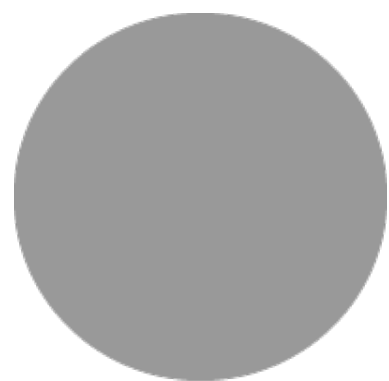


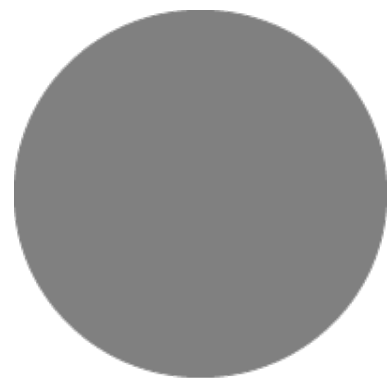
X

Home



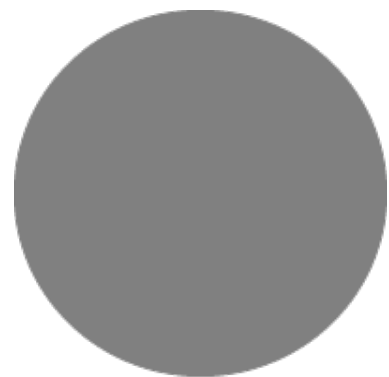
Marketing

- [Mejora tu empresa](#)
- [Conoce a tu competencia](#)
- [Conoce a tus clientes](#)
- [Fideliza a tus clientes](#)



Diseño

- [Mejora tu imagen](#)
- [Llega a tus clientes](#)



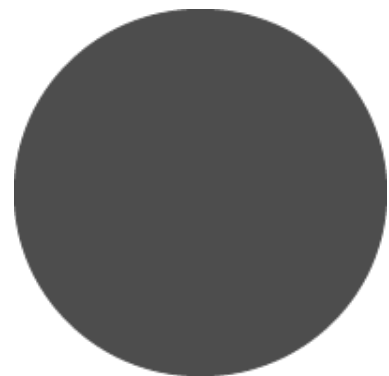
Web

- [Diseño y programación web](#)
- [Mantenimiento Web](#)
- [SEO y palabras clave](#)
- [Google Analytics](#)

Blog

Cursos

Asesoría



Responsabilidad

- [Idearium+](#)
- [Por qué hacer RSE](#)
- [Celíacos](#)

Clientes

Contacto

Síguenos

Suscríbete

E-mail

Nombre

Subscribe

Comparte

Buscador

Categorías

- [Todas](#)
- [Marketing](#)
- [Diseño](#)

- [Comunicación](#)
- [Publicidad](#)
- [Inspiración](#)
- [Web](#)

Clasificar por

- [+ votados](#)
- [+ vistos](#)
- [+ compartidos](#)
- [+ nuevos](#)

Ranking

Total de votos: 10

6 claves para hacer un buen logotipo



Cualquier empresa que se precie debe tener, además de un buen concepto, un buen logotipo.

El logotipo, al igual que el [nombre](#) es mucho más que la imagen de una empresa, es más que un sello... **es un elemento esencial y característico de una marca que la ayudará a posicionarse de una determinada manera en la mente de los usuarios, les ayudará a diferenciar una marca de otra y conseguirá que los clientes se sientan identificados con la marca o por el contrario, sientan indiferencia o rechazo hacia ella.**

Por eso, hay que tener en cuenta los siguientes elementos para asegurarnos de que creamos un buen logotipo que realmente de a conocer el valor añadido de nuestra empresa.

Único:

Pese a que es más que obvio, un logotipo debe ser único, y no se debe parecer a otros, sean competencia o no. Cuánto más única sea nuestra imagen, más fácil será la recordación y la asociación de la misma hacia nuestra empresa. No hay nada peor que un cliente potencial vea nuestro logotipo y piense en otra marca. **¡Nuestro logotipo debe ser inconfundible!** Si bien es cierto que hay infinidad de marcas y que cada vez es más complicado realizar diseño totalmente únicos, hay un gran paso entre inspirarse en un estilo de logotipo y plagiar un logotipo. Aquí os dejo algunos ejemplos de logotipos parecidos para que saquéis vuestras propias conclusiones.



Simbólico:

un buen logotipo representa a la empresa. Y eso no tiene porque implicar que tenga que ser una representación exacta de lo que vendemos, sino que puede simbolizar nuestra misión, nuestros valores, nuestro cliente o público objetivo. En realidad hay muchas opciones, pero todas ellas deben tener alguna relación con cómo nos llamamos, lo que hacemos, con cómo lo hacemos, con los que pensamos, o con la gente a la que nos dirigimos. **Cuanto más simbólico sea nuestro logotipo, más fácil será que la gente lo asocie a nuestra marca y se sienta identificada con nosotros.**



En estos ejemplos podemos ver diferentes maneras de jugar con el simbolismo: en Hope for African Children Initiative, por ejemplo, rápidamente podemos ver el continente africano en blanco, aunque si miramos más allá vemos que en realidad ese continente está formado por la silueta de niños. El London Museum, sin embargo, juega con la evolución de la ciudad de Londres durante el paso de los años simbolizada por diversos colores. Martini House, en cambio, juega con el simbolismo de su propio nombre.

Simple:

Cuanto más simple sea el logo, mejor, más fácil de recordar, de asociar y de reproducir. Por lo que es recomendable aplicar esta regla: **si no es estrictamente necesario, elimínalo.** Pese a que aun son muchas las empresas que utilizan logotipos recargados y muy elaborados, lo cierto es que nuestra memoria, ya sea visual o no, responde mejor a los detalles simples. Y cuando una marca tiene que luchar en el mercado con millones de marcas, facilitar la recordación siempre es un plus. Con la simplicidad podemos conseguir que nos identifiquen con un simple golpe de vista y que se visualice nuestra marca sobre las de la competencia. El ideal es buscar la simplicidad máxima, las líneas claras,

- **Colores:** Esta simplicidad también se aplica al uso de colores, ya que no se trata de usar todos los colores de pantonario, ya que cuantos más colores tenga más difícil será de reproducir fidedignamente y más complicado será ajustarlo a las diversas aplicaciones.
- **Legibilidad:** Hay infinidad de tipografías y eso implica infinidad de posibilidades. Pero no debemos olvidar que nuestro logotipo se debe entender, por lo que es muy importante que sea legible.



Visual:

Pese a que no todo el mundo sea consciente lo simple no debe estar reñido con lo visual. Por lo que nuestro logotipo debe ser atractivo y conseguir llamar la atención del público al que nos dirigimos. Eso no implica que debamos poner fotografías para hacerlo más visual, ya que conseguiremos el efecto contrario. **Una fotografía no es un logotipo, es una fotografía.** Lo ideal es jugar con las siluetas, con las formas, con las tipografías, puede ayudarnos a marcar ese diferencial. Cuanto más simbólico sea nuestro logotipo, más fácil será realizar un juego visual que enganche a nuestro público objetivo.



Atemporal:

Las modas son pasajeras. Este año se lleva el naranja con líneas rectas y de aquí a dos años se llevará el azul con líneas curvas. Por eso, cuando vamos a realizar un logotipo que representará la imagen de una empresa durante todo su ciclo de vida, no debe estar basado en las modas, sino en la esencia de la empresa: lo que es, lo que representa, etc.

Si bien es cierto que son pocas las marcas que han conseguido crear logotipos atemporales, y que las grandes marcas centenarias han evolucionado sus logotipos para adaptarlas a los nuevos tiempos, **no es lo mismo re-estilizar un logotipo que tener que cambiarlo radicalmente** porque para nada se ajusta a la realidad de la marca con el paso de los años.



Logotipo de Coca-Cola en 1900



Logotipo de Nike desde 1978

Adaptable:

Este es uno de los errores más que se comenten cuando se realiza un logotipo y a su vez va estrictamente relacionado con la simplicidad, ya que una de las premisas que debe cumplir cualquier logotipo es que se pueda adaptar a cualquier tipo de tamaño y aplicaciones. Es decir, un buen logotipo debe quedar igual de vistoso si mide 1 cm que si mide 30 metros. Del mismo modo, un buen logotipo tiene que ser atractivo en color, en blanco y negro y en negativo, o si está en una tarjeta de visita o en una valla de carretera. **Cuanto más recargado y más detalles tenga el logo, más complicado será que quede bien en aplicaciones** a tarjetas, elementos de papelería, merchandising, etc.

Aquí tenéis algunos ejemplos de logotipos que se convierten en irreconocibles cuando se adaptan a otros tamaños:



Además, **debemos de tener un especial cuidado a las interpretaciones que puede dar nuestro logotipo** ya que, aunque estén hechos con la mejor intención, en algunos casos estas pueden ser muy negativas y pueden generar controversia, e incluso rechazo. Obviamente es complicado controlar todas las malinterpretaciones que podrán hacer de nuestro logotipo, pero si que hay que prestarle una atención a especial a este tema ya que puede ser muy perjudicial para nuestra marca.



Para evitar este tipo de problemas, **siempre hay que dejar la imagen corporativa de nuestra empresa en manos de profesionales**. Y esto a veces implica dejar de lado las ideas previas que teníamos sobre el tipo de logotipo que nos gustaría, porque lo hemos dibujado nosotros, un amigo, un familiar, etc. para tener la imagen corporativa que más se ajusta a nuestras necesidades como empresa.

¿Tu logotipo se ajusta a estos consejos?

Creado por Idearium 3.0

Si te ha interesado este artículo, quizás te interese:



[La fuerza de los colores en las marcas](#)

Recibe nuestros artículos y novedades en tu mail

CURSO

on line



Conviértete en un experto en SEO por

195€

Precio para suscriptores de Idearium 3.0

¡Plazas limitadas!

+ información



Asesoría Personalizada

- ✓ Marketing
- ✓ Branding
- ✓ Comunicación
- ✓ Negocios



Posiciona con los **Packs SEO**

- ✓ Análisis SEO
- ✓ Diseño SEO
- ✓ Programación SEO

Marketing:

- [Plan de Negocios](#)
- [Plan de Marketing](#)
- [Plan de comunicación](#)
- [Posicionamiento](#)
- [Segmentación](#)
- [Estudios de mercado](#)
- [Branding](#)
- [Social media marketing](#)
- [Marketing promocional](#)
- [Marketing directo](#)
- [Mystery shopping](#)
- [Marketing de contenidos](#)
- [Estudio de base de datos](#)

Diseño y comunicación:

- [Imagen corporativa](#)
- [Diseño Gráfico](#)
- [Diseño web](#)
- [Publicidad](#)
- [Catálogos y revistas](#)
- [Personalización de redes sociales](#)
- [Ilustraciones](#)
- [Retosques fotográficos](#)
- [Presentación de empresa](#)
- [Merchandising](#)

Mantenimiento web y Analytics:

- [Diseño y programación web](#)
- [SEO y palabras clave:](#)
[Análisis, estrategia, programación y cursos de SEO y palabras clave](#)
- [Mantenimiento web:](#)
[Análisis, estrategia, diseño y programación web](#)
- [Google Analytics:](#)
[Análisis, estrategia, programación y cursos de Google Analytics](#)

[Blog](#)

[Cursos](#)

- [Curso SEO](#)

[Asesoría](#)

[Clientes](#)

[Contacto](#)

Responsabilidad:

- [Responsabilidad social](#)
- [Idearium +](#)
- [Mercado celíaco](#)

[Legal](#) | [Cookies](#)

By Idearium 3.0

[Ver versión Móvil](#)