kluppy.

Guía de identidad de marca

v1.0 · julio 2026

Mecanografía que engancha.

Kluppy es la plataforma de mecanografía online con ejercicios personalizados por IA y una progresión gamificada: niveles, ligas, rachas y recompensas. La usan colegios, familias, academias, empresas y personas que preparan oposiciones — más de 15.000 alumnos en total y más de 100 centros este curso.

Personalidad

Cercana — hablamos de tú, siempre. También en B2B.
Clara — frases cortas, cero jerga. Decimos lo que pasa y qué hacer.
Motivadora — celebramos el progreso: cada PPM cuenta.
Juguetona con rigor — gamificamos en serio: datos reales, método real.

El cuadrado azul

El punto del logotipo no es un punto: es un **cuadrado**. Una tecla, un píxel, un bloque de progreso. Es nuestro símbolo más reconocible y el único elemento de color del logo. De él salen el icono de la app, el recurso gráfico de las piezas de marketing (la estela de cuadrados) y el punto final cuadrado de los titulares.

La estela de cuadrados: tamaños decrecientes y opacidades 100 / 55 / 28 %. Se usa como acento en esquinas de piezas gráficas, nunca sobre el logotipo.

Cuatro versiones, una regla

La versión principal es el wordmark negro con el cuadrado azul. Úsala siempre que el fondo sea claro. Sobre fondos oscuros o de color, usa la versión negativa. Las monocromas quedan para casos límite: impresión a una tinta, grabados, marcas de agua.

Principal
Fondos claros. La opción por defecto.

Negativa
Fondos oscuros. El cuadrado sigue azul.

Monocroma negra
Impresión a una tinta sobre claro.

Monocroma blanca
Una tinta sobre oscuro o sobre Kluppy Blue.

El wordmark está compuesto en **Coolvetica** (Typodermic Fonts) con tracking −1% y el punto sustituido por el cuadrado azul. Aun así, usa siempre los ficheros vectoriales del pack (**brand/logo/**): no lo recompongas escribiendo, aunque tengas la fuente instalada.

Aire y tamaño mínimo

La unidad de medida es ■, el propio cuadrado azul del logo. Deja como mínimo **2■ de zona de protección** en los cuatro lados: nada de texto, bordes ni otros logos dentro de esa zona.

Los cuadrados de las esquinas representan la unidad ■. El área punteada es la zona de protección mínima.

Tamaños mínimos

kluppy.

Digital: nunca por debajo de **120 px** de ancho

kluppy.

Impresión: nunca por debajo de **30 mm** de ancho

Por debajo de esos tamaños (avatares, favicon, app icon) no se reduce el logotipo: se usa el **icono k.** de la página 06.
Proporción del logotipo: ~3,08:1 — no la alteres jamás.

Lo que no se hace

Si dudas, vuelve a los ficheros originales del pack y no toques nada. Estos son los errores más comunes:

× Estirar o deformar

× Condensar

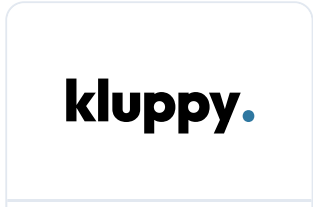
× Rotar o inclinar

× Sombras y efectos

× Recolorear el wordmark

× Cambiar el color del cuadrado

× Fondos sin contraste (usa la negativa)



× Recomponer con una tipografía

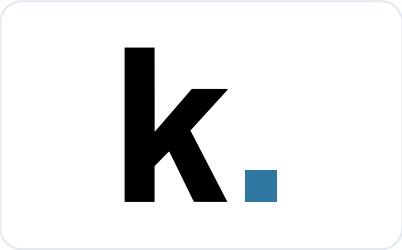
Tampoco: añadir contornos, degradados, opacidades, animar el wordmark letra a letra ni colocar el logo sobre fotografías con ruido visual sin una capa de contraste debajo.

k punto.

Cuando el logotipo completo no cabe o no se lee — favicon, icono de app, avatar de redes, botones — se usa el icono: la **k** real del wordmark con su cuadrado, en blanco sobre una baldosa Kluppy Blue. Nunca convivan el icono y el logotipo completo en la misma composición.

Baldosa (app icon, favicon)

Esquinas redondeadas (avatares)



k. suelta (usos internos, marcas de agua)

Escalado

128 px

64 px

32 px

16 px

El pack incluye favicon.ico (16/32/48), favicon.svg, apple-touch-icon (180) y tamaños Android (192/512) en **brand/logo/favicon/**.

Kluppy Blue manda

Kluppy Blue
El color del cuadrado. Acentos, CTAs de marca, detalles.

HEX `#2E77A0` RGB `46 · 119 · 160`
CMYK aprox. `71 · 26 · 0 · 37` (verifica en prueba de imprenta)
No lo sustituyas por el índigo del producto ni por otros azules.

50	100	200	300	400	500 ★	600	700	800	900

Neutros y fondos

Negro
#000000 · wordmark, titulares

Blanco
#FFFFFF · fondo por defecto

Superficie
#F8FAFC · fondos suaves

Azul noche
#0F172A · piezas dark

Paleta digital del producto (UI)

La app y la web usan esta paleta funcional. En piezas de marca manda Kluppy Blue; el índigo queda para la interfaz del producto.

Primario UI
#4F46E5

Éxito
#10B981

Aviso
#F59E0B

Peligro
#EF4444

Info
#0EA5E9

60% blanco / superficie	30% negro (texto)	10%

Proporción orientativa 60/30/10: el azul es un acento, no un fondo dominante — salvo en el icono y en piezas puntuales.

Tres fuentes, tres papeles

Coolvetica (Typodermic Fonts) es la fuente del logotipo — y solo del logotipo: no se usa para titulares ni texto. **Outfit** (Google Fonts, variable 400–900) es la tipografía corporativa: web, app, presentaciones, email y marketing. Los datos de rendimiento — PPM, precisión, tiempos — van siempre en **Roboto Mono**.

Coolvetica — kluppy

Solo el logotipo y lockups. Licencia de Typodermic Fonts.

Outfit — Aa Bb Cc 0123

Regular 400 Medium 500 **Bold 700** **ExtraBold 800**

Jerarquía tipo

> **Titular ExtraBold, tracking −3%, y el punto final cuadrado.**
>
> **Subtítulo Bold 700 en negro**
>
> Cuerpo Regular/Medium en gris pizarra #475569, interlineado 1,5. Frases cortas y directas, de tú.
>
> PIES Y ETIQUETAS · MEDIUM · MAYÚSCULAS CON TRACKING AMPLIO

`92 PPM · 99% precisión · 0 errores`

Roboto Mono 400 — métricas, contadores y cifras de rendimiento. Nunca para texto corrido.

Ojo: Coolvetica es la voz del logo, no de los textos: si un titular apareciera en Coolvetica competiría con la marca. Los titulares van en Outfit ExtraBold, que convive bien con el wordmark.

Una familia, una voz

Sub-marcas

Los productos de la familia se nombran con el logotipo + descriptor en Outfit Medium, minúsculas, gris pizarra, separado por un filete. El descriptor nunca se integra "dentro" del logo.

kluppy. | talent

kluppy. | academy

kluppy. | velocidad

Tono de voz

Tuteo siempre — también con colegios y empresas. En el producto de consumo, lenguaje agnóstico de edad: nada de "padres", "peques" ni "cole" (la excepción es el contexto B2B/extraescolar, donde sí se habla de alumnos, familias y centros). Cuatro idiomas — es · eu · ca · en — con la misma voz.

✓ Así sí
Escribe tu primera frase y mira tus PPM.

× Así no
El usuario deberá completar el ejercicio para visualizar sus estadísticas.

✓ Así sí
¿Racha de 7 días? Vamos a por la octava.

× Así no
Le informamos de que usted dispone de una racha de 7 días.

✓ Así sí
Tu progreso, cada semana en tu email.

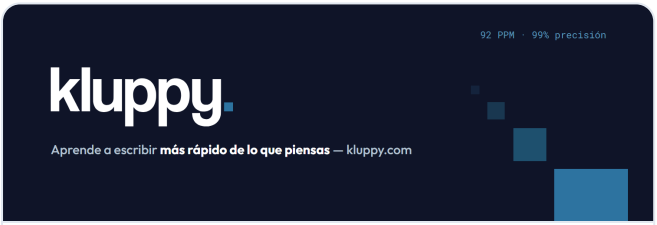
× Así no
Los niños recibirán un informe que los padres podrán revisar.*

* En consumo. En comunicación B2B con centros sí hablamos de alumnos, familias y profesorado — sin perder el tuteo.

El pack, listo para usar

OG image (web / enlaces) — 1200×630

Plantilla post — 1080×1080



Cabecera X — 1500×500

Banner LinkedIn — 1584×396

`brand/logo/svg/`	Logotipo vectorial: principal, negativo, monocromos, icono, k. suelta
`brand/logo/png/`	Exportaciones PNG transparentes (512–4096 px)
`brand/logo/favicon/`	favicon.ico + .svg, apple-touch-icon, Android 192/512
`brand/social/`	PNG finales + plantillas HTML editables en social/src/
`brand/email/`	Cabecera de email (PNG @2x) y firma-email.html
`brand/guidelines/`	Esta guía en HTML y PDF (es · en · eu · ca)

Las plantillas HTML llevan la fuente incrustada: ábrelas en un navegador, cambia el texto y haz captura al tamaño exacto (o pídele a Claude que regenere los PNG). Dudas de marca: i.unanue@kluppy.com.