

Euroinnova lanza nueva formación especializada en diseño gráfico

¿Cuáles son las tendencias que marcarán el diseño gráfico y en concreto el diseño de logos durante este nuevo año? La creación o reformulación de logos es una tarea que, a pesar de parecer sencilla, supone para la empresa largos periodos de reflexión y de investigación, los cuáles son protagonizados por profesionales con formación en diseño gráfico

A simple vista, el logo puede parecer uno de los elementos más básicos de entre aquellos que componen la identidad de una empresa. De hecho, muchos de los logos de grandes marcas están conformados por el propio nombre de la marca, lo que da a entender que los diseñadores gráficos no han invertido una gran cantidad de tiempo en su desarrollo. A pesar de ello, lo cierto es que la importancia del logo de la empresa reside en el efecto psicológico que este causa entre los consumidores.

El logo es el encargado de, a través de una pequeña composición, favorecer el reconocimiento de la marca frente a la competencia, de los valores que la misma desea transmitir y de determinar el posicionamiento en la mente de los consumidores. En resumen, el logo es como un carné de identidad que trata de presentar rápida y eficazmente a la empresa y a lo que esta desea aspirar.

La era digital ha supuesto que muchas empresas lleven a cabo una reformulación de sus logos, tratando de mantener la esencia pero adaptándolos a las nuevas percepciones del consumidor. Es por ello que, los profesionales en diseño gráfico han determinado cuáles son las nuevas tendencias que durante este 2019 marcarán el desarrollo de los logos corporativos y, entre estas, destacan:

Fuerte presencia de la geometría: el uso de figuras geométricas da lugar a una rápida asociación de los logos con figuras de la naturaleza dando lugar a sencilla interpretación de valores corporativos. Además, crean una imagen ordenada que transmite armonía a los espectadores.

Ilusiones ópticas: es habitual ver en el mercado logos que a pesar de su sencillez, sean capaces de crear ilusiones ópticas que engañen a la mente del consumidor creando diferentes efectos visuales.

Minimalismo: la mayoría de las marcas que están llevando a cabo una reformulación de sus logos presentan una estrategia que tiende a reducir la carga visual presente en los mismos. Un estilo de letra sencillo y comprensible, junto con tonos monocromáticos es aquel seleccionado por la mayoría de las grandes marcas.

Mayor proteccionismo: ante el aumento de la piratería que ha supuesto Internet, las marcas han optado por eliminar de sus logos dibujos asociativos, sustituyendo estos por sólo letras. El motivo es favorecer que la marca sea reconocida exclusivamente por las palabras y no por la forma en la que las

mismas se muestran, disminuyendo así la probabilidad de plagio.

¿Cómo aprender más sobre diseño de logos? El curso diseño gráfico que ofrece Euroinnova Business School concede a los interesados la posibilidad de entrar en contacto con un entorno virtual de diseño gráfico, aprendiendo acerca de las principales funciones que los software profesionales de diseño ofrecen y garantizando la obtención de capacidades para el diseño y desarrollo de logos empresariales, entre otros recursos del diseño gráfico.

Datos de contacto:

Ester Ávila
958050200

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>