

**VERA  
SUD**

**GUÍA DE ESTILO**

# **BIENVENIDA A LA GUÍA DE ESTILO DE LE PETIT BUDA**

Este documento define los distintos elementos que construyen la imagen de la marca **Le Petit Buda** y su correcta utilización, con el objetivo de mantener una imagen consistente en todas las aplicaciones de la marca.

# ÍNDICE

## Isologo

Isologo	5	Coral
Versiones	6	Medianoche
Espacio de seguridad	7	Blanco
Colocación del isologo	8	Aguamarina
Color y fondo	9	Jerarquía del color
Patrón de marca	10	Combinación de colores
Usos correctos	11	Uso del color
Usos incorrectos	12	

## Colores

Isologo	5	Coral
Versiones	6	Medianoche
Espacio de seguridad	7	Blanco
Colocación del isologo	8	Aguamarina
Color y fondo	9	Jerarquía del color
Patrón de marca	10	Combinación de colores
Usos correctos	11	Uso del color
Usos incorrectos	12	

## Tipografía

14	Familias tipográficas	22
15	Estilos tipográficos	23
16	Titulares	24
17	Párrafos	25
18	Escala tipográfica	26
19	Combinación de textos	27
20	Colocación de textos	28

## Aplicaciones

# ISOLOGO

# ISOLOGO

## Isologo de Le Petit Buda

El logotipo está formado por dos elementos: el símbolo y el nombre de la marca, adaptado para crear el primero. Se trata, por tanto, de un isologo.

El isologo se representará con ambos elementos y en ningún caso podrá ser modificado o distorsionado.



# VERSIONES

- Opción preferente**  
Se utilizará siempre que sea posible.

- Monograma**  
La versión monograma se utilizará siempre que el espacio sea insuficiente y la legibilidad de la versión preferente se vea comprometida.

1.



2.

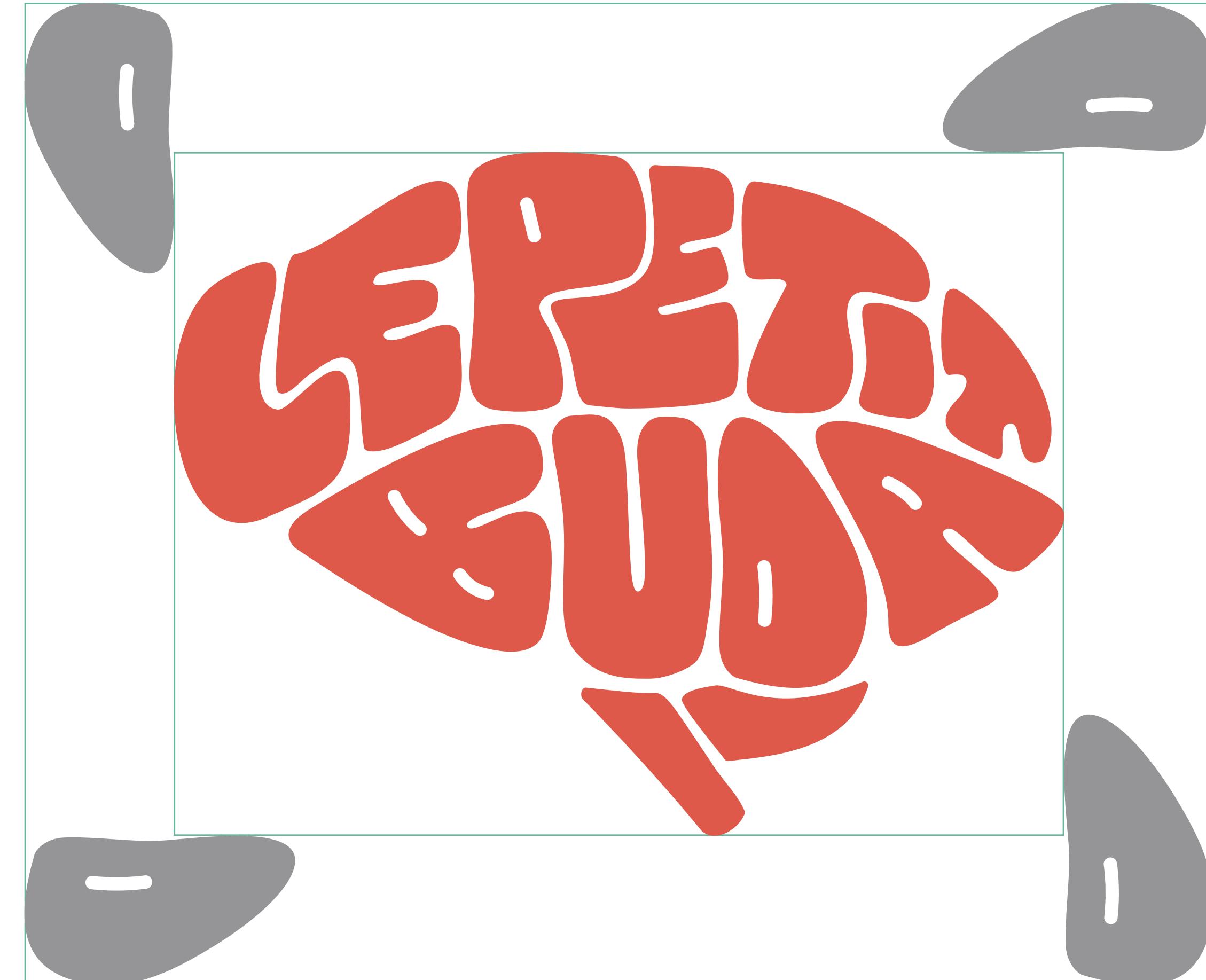


# ESPACIO DE SEGURIDAD

Las siguientes medidas aseguran el espacio vacío mínimo alrededor del logo que se debe respetar.

Considéralo su espacio personal.

Cualquier elemento que se coloque cerca de este deberá tener como mínimo la distancia equivalente al ancho de la letra "D".



# COLOCACIÓN DEL ISOLOGO

Para la colocación del isotipo en las comunicaciones de la marca encontramos diferentes opciones dependiendo del formato y el contenido que lo acompaña. Aquí definimos algunos ejemplos de su preferente colocación.

## 1. Isotipo en solitario

Cuando no este acompañado por otros contenidos, siendo el único elemento de la composición, se colocará en el centro para una máxima visibilidad.

## 2. Retrato

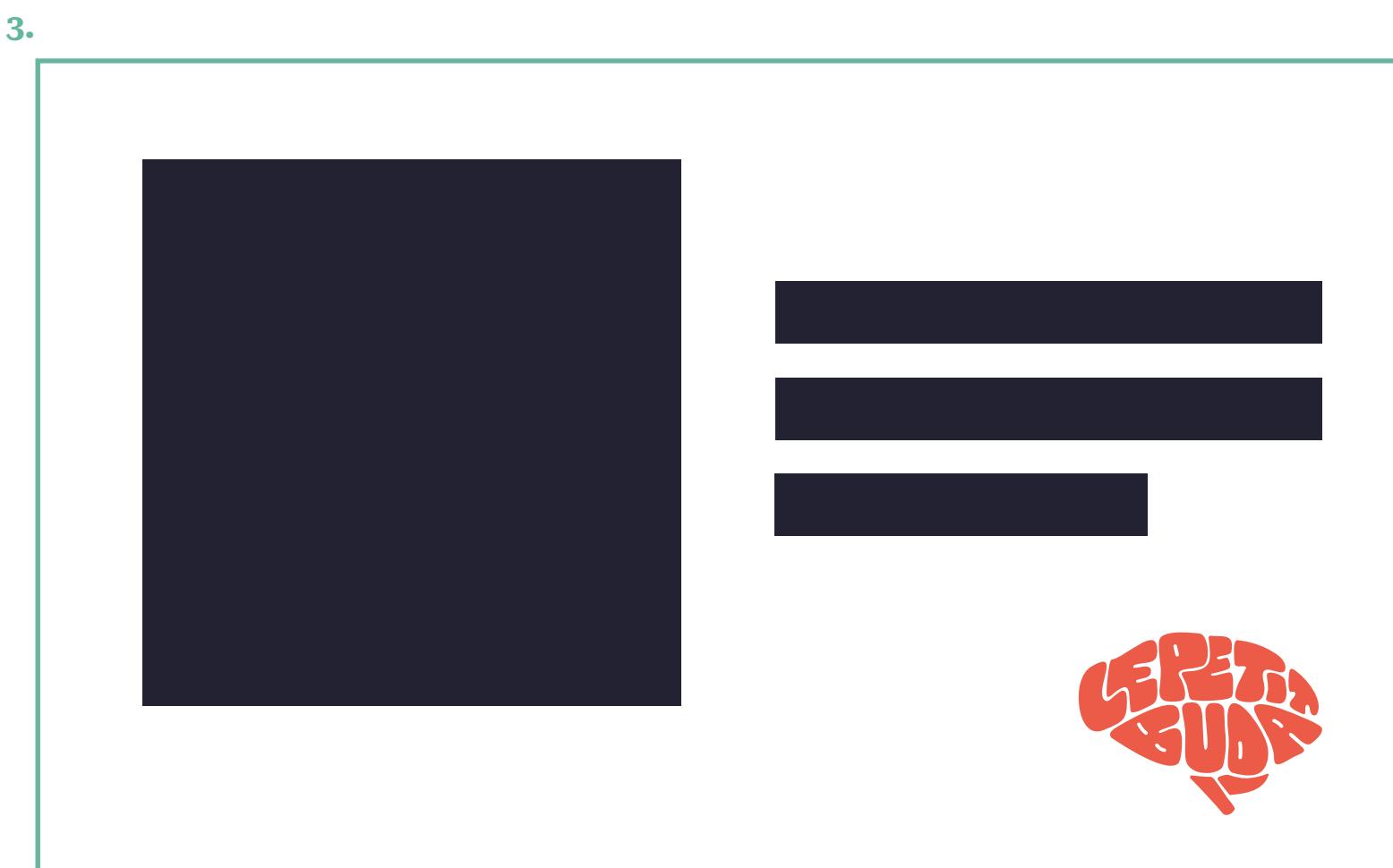
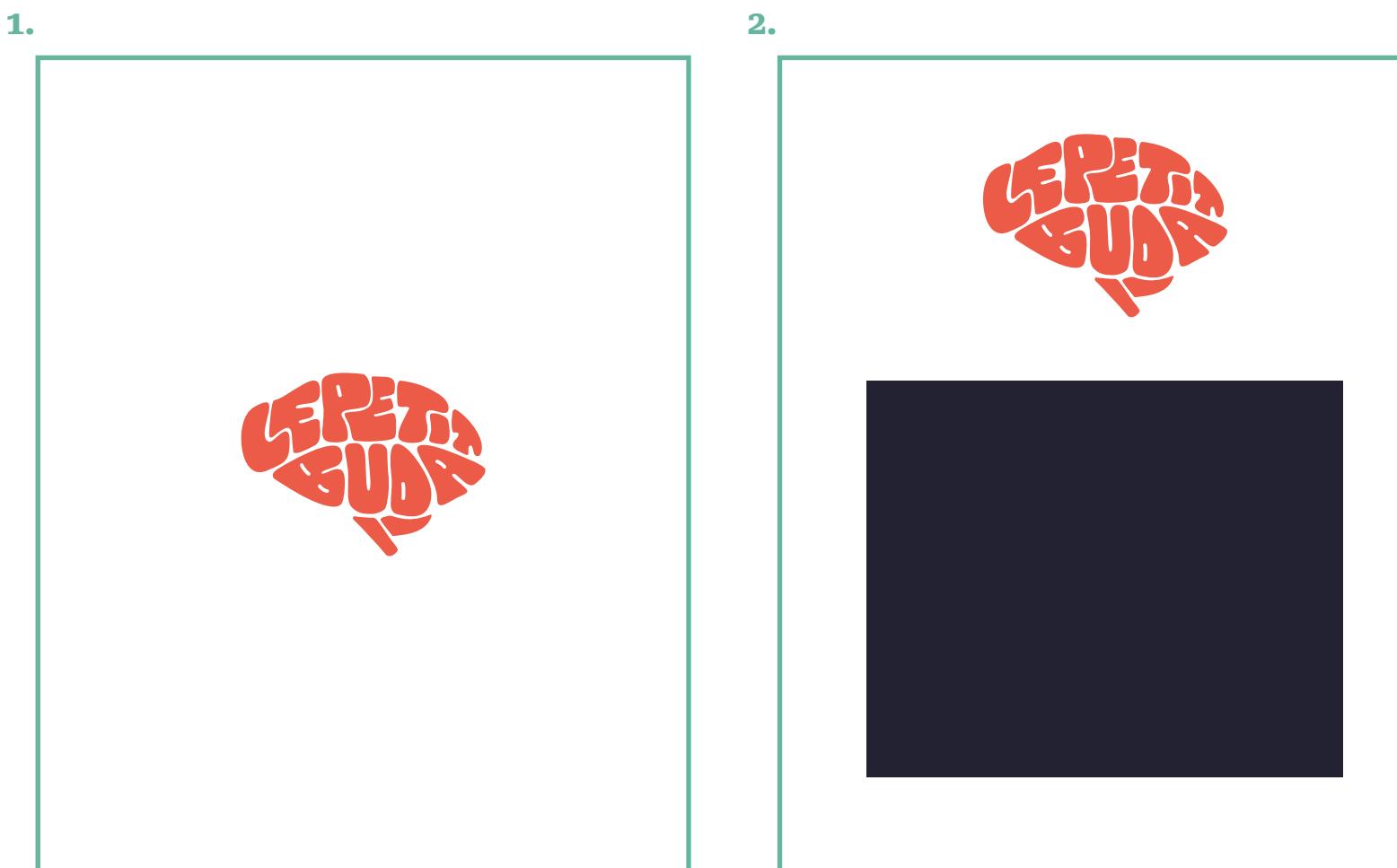
Cuando se acompañe por imagen o texto en un formato vertical, se colocará centrado en la parte superior de la composición siempre y cuando no perjudique a la composición. En tal caso se colocará abajo a la derecha.

## 3. Paisaje

Para composiciones horizontales donde aparezca imagen y texto, reduciendo el espacio, se colocará en la esquina inferior derecha.

## 4. Paisaje ancho

En formatos de paisaje ancho, aparecerá en la derecha, centrado verticalmente.



# COLOR Y FONDO

## 1. Sobre Blanco

Se utilizará la versión preferente, en color Coral o en su defecto la versión secundaria Medianochе.

## 2. Sobre Medianochе

Se utilizará la versión preferente, en color Coral o en su defecto la versión secundaria Blanca.

## 3. Colores claros

Para fondos donde el color sea considerado claro, utilizaremos la versión preferente siempre que no genere problemas de legibilidad, en esos casos se utilizará la versión Medianochе.

## 4. Colores oscuros

Para fondos donde el color sea considerado oscuro, utilizaremos la versión preferente siempre que no genere problemas de legibilidad, en esos casos se utilizará la versión Blanca.

## 5. Sobre Coral

Se utilizará la versión Medianochе preferentemente y Blanca como alternativa.

## 6. Versión monograma

Para la versión en monograma del logotipo se aplicarán las mismas normas. La consistencia es la clave.

1.



2.



3.



4.



5.



6.



# PATRÓN DE MARCA

Los patrones de marca son recursos gráficos que permiten mostrar la personalidad de esta y ampliar el imaginario visual de una marca. Se trata de un modo efectivo de hacer tu marca más reconocible, manteniendo un estilo cohesionado a través de su imagen.

## 1. Patrón

Manteniendo el estilo del isotipo, se ha utilizado el cerebro, símbolo principal de la marca, flanqueado por dos rayos que simulan agujas de coser enabradadas por hilo.

## 2. Combinaciones de color

Los Colores de Marca se pueden combinar de distintas maneras teniendo en cuenta la jerarquía de colores y la legibilidad del patrón.

## 3. Utilización

Se puede incluir el patrón en distintos formatos con el objetivo de mantener la imagen de marca. Su uso incluye estampación, etiquetado, papelería, cartelería, página web y redes sociales entre otras.



# USOS CORRECTOS

- Opción preferente**  
Utiliza la versión preferente cuando sea posible y mantén el espacio de seguridad a su alrededor.
- Colocación**  
Coloca el isotipo en el lugar adecuado teniendo en cuenta el formato y el contenido.
- Color**  
Versión correcta en negativo teniendo en cuenta el color de fondo.
- Versión**  
Utilización correcta de la versión monograma como avatar para redes sociales y en la versión preferente.

1.



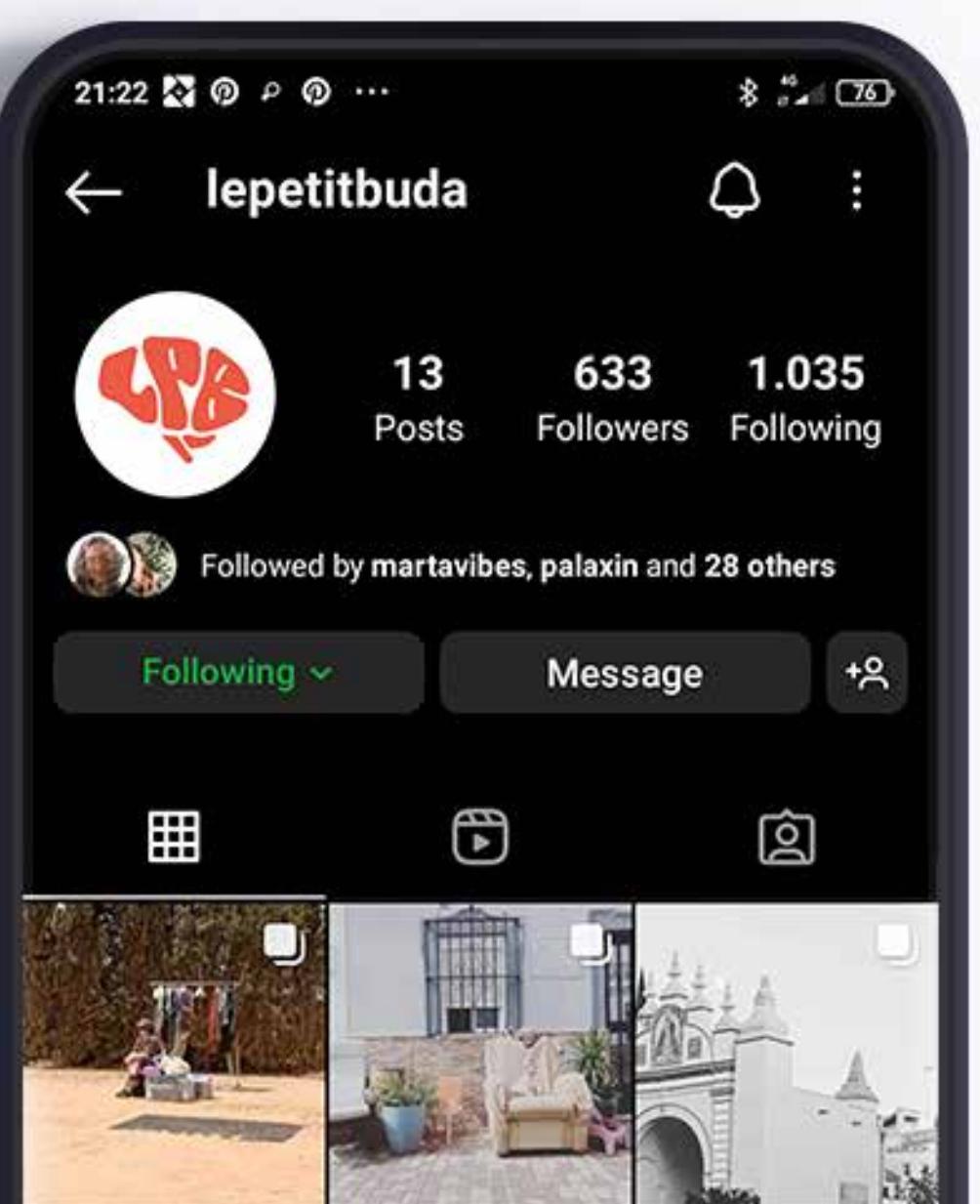
2.



GUIA DE ESTILO



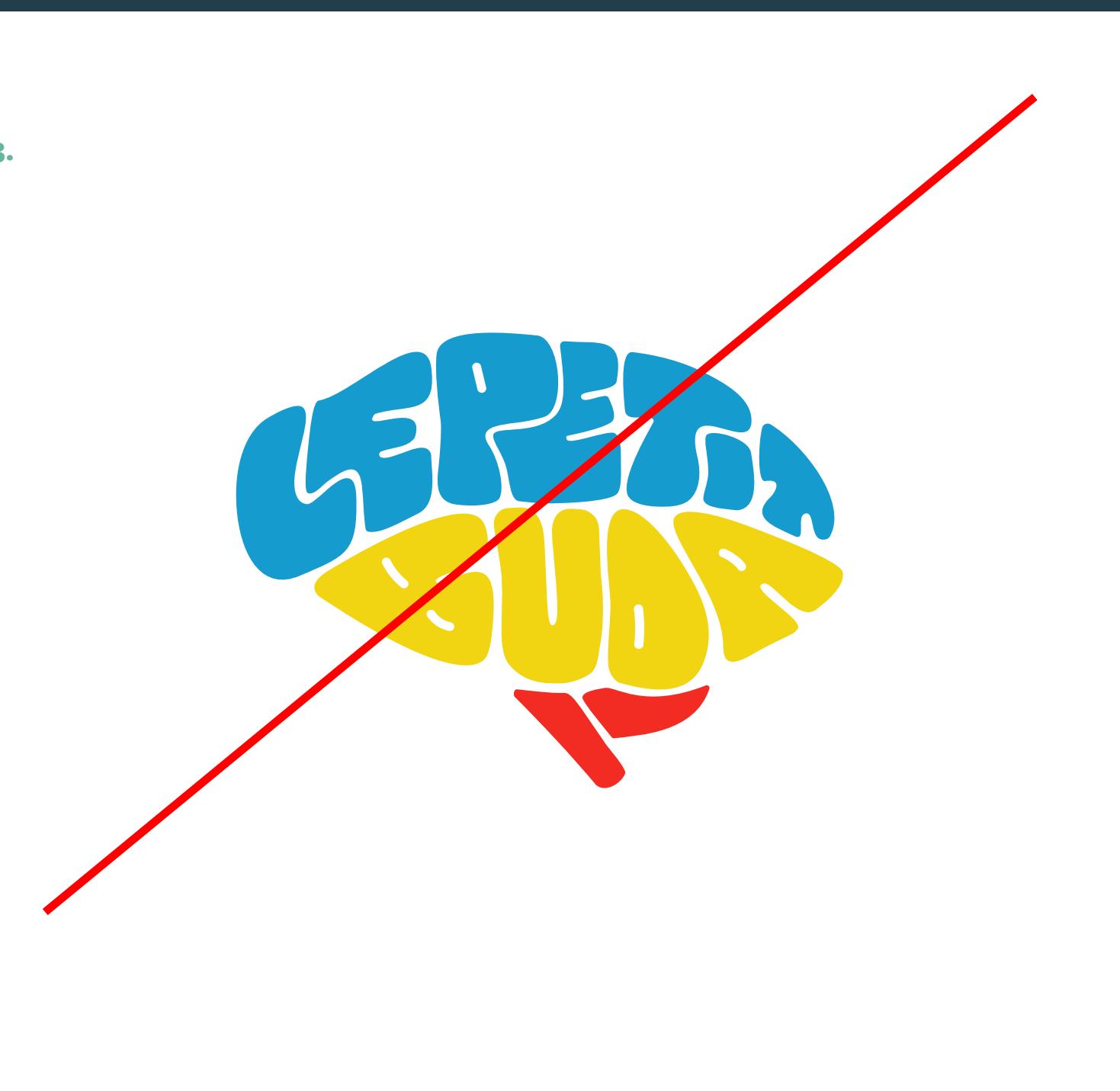
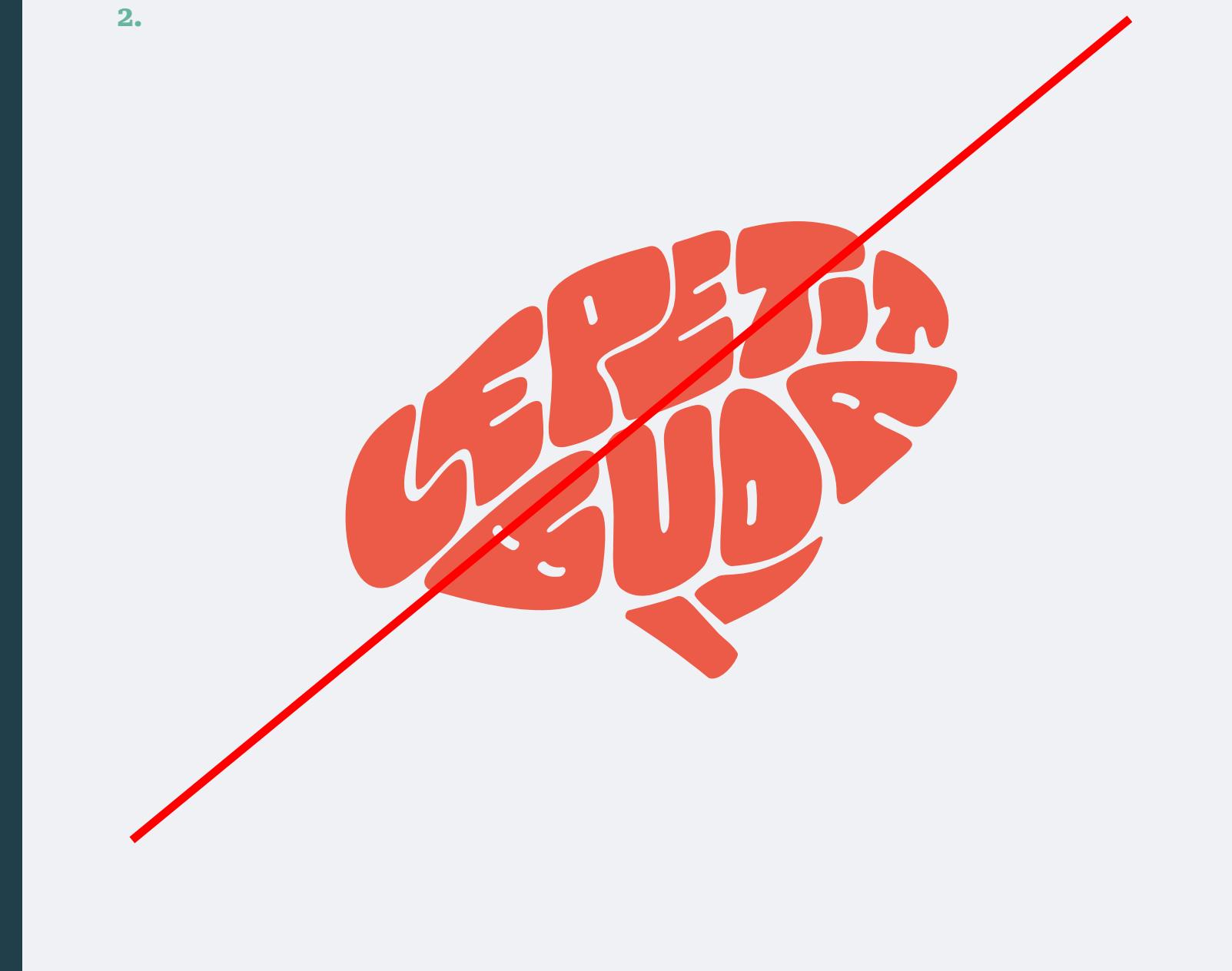
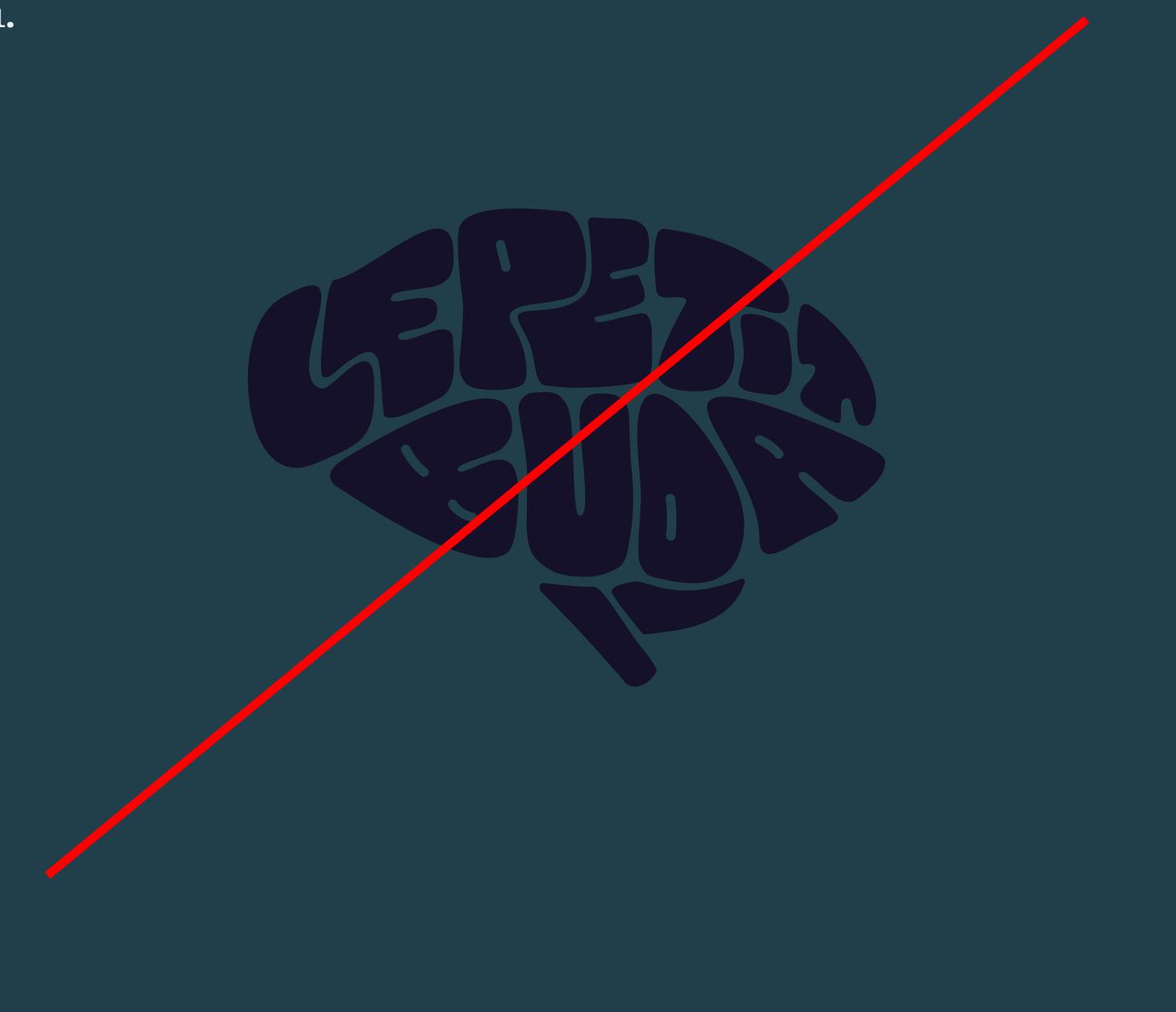
3.



4.

# USOS INCORRECTOS

- 1. Busca contraste**  
Utiliza la versión correcta del isotipo dependiendo del color de fondo.
- 2. No cambies el isotipo**  
No modifiques ni distorsiones el isotipo.
- 3. Usa los colores adecuados**  
No cambies los colores arbitrariamente.
- 4. Efectos**  
Evita cualquier tipo de efectos como brillos, sombras o biselado en el isotipo.



# COLORES DE MARCA



# CORAL

Coral es el color principal de **Le Petit Buda**. Puede usarse sobre claros y oscuros por igual y representa el trato cercano y acogedor de la marca. Se trata de un color alegre y optimista que desprende calidez.

PMS **Warm Red C**

RGB **235 91 71**

CMYK **0 76 70 0**

HEX **EB5B47**



# MEDIANOCHE

Medianoche es el color secundario de **Le Petit Buda**. Puede usarse sobre Coral y claros. Se trata de un color sobrio que aporta elegancia y misterio a la marca.

PMS **276 C**

RGB **21 20 41**

CMYK **98 92 48 69**

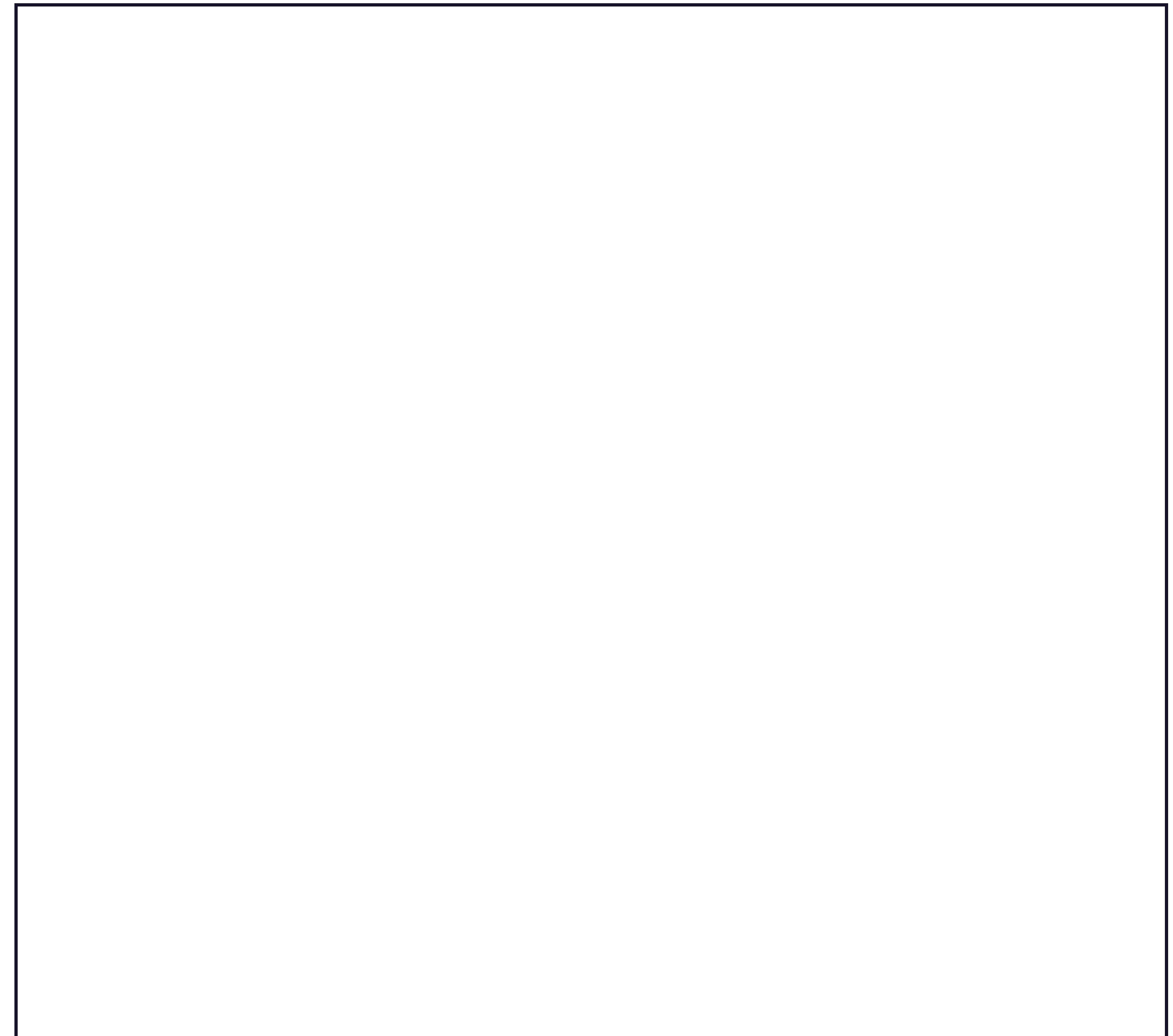
HEX **151429**



# BLANCO

Blanco es el color principal para los fondos de **Le Petit Buda** aunque también puede usarse como color secundario. Mantiene una imagen limpia que invita a la creatividad a través de todos los canales donde se representa la marca.

PMS	0
RGB	255 255 255
CMYK	0 0 0 0
HEX	FFFFFF



# AGUAMARINA

Aguamarina es el color utilizado como acento en **Le Petit Buda**. Puede usarse sobre cualquier fondo siempre que permita la legibilidad. Se trata de un color fresco que contrasta con el Coral y representa la claridad y la adaptabilidad.

PMS      **3375 C**

RGB      **76 224 178**

CMYK      **0 60 44 0**

HEX      **4CE0B2**



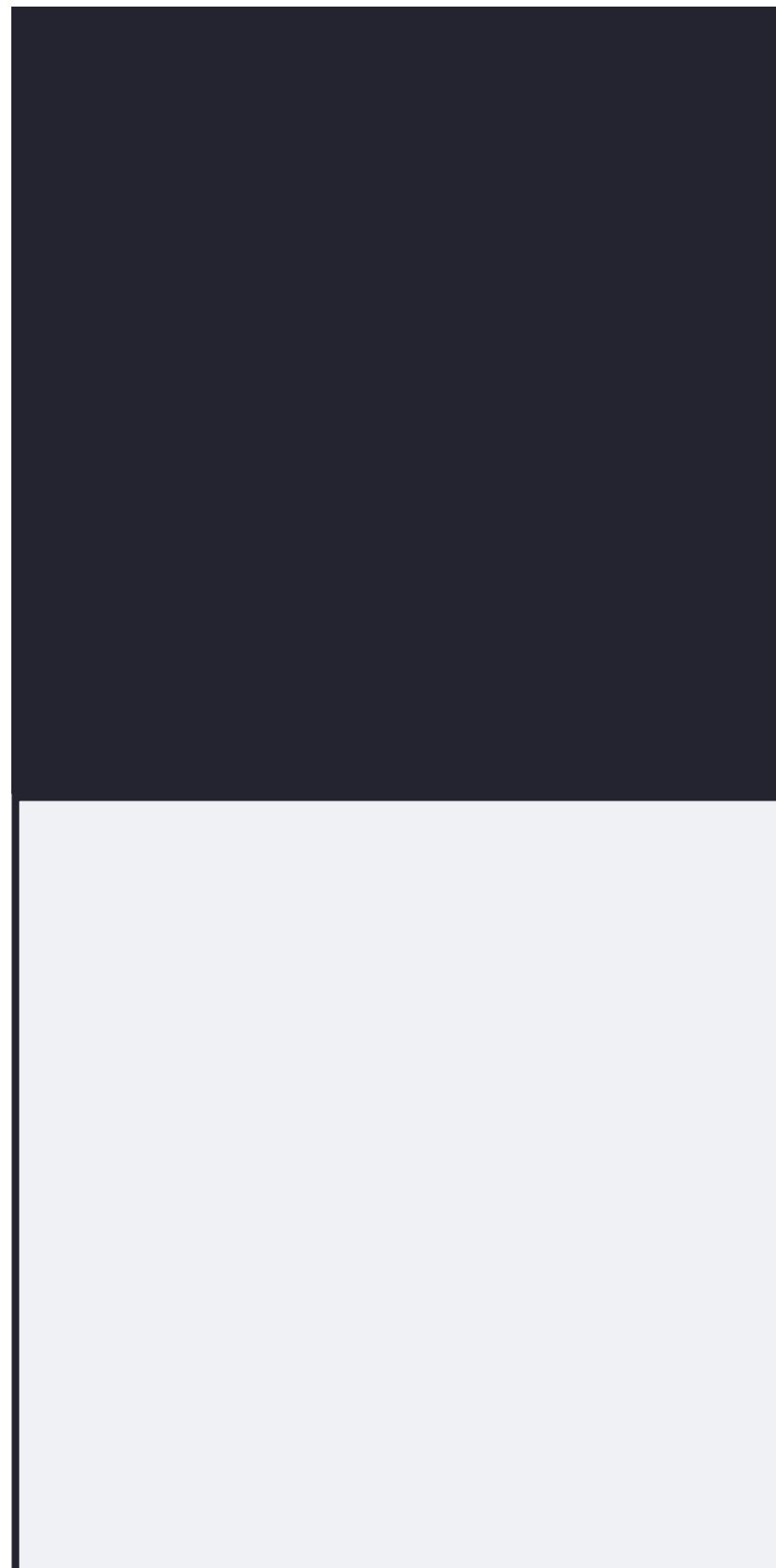
# JERARQUÍA DEL COLOR

1. Color principal
2. Colores secundarios
3. Acento

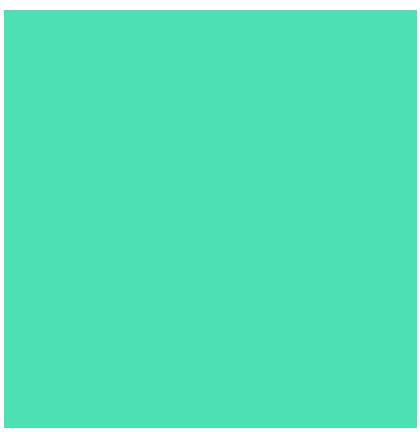
1.



2.



3.



# COMBINACIÓN DE COLORES

## 1. Coral

Cuando Coral es el color principal, la combinación preferente es sobre Blanco, la secundaria sobre Medianoche y la terciaria sobre Aguamarina.

## 2. Medianoche

Cuando Medianoche es el color principal, la combinación preferente es sobre Coral, la secundaria sobre Blanco y la terciaria sobre Aguamarina.

## 3. Blanco

Cuando Blanco es el color principal, la combinación preferente es sobre Coral, la secundaria sobre Medianoche y la terciaria sobre Aguamarina.

## 4. Aguamarina

Cuando Aguamarina es el color principal, la combinación preferente es sobre Coral, la secundaria sobre Blanco y la terciaria sobre Medianoche.

1.



2.



3.

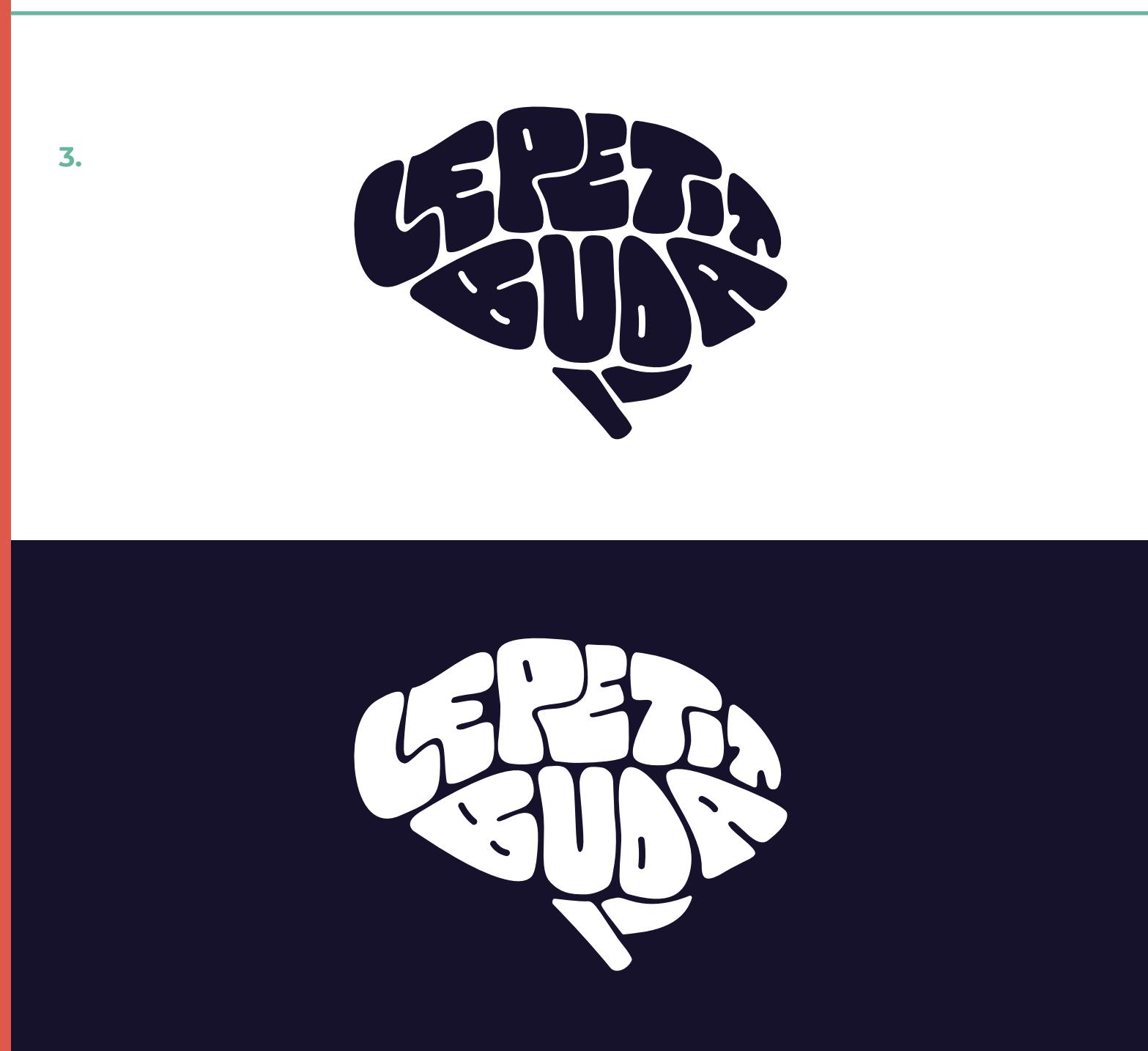


4.



# USO DEL COLOR

- Coral sobre Blanco**  
Combinación preferente.
- Sobre Coral**  
Combinaciones secundarias.
- Blanco y Medianoche**  
Preferentemente, se utilizarán combinaciones a color, con Coral, pero cuando no sea posible, Medianoche sobre blanco será la opción principal y Blanco sobre Medianoche la secundaria.
- Aguamarina**  
Se utilizará como acento para complementar la composición o destacar determinados elementos.



# TIPOGRAFÍA

# FAMILIAS TIPOGRÁFICAS

El sistema tipográfico de **Le Petit Buda** consiste en dos familias de fuentes: Rubik y Roboto Serif.

## Tipografía principal: Rubik

Diseñada por Hubert y Fischer, se trata de una sans serif de esquinas redondeadas que cuenta con una gran variedad de estilos, de los cuales los más característicos son los de mayor peso.

## Tipografía secundaria: Roboto Serif

Diseñada para crear una experiencia de lectura cómoda y sin fricciones. Mínima y altamente funcional, es útil en cualquier medio debido al amplio conjunto de pesos y anchos en una amplia gama de tamaños ópticos.

## RUBIK

Proin ut odio at quam varius porttitor et a turpis. Mauris suscipit ante sed neque facilisis mattis in tincidunt augue. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Vestibulum elementum tellus augue, nec eleifend leo tincidunt sed. Donec quis convallis est, aliquam dignissim est. Cras fringilla ligula non tristique vehicula. Vivamus imperdiet odio vel vulputate tincidunt.

### TIPOGRAFIA PRINCIPAL: RUBIK



## ROBOT SERIF

Proin ut odio at quam varius porttitor et a turpis. Mauris suscipit ante sed neque facilisis mattis in tincidunt augue. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Vestibulum elementum tellus augue, nec eleifend leo tincidunt sed. Donec quis convallis est, aliquam dignissim est. Cras fringilla ligula non tristique vehicula. Vivamus imperdiet odio vel vulputate tincidunt.



### TIPOGRAFIA SECUNDARIA: ROBOT SERIF

# ESTILOS TIPOGRÁFICOS

## Titulares

Para los titulares usaremos Rubik y Roboto Serif y se conforman por Titular Ultra, principal y secundario. Los titulares escritos en Rubik se escribirán siempre en mayúsculas.

### 1. Titular Ultra

Tipografía: Rubik

Peso: Black

Usado en los titulares más importantes.

### 2. Titular principal

Tipografía: Rubik

Peso: Bold, Bold italic

Usado en combinación con el Titular Ultra.

### 3. Titular secundario

Tipografía: Roboto Serif

Peso: Bold, Bold italic

Usado en combinación con el Titular principal.

## Párrafos

Usamos Roboto Serif en todos los párrafos y textos de soporte para una mejor legibilidad y funcionalidad. Usaremos el peso Regular sobre fondos claros y el peso Medio sobre fondos oscuros para mejor contraste. Podemos utilizar Bold para resaltar palabras dentro del párrafo.

### 4. Párrafo

Tipografía: Roboto Serif

Peso: Regular, Regular Italic, Medium, Medium italic, Bold, Bold Italic

# LOREM IPSUM DOLOR

1. TITULAR ULTRA

LOREM IPSUM DOLOR SIT  
AMET, CONSECTETUR  
ADIPIISCING ELIT.

2. TITULAR PRINCIPAL

**Lorem Ipsum Dolor Sit Amet, Consectetur  
Adipiscing Elit. Proin Ut Odio At Quam Varius  
Porttitor Et A Turpis.**

3. TITULAR SECUNDARIO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin ut odio at quam varius porttitor et a turpis. Mauris suscipit ante sed neque facilisis mattis in tincidunt augue. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Vestibulum elementum tellus augue, nec eleifend leo tincidunt sed. Donec quis convallis est, aliquam dignissim est. Cras fringilla ligula non tristique vehicula.

4. PÁRRAFO

# TITULARES

En los titulares se utiliza un estilo condensado, similar al isotipo de la marca, y por ello se ajusta el interlineado siguiendo las siguientes normas para mantener buena legibilidad.

1. **Titular Ultra - Copy corto**  
Rubik Black - Interlineado al 80%/95% con acentos
2. **Titular Ultra - Copy largo**  
Rubik Black - Interlineado al 90%/95% con acentos
3. **Titular principal - Copy corto**  
Rubik Bold - Interlineado al 80%/95% con acentos
4. **Titular principal - Copy largo**  
Rubik Bold - Interlineado al 90%/95% con acentos
5. **Titular secundario - Copy corto**  
Roboto Serif Bold - Interlineado al 90%/95% con acentos
6. **Titular secundario - Copy largo**  
Roboto Serif Bold - Interlineado al 100%

**LOREM  
IPSUM DOLOR**

1. TITULAR ULTRA - COPY CORTO

**LOREM  
IPSUM DOLOR**

3. TITULAR PRINCIPAL - COPY CORTO

**Lorem  
Ipsum Dolor**

5. TITULAR SECUNDARIO - COPY CORTO

**LOREM IPSUM DOLOR  
SIT AMET, CONSECTETUR  
ADIPISCING ELIT.**

2. TITULAR ULTRA - COPY LARGO

**LOREM IPSUM DOLOR  
SIT AMET, CONSECTETUR  
ADIPISCING ELIT.**

4. TITULAR PRINCIPAL - COPY LARGO

**Lorem Ipsum Dolor  
Sit Amet, Consectetur  
Adipiscing Elit.**

6. TITULAR SECUNDARIO - COPY LARGO

# PÁRRAFOS

Para el estilo de párrafo se usará Roboto Serif con un interlineado del 120% y una largada de alrededor 60 caracteres. Se deberán justificar siempre a la izquierda.

- Anchura de párrafo correcta**
- Párrafo demasiado estrecho**
- Párrafo demasiado ancho**

1.

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin ut odio at quam varius porttitor et a turpis. Mauris suscipit ante sed neque facilisis mattis in tincidunt augue. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Vestibulum elementum tellus augue, nec eleifend leo tincidunt sed. Donec quis convallis est, aliquam dignissim est. Cras fringilla ligula non tristique vehicula. Vivamus imperdiet odio vel vulputate tincidunt.*

*Vivamus auctor, justo in fermentum suscipit, justo sem auctor tellus, vitae venenatis arcu libero sed massa. Praesent et lacus sit amet nunc tincidunt interdum. Vivamus semper lacinia hendrerit. Duis efficitur maximus est, ut euismod lectus sagittis sit amet. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.*

2.

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin ut odio at quam varius porttitor et a turpis. Mauris suscipit ante sed neque facilisis mattis in tincidunt augue. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Vestibulum elementum tellus augue, nec eleifend leo tincidunt sed. Donec quis convallis est, aliquam dignissim est. Cras fringilla ligula non tristique vehicula. Vivamus imperdiet odio vel vulputate tincidunt.*

*Vivamus auctor, justo in fermentum suscipit, justo sem auctor tellus, vitae venenatis arcu libero sed massa. Praesent et lacus sit amet nunc tincidunt interdum. Vivamus semper lacinia hendrerit. Duis efficitur maximus est, ut euismod lectus sagittis sit amet. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.*

3.

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin ut odio at quam varius porttitor et a turpis. Mauris suscipit ante sed neque facilisis mattis in tincidunt augue. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Vestibulum elementum tellus augue, nec eleifend leo tincidunt sed. Donec quis convallis est, aliquam dignissim est. Cras fringilla ligula non tristique vehicula. Vivamus imperdiet odio vel vulputate tincidunt.*

*Vivamus auctor, justo in fermentum suscipit, justo sem auctor tellus, vitae venenatis arcu libero sed massa. Praesent et lacus sit amet nunc tincidunt interdum. Vivamus semper lacinia hendrerit. Duis efficitur maximus est, ut euismod lectus sagittis sit amet. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.*

# ESCALA TIPOGRÁFICA

La escala tipográfica usada para las distintas comunicaciones de **Le Petit Buda** utiliza la proporción áurea con le objetivo de mantener una armonía entre los distintos tamaños tipográficos de los titulares y los párrafos.

Por tanto, el multiplicador utilizado es 1.618.

En el siguiente ejemplo partimos de un tamaño de 16 pt. Dividimos por 1.618 para encontrar los tamaños menores y multiplicamos por 1.618 para encontrar los tamaños mayores.

x 1.618  
↑

**LE PETIT BUDA**  
109.66 pt

**LE PETIT BUDA**  
67.77 pt

**Le Petit Buda**  
41.89 pt

Le Petit Buda  
25.89 pt

Le Petit Buda  
16 pt

Le Petit Buda  
9.89 pt

Le Petit Buda  
6.11 pt

/ 1.618  
↓

# COMBINACIÓN DE TEXTOS

**Ejemplos de posibles combinaciones de titular y párrafo:**

1. **Ultra - Principal - Párrafo**
  2. **Principal - Secundario - Párrafo**
  3. **Ultra - Párrafo**
  4. **Principal - Secundario**

1

**LOREM IPSUM  
DOLOR SIT AMET,  
CONSECTETUR  
ADIPISCING ELIT.**

# LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

2.

**LOREM IPSUM  
DOLOR SIT AMET,  
CONSECTETUR  
ADIPISCING ELIT.**

# **Lorem Ipsum Dolor**

*Etiam* non possumus. *Aliquam* dignissim est. *Cras* fringilla ligula non tristique vehicula. Vivamus imperdiet odio vel vulputate tincidunt.

3.

# **LOREM IPSUM DOLOR**

*Etiam* ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin ut odio at quam varius porttitor et a turpis. Mauris suscipit ante sed neque facilisis mattis in tincidunt augue. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Vestibulum elementum tellus augue, nec eleifend leo tincidunt sed. Donec quis convallis est, aliquam dignissim est. Cras fringilla ligula non tristique vehicula. Vivamus imperdiet odio vel vulputate tincidunt.

4.

# LOREM IPSUM DOLOR

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,  
CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. PROIN  
UT ODIS AT QUAM VARIUS PORTTITOR ET  
A TURPIS.**

# COLOCACIÓN DEL TEXTO

## 1. Solo texto - Formato vertical

Justificación a la izquierda

## 2. Solo texto - Formato horizontal

Justificación a la izquierda

## 3. Texto y imagen - Formato vertical

Justificación al centro

## 4. Texto y imagen - Formato horizontal

Justificación a la izquierda

1.



2.



3.



4.



# APLICACIONES

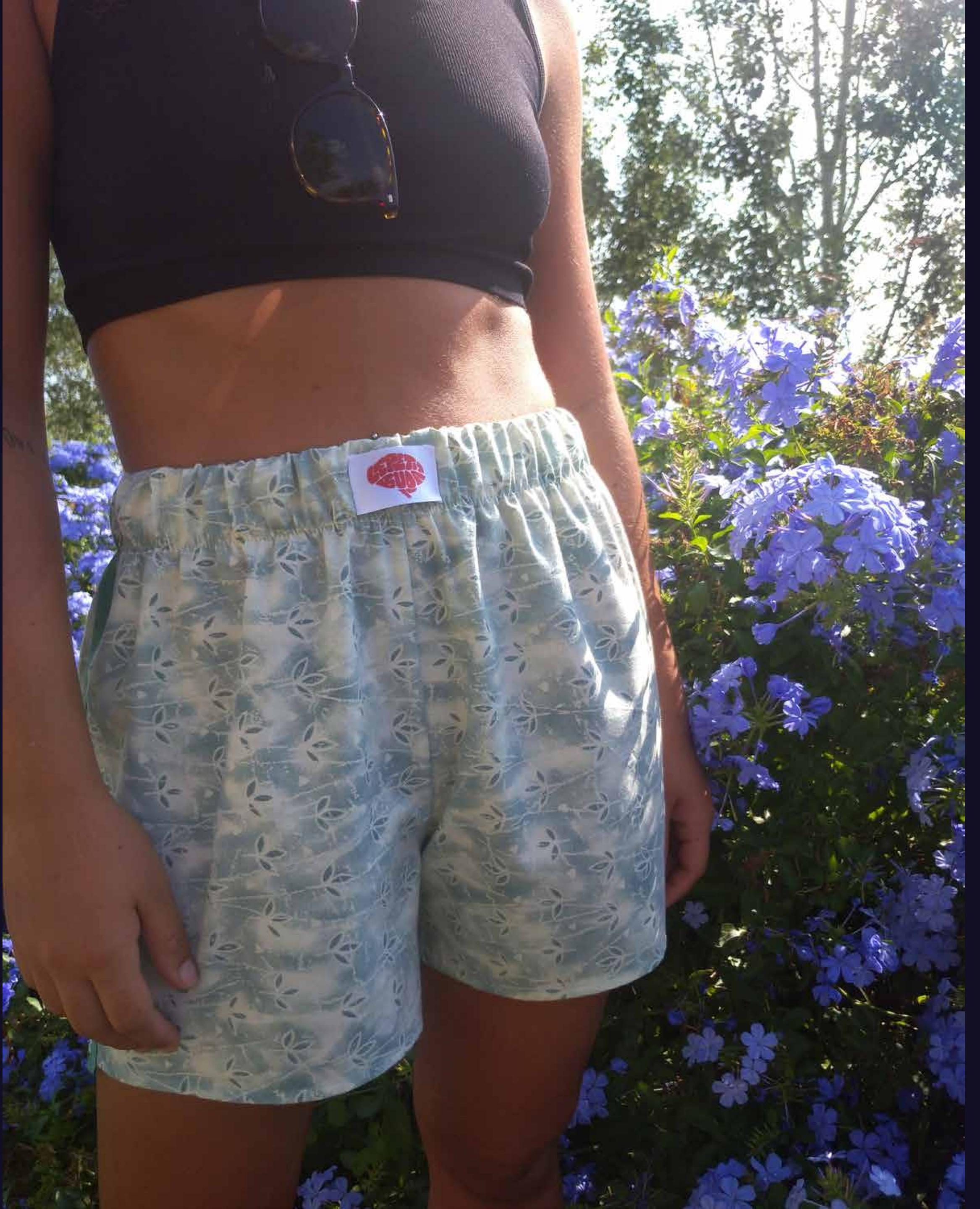




**MICHAELA FRANCO**  
*Sastre*

+34 652 61 51 02  
[michaelafrancogarcia@gmail.com](mailto:michaelafrancogarcia@gmail.com)  
[@lepetitbuda](https://www.instagram.com/lepetitbuda)













**HAS COMPLETADO  
LA GUÍA DE ESTILO  
CON ÉXITO.**

**GRACIAS POR  
QUEDARTE HASTA  
EL FINAL. <3**



SECRET  
SUDR