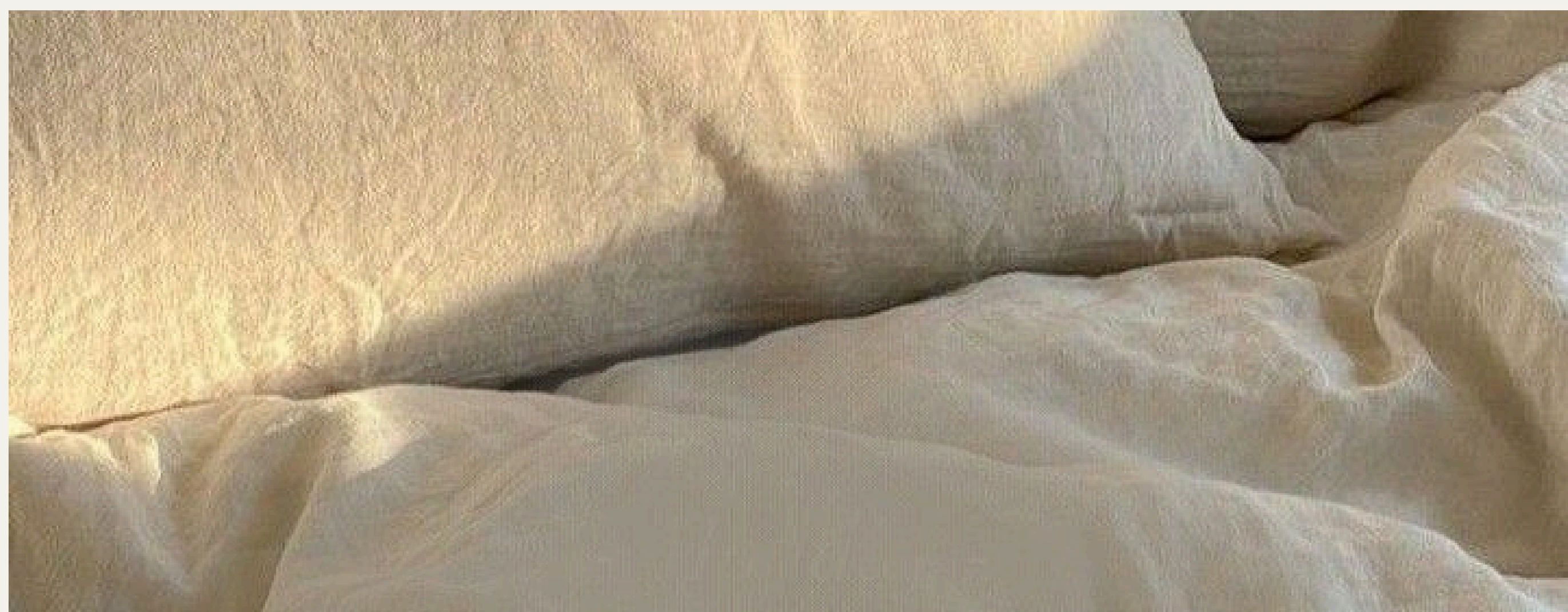


# *uno* studio

# TABLE OF CONTENTS

- 01 About
- 02 Brand Essence
- 03 Community
- 04 Logo & Icon
- 05 Palette
- 06 Typography
- 07 Imagery
- 08 Stationery
- 09 Social Media Assets



# ABOUT

BRAND GUIDELINES /  
ABOUT

## 01 POR QUÉ EXISTE UNO STUDIO | PROPÓSITO

Uno Studio existe para todas aquellas personas que van rápido, pero no saben hacia dónde. Que nunca se detienen a preguntarse cómo están de verdad.

Nació de la convicción de que escribir, reflexionar y crear una rutina propia no es un lujo, es una necesidad. Una que muchas veces postergamos hasta que algo nos obliga a parar.

Uno Studio crea herramientas simples, bellas e intencionales para que las personas vuelvan a sí mismas. No desde la urgencia ni la obligación, sino desde la calma y el amor propio.

No es terapia. No es religión. Es conexión. Contigo.

## 02 QUÉ HACE UNO STUDIO HOY | MISIÓN

Uno Studio diseña y produce objetos físicos de introspección: journals semiguidados y cartas de afirmación, pensados para acompañar el día a día de quienes quieren construir una rutina más consciente y conectada con ellos mismos.

Cada producto combina buena estética, contenido con fundamento y una experiencia táctil cuidada al detalle, para que tenerlo en las manos ya sea, en sí mismo, un acto de intención.

## 03 HACIA DÓNDE VA UNO STUDIO | VISIÓN

Uno Studio aspira a convertirse en una marca de referencia en el espacio del bienestar personal y el diseño editorial emocional. Una marca que esté presente en mesas de noche, en eventos, en regalos que importan.

A largo plazo, Uno Studio imagina un universo de productos que acompañen distintos momentos de la vida: libros para colorear, separadores, mapas, ediciones limitadas y colaboraciones con marcas afines. Todo bajo la misma premisa: que cuidarte también puede ser bonito.



# COMUNIDAD

BRAND GUIDELINES /  
COMMUNITY

## 01 QUIÉN CONECTA CON UNO STUDIO

Uno Studio habla a personas de entre 20 y 55 años. Personas que están en un momento de transición, de inicio o de reinicio. Que han pasado por una ruptura, un cambio, una pérdida, o simplemente sienten que algo les falta y no saben exactamente qué.

No se definen como personas "espirituales", pero sí sienten que necesitan algo más que el ruido del día a día. Valoran la estética, la calidad y los objetos con propósito. Buscan regalos con sentido y productos que duren más allá de una semana de motivación.

## 02 QUÉ ESTÁN BUSCANDO

Estabilidad emocional y una rutina que puedan sostener.

Un punto de partida cuando no saben por dónde empezar.

Sentirse acompañadas sin sentirse juzgadas.

Algo bonito que también les haga bien.

Un objeto que quieran tener en su mesa, no esconder en un cajón.

Cómo quieren sentirse: tranquilas, conectadas consigo mismas, con esperanza, vistas y comprendidas.

Uno Studio les hace sentir que empezar de cero también puede ser un acto de amor propio.



# VERBAL IDENTITY

# TONE OF VOICE

BRAND GUIDELINES /  
TONE OF VOICE

## 01 CÓMO HABLA UNO STUDIO

Uno Studio habla con calidez y firmeza al mismo tiempo. Como esa persona mayor muy elegante que te mira a los ojos y te dice lo que nadie más se atreve a decirte, pero de una forma que no duele, que abraza. No grita. No exige. No vende desesperadamente. Invita. Acompaña. Y a veces, con mucho cuidado, dice lo que no quieres escuchar pero necesitas leer. El tono es cercano pero no informal, editorial pero humano, directo pero nunca frío.

## 02 VOCABULARIO

Conexión · Rutina · Intención · Calma · Inicio · Amor propio · Hábito  
Reflejo · Claridad · Pausa · Contigo · Proceso · Presente · Guía · Adentro

## 03 LO QUE UNO STUDIO NUNCA DICE NI HACE

No usa lenguaje místico ni religioso. No promete transformaciones milagrosas. No habla de "manifestar", "el universo" ni "energías" de manera explícita. No es positividad tóxica ni frases vacías. No sobreexplica. No satura. No vende con urgencia ni culpa. No es maximalista, no es colorida, no es caótica. Uno Studio nunca grita. Susurra. Y eso es suficiente.



# LOGO



El logo de Uno Studio debe usarse siempre en su versión original, respetando sus proporciones, forma y color.

No debe rotarse, distorsionarse ni reinterpretarse.

Puede utilizarse en versión completa o en versión símbolo según el contexto, manteniendo siempre legibilidad y equilibrio visual.

# VARIACIONES DE COLOR

*uno* **studio**

*uno* **studio**

*uno* **studio**

*uno* **studio**

# COLOR PALETTE

La paleta de Uno Studio es cálida, neutra y refinada. Evoca la calma de una mañana tranquila, la textura del lino, la calidez del papel envejecido.

Midnight Ink y Morning Page forman la base de la marca, equilibrando profundidad y ligereza. Midnight Ink aporta peso, presencia y legibilidad.

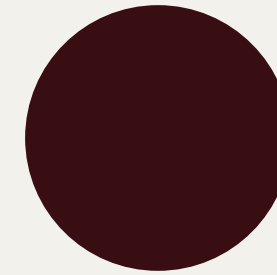
Morning Page da al conjunto su calma característica: es el fondo, el respiro, el lienzo sobre el que todo lo demás vive.

Still Gold y Worn Leather se usan como colores de acento, añadiendo calidez y un contraste sutil que evoca textura y calidad.

Still Gold aparece en detalles premium como relieves y packaging.

Worn Leather aporta profundidad y tierra cuando la composición necesita un tono más claro sin perder la armonía.

Todos los colores deben usarse siempre en sus versiones originales aprobadas, en proporciones equilibradas, preservando la identidad visual serena que define a Uno Studio.



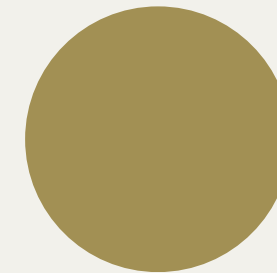
PRIMARY COLOR N.1: #390E13

MIDNIGHT INK



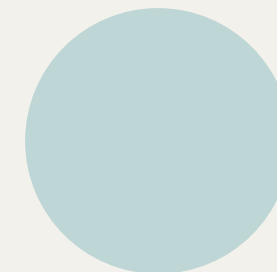
PRIMARY COLOR N.2: #E4E2D2

MORNING PAGE



ACCENT COLOR N.1: #A29054

STILL GOLD



ACCENT COLOR N.2: #BED6D6

WORN LEATHER

# SISTEMA VISUAL

En Uno Studio, el sistema visual funciona como un idioma propio.

Cada categoría de cartas tiene asignado un símbolo, y ese símbolo la acompaña siempre: en la carta, en el packaging, en el journal, en redes.

Con el tiempo, verlo ya produce el efecto antes de leer una sola palabra.

Cada símbolo fue construido a partir de formas orgánicas, continuas y sin aristas, coherentes con los valores de la marca: suavidad, intención y movimiento interior. Todos comparten el mismo trazo, el mismo peso visual y la misma sensación táctil, lo que los hace reconocibles como familia aunque cada uno tenga identidad propia.



# SISTEMA VISUAL



**CONSCIENCIA**

Un círculo que no se cierra del todo. Porque la consciencia no es un destino, es un estado que se visita, se pierde y se vuelve a encontrar.



**CALMA**

Círculos concéntricos que descansan sobre una base abierta. Evoca el agua cuando deja de moverse, el momento en que todo se asienta. La calma no como ausencia, sino como llegada



**INTENCIÓN**

Una espiral abierta con un punto suspendido sobre ella. El punto es la decisión, el momento exacto antes de actuar. La espiral es el camino que viene después.



**HÁBITOS**

Una línea base con puntos ascendentes, como pasos que suben. La acumulación de pequeñas acciones que, con el tiempo, construyen algo sólido.



**LÍMITES**

Una forma ovalada contenida, con un punto en equilibrio sobre ella. No es una barrera: es el borde que define dónde terminas tú y dónde empieza lo demás. Saber tus límites es saber quién eres.



**AUTOCOMPASIÓN**

Una espiral que se enrolla hacia adentro, que vuelve al centro. Es el movimiento de quien se mira sin juzgarse, de quien se trata con la misma gentileza que le daría a alguien que quiere.

# TYPOGRAPHY

SUBHEADINGS, LABELS, PARAGRAPHS

Apple Garamond Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

HEADLINES, LOGO, IMPORTANT TITLES

*Apple Garamond Italic*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

La tipografía de la marca se construye a partir de una única familia: Apple Garamond, utilizada en sus estilos Regular e Italic. La versión Italic se reserva para el logo, los titulares y los elementos clave, aportando expresión, elegancia y un carácter atemporal a la marca. La versión Regular se utiliza para subtítulos, etiquetas y párrafos, proporcionando claridad, estructura y equilibrio. Ambos estilos deben utilizarse de forma consistente y combinarse cuidadosamente para mantener una identidad visual serena, coherente e intencionada que refleje la esencia de UnoStudio.

# LOGO INCORRECT USAGE



Evita usar el logo sobre fondos con tonos o colores similares, ya que esto reduce el contraste y dificulta su correcta legibilidad.



*uno* **studio**

El logotipo debe mantener siempre sus proporciones originales. Estirarlo, comprimirlo o escalarlo de forma no proporcional altera su equilibrio visual y compromete la percepción de la marca.



Evitar colocar el logo directamente sobre imágenes que no garanticen suficiente contraste y legibilidad. En RRSS o piezas de marketing, el logotipo debe mantener siempre una lectura clara e inmediata.



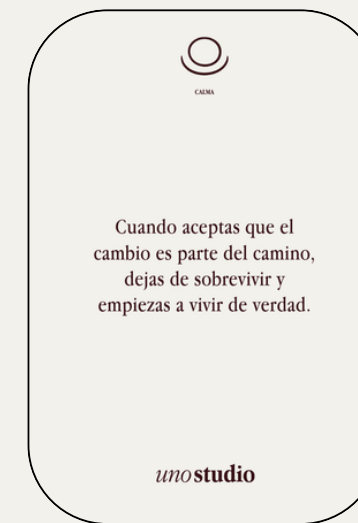
# CARTAS

## 01 VISUAL

Las cartas son directas, cotidianas y con fundamento. No son frases vacías: están pensadas desde la neurociencia del hábito y la psicología del cambio. Algunas abrazan. Otras incomodan. Todas acompañan.

Son pequeñas pausas en medio del día. Recordatorios que invitan a parar, reflexionar y reconectar sin necesidad de grandes rituales. Son como objetos vivos: se leen, se releen, se dejan a la vista o se comparten. Forman parte del entorno cotidiano, creando micro momentos de conexión real.

Formato de bolsillo, acabado premium, diseño limpio. Pensadas para llevar contigo, dejar en la mesa o regalar con intención.



# CARTAS

## 01 BOX PACKAGING (FRONT SIDE & BACK SIDE)

\*Imagen orientativa. Los colores, acabados y tipografías pueden presentar ligeras variaciones, que quedarán ajustadas correctamente en el producto final una vez impreso.



# CARTAS

## 01 BOX PACKAGING

\*Imagen orientativa. Los colores, acabados y tipografías pueden presentar ligeras variaciones, que quedarán ajustadas correctamente en el producto final una vez impreso.



# PACKAGING CARTAS

## 01 CARTAS Y SU PACKAGING

- Formato cartas: A6 → 10.5 x 14.8 cm
- Grosor estimado (mazo): 1.5-2 cm

### MEDIDAS DEL PACKAGING

#### INTERIOR

- Ancho: 11 cm
- Largo: 15.3 cm
- Alto: 2.5 cm

#### EXTERIOR

- Ancho: 11.5 – 11.7 cm
- Alto: 15.8 – 16 cm
- Profundidad: 2.8 – 3 cm

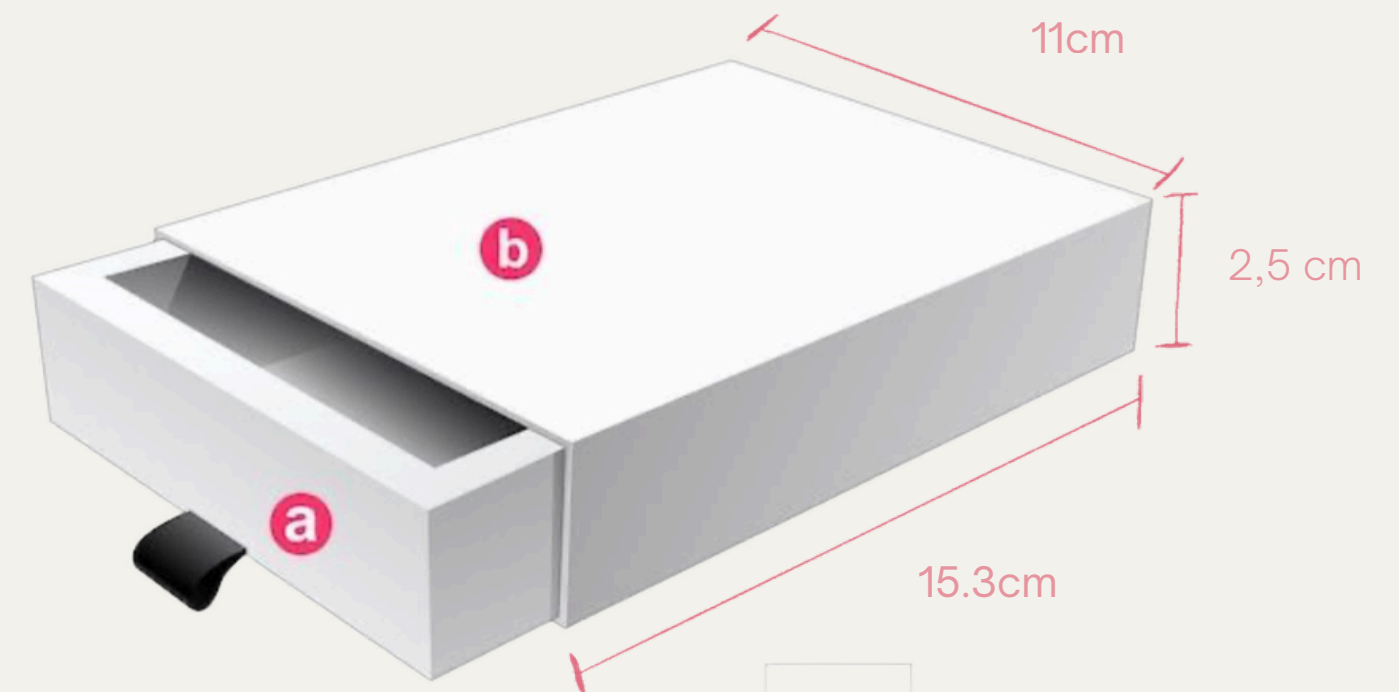
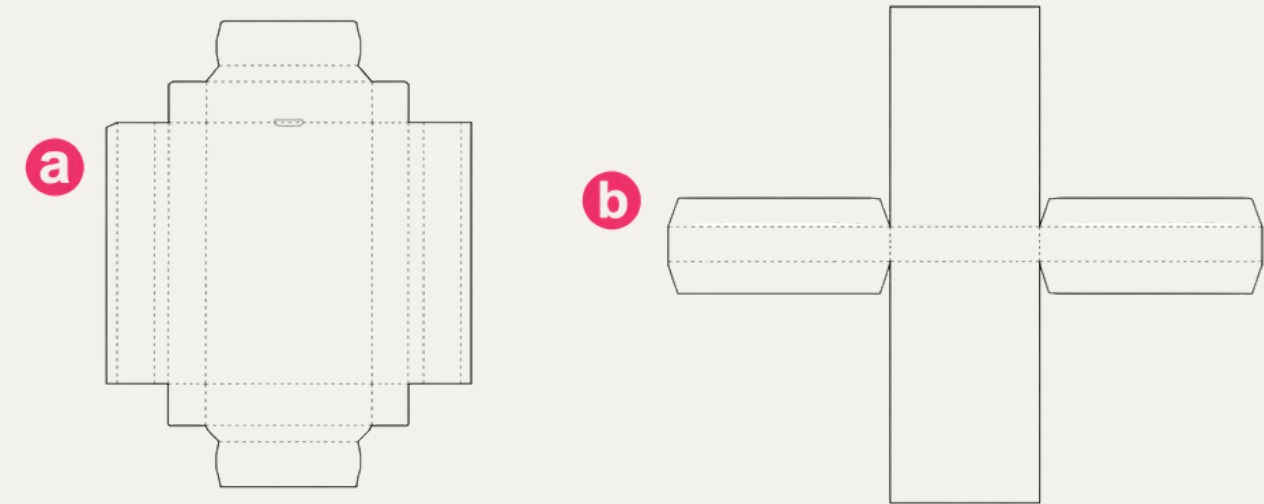
#### *\*ACLARACIÓN*

La caja no la haremos exacta a un A6 porque:

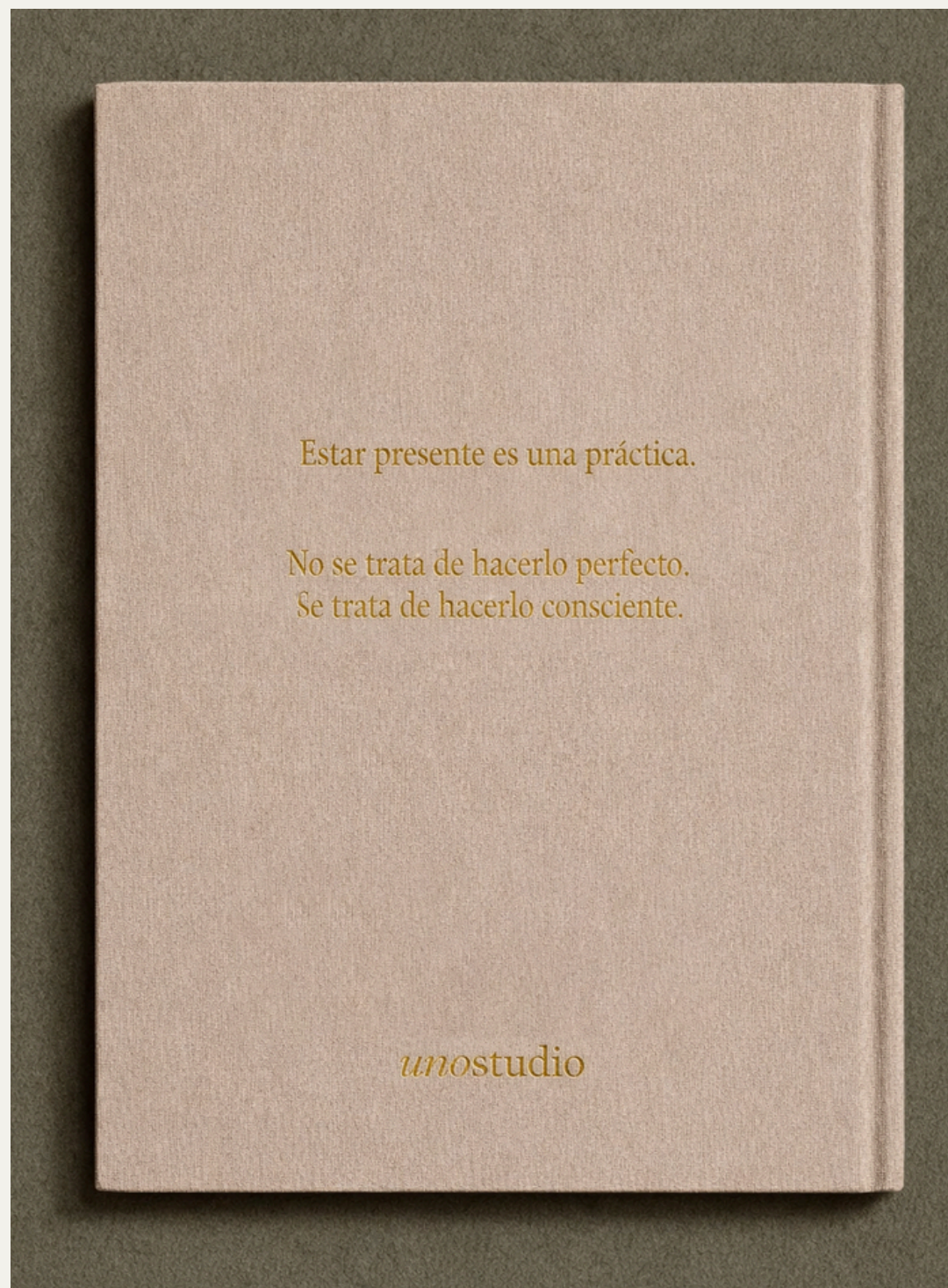
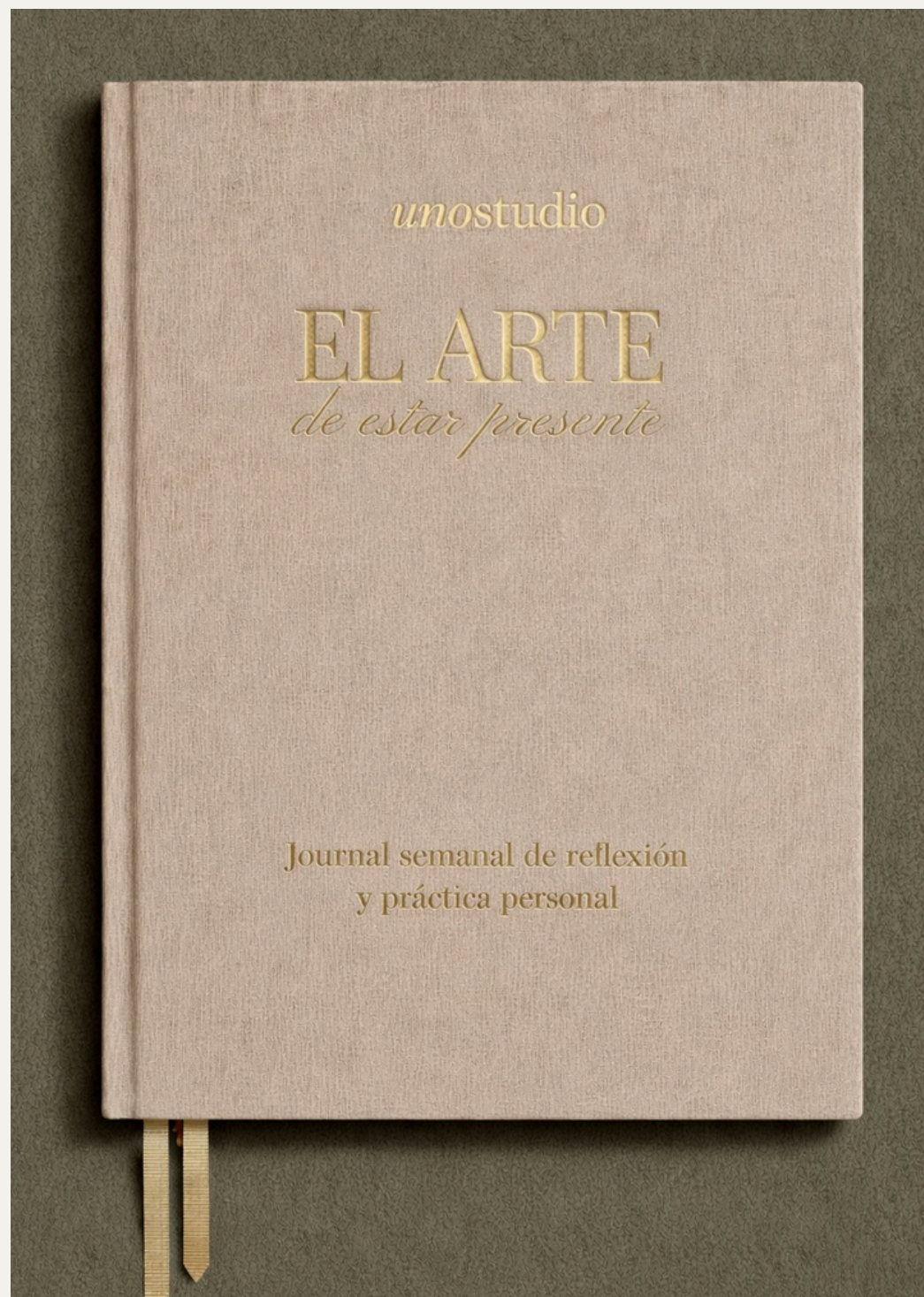
- El mazo de cartas no entrará bien
- Se dañará
- No se sentirá premium

### ACABADOS

- Papel: 350–400g estucado o offset premium
- Acabado:
  - Laminado mate
  - Golpe seco (emboss)
  - Oro (hot stamping) para título
  - Cierre imantado (opcional para un mayor presupuesto)



# JOURNAL



## 02 VISUAL

Uno Studio vive en lo táctil. Las texturas de lino, el papel con gramaje, el relieve en letras, el destello sutil en el acabado de tapa dura son parte de la experiencia de marca, no decoración.

Toda aplicación visual debe evocar algo que da ganas de tocar.

Las especificaciones completas de producción y la plantilla del journal se entregan como documento independiente, garantizando su correcta aplicación en imprenta y asegurando que cada detalle físico responda a los estándares de calidad de Uno Studio.

# APLICACIONES DE PRODUCTO



## 02 JOURNAL

El journal se presenta dentro de una caja para protegerlo y, sobre todo, para dar más valor a la experiencia. No es solo un producto, sino algo que se abre con intención, marcando un momento más especial y cuidado desde el primer contacto.

Dentro de la caja acompañando al journal va este pequeño sobrecito de papel vegetal que deja ver ligeramente el interior. Dentro incluye un pequeño cuarzo transparente, que simboliza claridad y nuevos comienzos. También lleva una nota con un mensaje.

La idea es añadir un pequeño gesto al abrir el producto y reforzar el concepto de inicio del proceso personal.

# APLICACIONES DE PRODUCTO

## 02 BOX PACKAGING (FRONT SIDE & BACK SIDE)

\*Imagen orientativa. Los colores, acabados y tipografías pueden presentar ligeras variaciones, que quedarán ajustadas correctamente en el producto final una vez impreso.



# PACKAGING JOURNAL

## 02 JOURNAL Y PACKAGING

- Tamaño journal: A5 → 15cm x 21cm

### MEDIDAS DEL PACKAGING DONDE VA EL JOURNAL

*\*EL ALTO DEL PACKAGING DEPENDE DEL GROSSOR DEL JOURNAL  
(hemos tenido en cuenta que son entre 120-160 pags)*

#### INTERIOR

- Ancho: 15.5 cm
- Largo: 21.7 cm
- Alto: 5.5 cm

#### EXTERIOR

- Ancho: 16–16.2 cm
- Largo: 22.2–22.5 cm
- Alto: 6 cm

#### \*ACLARACIÓN

La caja no la haremos exacta a un A5 porque:

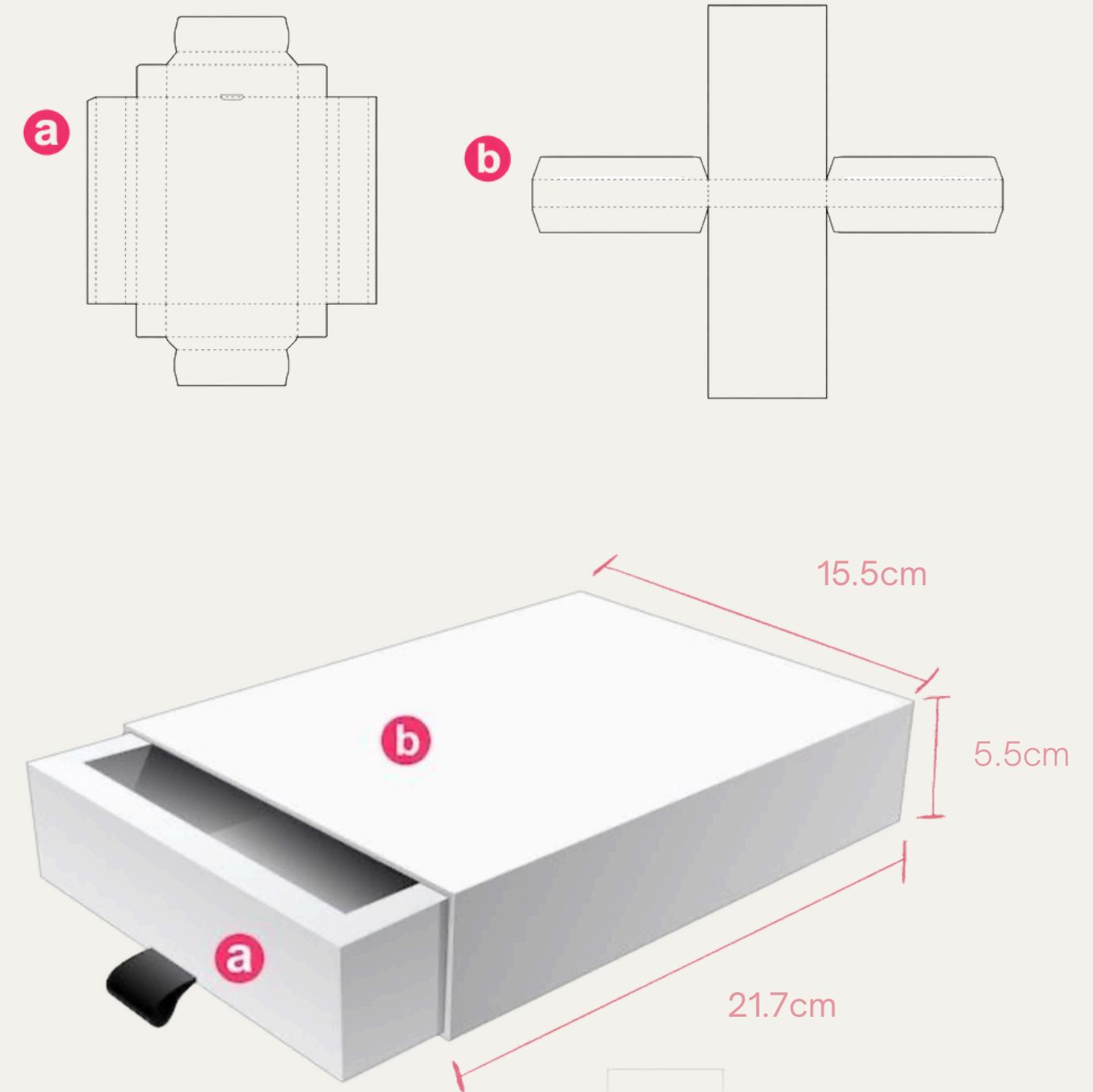
- El journal no entrará bien
- Se dañará
- No se sentirá premium

#### RESULTADO:

Caja: journal + 0,5cm-0.7cm por lado (como mínimo y depende de los materiales del proveedor)

#### ACABADOS

- Aquí está la clave del look:
- Papel tipo offset premium / papel natural
- Gramaje: 120–160 g
- Color: beige arena
- Papel con textura tipo lino o textura orgánica/ rugosa
- Oro (hot stamping) para el logo + golpe seco.



# STICKERS



## 03 STICKERS

Uno Studio también se expresa en lo pequeño. Los stickers forman parte de esa experiencia: piezas táctiles, pensadas para tocar, despegar y hacer propias. No son decoración sin más, son extensiones del journal.

Se incluyen dentro del packaging del journal como parte del ritual, pero también pueden adquirirse por separado. Vienen en una lámina única, listos para usar, con un acabado mate que mantiene la estética cuidada y evita brillos artificiales.

Cada diseño mantiene coherencia visual y material con el universo de la marca, para que incluso en los detalles más simples se sienta la misma intención.

# *uno* studio