



Diseñando un logotipo

# COMO CREAR UNA MARCA

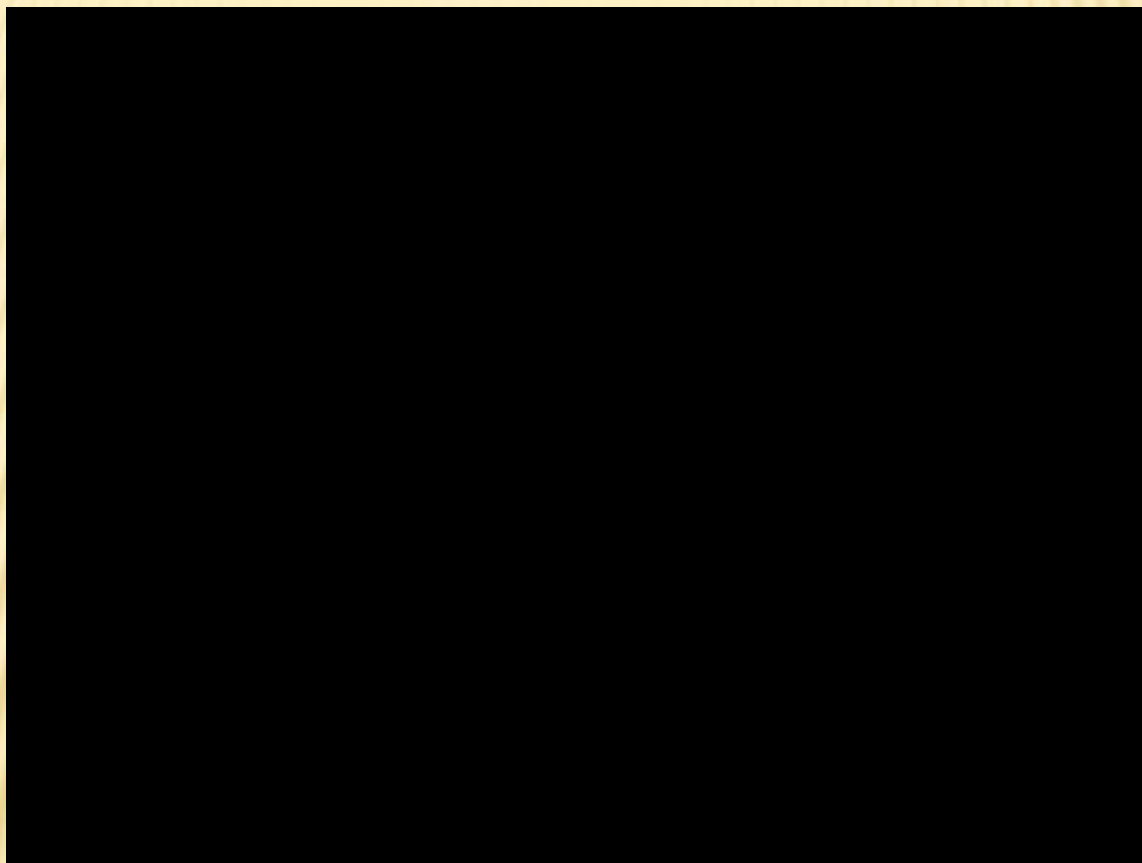


# ¿QUE ES UNA MARCA O LOGOTIPO?

- Un logotipo o marca es un elemento gráfico, que identifica a una persona, empresa, institución o producto. Los logotipos suelen incluir símbolos claramente asociados a quienes.
- *Es aquel rasgo gráfico que lo va a diferenciar del resto, que lo hace único e irrepetible.*

# LA MARCA LIDER EN ECUADOR

---



# ¿QUÉ HACE QUE UN LOGOTIPO SEA BUENO?

- Que comunique a la perfección todo lo que encierra su empresa.
- Que logre diferenciar a su empresa del resto de sus competidores directos.
- Que tenga todas las posibilidades de una buena reproducción en los diversos materiales publicitarios.

# ¿Y QUE NO DEBE SER UN LOGOTIPO?

- Si el logo no es comprensible o el público cuando lo ve obtiene una impresión equivocada sobre la actividad de la empresa, entonces el logo no es efectivo.
- Un logo en constante cambio no llega nunca a fijarse en la mente del público. Solo después de que los consumidores vean con regularidad el logo comenzarán a notarlo.
- Logotipos complejos combinados con 10 diferentes colores son atractivos algunas veces, pero no es nada práctico.

# ¿COMO LOGRAR UN EXCELENTE LOGO?

- Determinar el mercado meta.
- Determinar en que lugares, además del sitio de Internet, se mostrará el logo.
- Determinar que tipo de material publicitario se va a usar. (papelería membretada, tarjetas de presentación, etc.
- El logotipo transmitirá el mismo mensaje no importa en dónde se coloque.

***Un logo debe ser simple, sin complicaciones para poder ser fácilmente incorporado por el subconsciente de los consumidores.***

# DEBE SER...

- **Sencillo:** Es la facilidad de comunicar el máximo de información con los mínimos elementos posibles. Limpio, fácil de escribir. *Algo complicado o profundo no es apropiado para la identidad de la marca.*
- **Recordable:** El logotipo debe de ser de fácil asimilación. Esto se logra utilizando la menor cantidad posible de formas gráficas y principalmente la certera utilización de elementos cromáticos (no es recomendable más de tres colores para un logotipo) según al público al que va dirigido.
- **Único:** Si bien es recomendable utilizar ciertos rasgos que diferencien el giro de su empresa (es decir, que si esta es un restaurante su imagen se vea como tal) su logotipo debe de resaltar sobre el resto de sus competidores, ya sea con formas o colores diferentes.
- **Coherente:** Debe reflejar los valores y objetivos de la empresa. Si la compañía representa calidad, entonces los colores, estilo y fotografía deben reflejar esto también.
- **Sustentable:** Contemporáneo, pero algo clásico. Una gran cantidad de marcas actualiza sus logotipos cada 20 años. Es por esto que es importante tener un concepto que no se vuelva obsoleto en poco tiempo. Una identidad corporativa bien realizada no es un simple logotipo. Es necesario mantener una coherencia visual en todas las comunicaciones que una empresa realiza; folletos, papelería, páginas web, etc. **La identidad corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente al público;** de esta identidad dependerá la imagen que la gente forme de dicha organización.
- **Encantador:** Por cómo suena la palabra, esta es una de las características más importantes. Es la manera en que este impacta a quien tiene que impactar. Lo definimos de la forma más sencilla: Es cuando el target (grupo a quien va dirigido el producto o servicio, que no es lo mismo que el dueño de la empresa) logra decir *“Me gusta ese logotipo”*

---

***LA MARCA ES LA  
PRIMERA IMPRESIÓN DE  
SU EMPRESA... Y ESTA  
DEBE SER LA MEJOR!***



# LA MARCA LIDER EN EL MUNDO

---

