

BRAND BOOK

Atelier de rítmica



Brandbook

Estas guidelines describen y normalizan la marca Atelier de Rítmica. En ellas se definen los elementos clave de su identidad visual y las pautas para su correcta aplicación en todos los soportes.

Estas guidelines describen y normalizan la marca Atelier de Rítmica. En ellas se definen los elementos clave de su identidad visual y las pautas para su correcta aplicación en todos los soportes.

Atelier de Rítmica es una marca de ropa de gimnasia rítmica nacida en Sevilla, que combina diseño, funcionalidad y sensibilidad estética para acompañar a gimnastas y clubes en su día a día.

Es fundamental aplicar correctamente estas normas para garantizar una imagen coherente, sólida y reconocible en el tiempo.

Todo lo necesario para comunicar y representar la marca Atelier de Rítmica se recoge en este documento. Se recomienda consultarlo siempre antes de desarrollar cualquier pieza o material.



Tabla de Contenidos

Introducción

Ideas de marca
Racional de marca
Mapa de posicionamiento

Elementos básicos

Logotipo
Símbolo

Normas de aplicación de la marca

Áreas de respeto
Tipografías
Colores corporativos
Simbología de los colores

Elementos gráficos
Imágenes
Botones
Voz de la marca
Usos incorrectos

Aplicaciones

Online
Redes sociales
Foto de perfil
Destacadas instagram
Offline
Tarjetas de visita
Papelería

Firma del email
Newsletter
Email comerciales
Creatividades
CTAs

01

Introducción

Ideas de marca

Idea central

La belleza del movimiento

En Atelier de Rítmica transformamos la esencia de la gimnasia rítmica en prendas que acompañan cada movimiento con elegancia, identidad y carácter.

Diseñamos para que cada gimnasta exprese su personalidad sobre el tapiz, sintiéndose segura, única y libre.

Cada colección nace de la unión entre técnica y sensibilidad estética, entendiendo la gimnasia no solo como deporte, sino como una forma de expresión donde el detalle lo es todo. Las prendas se conciben como una extensión del cuerpo en movimiento: ligeras, cuidadas y pensadas para potenciar la confianza en cada entrenamiento y competición. El diseño se convierte así en una herramienta para elevar la presencia de cada gimnasta.

Proósito

Ser la marca de referencia en moda de gimnasia rítmica, creando prendas que unan diseño, funcionalidad y emoción para acompañar a cada gimnasta en su desarrollo deportivo y personal.

Valores y personalidad

Elegancia funcional: Somos precisos. Entendemos la estética como parte esencial del rendimiento, cuidando cada detalle para que la prenda acompañe el movimiento sin interferencias y con identidad propia.

Compromiso: Somos cercanos. Acompañamos a gimnastas y clubes en su crecimiento, ofreciendo soluciones que responden a sus necesidades reales con coherencia y dedicación.

Identidad: Somos expresión. Diseñamos para que cada gimnasta proyecte quién es sobre el tapiz, reforzando la individualidad dentro de un deporte colectivo.

Superación: Somos evolución. Buscamos mejorar continuamente en diseño, funcionalidad y calidad, adaptándonos al ritmo exigente de la gimnasia rítmica y a sus constantes desafíos.

Racional de marca desarrollado

Si alguien pregunta qué es Atelier de Rítmica, la respuesta no es simplemente una tienda.

Sí, es un espacio especializado en gimnasia rítmica donde se ofrecen productos seleccionados para entrenamientos, competición y equipación. Pero no es una tienda más del sector.

En Atelier de Rítmica nos proponemos ir más allá. Nacemos desde la experiencia real de madres vinculadas directamente a la gimnasia rítmica, que conocen de primera mano lo complicado que puede ser encontrar productos adecuados, de calidad y adaptados a las necesidades reales de las gimnastas.

Por eso, entendemos el deporte desde dentro: no solo como una disciplina, sino como una rutina exigente, emocional y muy especializada, donde cada detalle importa.

Queremos ser un punto de referencia basado en la confianza, la experiencia y el criterio. Un espacio donde otras madres, gimnastas y entrenadoras puedan encontrar soluciones sin incertidumbre, con la seguridad de estar eligiendo productos pensados específicamente para este deporte.

Porque cuando se trata de gimnasia rítmica, no solo importa lo que se compra, sino saber que se está comprando lo correcto. Sabemos lo difícil que puede ser encontrar equipación adecuada, fiable y alineada con las exigencias del entrenamiento y la competición.

Por eso, nos implicamos para que Atelier de Rítmica sea un espacio de confianza dentro del sector. Seleccionamos productos de marcas especializadas, pero lo hacemos desde una mirada experta y cercana, guiada por la experiencia real de quienes viven este deporte día a día.

Esto significa que no somos una tienda generalista ni un simple intermediario. Somos un proyecto con implicación personal, con conocimiento práctico y con una sensibilidad especial hacia las necesidades de la gimnasia rítmica.

Queremos ser ese lugar donde las familias encuentran tranquilidad a la hora de elegir, sabiendo que detrás hay personas que entienden perfectamente lo que necesitan sus hijas.

Y esta idea define la esencia de la marca.

Nuestro propósito es ser un punto de referencia en equipación de gimnasia rítmica, ofreciendo una selección cuidada de productos basada en la experiencia real y el conocimiento del deporte desde dentro.

Nuestra razón de ser es facilitar la vida a familias y clubes, ayudándoles a encontrar de forma sencilla y segura lo que realmente necesitan.

Para ello, nos guiamos por tres valores fundamentales:

- Experiencia real: entendemos la gimnasia rítmica desde dentro.
- Confianza: seleccionamos con criterio para reducir la incertidumbre en cada compra.
- Cercanía: acompañamos a familias, gimnastas y entrenadoras con una comprensión real de sus necesidades.

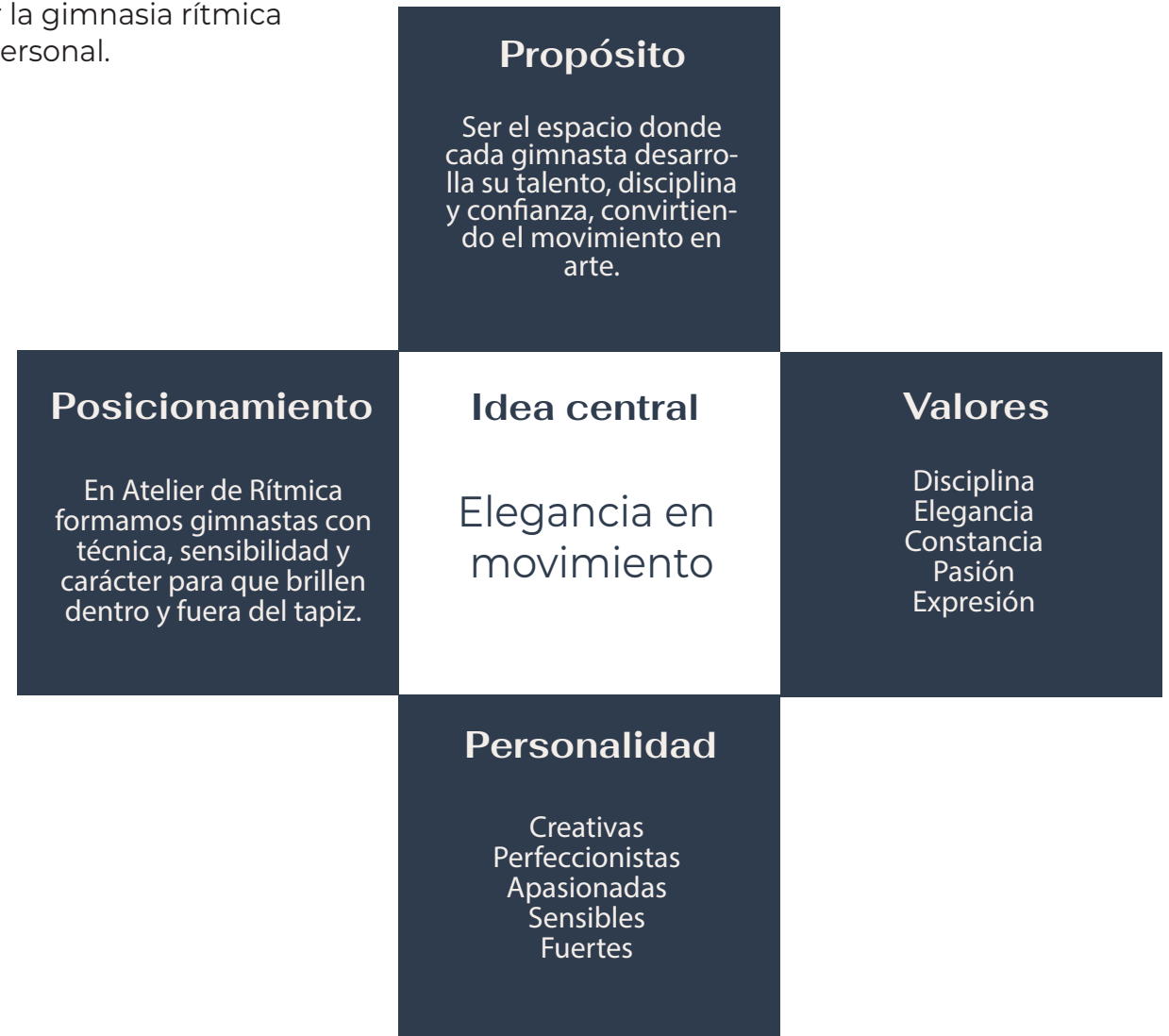
Todo ello nos permite posicionarnos como un espacio de referencia en gimnasia rítmica, donde elegir resulta sencillo y seguro.

Porque, al final, no se trata solo de vender productos, sino de entender un deporte desde dentro y hacerlo más fácil para quienes lo viven cada día.

Idea central

Nuestro punto de partida siempre será la pasión por la gimnasia rítmica como forma de expresión, disciplina y crecimiento personal.

La artista del movimiento



02

Elementos Básicos

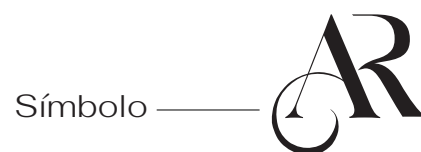
Elementos de marca

La marca de Atelier de Rítmica se compone de dos elementos: el logotipo y el símbolo.

Nace de una idea clara: unir elegancia y funcionalidad en la gimnasia rítmica, creando una identidad que refleje la estética y la exigencia de este deporte.

Se ha trabajado con la tipografía Montserrat para transmitir modernidad, claridad y sofisticación, alineada con el posicionamiento de la marca.

El símbolo está formado por las iniciales "AR", una síntesis del logotipo que recoge su esencia visual. Por coherencia de marca, el logotipo y el símbolo no deben utilizarse conjuntamente.



Logotipo y símbolos

Se establecen los siguientes tamaños mínimos para asegurar la correcta legibilidad y reconocimiento de la marca:

Logotipo: 4,7 cm de ancho (recomendado 5 cm para garantizar una visualización óptima)

Símbolo (AR): 1,1 cm de ancho

El logotipo se utilizará en aplicaciones donde se disponga de espacio suficiente y sea necesario mostrar la marca completa con claridad.

El símbolo (AR) se empleará en formatos reducidos o soportes donde el logotipo no mantenga una adecuada legibilidad, como redes sociales, elementos digitales o aplicaciones de pequeño formato.



03

Aplicación de la marca

Área de Respeto



El área de respeto del logotipo se define a partir de su contenedor base, garantizando la correcta legibilidad y preservación de la identidad visual en cualquier aplicación.

Se establece una zona de seguridad generada a partir de un cuadrado ajustado al perímetro del logotipo, ampliado proporcionalmente en un 40% hacia todos los lados. Este margen determina el espacio mínimo libre que debe mantenerse alrededor de la marca.

Este sistema se aplica de forma consistente tanto al logotipo completo como al símbolo, ya que ambos comparten la misma estructura proporcional y jerarquía visual. El logotipo (símbolo AR + "Atelier de Rítmica") y el símbolo (AR) mantienen la misma lógica constructiva, por lo que el área de respeto definida es válida para ambas versiones de la marca.

Este espacio debe permanecer libre de cualquier elemento gráfico, texto o imagen para asegurar una correcta visibilidad y coherencia de la identidad en todos los soportes.

Tipografía

La marca construye su identidad tipográfica a través de un sistema claro y coherente que combina jerarquía, legibilidad y expresión visual.

Para titulares y elementos de mayor impacto se utiliza **Fahwang Bold**, una tipografía con personalidad marcada que refuerza la presencia de la marca en composiciones principales.

Para textos de apoyo, descripciones y contenido general se utiliza **Montserrat**, una tipografía sans serif altamente legible, adaptada tanto a entornos digitales como impresos. Dentro de esta familia se emplean distintos pesos para generar jerarquía visual sin necesidad de recurrir a otras fuentes.

Las citas se representan con una tipografía serif en cursiva de estilo editorial, utilizada para aportar un tono más elegante y expresivo dentro de la composición, diferenciándolas del resto del contenido para generar contraste y énfasis visual.

En entornos donde no sea posible utilizar la tipografía corporativa, se recurrirá a alternativas sans serif estándar que mantengan la mayor coherencia visual posible con el sistema definido.

Fahwang Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Yy Zz

1234567890

([.,;-!?€%*])

Montserrat

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Yy Zz

1234567890

([.,;-!?€%*])

Tipografía

Tipografía para citas

Las citas dentro de la identidad visual de la marca se representan con Playfair Display Italic, una tipografía serif de estilo editorial que aporta elegancia, expresividad y un carácter más emocional al contenido.

Su uso se reserva exclusivamente para frases destacadas o citas, con el objetivo de diferenciarlas del resto del sistema tipográfico y generar un contraste visual dentro de la composición.

Esta tipografía refuerza el tono sofisticado de la marca y aporta un estilo más narrativo y refinado en piezas donde se busca enfatizar el mensaje.

Playfair display

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt

Uu Vv Ww Yy Zz

1234567890

([.,;-!?!€%*])

Colores Corporativos

El color es un elemento fundamental para transmitir el carácter de la marca y reforzar su identidad visual en todos los soportes. Su uso correcto es clave para garantizar coherencia y reconocimiento.

El color corporativo principal es #363e4f, que define la base visual de la identidad y debe utilizarse como referencia principal en la mayoría de aplicaciones.

Ocasionalmente, para textos de menor tamaño o aplicaciones digitales específicas, se podrá utilizar una versión modificada del color corporativo: #495364, pensada para mejorar la legibilidad y adaptación en entornos donde se requiera mayor contraste o claridad.

El uso consistente de esta paleta asegura una imagen uniforme,



Azul 1
#363e4f



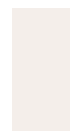
Azul 2
#495364



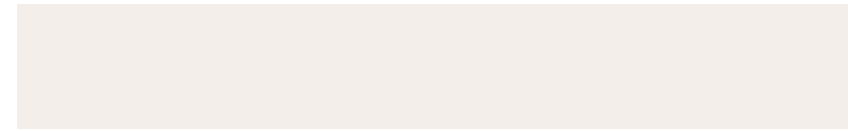
Verde
#d9dfd3



Azul grisaceo
#d9dfe3



Beige
#f6f2ef



Negro
#1d1d1b



Blanco
#ffffff



Colores Corporativos

Simbología del color

En Atelier de Rítmica, el color es un elemento fundamental dentro de la construcción de nuestra identidad visual. No se entiende únicamente como un recurso estético, sino como un lenguaje que refuerza la esencia de la marca, transmite su carácter y contribuye a generar reconocimiento inmediato.

La correcta utilización de la paleta cromática es esencial para mantener una imagen coherente, cuidada y consistente en todos los puntos de contacto. Cada color ha sido seleccionado para aportar equilibrio, sofisticación y armonía visual, reforzando así el posicionamiento de la marca dentro del universo de la gimnasia rítmica.

El uso controlado y consistente del color permite construir una identidad sólida, capaz de adaptarse a distintos soportes sin perder su esencia ni su claridad visual. Esta coherencia es clave

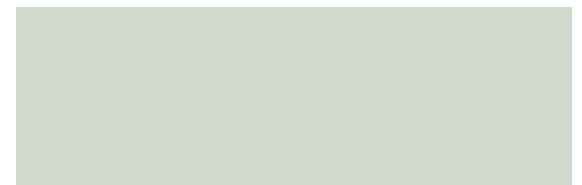
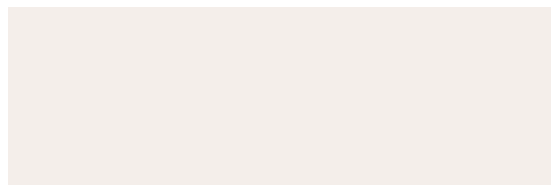
Paleta de color

La paleta cromática de Atelier de Rítmica se estructura en un color principal, una variación del mismo, un color secundario y una serie de tonos neutros que permiten construir composiciones equilibradas y versátiles.

- * Color principal: #363e4f
- * Variación del color principal: #495364
- * Color secundario (beige): #f6f2ef

Colores neutros de apoyo:

- #d9dfd3
- #d9dfe3
- #1d1d1b
- #ffffff



Colores Corporativos

En Atelier de Rítmica, el color constituye una parte esencial de la identidad visual de la marca. Su función no es únicamente estética, sino también estructural, ya que organiza la jerarquía visual, mejora la legibilidad y refuerza el reconocimiento de la marca en todos los soportes.

La paleta se define en función de su uso real dentro de las aplicaciones digitales e impresas, asegurando coherencia, equilibrio y flexibilidad en la construcción de las composiciones visuales.

El color principal es el eje de la identidad visual y el más representativo de la marca.

Color principal: #363e4f

Se utiliza en logotipo, títulos y elementos gráficos clave, actuando como base de toda la identidad visual.

El color principal debe mantener siempre el mayor protagonismo en todas las composiciones. Los colores neutros se utilizan en función de la legibilidad y el soporte, adaptándose al fondo y al contexto.

Los colores de apoyo se aplican de manera puntual para reforzar la jerarquía visual, evitando su uso como superficies dominantes.

Este sistema garantiza una identidad visual coherente, funcional y reconocible en todos los entornos de la marca.

Colores de texto y soporte neutro

Estos colores garantizan la legibilidad y el equilibrio visual en distintos contextos.

- Negro (texto principal sobre fondos claros): #1d1d1b
- Blanco (texto sobre fondos oscuros y uso inverso): #ffffff
- Beige (fondo de apoyo): #f6f2ef

El negro y el blanco funcionan como sistema tipográfico según el contraste del fondo, mientras que el beige se utiliza como recurso de fondo en composiciones específicas, aunque no de forma dominante.

Colores de apoyo

Los colores de apoyo amplían el sistema visual y se utilizan de forma puntual para enriquecer la identidad gráfica.

- Verde de apoyo (iconografía / elementos gráficos): #d9dfd3
- Azul de apoyo (variación del sistema): #495364
- Azul claro de apoyo (fondos secundarios): #d9dfe3

El color verde de apoyo se utiliza especialmente en iconos y elementos gráficos secundarios, aportando identidad sin competir con el color principal.

Elementos gráficos imágenes

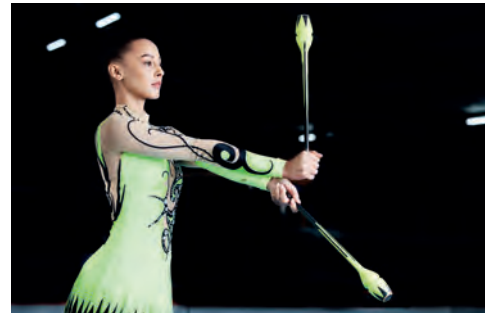
Nuestra fotografía se centra en personas reales vinculadas a la gimnasia rítmica, principalmente niños y adolescentes que reflejan la energía, la dedicación y la pasión por este deporte.

Buscamos imágenes elegantes, de alta calidad y cuidada estética, que transmitan la belleza del movimiento y la sensibilidad propia de la gimnasia rítmica.

Recomendamos mantener siempre las imágenes limpias y sin tratamientos gráficos añadidos, para preservar su naturalidad y fuerza visual tanto en entornos físicos como digitales.

En web, el contenido se adapta de forma que la fotografía mantenga su protagonismo, asegurando en todo momento una correcta legibilidad de los textos sin comprometer la imagen.

El objetivo es construir una identidad visual coherente, cuidada y aspiracional, donde la fotografía sea el elemento principal de



Elementos gráficos

Banners

Nuestras imágenes giran en torno a las personas, especialmente gimnastas, transmitiendo la energía, la dedicación y la estética propia de la gimnasia rítmica. No obstante, en campañas de performance donde existen distintos grupos de anuncios dirigidos a targets específicos, las imágenes se adaptarán a cada categoría.

De este modo, las creatividades relacionadas con la tienda incluirán producto y equipación en uso, mostrando su funcionalidad y calidad. Las dirigidas a masterclass destacarán la acción, el aprendizaje y la técnica, con foco en el movimiento y la práctica. En el caso de talleres para clubes, las imágenes reflejarán el trabajo en equipo, el entorno de entrenamiento y la cercanía.

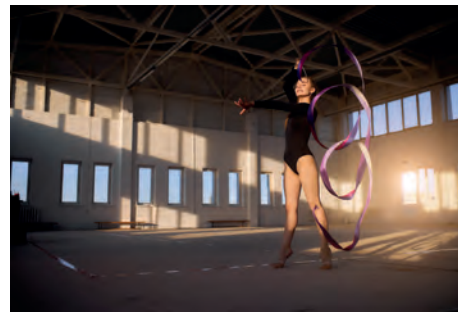
Se podrá adoptar un enfoque más creativo y aspiracional en campañas dirigidas a públicos más jóvenes, donde la motivación está más ligada a la expresión, la estética y la pertenencia.



Tienda



Taller



Masterclass

Botones

El lenguaje de los botones CTA

Los botones de llamada a la acción deben ser directos, claros y orientados a guiar al usuario de forma intuitiva. El mensaje debe indicar de manera inmediata qué acción puede realizar y qué encontrará al hacer clic.

Se utilizará un tono activo y cercano, priorizando verbos que impulsen la interacción. Ejemplos de uso:

“COMPRA AHORA”, “VER MASTERCLASS”, “DESCUBRE MÁS”, “VER COLECCIÓN”, “CONTACTA CON NOSOTROS”.

El texto de los CTA se presentará siempre en mayúsculas y con un peso tipográfico destacado para asegurar su visibilidad dentro del diseño.

A nivel visual:

- CTA principal: fondo azul con texto blanco
- CTA alternativo: fondo blanco con texto azul



Voz de marca

La voz de marca define cómo se expresa Atelier de Rítmica y cómo construye su personalidad a través de cada mensaje. No solo importa lo que decimos, sino también cómo lo decimos y cómo lo mostramos. A través de esta coherencia, generamos una imagen clara y reconocible en la mente del usuario.

Cada comunicación debe reflejar una marca cercana, experta y alineada con el universo de la gimnasia rítmica, manteniendo siempre un tono cuidado, claro y accesible.

Como nos definimos

Atelier de Rítmica quiere transmitir que es posible encontrar todo lo necesario para la práctica de la gimnasia rítmica de forma sencilla, fiable y con criterio.

Nos presentamos como un espacio especializado en gimnasia rítmica, más que como una tienda generalista. El foco no está solo en vender productos, sino en ofrecer una selección cuidada basada en la experiencia real dentro del deporte.

Nuestro valor principal reside en el conocimiento desde dentro: entendemos las necesidades de gimnastas, familias y clubes porque formamos parte de ese entorno. Esto nos permite seleccionar productos adecuados, evitando la incertidumbre y facilitando la decisión de compra.

La confianza es clave en nuestra comunicación. Por eso, hablamos de forma clara, directa y honesta, evitando tecnicismos innecesarios pero sin perder rigor. No buscamos sonar complejos, sino útiles y cercanos.

Atelier de Rítmica no se define por la cantidad de productos, sino por la calidad de su selección y por la seguridad que transmite a quienes confían en la marca.

Nuestro objetivo es ser un referente dentro de la gimnasia rítmica, no solo por lo que ofrecemos, sino por cómo acompañamos a quienes forman parte de este deporte.

La comunicación de Atelier de Rítmica debe ser clara, cercana y basada en la experiencia real dentro de la gimnasia rítmica. Hablamos desde el conocimiento práctico del deporte, evitando un lenguaje excesivamente técnico o artificial.

No buscamos convencer desde la cantidad, sino desde el criterio. Por eso, priorizamos mensajes que ayuden a entender el producto, su uso y por qué es adecuado en cada caso.

Nuestra forma de comunicar debe transmitir:

- Confianza, aportando seguridad en la elección
- Cercanía, hablando como alguien que conoce el día a día del deporte
- Utilidad, ayudando a resolver necesidades reales

Evitamos mensajes exagerados o promesas irreales. En su lugar, nos apoyamos en la experiencia, el uso real de los productos y la comprensión de lo que necesitan gimnastas, familias y clubes.

Voz de marca

Cada mensaje debe adaptarse al momento en el que se encuentra el usuario, ajustando el tono y el contenido en función de su nivel de conocimiento y necesidad.

Descubrimiento

En esta fase buscamos conectar con el usuario.

- Contenido visual cuidado y atractivo
- Enfoque en la estética y la esencia de la gimnasia rítmica
- Mensajes sencillos, emocionales y cercanos

Decisión

El objetivo es facilitar la acción.

- Mensajes directos y sin fricción
- Información clara y accesible
- Llamadas a la acción visibles y concretas

Evaluación

Aquí el usuario empieza a comparar y decidir.

- Explicamos productos de forma clara
- Mostramos para qué sirven y en qué situaciones se utilizan
- Aportamos criterio para facilitar la elección

Seguimiento

Buscamos reforzar la confianza y acompañar.

- Recordamos productos o servicios relevantes
- Aportamos seguridad en la elección
- Mantenemos un tono cercano y útiles

Descubrimiento

En la fase inicial, el objetivo es dar a conocer Atelier de Rítmica a nuevos usuarios y posicionarlo como un espacio de referencia dentro del mundo de la gimnasia rítmica.

En este punto, es clave explicar de forma sencilla qué es Atelier: un lugar especializado donde encontrar equipación y recursos seleccionados con criterio, pensados específicamente para este deporte.

Los mensajes deben ser claros, atractivos y fáciles de entender, destacando la especialización y la facilidad para encontrar lo necesario sin complicaciones.

Algunas líneas de comunicación para esta fase:

- Todo lo que necesitas para gimnasia rítmica, en un solo lugar
- Equipación de gimnasia rítmica seleccionada con criterio
- Un espacio pensado para gimnastas, familias y clubes
- Encuentra fácilmente lo que necesitas para entrenar y competir
- Productos de gimnasia rítmica elegidos desde la experiencia real
- La forma más sencilla de equiparte para gimnasia rítmica
- Especialistas en gimnasia rítmica



**Todo lo que necesitas para
gimnasia rítmica,
en un solo lugar**

[Compra ahora](#)



Evaluación

A medida que el usuario avanza, ya conoce Atelier de Rítmica y ha mostrado interés. En esta fase, el objetivo es reforzar ese interés aportando más información, generando confianza y ayudando en la toma de decisión.

Los mensajes deben centrarse en el valor diferencial: la especialización, la selección cuidada y el conocimiento real del deporte. Es el momento de demostrar por qué Atelier facilita encontrar lo adecuado frente a otras opciones más generalistas.

La comunicación debe conectar con necesidades concretas: encontrar productos adecuados, evitar errores en la compra y ahorrar tiempo en la búsqueda.

Algunas líneas de comunicación para esta fase:

- Encuentra equipación de gimnasia rítmica seleccionada con criterio
- Todo lo que necesitas para entrenar y competir, sin complicaciones
- Productos pensados para la realidad de la gimnasia rítmica
- Selección basada en la experiencia de quienes conocen el deporte
- Evita dudas: elige con confianza lo que realmente necesitas
- Descubre nuestra selección de productos para gimnasia rítmica
- Equipación adaptada a las necesidades de gimnastas y clubes

El objetivo es acompañar al usuario en su evaluación, aportando claridad, seguridad y una propuesta de valor basada en la experiencia y la especialización.

**Equipación adaptada
a las necesidades
de gimnastas y clubes**



Conversión

En la fase final, el usuario ya conoce Atelier de Rítmica y está preparado para tomar una decisión. El objetivo es facilitar esa acción, eliminando dudas y reforzando la confianza.

Los mensajes deben ser directos, claros y orientados a la acción, destacando la facilidad de compra, la especialización y la seguridad en la elección. Es el momento de poner en valor la propuesta: encontrar rápidamente lo adecuado sin incertidumbre.

También es recomendable reforzar con elementos de confianza como:

- selección cuidada de productos
- conocimiento real del deporte
- experiencia de otras familias y clubes

El objetivo es claro: convertir el interés en acción, haciendo que el proceso sea sencillo, rápido y seguro, reforzando siempre la confianza en Atelier de Rítmica como espacio especializado.



Atelier de rítmica Conocimiento real del deporte



Seguimiento

En esta fase impactamos a usuarios que ya han interactuado previamente con Atelier de Rítmica, ya sea visitando la tienda, explorando productos o mostrando interés en la marca. El objetivo es reforzar la confianza y acompañar la decisión final de compra.

La estrategia se centra en reducir dudas mediante la reafirmación de la experiencia real de otros usuarios y la cercanía del servicio. Es el momento de recordar el valor de la especialización y la tranquilidad que aporta comprar en un espacio pensado exclusivamente para la gimnasia rítmica.

El mensaje debe transmitir seguridad, credibilidad y continuidad en la decisión ya iniciada.

Algunas propuestas de copias:

- La elección de familias y gimnastas que repiten
- Productos seleccionados para no fallar en tu compra
- La tranquilidad de elegir bien en gimnasia rítmica
- Opiniones reales de quienes ya compraron con confianza
- Lo que buscan las gimnastas, en un solo lugar
- Vuelve y encuentra lo que necesitas para rítmica
- Una experiencia de compra pensada para acertar

El objetivo es cerrar el ciclo de decisión reforzando la confianza, la especialización y la satisfacción de quienes ya han confiado en Atelier de Rítmica.

Una experiencia de compra **pensada para acertar**



Redes sociales

Instagram

Instagram es la red social más relevante para Atelier de Rítmica, ya que concentra una comunidad activa y altamente visual interesada en la gimnasia rítmica. Su carácter gráfico permite desarrollar una identidad de marca más rica, emocional y aspiracional que en otros canales.

Es una plataforma donde los usuarios buscan inspiración, referentes y contenido relacionado con el deporte, lo que la convierte en un espacio clave para conectar con gimnastas, familias y clubes.

En Atelier de Rítmica mantenemos un tono cercano, natural y accesible, adaptado al entorno de la red. Sin perder coherencia con la marca, permitimos una comunicación más ligera y expresiva, especialmente en formatos como stories y reels.

El contenido en feed mantiene un enfoque más informativo y estructurado, mientras que stories y reels se utilizan para mostrar un lado más dinámico, espontáneo y cercano del día a día del deporte, productos y comunidad.

El uso de emojis es puntual y funcional, ayudando a reforzar información o aportar claridad visual, sin sobrecargar el mensaje.

Los hashtags se utilizan para agrupar contenido y facilitar el descubrimiento de la marca por parte de usuarios interesados en la gimnasia rítmica.

Se recomienda usar entre 3 y 5 hashtags por publicación, priorizando siempre la relevancia y la claridad.

Hashtags habituales:

#AtelierDeRítmica
#GimnasiaRítmica
#RítmicaEspaña
#Gimnastas
#EquipaciónRítmica

La publicación es frecuente y constante, con presencia activa diaria o casi diaria, adaptando el volumen según campañas, temporadas y necesidades de contenido.

Instagram 

Usos Incorrectos

El logotipo y el símbolo de Atelier de Rítmica han sido diseñados con unas proporciones y relaciones internas específicas que garantizan su correcta lectura, equilibrio visual y coherencia de marca.

Estas proporciones no deben alterarse en ningún caso, ya que forman parte de la identidad visual definida.

Para asegurar la consistencia de la marca, el logotipo y el símbolo no pueden ser modificados bajo ninguna circunstancia. Esto incluye:

- No modificar sus proporciones o escalado de forma independiente
- No deformarlo, estirarlo o comprimirlo
- No rotarlo o inclinarlo
- No alterar sus colores originales
- No aplicar efectos como sombras, degradados o contornos no definidos
- No reconstruirlo manualmente ni recrearlo con tipografías similares

El uso incorrecto del logotipo compromete la coherencia visual de la marca y reduce su reconocimiento. Por ello, cualquier aplicación debe respetar estrictamente las versiones oficiales definidas en el manual de identidad visual.

Siempre deben utilizarse los archivos originales proporcionados por la marca. Cualquier reproducción debe respetar fielmente el diseño aprobado, sin adaptaciones o reinterpretaciones.

No modificar



No cambiar el color



No rotar



No deformar



04

Aplicaciones



04

Online

Redes sociales

Foto de perfil

La foto de perfil que aparecerá en todas las plataformas será el símbolo de la marca (AR) en el Azul principal sobre fondo blanco, manteniendo siempre el área de respeto alrededor.



Atelier de rítmica

Enviar mensaje



Atelier de Rítmica ★

Diseño exclusivo para gimnastas

Elegancia en cada movimiento

Envíos a toda España 📦

Atelierderitmica.com

Destacados Instagram

La imagen destacada en los stories de Instagram será el título del destacado en blanco sobre un degradado de color azul y beige. Todas deberán tener el mismo tamaño de letra y con texto centrado.





04

Offline

Tarjetas de Visita



Papelería



