

**CROSSFIT SUPPLIES**  
**WODLUCK**

**BRANDBOOK**

# Índice

## **01. Marca** **04**

---

Atributos  
Variaciones

## **02. Construcción** **05**

---

Retícula  
Área de restricción

## **03. Tipografía** **07**

---

Tipografía principal  
Tipografías auxiliares

## **04. Colores** **09**

---

Colores principales  
Colores secundarios

## **05. Usos permitidos** **10**

---

Color  
Positivo, negativo y escala de grises  
Fondos

## **06. Usos no permitidos** **13**

---

Sin fondo  
Con fondo

## 07. Tamaño mínimo 14

---

Impresión

Digital

## 08. Aplicaciones 15

---

Hojas membretadas

Tarjetas de presentación

Diseños de camisa

Etiquetas

Diseño de caja

Diseño de bolsa

Parche

## 08. Aplicaciones 28

Stikers

dard©s

Este manual fue diseñado por la  
agencia Dardos publicidad en el año  
2021 para la WODLUCK

## 01. Marca

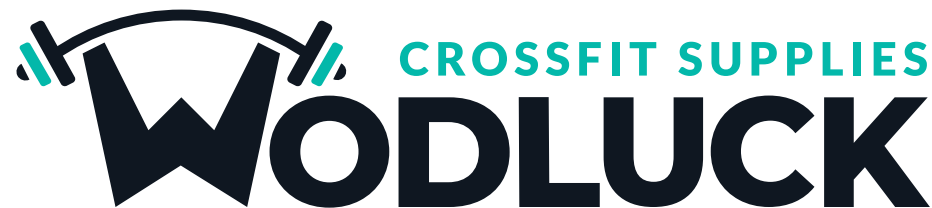


### Atributos

El diseño de la marca fue realizado a partir de formas órganizas y trazos limpios, que no solo reflejan tranquilidad y confianza, sino también en su orden, seriedad y cuidado.

### Variaciones

La marca cuenta con tres variaciones que le permitirá adaptarse a diferentes formatos, evitando que esta no pierda su proporción y diseño original.

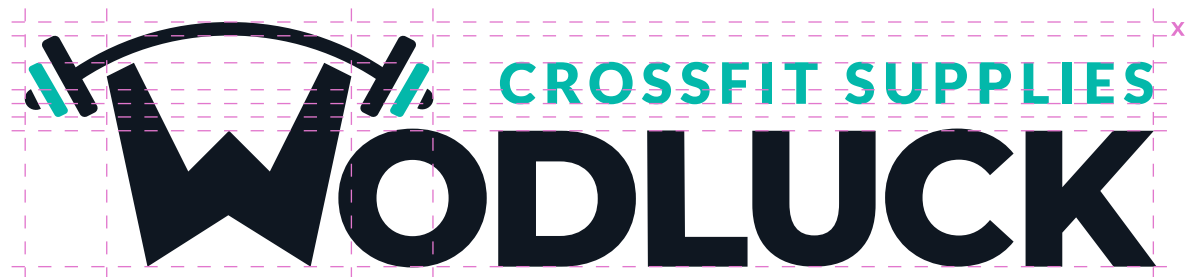
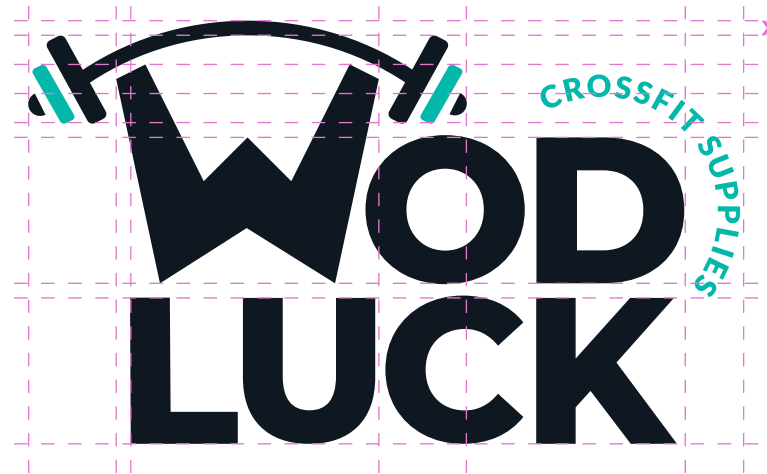


## 02. Construcción



### Retícula

La marca se construyó a partir de una retícula basada en el tamaño de las letras del desambiguador (la línea de texto que ubica a la marca en cierto servicio. Ejemplo. clínica dental).



## Área de restricción

El área de restricción es un espacio de respeto que debe llevar alrededor de la marca y nos ayuda a evitar que pueda ser invadida por otros elementos, por lo tanto, es importante que tengamos en cuenta esto y lo apliquemos.

## 03. Tipografía

---

### Tipografía principal

Se escogió la tipografía Lexand Deca, para el logotipo y el desambiguador, por su diseño limpio y geométrico, y además, por la sencillez que le daba total protagonismo al nombre de la marca.

## Tipografía auxiliar

La tipografía auxiliar es la que nos ayudará con el uso de textos en las aplicaciones. Se escogió la fuente Gandhi Sans por su objetivo de creación; pensada y diseñada para facilitar la lectura, y en este caso, elegida y pensada para los pacientes.

## Gandhi Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn-  
ñopqrstuvwxyz 1234567890.,:;!?"#\$%&/()=

Regular  
*Italic*

**Bold**  
***Bold Italic***



## 04. Colores

---

### Colores principales

Para la marca, se usaron dos colores principales: el azul y el gris. El azul expresa tranquilidad y confianza, además de ser un color que representa el giro de la salud. Y el gris, que expresa seriedad y madurez.



**PANTONE 326 C**



**PANTONE BLACK 6 C**

### Colores secundarios



**PANTONE 2577 C**



**PANTONE 2375 C**

## 05. Usos permitidos

—

### Color

Los siguientes ejemplos son los usos permitidos del color en la marca y se puede aplicar a todas las variantes, siempre y cuando se mantenga los elementos en su diseño y proporción definida.

La marca puede mantenerse en dos tonos. Primer caso: el azul en el signo, gris logo y azul en el desambiguador. Segundo caso: la marca completa en azul. Tercer caso: la marca completa en gris.



## Positivo, negativo y escala de grises

Estos usos de color serán permitidos en caso de que la aplicación de la marca a color no sea conveniente, por ejemplo, en algunas técnicas de impresión.

El color será en un 100% de negro para la versión de la marca monocromática en positivo y negativo. **Para la versión en escala de grises se usará un negro al 75% en toda la marca.**



## Fondos

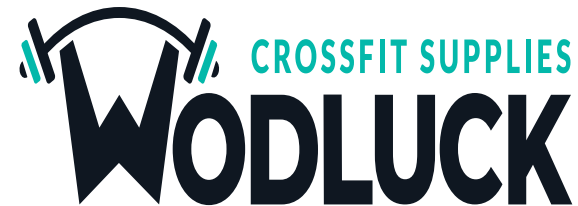
Será permitido aplicar la marca con dos colores en fondos blancos o muy claros, la marca en blanco en fondos monocolor (con los colores oficiales de la marca) u otros fondos donde sea necesarios aplicar la marca en zonas oscuras. También sobre fotografías en un espacio donde no perjudique su legibilidad y visibilidad.

En caso de una imagen, la marca debe colocarse en un espacio limpio y claro (sin detalle y en color contrastante).



## 05. Usos no permitidos

---



### Color de marca

La marca no puede ser modificada de otra manera que no esté indicada en el manual, es decir, debe respetarse su diseño: sus formas, sus colores, sus espacios y alineaciones.

**Primer caso: la marca tiene un color no permitido.**

**Segundo caso: la marca está colocada en un fondo no permitido, incluso se pierde por la falta de contraste.**

**Tercer caso: la alineación de la marca es incorrecto, podemos notarlo en el desambiguador.**

## 06. Tamaños mínimos

### Impreso

La marca debe tener definido un tamaño mínimo para que pueda funcionar de manera óptima en sus aplicaciones, impresas o digitales, y dependiendo también de esta. Puede ser posible que se reduzca aún más de lo definido, pero los tamaños que aquí se muestran son con el objetivo de conservar sus elementos de manera clara y sin perderse unos con otros.



3.5 cm



2.5 cm



1 cm

### Digital



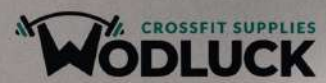
120 px



80 px



20 px



☎ 33 1439 28 34

f /WODLUCK

✉ VENTAS@WODLUCK.COM







## Hoja membretada

El diseño de la hoja está basada en un tamaño carta de 27.94 cm de alto x 21.59 cm de ancho.





LUCK TAKES HARD WORK



















