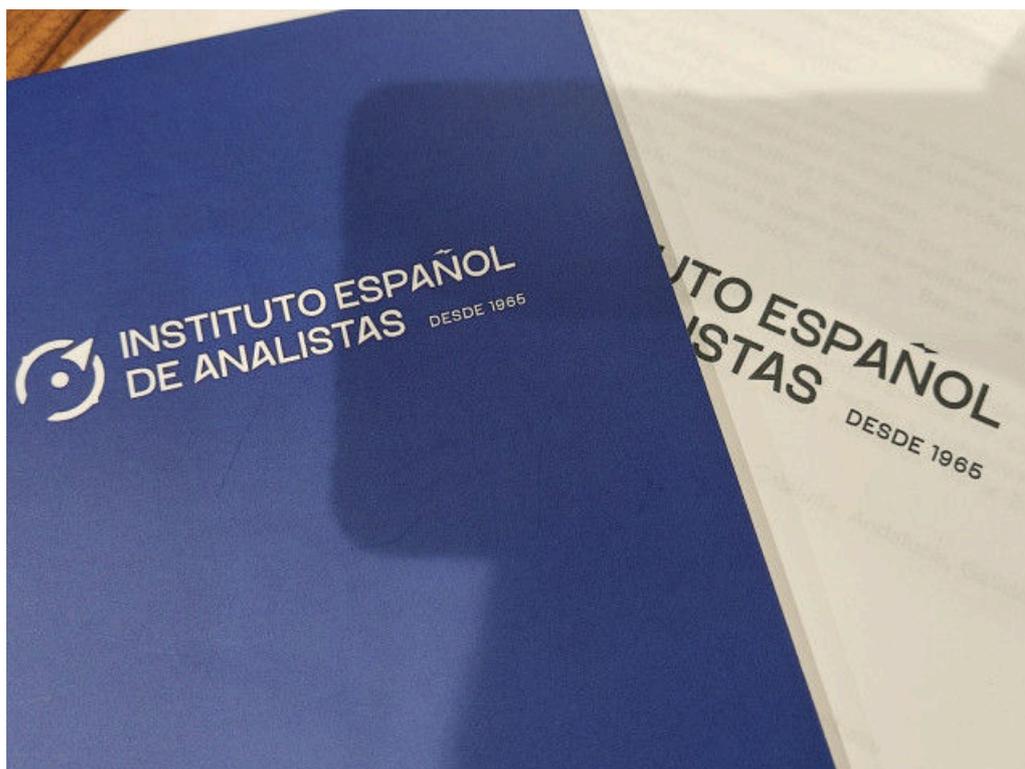
ELABORACIÓN DE CONTENIDOS
Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES

www.finseguralia.com

El IEAF renueva su imagen corporativa y cambia su marca a Instituto Español de Analistas

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas". La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

AGENCIAS • [original](#)



Nuevo logo del Instituto Español de Analistas

El Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) ha renovado su imagen corporativa y ha cambiado su marca a Instituto Español de Analistas, un nuevo nombre con el que "amplía su cobertura al abrirse a nuevos formatos de análisis e integrar otros perfiles de analistas".

La presidenta del Instituto Español de Analistas, Lola Solana, ha explicado en un encuentro con los medios que quieren cambiar tanto por dentro, con objetivos distintos para esta nueva fase, como por fuera, con esta nueva imagen corporativa.

"Queremos convertirnos en referente, llegar a un 'target' más amplio, que los jóvenes se sientan atraídos, ser más inclusivos. Llegar a más analistas porque el mundo ha cambiado, el análisis ha cambiado", ha señalado Solana.

El nuevo logo, que ha sido diseñado por la agencia Tango, pasa del uso de un acrónimo a un nombre completo, con una nueva tipografía. El cambio en la imagen corporativa va acompañado de la renovación de la página web y las redes sociales, que siguen las mismas líneas estéticas que el logo.

Solana ha señalado que el acrónimo IEAF era incluso difícil de pronunciar. Ahora, el nuevo logotipo incluye una brújula, que pretenden que llegue a ser "tan reconocible como la llama de Banco Santander o la estrella de CaixaBank".

El Instituto ha eliminado también la palabra "financieros" de su nombre, aunque tal y como

Solana ha incidido, "nadie duda" de que sean financieros, al mismo tiempo que ha incluido "desde 1965", para resaltar su trayectoria.

"El mundo ha cambiado y ahora, hay muchos tipos de análisis", ha destacado en referencia a nuevas tecnologías como el blockchain o los criterios medioambientales, sociales y de buena gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

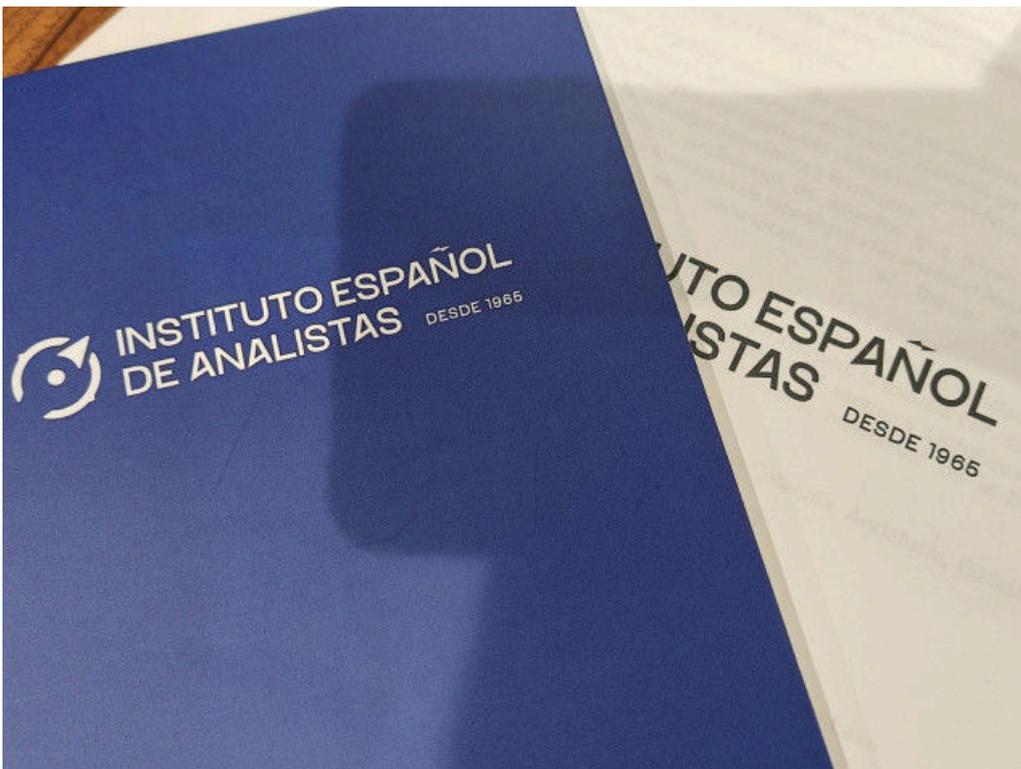
La presidenta del Instituto ha añadido que están planteando un cambio de sede y pretenden que esta se convierta en un punto de encuentro para todos los asociados.

La Fundación Estudios Financieros, la Escuela FEF y Lighthouse, las tres entidades que componen el Instituto Español de Analistas, también han modificado su imagen corporativa al adoptar la nueva tipografía.

Este cambio se enmarca dentro del nuevo plan que la institución está desarrollando para esta nueva etapa y que se apoya en "la excelencia, la innovación, la inclusión y el talento joven".

Asimismo, el Instituto tiene el foco en desarrollar iniciativas para ahondar en la diversidad, con el objetivo de aumentar el número de mujeres socias desde las 200 actuales.

"Tiene que cambiar un poco la mentalidad, el querer asociarnos. Queremos que lo vean como un centro de apoyo", ha señalado Solana.



Nuevo logo del Instituto Español de Analistas