

# **FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE LUCHA**

*Presentación nueva identidad corporativa*

Diseñador: Pablo Pastor Mas  
Comunicación: Christian Giner García



Este documento recoge las razones principales que han llevado a la **Federación Española de Lucha** a construir su nueva identidad corporativa.

El resultado es consecuencia de un **proceso cuidadoso** de transformación.

La identidad es un diseño totalmente nuevo que muestra un compromiso sincero con la **innovación, la calidad y el crecimiento continuo**.

Con esta nueva marca nos posicionamos para afrontar los **retos del futuro**.

## **1. Características de un buen logotipo**

1.1 Puntos esenciales

## **2. ¿Dónde estábamos?**

2.1 Diagnóstico

## **3. ¿Qué buscamos?**

3.1 Objetivos

## **4. La nueva identidad**

4.1 Marca corporativa

4.2 Explicación del concepto

4.3 El cambio de *naming*

## **5. Usos y variantes**

5.1 Usos federativos

5.2 Colores

5.3 Positivo/negativo

5.4 Aplicación sobre fondos

## **6. Conclusiones**

6.1 Razones

# **CONTENIDO**

# Características de una buena marca corporativa

## **1. SIMPLE**

Mejor visibilidad, tienden a ser más fáciles de distinguir.

## **2. ORIGINAL**

Diferente y único frente a la 'competencia'.

## **3. REPRESENTATIVA**

Captan la esencia y refuerzan el mensaje institucional.

## **4. ESCALABLE**

Reproducible a varios tamaños sin perder legibilidad.

## **5. MEMORABLE**

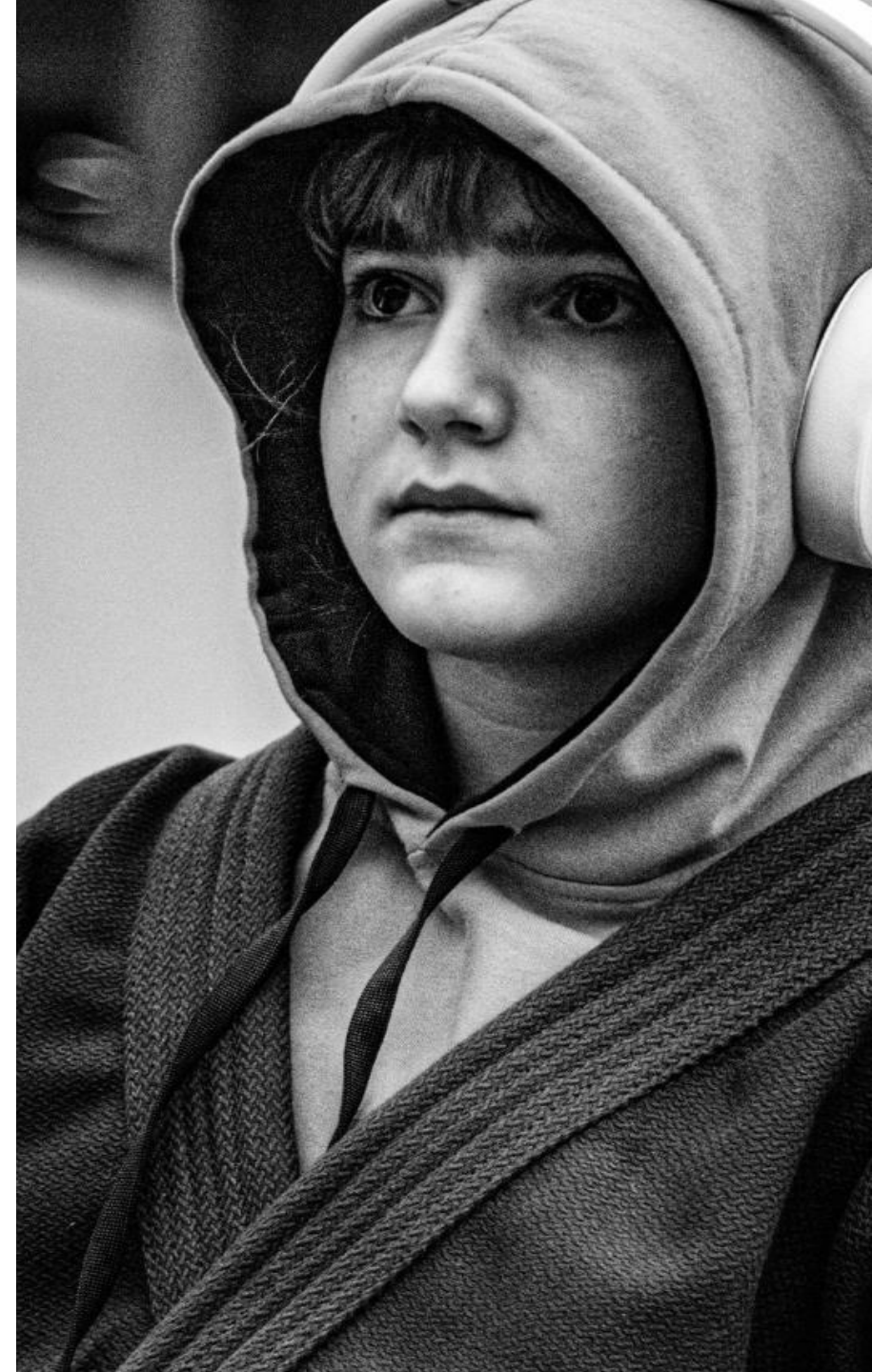
Capacidad de captar la atención y ser recordado.

## **6. DURADERA**

Perdurable en el tiempo pese a los cambios o modas.

## **7. RELEVANTE**

Trascienden a su propio ámbito, se cuelan en la memoria popular.



**¿Dónde estábamos?**

## **ASOCIACIÓN INSTITUCIONAL**

Imagen rígida o elitista, poco accesible a nuevos públicos.

## **DESCONTEXTUALIZADO**

La corona implica una distinción 'real' que no tenemos.

## **AUSENCIA DE IDENTIDAD PROPIA**

No evoca relación alguna con nuestro deporte.

## **SOBRECARGADO**

Difícil de recordar y poco efectivo en tamaños pequeños.

## **MEZCLA COLORES**

Dificulta su adaptación a versiones monocromáticas.

## **POCA ATENCIÓN AL DETALLE**

Palabras sin acento y letras desalineadas no aportan atractivo.

## **CADUCO**

Estilo ornamental envejecido y poco preparado para el futuro.



¿Qué buscamos?





Cambiar por completo la imagen, adaptándola a las corrientes actuales sin olvidar su objetivo principal: la **durabilidad en el tiempo** al margen de las circunstancias.



Una marca **inclusiva**, que atraiga a una comunidad más amplia, no sólo federativa.



Apostar por lo conceptual, **entre la evocación y la representación figurativa**. El isotipo debe distinguirse con facilidad, pero dejando espacio a la imaginación.



Reflejar **valores de la lucha** como la determinación o la fuerza.



Integrar los colores nacionales **con elegancia**.



Tipografía juvenil, **en armonía** con la forma del símbolo.



# La nueva identidad



Doble interpretación: la imagen, mediante ángulos y formas, dibuja **dos esquinas opuestas** de un tapiz que, a su vez, son **dos luchadores enfrentados**.

Los colores nacionales captan la atención sobre el dibujo al quedar integrados en ambas **figuras a modo de 'maillots'**, distinguiendo a los luchadores.

El símbolo genera **confrontación**, una característica propia de nuestro deporte, simulando una posición de guardia.



Tipografía redondeada, en **consonancia con el símbolo**, que acompaña muy bien a un deporte de movimientos circulares y elásticos.

La palabra 'lucha' gana presencia y se coloca entre ambas figuras porque en un combate es, al mismo tiempo, **lo que te une y lo que te separa del rival**.

'ESP' son las siglas de nuestro código ISO internacional. En la nueva identidad quedan recogidas con un grosor especial para resaltar nuestra **procedencia y determinación**.

## El cambio de *namining*

**Lucha ESP** es más corto, directo y fácil de recordar que Federación Española de Lucha.

**Lucha ESP** pone el foco en el deporte y las personas que lo practican, sean federadas o no.

**Lucha ESP** refuerza de manera clara la actividad central de la federación.

**Lucha ESP** conecta emocionalmente con nuestros seguidores.

**Lucha ESP** casa con cualquiera de nuestras disciplinas, pues todas son 'luchas'.

**Lucha ESP** impulsa la internacionalidad de la marca mientras mantiene la conexión con España.

**Lucha ESP** es más fácil de posicionar y rastrear en búsquedas online.

**Lucha ESP** se presta a la creación de *hashtags* y campañas de marketing digital.

**Lucha ESP** tiene un gran potencial para ser utilizado en productos de *merchandising*.

**Lucha ESP** mejora la capacidad de atraer proyectos de inclusión y diversidad en el deporte.

# Usos y variantes

Uso comercial  
sin descripción



Uso institucional  
con descripción



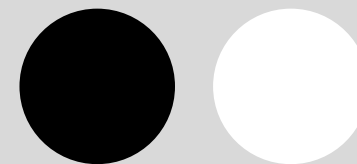
**Variantes federación** (para publicaciones y contenidos digitales sobre estas modalidades)





## Colores

Principales



Secundarios







**Positivo/Negativo**



## Aplicación sobre fondos



# Conclusiones

**La nueva identidad corporativa marca un punto y aparte en la federación y es un salto cualitativo en su imagen y espíritu de crecimiento por las siguientes razones:**

**Simplicidad y versatilidad:** Diseño limpio y simplificado. La reducción de detalles facilita su reconocimiento y lectura, haciéndolo escalable para distintos soportes físicos y digitales.

**Sugere:** El uso de las dos líneas curvas añade dinamismo y simboliza movimiento y energía, lo cual es apropiado para reflejar a todos nuestros deportes. Además, la incorporación de los colores de la bandera española sin necesidad de mostrar una bandera explícita mantienen la identidad nacional de forma elegante y creativa.

**Amplía la comunidad:** El nuevo *naming* le otorga la capacidad de resonar también en otros deportes de combate, pues 'lucha' es un concepto global al que apelan múltiples deportistas. De igual manera, el nombre no apela exclusivamente a las personas federadas.

**Internacionalidad:** Los colores y las siglas 'ESP' hacen alusión a España, pero sin ser intrusivos y excluyentes. A la vez, estos conceptos pueden conectar emocionalmente con el público español sin restringir el atractivo de la identidad para personas de otros países.

**Mayor longevidad:** Las construcciones minimalistas tienden a mantenerse vigentes durante más tiempo, ya que evitan tendencias pasajeras. Este nuevo diseño, con sus líneas limpias y formas abstractas, es menos probable que se vea anticuado con el paso de los años.



LUCHA  
ESP

CONCELLO DE SANTIAGO  
DEPORTES

PRIME 11-2  
SCORER

NAV AND

2nd Period

02:32

TAPIZ 2