



---

*Manual de Marca*



# INDICE

## 01. Escudo Institucional

1. Presentación Isologotipo - Identificador Simbólico: Logotipo con Símbolo.
2. Colores Oficiales.
3. Grilla de Construcción.
4. Zona de Resguardo.
5. Variables no permitidas.
6. Blanco, Negro y Grises.
7. Reducciones.
8. Versiones Moncromáticas.
9. Fondos de Color.
10. Marca Responsiva.

## 02. Identidad Comercial

1. Fuentes Tipográficas.
2. Modificaciones de las Fuentes Tipográficas.
3. Eslogan.
4. Zona de Resguardo.
5. Grilla de Construcción.
6. Fondos de Color.
7. Reducciones.



01

*Escudo Institucional*

---



# *Escudo Institucional*

1. Presentación Isologotipo - Identificador Simbólico: Logotipo con Símbolo



# KLEBER



# Escudo Institucional

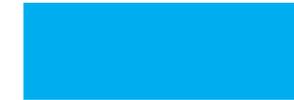
2. Colores Oficiales



# KLEBER



PANTONE 158 C



C: 8%



M: 62%



Y: 89%



K: 1%



R: 233



G: 93



B: 21

#E95D15



BLACK 6 C



C: 75%



M: 68%



Y: 67%



K: 90%



R: 7



G: 6



B: 6

#070606

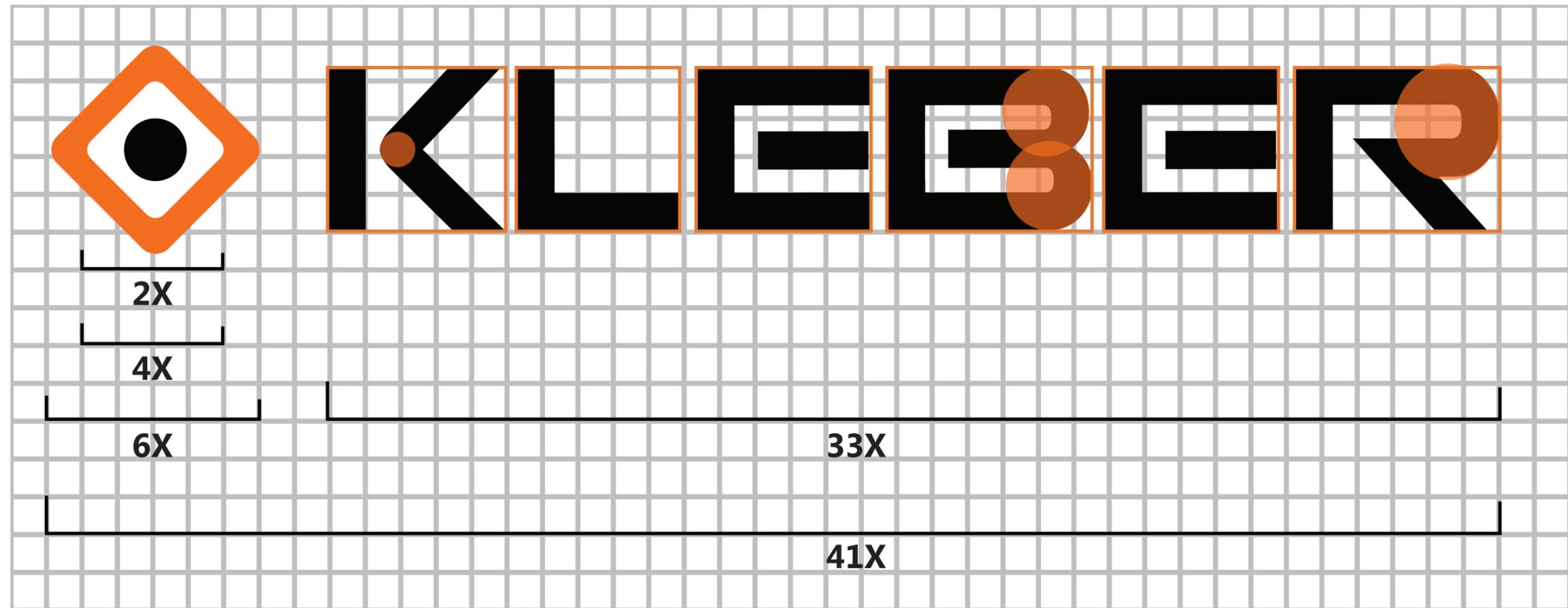
**KLEBER**

Manual de Marca



# Escudo Institucional

## 3. Grilla de Construcción



01

# Escudo Institucional

4. Zona de Resguardo











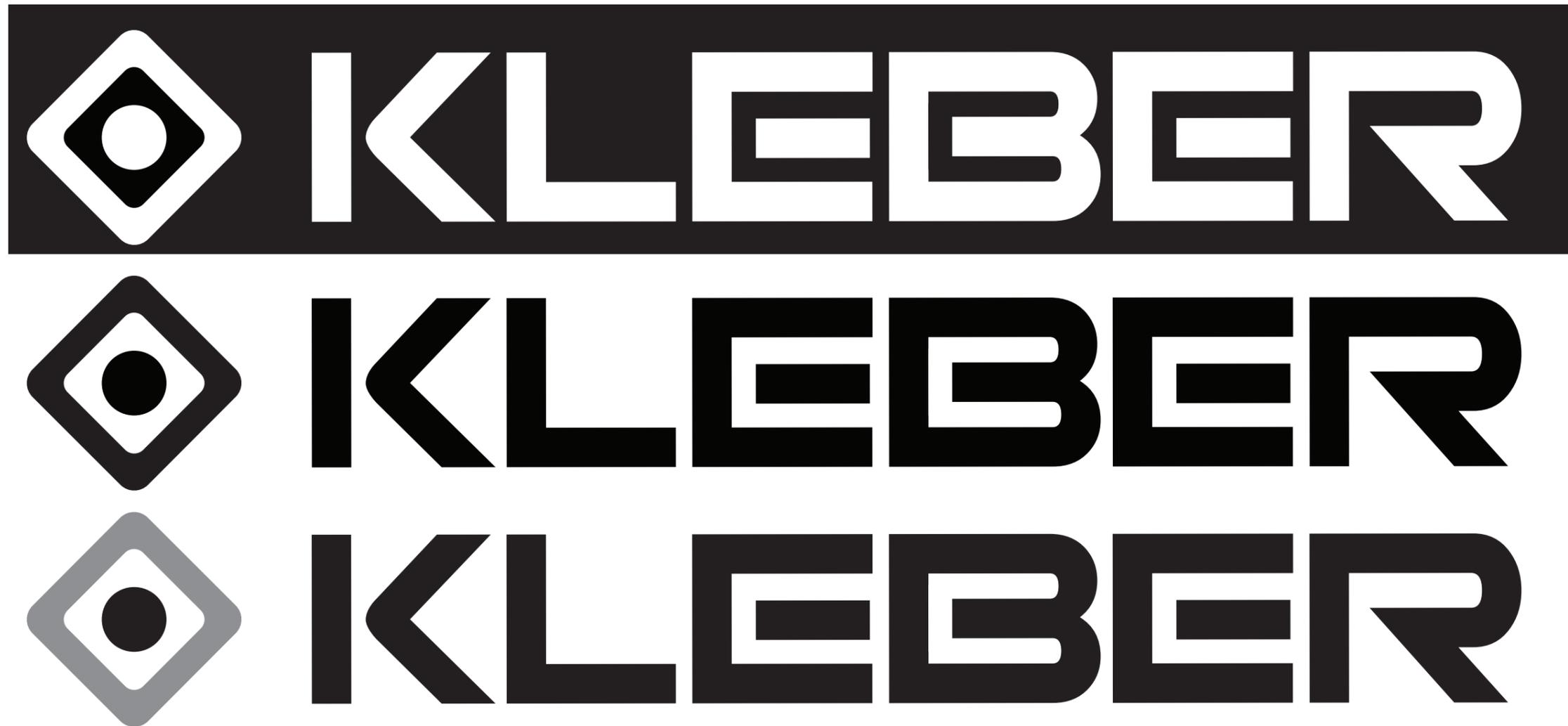





Al modificar el isologotipo se modifica la identidad y su fuerza. Por lo que no puede existir ningún intento rediseñar o recolorar la marca.

A continuación enlistamos los errores más comunes que deben evitarse:

- No condensar.
- No expandir.
- No aumentar el tamaño del logotipo haciendo que el isotipo sea más pequeño.
- No aumentar el tamaño del isotipo haciendo que el logotipo sea más pequeño.
- No retirar el círculo pequeño ni ninguno de los rombos del isotipo.
- No reducir el tamaño del círculo pequeño ni ninguno de los rombos del isotipo.
- No desplazar el círculo o los rombos dentro del isotipo.
- No cambiar el color del logotipo, y menos en naranja.
- No utilizar otro naranja.
- No invertir los colores del isologotipo.
- No utilizar otra fuente tipográfica.



01

# Escudo Institucional

7. Reducciones

100%



50%



25%



La marca puede aumentar o reducir su tamaño de forma proporcional según el caso, pero su reducción mínima es de 3,7 cm de ancho por 0,5 cm de alto. Esto se debe a que su componenetes no son fáciles de distinguir si se siguen reduciendo.

24,6 cm



3,7cm





En ciertas ocasiones donde no hay posibilidad de utilizar más de un color en la marca, existen algunas versiones monocromáticas. Pueden utilizarse cuando deban hacerse impresiones a una sola tinta o en ciertas publicidades donde el fondo lo requiera.

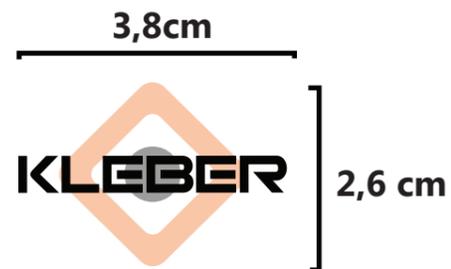


Al colocar la marca sobre fondos de color, se aconseja elegir algunos dentro de la paleta de colores de la marca, tales como el negro o el gris. Se encuentra prohibido colocar la marca sobre algún fondo de color NARANJA.





**KLEBER**



### ISOLOGOTIPO ORIGINAL

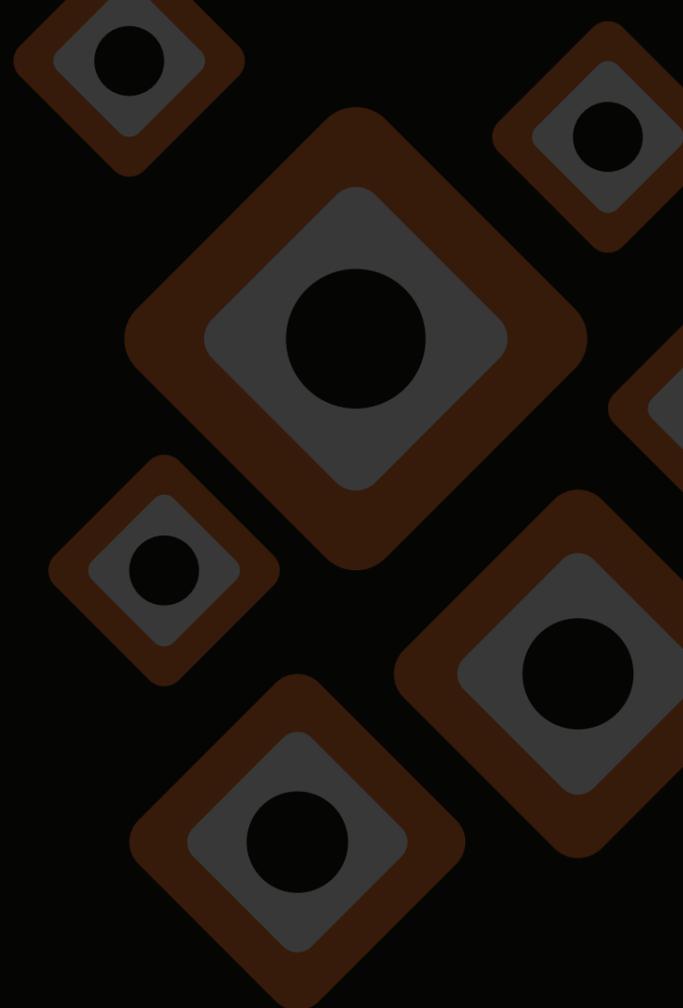
Esta versión original puede utilizarse en casi todos los productos, publicaciones, posteos, anuncios publicitarios y stands. El isotipo debe encontrarse del lado izquierdo del logotipo y no puede posicionarse de forma superior o inferior a este. Su reducción mínima es de 3,7cm por 0,5cm.

### LOGOTIPO PURO

Esta versión es útil cuando se llevan a cabo notas o cuando la marca es acompañada por algún texto extenso. Se retira el isologo, dejando únicamente el logotipo. Su reducción mínima es de 3cm por 0,5cm.

### SEGUNDO ISOLOGOTIPO

Esta versión no es recomendada de forma frecuente. Se utiliza únicamente cuando se requiere posicionar la marca dentro de un espacio pequeño, como un cubo o un círculo. Esto se debe a que al utilizar el ISOLOGOTIPO ORIGINAL de forma horizontal, se tiende a reducir su totalidad, haciendo que se pierdan detalles y sea menos visible. Es por esta razón que se sugiere utilizar el logotipo en grande y colocar el isologotipo por detrás en un mayor tamaño y con baja opacidad. Su reducción mínima es de 3,8cm por 2,6cm.



## *Identidad Comercial*

---

 <sup>2</sup> **KLEBER**

<sup>1</sup> *es mejor, es...*  
 <sup>2</sup> **KLEBER**

<sup>1</sup> *Lucida Handwriting*  
<sup>2</sup> **Bitsumishi**

En el proceso de elección de las fuentes tipográficas el eje principal fue su legibilidad, su pregnancia y su forma de reflejar la calidad de los productos.

En el caso del logotipo, se eligió que fuese una tipografía gruesa debido a que es fácil de distinguir e identificar, además de que se lee de forma sencilla.

Para el eslogan se decidió usar una fuente tipográfica en cursiva para hacer alusión a una firma o sello de calidad. Busca reafirmar y garantizar la calidad y la excelencia de los productos.

**KLEBER**

**KLEBER**

bitsumishi



## 02 *Identidad Comercial*

2. Eslogan

*es mejor, es...*



# KLEBER

*es mejor, es...*

**KLEBER**





# Identidad Comercial

5. Fondos de Color



# 02

## Escudo Institucional

### 6. Reducciones

100%

*es mejor, es...*



50%

*es mejor, es...*



25%

*es mejor, es...*



La marca puede aumentar o reducir su tamaño de forma proporcional según el caso. Pero su reducción mínima es de 7,5 cm de ancho por 1,6 cm de alto. Esto se debe a que el eslogan se vuelve ilegible al momento de seguir reduciendo la marca.

22 cm

*es mejor, es...*



4,6 cm

7,5cm

*es mejor, es...*



1,6 cm

*es mejor, es...*



**KLEBER**