

EL LOGO PERFECTO EN 4 PASOS

Qué hay que tener en cuenta para elegir un buen diseño de logo



CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN

- 5 señales que muestran que necesita un logo3
Las ventajas de un diseño de logo profesional ...3

PASO 1. DEFINIR SU MARCA

1. ¿Qué es eso del Branding? 4
2. Hoja de ejercicios: los 6 elementos clave de una marca memorable5

PASO 2. INSPIRARSE CON BUENOS EJEMPLOS

1. 5 atributos de un buen logo..... 8
2. Cómo conseguir un diseño único.....11

PASO 3. EL PROCESO CREATIVO

1. Estilo: marca nominativa, símbolo o ambas ...12
2. Colores: Cómo valorar todos los colores del espectro16
3. Tipografía: encuentre una fuente a su medida.19

PASO 4. PREPARACIÓN DEL CONCURSO DE DISEÑO

1. Escriba un briefing detallado.....21
2. Guarde tiempo para aportar feedback.....21
3. Defina qué archivos necesita 22

INTRODUCCIÓN

Qué pasaría si cualquier persona pudiera saber a grandes rasgos casi todo sobre una empresa en tan sólo unos segundos. Bueno, no solo es posible, sino que ya lo hace todo el mundo cada vez que ve un logotipo por primera vez.

Un buen logo revela su industria, personalidad y valor diferencial y lo hace todo estéticamente. No deje que encontrar un buen logo para su marca le intimide, dar con el logotipo correcto para su actividad es más fácil de lo que parece.

En 99designs hemos ayudado a miles de negocios de todo el mundo a encontrar un logo que comunique correctamente su marca. Algunos clientes tienen una visión clara de cómo es su logo ideal. Otros sólo tienen el nombre y conocen bien qué pasión les mueve. Hemos trabajado con todos ellos en los últimos años creando logotipos para todo tipo de emprendedores y empresas, desde puestos de comida rápida a Sartups tecnológicas.

Después de tantos años trabajando con ellos y conociendo sus dudas y necesidades, hemos creado esta guía para ayudarle a entender qué es lo que no puede pasar por alto a la hora de elegir un logotipo para su marca. Use esta guía durante el proceso de su diseño de logotipo. Nuestra comunidad de diseñadores puede ayudarle a definir visualmente la pieza clave de su marca.

Crear un logo es un proceso emocionante. Disfrútelo.

5 SEÑALES QUE MUESTRAN QUE NECESITA UN LOGO

¿Cómo saber que necesita un nuevo diseño de logotipo?

1. No tiene un logotipo.

Todas las empresas, independientemente de su actividad, necesitan un logo profesional. Un logotipo es pieza clave en su branding.

2. Su empresa ha evolucionado pero no su logotipo.

Estudie la manera idónea en la que puede evolucionar su logotipo sin perder la esencia inicial. Si necesita refrescar su imagen, implemente una estrategia para evaluar qué debería conservar y qué debería evolucionar.

3. Su logo no es compatible con las nuevas tecnologías.

Los diseños de logo que no encajan en las redes sociales y los nuevos formatos digitales, necesitan actualizarse.

4. No fue diseñado por un profesional.

Si al principio le bastaba con un logo hecho a través de una plantilla o imágenes de archivo o incluso diseñado por usted mismo, es probable que necesite revisar su imagen para que la diseñe un profesional.

5. No está orgulloso de su logo.

Cuando mira su logo, ¿se siente orgulloso de su imagen porque muestra bien el negocio que ha conseguido crear? La respuesta debería ser sí.

💡 LAS VENTAJAS DE UN LOGO PROFESIONAL

- Atraer nuevos clientes
- Destacar frente a la competencia
- Conseguir una buena primera impresión
- Ser recordado
- Comunicar la personalidad de su marca
- Aumentar el valor de su oferta

PASO 1 DEFINIR SU MARCA

Antes de empezar un proyecto de diseño de logo, debería considerar algo muy importante: su marca. Seguramente habrá escuchado antes la palabra branding. Necesita definir su marca, si no sabe cómo, siga leyendo.

¿Qué es eso del Branding?

Fundar una marca es representar en ella el corazón de su empresa. A través del branding, transformará su actividad en una emoción con la que los consumidores puedan conectar. El branding le ayudará a dar forma a su relación con sus clientes.

Un logotipo le ayudará a generar asociaciones positivas a su marca. Un logo ha de expresar de manera clara, concisa y honesta, lo que su empresa representa: su filosofía, su público objetivo, sus valores, su personalidad e incluso su actividad. Le guiará en sus comunicaciones y le ayudará a generar confianza y quedarse en la memoria de sus clientes.

Una vez a definido su marca, un diseñador será capaz de traducir todos estos valores en un diseño a través de la combinación de símbolos, tipografías, colores, elementos gráficos y palabras.

6 pasos para crear su marca

Una práctica hoja de ejercicios que le ayudará a definir su marca

Un buen logo le ayudará a generar asociaciones positivas a su marca. Antes de comenzar un proyecto de diseño de logo, dedique al menos 20 minutos de su tiempo para completar este ejercicio junto a sus socios o figuras relevantes de su empresa.

Guarde esta hoja de ejercicios a mano, si finalmente lanza un concurso de diseño en 99designs, puede serle muy útil para completar su briefing.

1. La idea clave

En pocas palabras, defina su empresa y lo lejos que quiere llegar.

Nuestra empresa, _____,

existe para _____

_____.

En cinco años queremos _____

_____.

- ✓ **Por qué es esto importante:** Su logo debería reflejar quién es hoy y hasta dónde quiere llegar en el futuro.

2. Valores

Cuáles son los 5 valores más importantes de su empresa. Piense en palabras como innovación, integridad, liderazgo, colaboración, pasión, calidad, creatividad, diversidad. Estos deben ser los valores que guíen a su empresa y a su equipo.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

✓ **Por qué es esto importante:** Tenga en cuenta estos valores a la hora de evaluar los diseños de logo. ¿Representa el logotipo estos valores?

3. Personalidad

Imagine por un momento que su marca es una persona. Cuáles son los cinco adjetivos que emplearía para describirla. Piense en palabras como enérgico, comprensivo, intrépido, ocurrente. Su personalidad dará a su marca unos valores humanos con los que su audiencia conectará más fácilmente.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

✓ **Por qué es esto importante:** Estos valores ayudan al diseñador a tomar decisiones de diseño tales como colores y tipografías.

💡 **Consejo:** Cuando complete su briefing en la plataforma, verá que hay unos valores predeterminados, si ha listado valores que no se encuentran en nuestra lista, añádalos en „otros“.

5. Público Objetivo

¿Quién es tu target y cómo su empresa consigue solucionar sus necesidades? Puede tener más de un público objetivo, pero escriba aquí el más importante de ellos. Identificar a su target, es fundamental para captar su atención mostrando claramente que el servicio que ofrece, les hará la vida más fácil o mejor.

Nuestro público objetivo es _____
_____.

Les hacemos la vida más fácil porque
_____.

- ✓ Por qué es esto importante: Su diseñador creará un logo que resulte atractivo para el grupo de individuos al que se dirige.

6. Posicionamiento

¿Quiénes son sus 5 competidores?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

¿En qué es usted diferente? ¿Por qué es mejor que los demás?

-
-
- ✓ Por qué es esto importante: Su logo debería diferenciarle de sus competidores y remarcar lo que le hace único frente a los demás.

PASO 2

INSPIRARSE CON BUENOS EJEMPLOS

Hay muchos factores totalmente subjetivos en el diseño de logos, pero los buenos logotipos comparten todos 5 características.

5 atributos de un buen logo

Simple

Si lo que se busca es captar la atención de clientes potenciales, lo ideal es reducir la información al máximo. Busque un diseño que proporcione un mensaje visual simple y directo que esté en línea con los atributos personales de su empresa.



La simplicidad lleva a crear logos fácilmente identificables.

Original

Lo último que quiere de su logotipo es que se confunda con el de la competencia. Antes de solicitar un diseño, conozca bien la imagen de sus competidores para poder animar al diseñador a encontrar nuevos caminos que diferencien su logo de los demás. Juegue con los colores, las formas y los simbolismos para conseguir una personalidad auténtica y diferente. Esto además le protegerá de posibles problemas de copyright.



Tradicionales, lujosos, irreverentes: estos logos de coches destacan reforzando los atributos únicos de su marca.

Relevante

Piense en una imagen apropiada para su público y para su industria. Busque emociones que conecten a su público con la personalidad de su marca. ¿Sus clientes se sentirán atraídos por un logo que refuerce la idea de velocidad y fuerza?, ¿su empresa es más bien amigable y cercana? Hay que pensar en este tipo de factores relevantes que marcarán la personalidad de su diseño.



El famoso swoosh de Nike enfatiza la sensación de velocidad, mientras que la mascota de Tasty Blowfish genera simpatía.

Atemporal

Uno de los principales objetivos de un logo es que sea reconocible y válido en estilo durante un largo periodo de tiempo. Esto significa que lo aconsejable es no dejarse llevar por las modas. Un logotipo debería de permanecer igual durante décadas o ser sólo ligeramente modificado. Así que seleccione uno que explique bien su empresa (la que es hoy y la que debería llegar a ser).



Dos logos atemporales, uno diseñado en 1941 y el otro en 2013.

Versátil

Un logo efectivo es un logo reconocible en cualquier soporte, desde un camión de grandes dimensiones, a una foto de perfil en redes sociales o el favicon de una url. Es importante asegurarse de que el logo funciona en blanco y negro además de en color. Considere y evite elementos pequeños que se perderían o no se entenderían al reducir el logo.



La diana de Target demuestra la versatilidad
de su símbolo en cualquier formato.

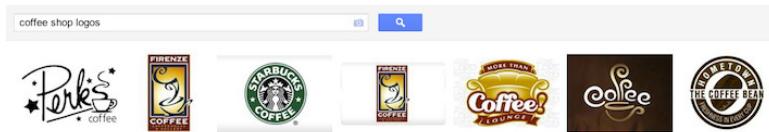
Cómo conseguir un diseño único

Puede no estar muy seguro de lo que está buscando cuando lanza un concurso de logo, pero puede estar seguro de lo que no busca: estereotipos y clichés. Algunos elementos de diseño de logos han sido usados tantas veces que ya no pueden ser reclamados como creaciones originales y podría tener problemas a la hora de registrar su marca.



Estos símbolos obsoletos son muy genéricos.
Para diferenciarse, mejor mantenerse lejos de ellos.

Para hacerse con una idea clara de los clichés específicos de su industria, haga una búsqueda en Google de las imágenes de logos de su industria (ejemplo: "coffee shop logos".)



A medida que investigue sobre los diseños de su industria, tome nota de lo que piensa que funciona, de lo que piensa que no funciona y los motivos. Haga que los elementos de sus diseños favoritos se alineen con lo que está tratando de comunicar con su marca.

- 💡 **Consejo:** Está bien comunicar a los diseñadores lo que refleja su marca, pero también lo que NO identifica a su negocio — el briefing es en lugar perfecto para mencionar las cosas que se deben evitar.

PASO 3

EL PROCESO CREATIVO

¿Verde o azul? ¿Marca denominativa, ícono o ambos?

¿Garamond o Helvética? Su diseñador hará una cantidad de decisiones de diseño al crear su logo. El saber lo básico de lo que cada componente significa le ayuda a proporcionar un feedback significativo.

1. Estilo

¿Marca denominativa, símbolo o ambas?

Cuando complete su brief de diseño en 99designs, puede seleccionar entre tres tipos de logos que le gustaría que los diseñadores explorasen. Vamos a repasar los estilos básicos para ayudarle a hacer la mejor elección para su marca.

Marca denominativa

Una marca denominativa se basa en un tratamiento tipográfico para ilustrar su posicionamiento de marca único.

Esta es una buena elección si usted tiene :

- Un nombre divertido, único o pegadizo
- Un nombre claro y que se explica por sí solo
- Deseo de construir reconocimiento de marca



99designs

Marca gráfica

Los logos de marca gráfica son diseños icónicos que ofrecen una o más letras elaboradas.

Ellos son ideales cuando:

- Se busca un símbolo que pueda aparecer solo
 - El logo completo es largo o complicado
 - Se está estableciendo una familia de marcas



Marca pictórica

Las marcas pictóricas ofrecen una metáfora visual del nombre de su compañía o servicio.

Son útiles si usted:

- Quiere comunicar una industria rápidamente
 - No hace publicidad y PR de su marca
- Confía en los diseñadores para dar un giro único y creativo



Marca abstracta

Estos logos conceptuales dependen de las cualidades emotivas del color y de las formas para comunicar su marca.

Las marcas abstractas son una opción inteligente cuando:

- Tiene una oferta intangible o compleja
- Le interesa tener relevancia internacional
- Su logo estará constantemente en contacto con su audiencia



99designs

Emblema

Aquí el nombre de la organización está inserto en un elemento pictórico o forma para crear un distintivo inseparable.

Considere un logo emblema si está persiguiendo:

- Un look de unión y equipo
- Percepción de fortaleza
- Estilo sólido y tradicional



99designs

Mascota

Los logos Mascota emplean un personaje — puede ser humano o animal — para representar su negocio.

Consideré una mascota si:

- Quiere reforzar el apego emocional a su imagen de marca
- Cree que su marca tiene un toque alegre o desenfadado
- Tiene una empresa que lleva el nombre de una persona específica



99designs

Web 2.0

Este estilo incluye diseño plano, línea de arte y otras tendencias que están tomando forma en internet.

Explore este estilo si:

- Su actividad se encuentra dentro del sector de tecnología
 - Quiere un estilo elegante y sofisticado
 - Parte (o todo) su negocio es online



99designs

2. Colores - Cómo valorar todos los colores del espectro

Existe toda una ciencia que se dedica a estudiar cómo la gente reacciona a los colores, pero eso no significa que necesite ser un psicólogo para entender cómo reaccionar a los colores que un diseñador elige.

Aquí presentamos una mirada rápida sobre algunas asociaciones a colores comunes que su diseñador estará usando para diseñar tu logo. Vale la pena echar un vistazo — puede ayudarle a conseguir el tipo de retroalimentación que está buscando.

Rojo

Apasionado, seguro, dinámico. El rojo arrebatador llama la atención.



💡 **Consejo:** Confíe en el rojo para excitar las emociones.

Naranja

Entusiasta, aventurero, optimista. El jugoso naranja es agresivo pero amigable.



💡 **Consejo:** El naranja energético motiva a la acción.

Amarillo

Alegre, original, cálido. El temperamento alegre del color del sol es difícil de resistir.



💡 **Consejo:** atraiga a sus clientes con un toque de amarillo

Verde

Saludable, equilibrado, fresco. El verde es agradable a la vista.



💡 **Consejo:** Píntese de verde para inspirar nuevos comienzos.

Azul

Fiable, calmado, inteligente. El ya muy utilizado azul está lleno de potencial.



99designs

💡 **Consejo:** Construya lealtad con el azul.

Violeta

Imaginativo, lujoso, relajante. El violeta refleja realeza e inteligencia.



99designs

💡 **Consejo:** Juegue con su lado artístico con el violeta.

Rosa

Maternal, femenino, sensual. El rosa va desde lo dulce azucarado hasta lo seductor y sexy.



99designs

💡 **Consejo:** Experimente con el rosa, es mucho más que un color femenino.

Negro

Reservado, elegante, poderoso. El sofisticado negro tiene un aire misterioso.



99designs

💡 **Consejo:** Para expresar clase y elegancia use el negro.

Prueba más de uno

Recuerde que no está limitado a un color. Si quiere enfatizar su variedad de productos y atraer a los niños, por ejemplo, es posible que desee un diseño multicolor.



💡 **Consejo:** Cualquiera sea el color que elija, asegúrese de que su logo funcione también totalmente en blanco y totalmente en negro.

3. Tipografías - Encuentre una fuente a su medida

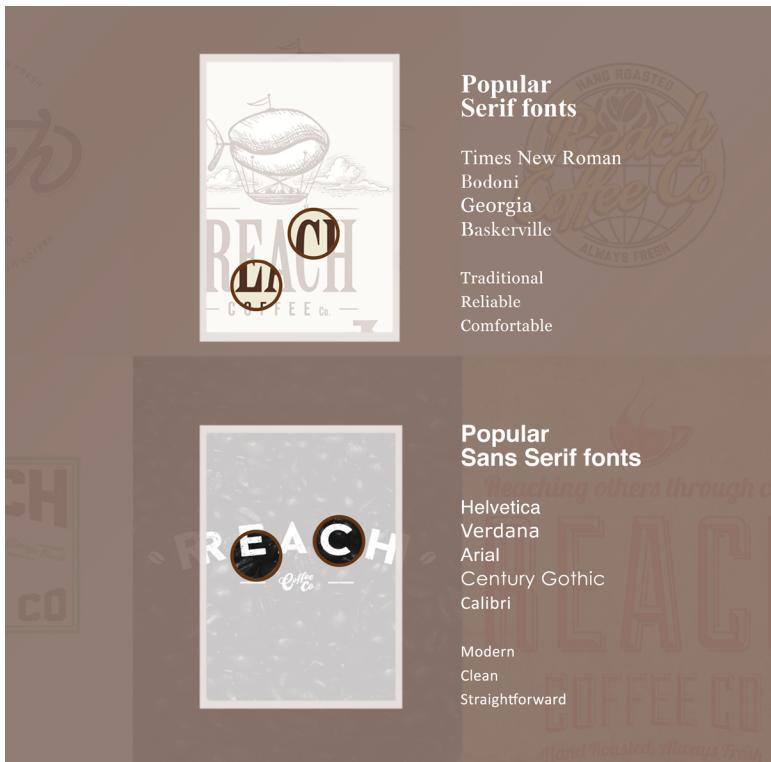
La tipografía correcta puede resaltar los puntos fuertes de su logo (y de su marca). Su diseñador tiene la capacidad de encontrar la fuente que esté de acuerdo con su personalidad, pero puede ser de ayuda para conocer dos fuentes básicas.

Serif

Las fuentes Serifas, como la **Times New Roman**, tienen remates o terminales que son pequeños adornos ubicados generalmente en los extremos de las líneas de los caracteres tipográficos. Las fuentes Serifas son una buena opción para marcas que prefieren una apariencia tradicional y confiable.

Sans serif

Las fuentes Sans serif o palo seco, como la **Helvetica**, son "sans" remate — las letras tienen bordes lisos. Las fuentes Sans serif son populares para las marcas que quieren tener una apariencia moderna y limpia.



Otras variedades de fuentes son:

Slab serif

Remates grandes, cuadrados y audaces caracterizan a este tipo de letras.

Script

Las fuentes Script están basadas en el movimiento fluido de la escritura a mano.

display

Fuentes decorativas y ornamentales pueden evocar un estado de ánimo específico.

PASO 4

PREPARACIÓN DEL CONCURSO DE DISEÑO

Ahora viene la parte divertida: ¡su propio diseño de logo! Hemos visto una y otra vez que invertir energía desde el comienzo maximizará el potencial del diseño de su logo. Aquí están unas cuantas claves para el éxito.

1. Escriba un briefing detallado

El briefing de diseño es el punto de partida del diseñador. En este ebook hemos hablado de elementos que son críticos para cualquier brief, sin importar donde encuentre a su diseñador. Si decide lanzar un concurso de diseño en 99designs, el brief online será muy sencillo de completar.

Comparta también la inspiración con sus diseñadores. Puede buscar en blogs de diseño y publicaciones online para ver lo que hay en el mercado. Aún si no están relacionados con su industria, ver diseños que le gusten puede también ayudarle a descubrir (y comunicar) los estilos que le gustarían para su marca. Asegúrese de guardar sus favoritos para subirlos a su brief de diseño.

2. Guarde tiempo para aportar feedback

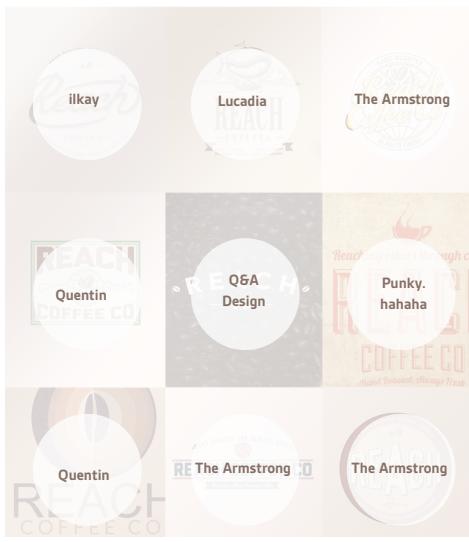
Ejecutar un concurso de diseño debe ser tan agradable como productivo. Es también, sin embargo, una buena cantidad de trabajo, lo que requiere una fuerte visión y capacidad de gestión. Durante el corto periodo de tiempo en que su concurso de logo está en marcha, guarde al menos de dos veces al día para proporcionar comentarios y valoraciones. Esto ayudará a refinar los conceptos, para conseguir un logo que refleje exitosamente los valores de su marca.

3. Defina qué archivos necesita

Comuníquese con su diseñador con anticipación si va a necesitar algún archivo específico. Siempre debería obtener un archivo editable EPS o Adobe Illustrator junto con un JPEG y un PDF. Para imprimir, va a querer un archivo con resolución de por lo menos 300dpi. Para el sitio web, su archivo JPG o GIF (en modo de color RGB) con una resolución de 72dpi es suficiente.

4. Finalmente, ¡diviértase!

Obtener un nuevo logo es un proceso significativo y emocionante. Está viendo nacer su marca, después de todo. Con este ebook estará más que listo para empezar aquí <http://99designs.es/logo-design>. pero si necesita una guía durante el proceso, llámenos por teléfono o envíenos un correo electrónico support@99designs.es. Estaremos encantados de ayudarle.



Diseñadores de la portada