

GUÍA DE ESTILO

Nombre web: FitZone

Colores principales marca: rojo y negro.

- **Rojo:** es un color vibrante y audaz, lo que puede ayudar a crear una identidad visual fuerte. El rojo, al estar asociado con emociones intensas, puede evocar entusiasmo o motivación, lo cual puede estar alineado con la energía y el dinamismo que quieres transmitir en un sitio de productos de fitness.
- **Negro:** es un color neutral que complementa muy bien al rojo, dándole un balance visual y evitando que el diseño se vea "demasiado brillante" o sobrecargado. El negro transmite confianza y solidez, lo que también puede ser importante para una marca que quiera proyectar profesionalismo.

Colores secundarios: gris y blanco.

- **Gris:** el gris complementa los colores más fuertes (como el rojo y el negro) al proporcionar un toque de suavidad y modernidad. Además, es un color que es percibido como neutral, por lo que ayuda a que los otros colores se destaquen más.
- **Blanco:** usar blanco como color secundario es una forma efectiva de equilibrar la intensidad del rojo y la seriedad del negro. Permite que el sitio se vea aireado, espacioso y fácil de navegar. Además, ayuda a que los productos o las llamadas a la acción se vean más destacadas.

Logos



Tipos de letra: font-family: 'Poppins', sans-serif;

Mock up en figma: [FitZone](#)