Isotipo: este tipo de Logo se basa exclusivamente en ícono y carece de tipografía. Una de las mayores ventajas del isotipo es su poder memorable. Las imágenes son más fácilmente almacenadas por nuestra memoria que las palabras. Éste es un beneficio muy importante porque el Logo se sostiene sobre dos pilares: ser memorable y ser simple. El isotipo cumple con ambos de manera acabada, pero tiene un inconveniente: si bien es cierto que lo más importante para un Logo es que sea recordado y que sea sencillo, estas dos características no logran su fin si el mensaje que se trasmite no es claro. Ése es el principal problema del isotipo: su falta de claridad. Al tratarse de una imagen figurativa, la precisión del mensaje no es algo de lo que este tipo de Logo pueda vanagloriarse. La combinación entre imagen figurativa y ausencia de palabras hace del isotipo un tipo de Logo muy inestable en relación a la transmisión del mensaje corporativo.