

# **ATRIBUTOS FÍSICOS DE MAYOR EFECTIVIDAD EN EL DISEÑO VISUAL DE LOGO-SÍMBOLOS: UNA MIRADA DESDE LA REVISIÓN DE LITERATURA.**

*Gallego Aguilar, Julián Fernando*

## **Resumen**

El objetivo del siguiente artículo de revisión, es analizar los atributos físicos de mayor efectividad en el diseño visual de “logo-símbolos” que logran convertirse en atributos de preferencia por los consumidores desde el ámbito de la identidad visual de las marcas. El diseño gráfico y los logos generan interés y actitudes en los consumidores, los elementos más poderosos de las marcas son: El nombre, el logo, el slogan, el jingle, los personajes y los empaques. Se realizó una investigación no experimental documental, por medio de una comprobación bibliográfica de más de 70 artículos, seleccionados y clasificados por su naturaleza de importancia, realizando una interpretación bajo una lógica hermenéutica.

El logo debe ser fácil de comprender, generar significados y servir como un factor de decisión de compra, los vectores de identidad del logo tienen que estar claramente establecidos donde refleje la estrategia y la oferta de valor de la empresa. Se pudo identificar que el logo en su identidad y diseño debe ser moderno, amigable, joven y procurar que su diseño esté basado en formas circulares, tratando de evadir ángulos puntiagudos. Implementar una visión estratégica en el diseño del logo permite a la gerencia generar una ventaja competitiva para la empresa.

**Palabras clave:** Logo, Logo símbolo, marca, diseño de marca, Imagen de marca.