

La Mutualidad General de la Abogacía cuenta con una nueva imagen

Xavier Gil Pecharromán MADRID.

La Mutualidad de la Abogacía presentó ayer su nueva imagen de identidad corporativa, en un acto ha estado presidido por Enrique Sanz Fernández-Lomana.

La principal novedad de esta acción es la creación de un símbolo que ha sido generado a partir de un triángulo, la forma estructural de las iniciales M -de Mutualidad- y de la A -de Abogacía-, un poliedro de triángulos llamado icosaedro que, según la etimología griega, significa *veinte caras*. El icosaedro significa conceptos esenciales al mutualismo, como la organización, unión, estructura, solidez, seguridad, solidaridad y ayuda mutua.

Sanz Fernández-Lomana explicó ayer que la nueva identidad corporativa es el final de un proceso que se inició con el rediseño y la nueva conceptualización de la revista y de la web, y que preten-

de posicionar a la Mutualidad de la Abogacía, hoy con casi 200.000 mutualistas, como una institución moderna y dinámica, orgullosa de su historia y de sus mutualistas, pero atractiva también a las nuevas generaciones de abogados.

El presidente de la Mutualidad de la Abogacía concluyó su intervención señalando que “este año culminamos los cambios con una nueva imagen corporativa que debe ser el reflejo de lo que hoy es la Mutualidad, una empresa moderna, competitiva y muy eficaz en su gestión”.

La Mutualidad de la Abogacía ha obtenido una rentabilidad absoluta del 5,17 por ciento de sus inversiones en 2017. El 90 por ciento de esa rentabilidad -el 4,65 por ciento- es atribuible a las inversiones asociadas a tres planes: el Plan Universal, Plan Junior y Plan de Ahorro 5. La renta fija representa el 72,59 por ciento del total de las inversiones.