

COLORES, LOGOS Y TIPOS DE LOGOS



El significado del término logotipo, vamos a proceder a descubrir su origen etimológico. En este caso, tenemos que subrayar que se trata de una palabra que deriva del griego. Exactamente es el resultado de la suma de dos componentes léxicos de dicha lengua:

-El sustantivo **“logos”**, que puede traducirse como “palabra”.

-La palabra **“typos”**, que es sinónimo de “modelo”.

Un logotipo es un símbolo que permite la identificación de una marca, una empresa, una organización o un producto. Conocido como logo en el lenguaje coloquial, se trata de una representación gráfica.

Un logo es un diseño gráfico que representa a una empresa, organización, un producto, un servicio o una marca. Los logos suelen ser únicos y distintivos, con la intención de ser fácilmente reconocibles y asociados con la entidad que representan.

Existen varios tipos de logos, entre ellos:

- **Logotipo:** Compuesto únicamente por texto, sin elementos gráficos adicionales. Ejemplos incluyen marcas como Coca-Cola y Google.

The Coca-Cola logo is written in its signature red script font.The Google logo consists of the word "Google" in its multi-colored sans-serif font.

- **Isotipo:** Consta de un símbolo o ícono que representa a la marca de manera independiente, sin texto. Un ejemplo icónico es el logotipo de Apple.



- **Isologotipo:** Consta de combinación de texto y símbolo, donde amboselementos se integran para formar el logo. Un ejemplo conocido es el de Adidas



- **Imagotipo:** Consiste en un logo que solo incorpora elementos gráficos, sin texto. Un ejemplo popular es el de la empresa de café Starbucks.



- **Logo emblema:** Este tipo de logo integra texto dentro de un símbolo o ícono. Un ejemplo clásico es el de la automotriz BMW.



Cada tipo de logo tiene sus propias ventajas y se elige en función de los objetivos de la marca y del público al que se dirige.

LA INFLUENCIA DE LOS COLORES EN EL MARKETING

Los colores tienen la capacidad de transmitir emociones y mensajes de forma instantánea, lo que los convierte en un elemento esencial de cualquier estrategia de marketing.

- **El Impacto del Rojo** El color rojo es reconocido por su habilidad para captar la atención y evocar emociones intensas. Este color se asocia con la pasión, la energía y la urgencia. No es coincidencia que muchas marcas de comida rápida utilicen el rojo en sus logotipos y diseños.
- **El Azul y su Transmisión de Confianza** El azul transmite calma, confianza y profesionalismo. Es el color preferido por numerosas empresas de tecnología y finanzas, ya que transmite una sensación de seguridad y estabilidad. Además, el azul también se asocia con la tranquilidad y la serenidad, por lo que es una opción ideal para marcas que buscan transmitir confianza y paz.
- **El Verde y su Relación con la Naturaleza** El color verde está estrechamente vinculado con la naturaleza y el medio ambiente. Transmite frescura, salud y crecimiento.
- **El Amarillo y su Asociación con la Alegría** El amarillo comunica alegría, optimismo y energía. Es un color que atrae la atención y se asocia con la felicidad. Muchas marcas emplean el amarillo en su publicidad para transmitir una sensación de diversión y entusiasmo.

LOGOS RECONOCIDOS EN EL MUNDO



El logo de Google es increíblemente reconocido en todo el mundo (aun a pesar de su reciente rediseño). Se supone que simboliza que la compañía sabe cómo divertirse y presenta colores divertidos y quiere transmitir que no se guía por las reglas. En lugar de utilizar un símbolo o una fuente alocada, transmiten su mensaje por medio del color. Se apegan a la paleta de colores primarios, pero la rompen con un color secundario: el verde.



El icónico logotipo de Nike, conocido como el swoosh, es simple pero efectivo. Representa movimiento y velocidad, transmitiendo así la esencia de la marca deportiva.

Es un gran ejemplo de minimalismo y de cómo un logo puede penetrar en la percepción de las personas. La forma curva y fluida evoca una energía dinámica que se relaciona directamente con la naturaleza deportiva de la marca.

LOGOS RECONOCIDOS EN EL MUNDO



Amazon es el gigante de las compras en línea y su logo lo refleja. La flecha amarilla del logo sale de la letra “a” y termina en la letra “z”, indicando que vendentodos los artículos desde la a hasta la z. La flecha también representa una sonrisa en la que la punta es un hoyuelo estilizado o una línea de expresión. Esta sonrisa esta en color amarillo lo que da una idea de la felicidad que siente la gente cuando compra en Amazon.



FedEx es una empresa de mensajería increíblemente popular y su logo está estampado en camionetas y aviones de todo el mundo. Aunque no hay nada increíblemente revolucionario en los colores o en la sencilla tipografía, el logo tiene un tesoro oculto. ¿Has notado que hay una flecha escondida en el espacio negativo entre la “E” y la “x”? La flecha representa la idea de avanzar con velocidad y precisión, justo como hace la marca FedEx.

La importancia del uso de colores en la creación de redes sociales radica en su capacidad para influir en la percepción, el reconocimiento de marca y la interacción de los usuarios. El uso de colores es crucial en la creación de redes sociales para:

- **Reconocimiento de Marca:** Los colores juegan un papel fundamental en la identificación y memorabilidad de una marca. Al utilizar una paleta de colores coherente y representativa, las empresas pueden fortalecer el reconocimiento de su marca a través de la asociación consistente de colores con su identidad visual.
- **Emociones y Conexión:** Los colores tienen la capacidad de evocar emociones y sentimientos. Al seleccionar colores relevantes para el tono y la personalidad de la marca, se puede establecer una conexión emocional con la audiencia, lo que favorece la creación de una comunidad comprometida y leal en las redes sociales.
- **Destacar Contenido:** El uso estratégico de colores permite que el contenido se destaque en el entorno visual de las redes sociales. Los colores vibrantes y llamativos pueden captar la atención de los usuarios en medio de un flujo constante de publicaciones, lo que aumenta la visibilidad y el compromiso con el contenido compartido.
- **Coherencia Visual:** Mantener una coherencia visual en el uso de colores en las publicaciones y la estética general de la página de la red social contribuye a la percepción profesional y organizada de la marca, generando confianza entre los seguidores y visitantes.