

Los logos NO deben de ser creativos

Deben ser funcionales
Punto.



1.

La creatividad no sirve si afecta la legibilidad

Un logo recargado o con tipografía ilegible puede parecer "creativo", pero falla si no funciona en cualquier tamaño y formato.



2.

Si un logo sigue tendencias, pronto pasará de moda

Los logos hipercreativos
suelen seguir tendencias que
vencen rápido. Lo que hoy
parece "innovador", mañana
se ve anticuado.



3.

Menos es más: simplifica para ser recordado

Si tu logo tiene demasiados detalles, íconos y mensajes ocultos, es más difícil de recordar. La simplicidad es clave