



Comunicación

MARTES DE TIPS

EN FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

La importancia del **logo**



Tecnológico



Administrativo



Legal



Asistencial



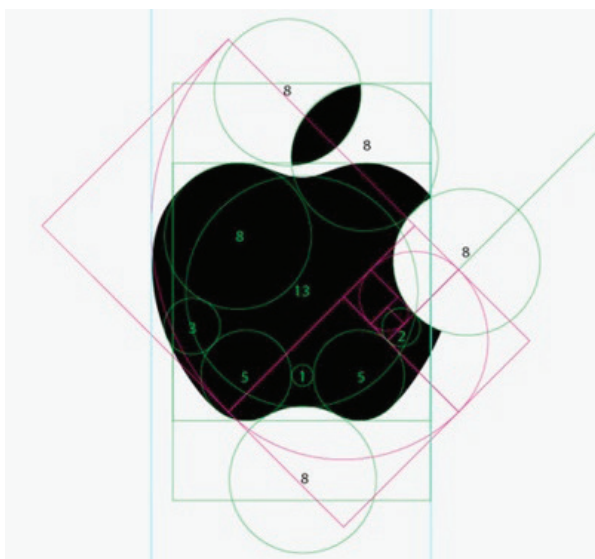
Análisis y Supervisión



Financiero



Desarrollo
Institucional



El logotipo es una parte muy importante en la constitución de la imagen de una institución, pues es la referencia para iniciar la identidad corporativa. Es la parte que identificará en distintos contextos y diferenciará a tu organización, por ejemplo, con la competencia directa o indirectamente.

Para crear el logo debemos tomar en cuenta diferentes conceptos y darle la importancia merecida.

Primero hay que crear un nombre, de preferencia corto, así será sencillo recordarlo y colocarlo dentro de un espacio pequeño para leerlo fácilmente.

Después hacemos un listado de las cualidades, habilidades y valores que queremos resaltar como institución, las cuales nos ayudarán a construir nuestro logo y por ende la identidad, mandando un mensaje al mundo sobre qué hacemos y cómo lo hacemos.

Existen tres tipos principales de logos: los basados en la tipografía; los literales, donde la imagen usada se relaciona directamente con el tipo de negocio (ejemplo: usar un vestido para una tienda de ropa); y los abstractos, donde la imagen no está relacionada directamente con el tipo del negocio y puede estar basada en un sentimiento o concepto.



Características para crear un buen logotipo

- **Sencillez:** Se refiere a que menos es más, los elementos deben ser los menos posibles, ya que no es una ilustración. Así, más claro y sencillo será transmitir nuestro mensaje
- **Destacar:** La idea es que sea recordado siempre y lo puedan identificar fácil y rápido, diferenciándose del resto, haciéndolo único. En especial que no se confunda con la competencia
- **Directo al público objetivo (target):** Es importante saber qué comunicar, cómo y a quién. Transmitiendo al usuario en el tono, humor y color en el que se comunica
- **Colores:** Al diseñar, lo habitual es que el profesional presente varias alternativas. De preferencia, el logo se hace en escala de grises y luego se pasa a la etapa de color, con tres propuestas máximo, así, para cuando se pidan colores sea sencillo elegir
- **Reproducible a cualquier tamaño (estar vectorizado):** Al vectorizar (dar contorno a las figuras o al arte) el logo podremos hacerlo de cualquier tamaño, desde un espectacular hasta colocarlo en una pluma. Con esto podemos utilizarlo en cualquiera de nuestras aplicaciones. Si tu logotipo no tiene ese formato, tendrás problemas si algún día quieres retocarlo, usarlo en una superficie grande, etcétera. También debes preguntar al diseñador si cuenta con las tipografías o en otro caso, que estén en curvas para no deformarlo
- **Manual de usos correctos e incorrectos:** Al terminar el logotipo, el diseñador debe entregarte un instructivo o manual de qué puedes hacer con el logo, en diferentes versiones y formatos a utilizar, por ejemplo: dibujo vectorial, formatos de imagen en alta y baja resolución, si se puede separar el texto del imagotipo (signo), en caso de tener formato vertical y horizontal,

utilizarse sobre texturas, colores con o sin fondo, en negativo, en blanco y negro

- **Identificarlo:** Es importante que esté presente en todos los elementos de la empresa, crear la imagen/identidad institucional para que puedan reconocerte
- **Atemporal:** Lo ideal es crear un logotipo que dure bastante tiempo, aunque, como lo vemos con diferentes marcas, la mayoría van sufriendo pequeños retoques y modernizaciones. Con esto logramos mantenernos al día y sin dejar de lado las características esenciales del logo

¿Qué tienes que evitar?

- Diseños caseros hechos con programas que no son para hacer diseños serios
- Usar una tipografía poco profesional, demasiado adornada o difícil de leer
- Saturar el logo de elementos haciendo una lectura complicada
- Cambiar de logo cuando nuestros clientes ya nos identifican con una imagen

Este documento fue elaborado por **Alejandra Gutiérrez Zapata**, diseñadora gráfica de la Dirección de Programas Asistenciales

Bibliografía

Rodríguez González, Abelardo (2005), *Logo ¿Qué?: Análisis teórico formal de los elementos que conforman el universo de la imagen corporativa*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Alonso, Raúl, (26.08.13) *El logotipo: el arte del 'menos es más'*, Consultado electrónicamente el día 30 de enero a las 12:03 h. en <http://www.contunegocio.es/marketing/logotipo-arte-menos-es-mas/>