

¿Renovar o cambiar tu Identidad Visual? La pregunta del millón.

En el desarrollo de una marca para un nuevo negocio, a menudo las primeras dos cosas que se crean, son el nombre de la empresa y su logotipo. El primer objetivo al diseñar un logo para tu negocio, suele ser que la gente sepa qué es lo que haces, pero puedes ir un paso más allá y lograr transmitir sentimientos que hagan que aumenten tus ventas.

A diferencia del nombre de la empresa, el logotipo es una oportunidad para crear una personalidad para tu empresa.

Uno de los elementos más importantes para una empresa es su logotipo, este resulta ser sinónimo de identidad, personalidad y filosofía.

– *Jorge Sandoval*

A la hora de crear tu logo debes tomar en cuenta el significado de los colores. Los logos más reconocidos hacen uso de pocos colores, inclusive uno solo. Tienes que intentar que estos tengan un sentido con lo que quieres expresar. Por ejemplo, utiliza el **rojo** para transmitir sentimientos de pasión, peligro y emoción. El **púrpura** es el color de la realeza y de la sabiduría. Y si deseas que los clientes sientan que eres leal, digno de confianza, y tolerante, el **azul** podría ser un buen color. El **gris**, el **negro** y el **azul marino** pueden ayudarte a establecer una sensación de profesionalidad y fiabilidad. También es importante que establezcas una fuente de texto acorde a tu estilo de negocio y/o empresa. El logo tiene que identificarte, para algunas empresas es fácil identificarse con algún diseño simple, una fotografía o una palabra, pero siempre será simbólico a lo que quieren reflejar de su empresa.

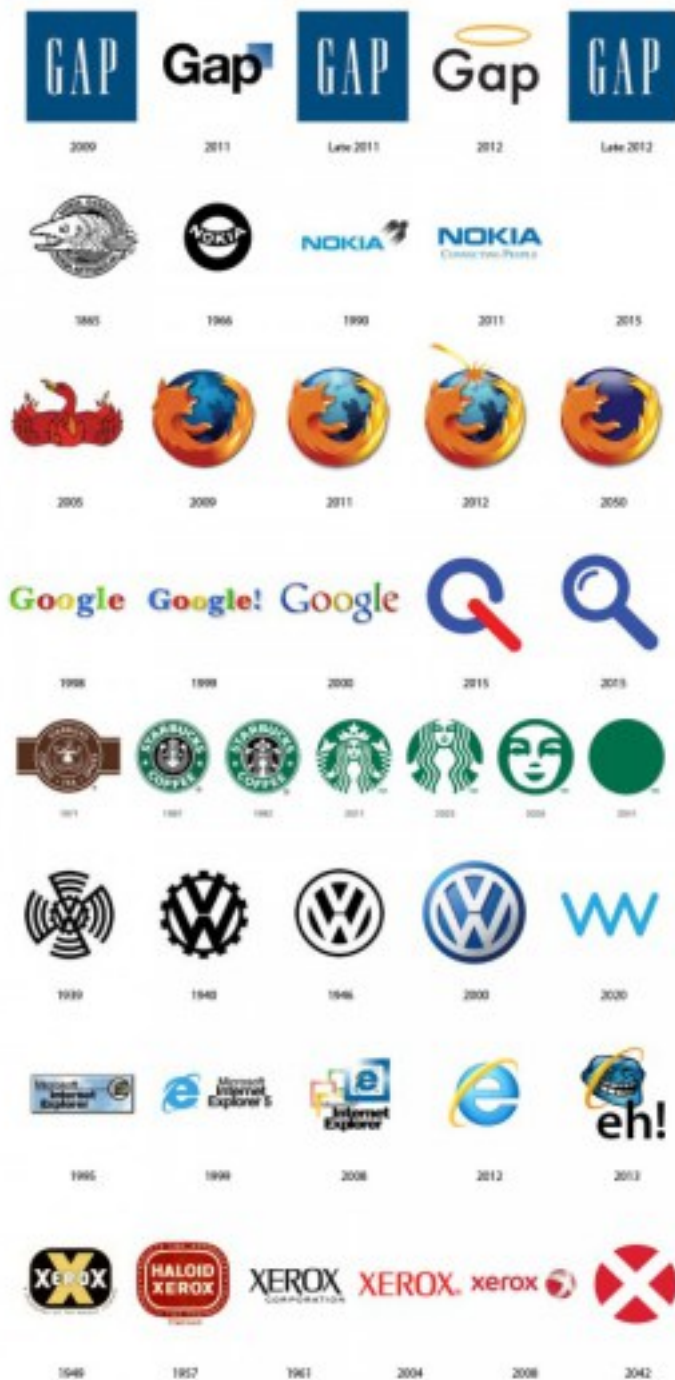


La representación gráfica de una entidad no necesariamente debe estar simbolizada por el producto o servicio que ofrece.

-Jorge Sandoval

Muchas veces es tentador realizar un diseño del logo a la moda cuando inicias tu negocio, el problema de esto es que ése logo pronto quedará anticuado, o pasado de moda, esto provocará que el logo tenga que ser constantemente rediseñado, con las consecuencias que conlleva como: cambiar el logo de la publicidad, papelería de la empresa y lo peor, la imagen y juicio que representa para la marca de la empresa ante sus clientes. Actualizar su identidad corporativa es invitar al consumidor a reevaluar su opinión.

Un desorden entre lo que somos y la imagen con la que nos presentamos ante la sociedad, ante nuestros clientes y potenciales clientes, tendrá siempre consecuencias para nuestro negocio.



Anteriormente hablamos sobre el significado de Identidad Visual de la Imagen Corporativa, y lo que pasa es que la identidad visual no es algo estático, que pueda representar a nuestra empresa para siempre.

En un mercado muy competitivo y en constante evolución, puede que en algún momento deje de funcionar adecuadamente a nuestros intereses.

El trayecto de mi identidad supone que he cambiado, pero la regularidad del cambio demuestra que soy el mismo.

– Mario Benedetti.

Muchas veces, surge la necesidad para la empresa de ser percibida de otra forma, tanto por parte de sus clientes y proveedores como de la sociedad y el público en general. Por eso la creación de una nueva línea de negocio o una nueva marca puede suponer una adaptación de la imagen o el replanteamiento de la identidad.

Crear una buena identidad de marca y que sea reconocible necesita de tiempo y en ocasiones evolución. Son pocas las compañías que se atreven a cambiar el logo de manera radical. Como es lógico, tiene que evolucionar pero siempre respetando la identidad corporativa y su contacto con el público. Ejemplos de una correcta evolución hay muchos, pero todos tienen algo en común: la esencia de la identidad visual de la marca se mantiene. Cuando un logo se cambia completamente o demasiadas veces en poco tiempo, puede generar incomprensión e incluso rechazo.

Por esto mismo, debajo dejaré una serie de pasos que toda empresa y/o organización debe tomar en cuenta a la hora de rediseñar un logo:

- 1.- No se debe cambiar el logo por capricho o modas pasajeras, ha de ser por necesidad o evolución



- 2.- Evitar similitudes con cualquier otro logo. Que se nos asocie con otra marca podría ser un elemento negativo que nos restaría credibilidad.
- 3.- El logo siempre deberá estar enfocado a los ideales de nuestra empresa, filosofía, misión o nuevos servicios y/o productos incorporados.
- 4.- Si en nuestra empresa se crean diferentes áreas de negocio, puede ser útil agregar mejoras que ayuden a los clientes a seguir reconociéndonos, e incluso añadir otros elementos por área dentro del mismo diseño.
- 5.- Cambiar si se ha quedado estancado en el tiempo. Ahora lo saben, si quieren comenzar una empresa y no saben como diseñar su logo, o solamente quieren renovarlo, sigan estos pasos y consejos para hacerlo de manera profesional.

Fuentes consultadas:

”Los mensajes que transmite un logo” Revista Imagen y Comunicación, edición 53.

<https://www.lamar.edu.mx/campusdigital/Cursos/Cursos.php?Accion=viewAttachment&activity=2930&attachment=3878&Codigo=ARGOS0227>

”¿Por que cambian las empresas su identidad visual?” Revista Imagen y Comunicación, edición 48. “

<https://www.lamar.edu.mx/campusdigital/Cursos/Cursos>

s.php?Accion=viewAttachment&activity=2930&attachme
nt=3879&Codigo=ARGOS0227

Escrito por: Nathalie Nuño