



Manual de Marca Fracttal

Contenidos

Introducción

Estrategia de marca

Introducción a la marca	06
Quiénes somos	07
Propósito, misión y visión	08
Valores	09
Personalidad de marca	10
Tono de voz	11
Eslogan	12
Frases fuerza	13
Guía de copywriting	14
Nomenclatura	15

Logo

El logo Fracttal	17
Isotipo	18
Logotipo	20
Versiones	21
Espacio autónomo	23
Restricciones	24
Arquitectura de marca	25
Trademark	26
Submarcas: Fracttal One™	27
Submarcas: Fracttal Sense™	28
Submarcas: Fracttal AI™	29
Submarcas: Fracttal Go™	30
Submarcas institucionales	31
Co-branding	32

03 Color

05

Paleta de colores principales	34
Paleta de colores secundaria	35
Fractal Gradient Flow	36
Gradientes lineales	37
Combinaciones	38
Ejemplos	39
Restricciones	40

Tipografía

Aeonik	42
Pesos	43
Jerarquía	44
Alineación, tracking, espaciado y altura de línea	45
Restricciones	46
Tipografías auxiliares	47

Elementos visuales

Formas	49
Iconografía	50
Pictogramas	51
Estilos	52
Ilustraciones y representación de datos	53
Efecto frost	54
Producto: Wireframes	55
Producto: Sensores IoT	56
Composiciones	57

33 Fotografía

41

Principios	59
Eventos	60
Directrices: Eventos	61
Corporativa	62
Directrices: Corporativa	63
Producto	64
Directrices: Producto	65
Industria	66
Directrices: Industria	67
Recomendaciones	68

Video

Grilla 16:9	70
Grilla 9:16	71
Grilla 1:1	72
Ubicación del logo	73
Caption	75
Subtítulos	76
Intro y outro	77
Restricciones	78

Marca en uso

Documentación corporativa	80
Email	81
Social Media	82
Perfil plataformas	83
Otras aplicaciones	84

58 Descargables

92

1

Introducción

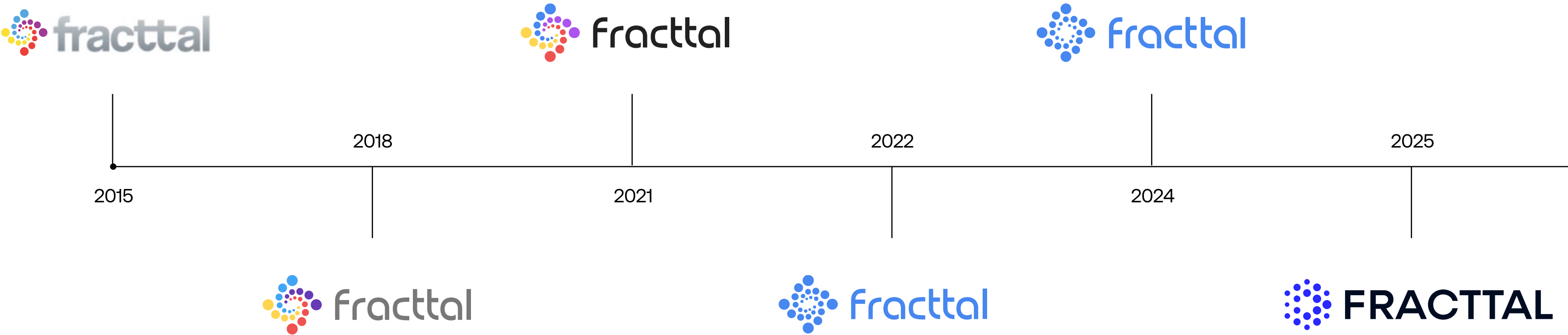
Introducción

La identidad de Fracttal es más que un logotipo: es un sistema visual que refleja quiénes somos, cómo pensamos y hacia dónde nos dirigimos. Este manual es la guía oficial que define cómo nuestra marca debe expresarse en cada punto de contacto, asegurando coherencia, claridad y fuerza visual.

Al igual que nuestras soluciones, nuestra marca se optimiza con el tiempo. Así como el mantenimiento garantiza eficiencia y prolonga la vida útil de los activos, nuestra identidad visual evoluciona para mantenerse relevante, sólida y preparada para el futuro.

Cada actualización de la marca representa un proceso de mejora continua: no se trata de empezar desde cero, sino de conservar lo que funciona, optimizar lo que debe mejorar y prepararnos para el futuro. Hoy damos un nuevo paso, con una identidad más sólida, tecnológica y alineada con la misión que nos inspira: mantener el mundo en movimiento.

La evolución de nuestro logotipo no es solo una transformación gráfica: es la expresión visual de lo que hacemos cada día.



2

Estrategia de marca

Introducción a la marca

La marca Fracttal es mucho más que un identificador visual: es un sistema integral que articula nuestra visión, propósito y propuesta de valor. Representa la forma en que nos mostramos al mundo, cómo nos diferenciamos y cómo generamos confianza en cada interacción.

Su función es unificar nuestra comunicación, transmitir solidez y proyectar innovación. La marca actúa como un lenguaje común entre nuestros productos, equipos y audiencias globales, asegurando una experiencia coherente sin importar el canal, el país o el contexto.

Cada elemento, desde el isotipo hasta el tono de voz, ha sido cuidadosamente diseñado para reforzar nuestra posición como líderes tecnológicos en mantenimiento y reflejar la energía y el movimiento que impulsan a Fracttal.

+40.000

Usuarios confían en nosotros



El siguiente nivel

del mantenimiento



FRACTTAL



FRACTTAL



FRACTTAL

Quiénes somos

Fractal es una compañía tecnológica dedicada al desarrollo de soluciones digitales para la gestión del mantenimiento. A través de la innovación constante, la inteligencia artificial y el internet de las cosas (IoT), impulsamos a las organizaciones a mantener el mundo en movimiento. Nuestra misión es hacer que la gestión de activos sea más eficiente, segura y sostenible, ayudando a las empresas a optimizar sus operaciones mediante tecnología avanzada y diseño intuitivo.

Fractal nació con la convicción de que el mantenimiento no es solo una necesidad operativa, sino una disciplina estratégica que puede transformar la productividad, la seguridad y la sostenibilidad industrial.

Hoy, somos una empresa global con presencia en más de 60 países, enfocada en ofrecer herramientas que integran a las personas, los activos y los datos en un solo ecosistema digital.



Propósito, Visión y Misión

La estrategia de marca parte de comprender el “por qué” y “para qué” de Fracttal. Nuestro propósito, misión y visión actúan como la brújula que orienta todas las decisiones de comunicación, producto y cultura organizacional. Definen nuestro rol en el mundo y la dirección hacia donde avanzamos como compañía.

Propósito

Impulsar la continuidad operativa de empresas y organizaciones, conectando personas, activos y tecnología para llevar el mantenimiento al siguiente nivel.

Misión

Simplificar y transformar la gestión de mantenimiento a través de soluciones tecnológicas innovadoras, accesibles y confiables que ayuden a las organizaciones a operar de forma más eficiente, segura y sostenible.

Visión

Ser la plataforma tecnológica líder en mantenimiento a nivel global, anticipando necesidades, potenciando decisiones estratégicas y garantizando que el mundo no se detenga.

Valores

Los valores son el pilar emocional y operativo de la marca. No solo expresan lo que creemos, sino también cómo actuamos día a día. Son principios transversales que conectan a nuestros equipos, nuestros productos y nuestras audiencias.

Innovación constante

Evolucionamos al ritmo de la tecnología.

Confiabilidad

Generamos confianza con soluciones robustas y seguras.

Simplicidad

Transformamos la complejidad en experiencias simples y efectivas.

Colaboración

Trabajamos juntos para impulsar grandes resultados.

Impacto positivo

Conectamos tecnología con propósito para mejorar el mundo.

Personalidad de marca

La personalidad define el carácter de Fracttal. Nos permite proyectar una identidad reconocible y consistente, transmitiendo quiénes somos y cómo queremos ser percibidos. Es la voz y actitud que damos a cada interacción con nuestro entorno.

Tecnológica

Avanzada, moderna y con visión de futuro.

Cercana

Hablamos con claridad y empatía.

Dinámica

En constante movimiento, impulsando el cambio

Confiable

Sólida, precisa y transparente.

Ambiciosa

Con la mirada puesta en crecer sin límites.

Tono de voz

El tono de voz es la forma en que expresamos nuestra personalidad. Marca la diferencia entre sonar técnicos y sonar humanos, entre informar y conectar. Esta guía asegura que todos los mensajes de Fracttal hablen con una misma voz, sin importar el canal.

Claro y directo

Sin tecnicismos innecesarios ni adornos excesivos.

Inspirador

Proyecta confianza, liderazgo e innovación.



Cercano

Habla con las personas, no a ellas.

Activo

Transmite energía y movimiento.

Ejemplo:

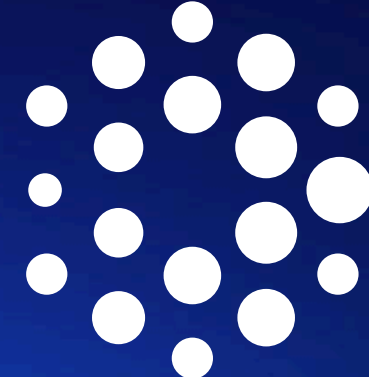
-  Acelera tu operación con tecnología inteligente.
-  Nuestra plataforma ofrece múltiples características técnicas que permiten una gestión eficiente de activos.

Eslogan

El eslogan sintetiza la esencia de la marca en una frase clara, inspiradora y memorable. Es una declaración de intenciones: proyecta nuestra visión, comunica nuestra propuesta de valor y refuerza la identidad de Fractal en cada punto de contacto.

Más que una simple línea creativa, el eslogan actúa como un ancla estratégica que resume quiénes somos, hacia dónde vamos y cómo queremos ser recordados. Es el hilo conductor que conecta nuestra comunicación con nuestra promesa de marca.

Esta frase refuerza nuestra posición como líderes tecnológicos que impulsan a la industria a evolucionar.

El siguiente nivel  del mantenimiento

Frases fuerza

Las frases fuerza son expresiones cortas, memorables y con carga emocional que refuerzan el posicionamiento de marca. Deben ser simples, directas y representar la esencia de Fracttal: tecnología, movimiento, innovación y mantenimiento.

1. Identifica el enfoque del mensaje

Antes de escribir, define qué quieres transmitir:

- Inspirar → visión y propósito.
- Reforzar identidad → quiénes somos y qué hacemos.
- Motivar a la acción → mostrar impacto.

Ejemplo de enfoques:

- Inspirar → “El futuro del mantenimiento es ahora.”
- Identidad → “Mantenemos el mundo en movimiento.”
- Acción → “Transforma tu operación con tecnología.”

2. Usa lenguaje simple y activo

- Evita tecnicismos.
- Prioriza verbos fuertes y positivos (mantener, avanzar, transformar, impulsar, conectar).
- Escribe en presente para transmitir energía.

3. Sé breve y contundente

- Máximo una línea.
- Evita conectores innecesarios o ideas dobles.
- Debe poder funcionar sola, sin explicaciones extra.

4. Haz que evoque marca

La frase debe ser coherente con nuestra identidad visual, tono de voz y propósito. No es un slogan alternativo: es un refuerzo narrativo que puede vivir en campañas, slides, videos, posts, presentaciones y más.



“Mantenemos el mundo en movimiento”



“La tecnología que transforma la forma de hacer el mantenimiento”



“Conectamos activos, personas y decisiones”



“El futuro del mantenimiento comienza en Fracttal”



“Nuestra plataforma tiene funcionalidades que permiten conectar personas con tecnología”



“Somos una empresa de tecnología que impulsa procesos industriales para mejorar la eficiencia”

Guía de copywriting

El copywriting es clave para traducir ideas complejas en mensajes simples y poderosos. Esta guía establece principios básicos para asegurar una comunicación clara, directa y alineada con la identidad verbal de Fractal.

Recomendaciones clave

- Usar frases cortas, con verbos activos y positivos.
- Priorizar beneficios sobre características técnicas.
- Mantener la estructura de comunicación basada en claridad + propósito.
- Adaptar el tono según el canal: más técnico en producto, más emocional en marca, más funcional en soporte.

Ejemplo 1:

- ✓ Fractal conecta todo tu mantenimiento en una sola plataforma inteligente.
- ✗ Nuestro software cuenta con múltiples funcionalidades avanzadas.

Ejemplo 2:

- ✓ Mantenimiento inteligente impulsado por datos reales.
- ✗ Automatización mediante IA y IoT.

Nomenclatura

Una nomenclatura consistente garantiza que cada nombre, ya sea de marca, producto o iniciativa, se use correctamente. Esto fortalece el reconocimiento, evita confusiones y proyecta profesionalismo y coherencia en todos los puntos de contacto.

Nombre de marca principal

- La forma correcta es siempre **Fracttal**, con F mayúscula y doble “t”.
- Nunca debe escribirse fractal, Fractal ni en minúsculas.
- La palabra **Fracttal** no lleva TM ni ® (a menos que cambie su estatus legal en el futuro).

Nombres de productos

- Todos los productos deben presentarse con la estructura: **Fracttal + Nombre del producto**.
- Ejemplos correctos: Fracttal One, Fracttal Sense, Fracttal Go, Fracttal AI.
- Siempre deben respetarse las mayúsculas iniciales en los nombres.
- No deben utilizarse abreviaciones informales (por ejemplo, “F-One” o “FF Sense”) en piezas públicas.

Uso del ™

- Cuando los nombres de productos se presentan sin su logotipo, deben acompañarse del símbolo ™ inmediatamente después del nombre (sin espacio). Ejemplo: Fracttal One™
- El símbolo no debe usarse en exceso: solo en primeras apariciones destacadas dentro de una pieza (título, primer párrafo o slide principal).
- No es necesario repetir el TM en menciones secundarias dentro del mismo texto o presentación.

Reglas de estilo y coherencia

- No traducir ni adaptar los nombres de productos a otros idiomas.
- No pluralizar ni combinar los nombres con términos genéricos (por ejemplo, evitar “los Fracttal Senses”).
- En contextos técnicos o legales, el nombre debe mantenerse intacto, incluso si el texto circundante está traducido.
- Cuando se mencione más de un producto, deben ordenarse alfabéticamente o jerárquicamente según su relevancia estratégica.

Ejemplos

- ✓ Fracttal One™ permite gestionar activos en tiempo real.
- ✓ Nuestra solución combina Fracttal One™, Fracttal Sense™ y Fracttal Go™ en un solo ecosistema.
- ✗ Fractal one permite gestionar activos en tiempo real.
- ✗ F-One y Sense integran la plataforma de mantenimiento.

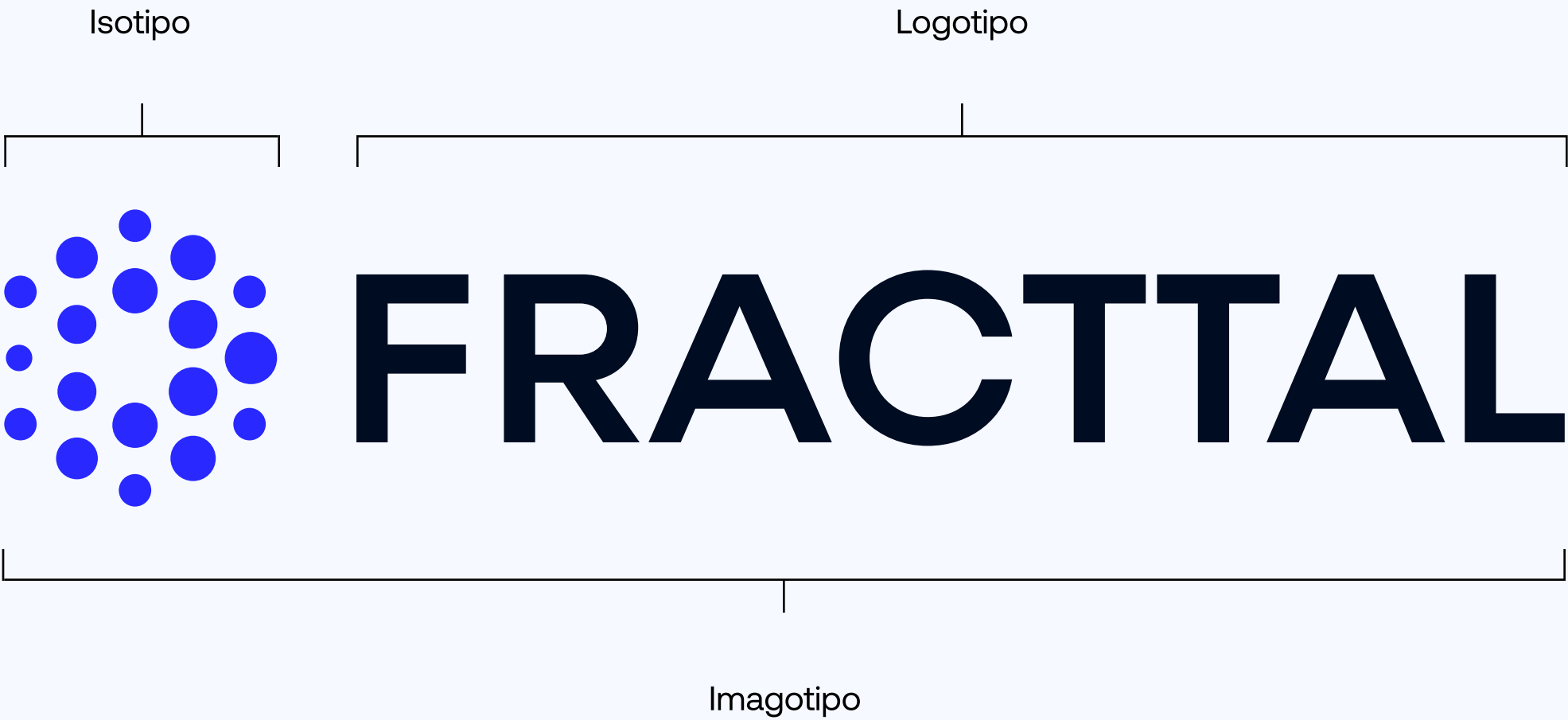
3

Logo

El logo Fracttal

El logo de Fracttal está compuesto por dos elementos fundamentales: **un isotipo** (símbolo gráfico) y **un logotipo** (denominación tipográfica). En conjunto, conforman un **imagotipo**, permitiendo que ambos puedan funcionar de manera integrada o, en casos específicos, de forma independiente.

El isotipo representa la esencia visual y conceptual de la marca, mientras que el logotipo asegura su identificación verbal. Para preservar su legibilidad, se establece una reducción mínima de uso: no debe reproducirse a un tamaño menor que el definido, asegurando así su correcta lectura en cualquier soporte.



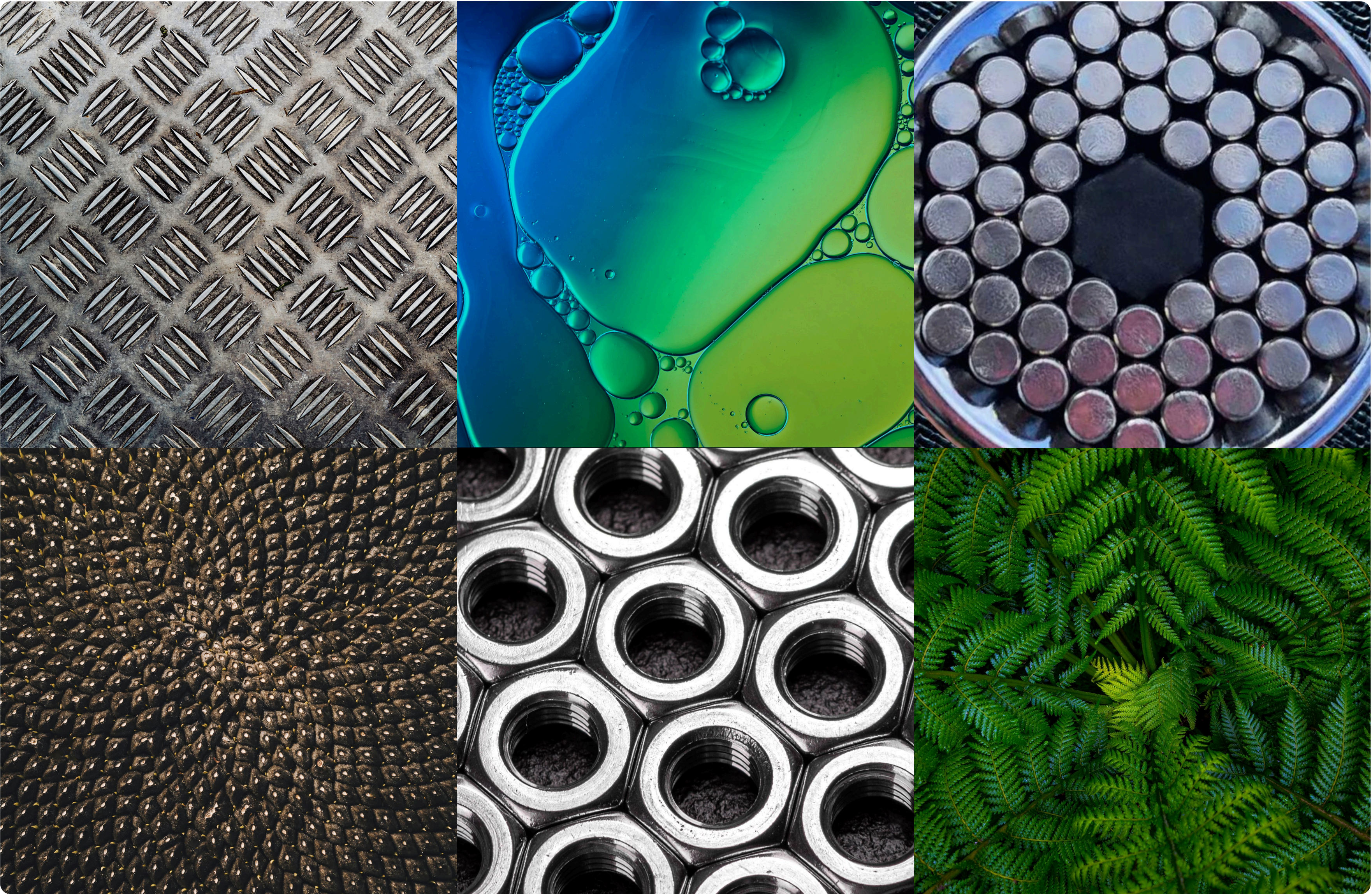
Tamaño mínimo permitido: 20px H / 3mm H

Isotipo

El isotipo de Fracttal nace de la observación de patrones fractales presentes tanto en la naturaleza como en la industria y la tecnología. Desde la disposición de elementos metálicos y mecánicos hasta la estructura repetitiva de hojas y superficies naturales, estos patrones comparten un principio común: la fractalidad.

Este concepto también se expresa a través de texturas y materialidades que remiten al mundo del mantenimiento: superficies metálicas, estructuras modulares y formas orgánicas que conviven en un mismo ecosistema visual.

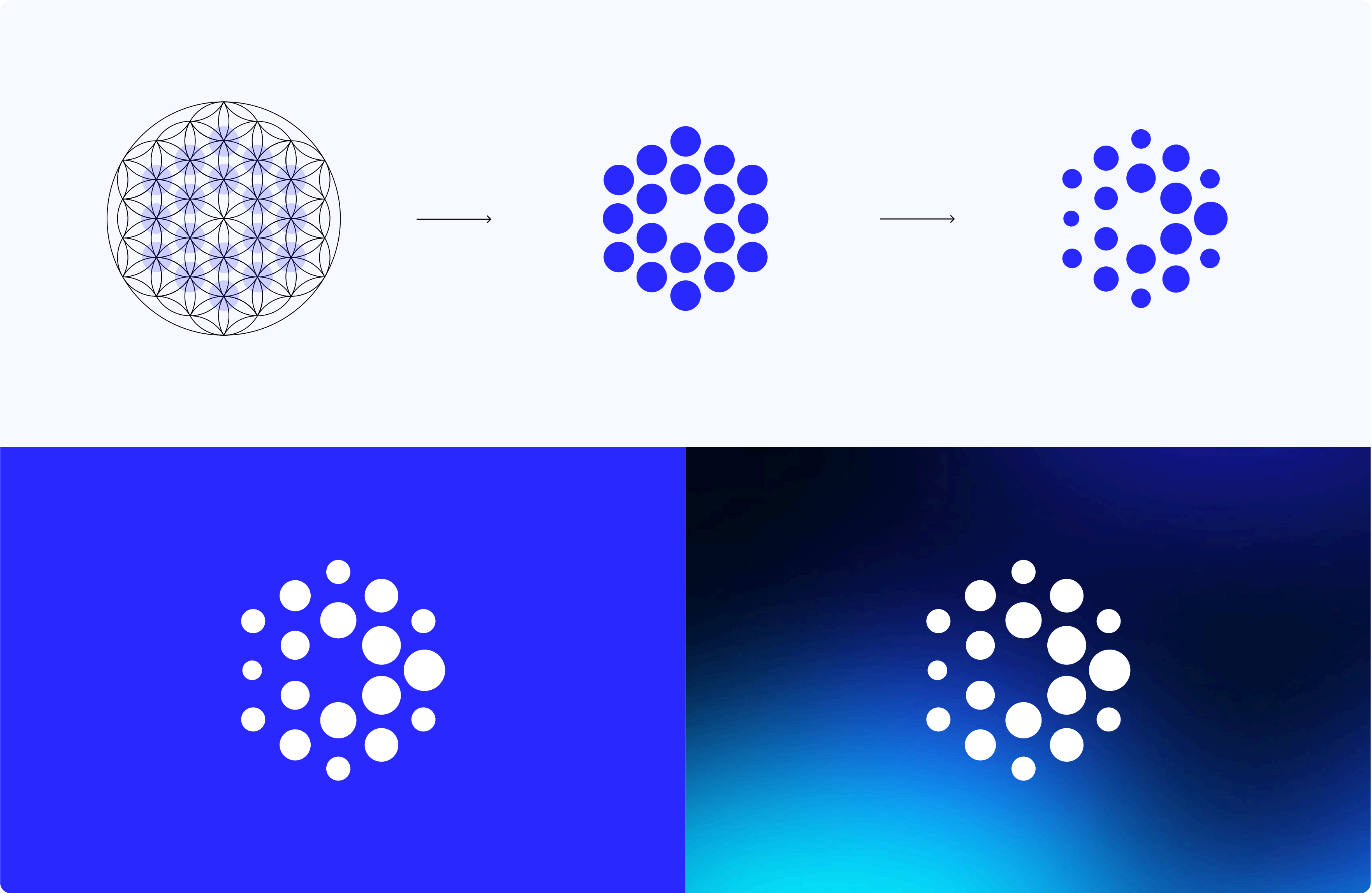
La repetición armónica de estas formas inspira nuestra identidad, conectando el mundo físico con el digital, y reforzando nuestra visión de expansión, conexión e innovación continua.



Isotipo

El isotipo de Fractal se construye a partir de la Flor de la vida, una figura geométrica compuesta por círculos entrelazados que históricamente ha representado equilibrio, expansión y conexión. Este patrón sirve como retícula base para organizar múltiples círculos sólidos de distintos diámetros de manera radial y armónica.

A partir de esta disposición, se genera en el centro una contraforma en forma de flecha orientada hacia la derecha, que simboliza movimiento, avance y transformación: conceptos profundamente ligados a la esencia de la marca. Esta flecha no es un elemento añadido, sino el resultado natural de la estructura fractal, que alude a formas que se repiten en diferentes escalas, tal como ocurre en la innovación y la evolución tecnológica.



Logotipo

El logotipo de Fracttal fue diseñado especialmente para esta identidad. Utiliza una tipografía sans serif de construcción geométrica y contemporánea, con ajustes precisos para garantizar equilibrio visual, claridad y presencia. Cada letra fue refinada de forma individual, asegurando proporciones armónicas que refuercen la legibilidad y la solidez de la marca. La doble T central fue cuidadosamente trabajada para optimizar el espaciado y dar un ritmo visual único, distintivo de la marca.



Versiones

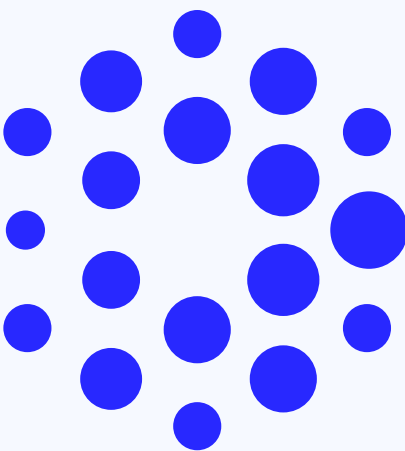
La marca cuenta con tres versiones principales:

- Horizontal (principal): isotipo a la izquierda y logotipo a la derecha, recomendada para la mayoría de los usos.
- Vertical: isotipo centrado arriba y logotipo abajo, ideal para espacios reducidos o composiciones centradas.
- Solo isotipo: permitida en aplicaciones donde la marca ya esté identificada en el entorno (por ejemplo, favicons, avatars o piezas secundarias).

Estas versiones existen en color principal, inversa y monocromática, asegurando adaptabilidad sin perder identidad.



Versión principal: horizontal



FRACTTAL

Versión alternativa: vertical



Símbolo: Isotipo

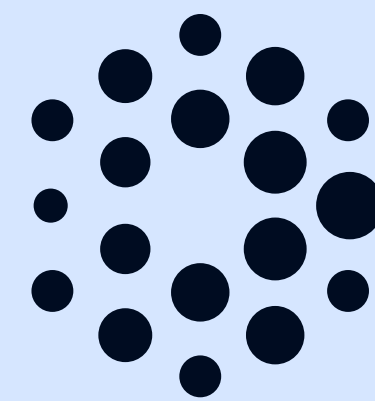
Duotono



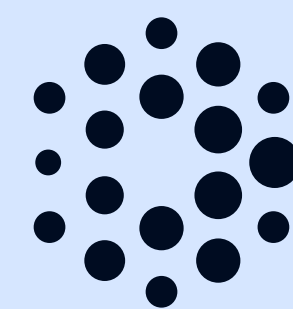
FRACTTAL



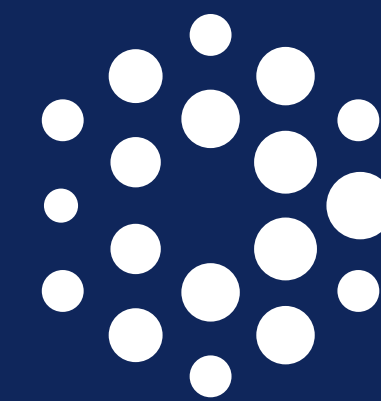
Monotono



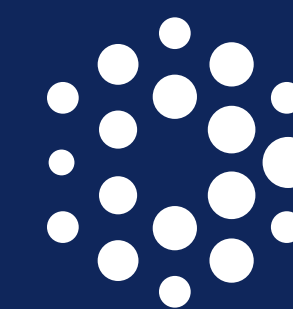
FRACTTAL



Blanco

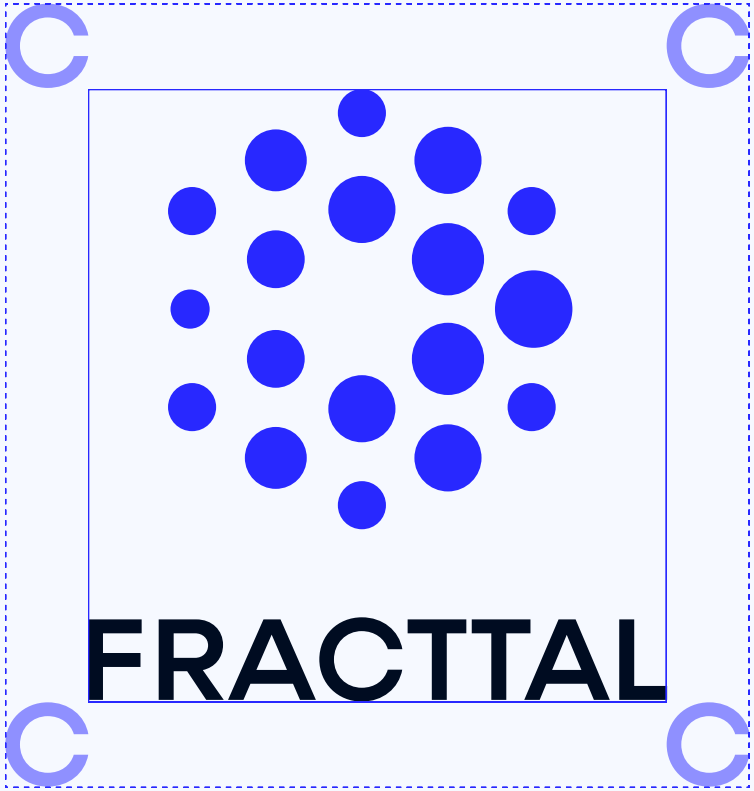
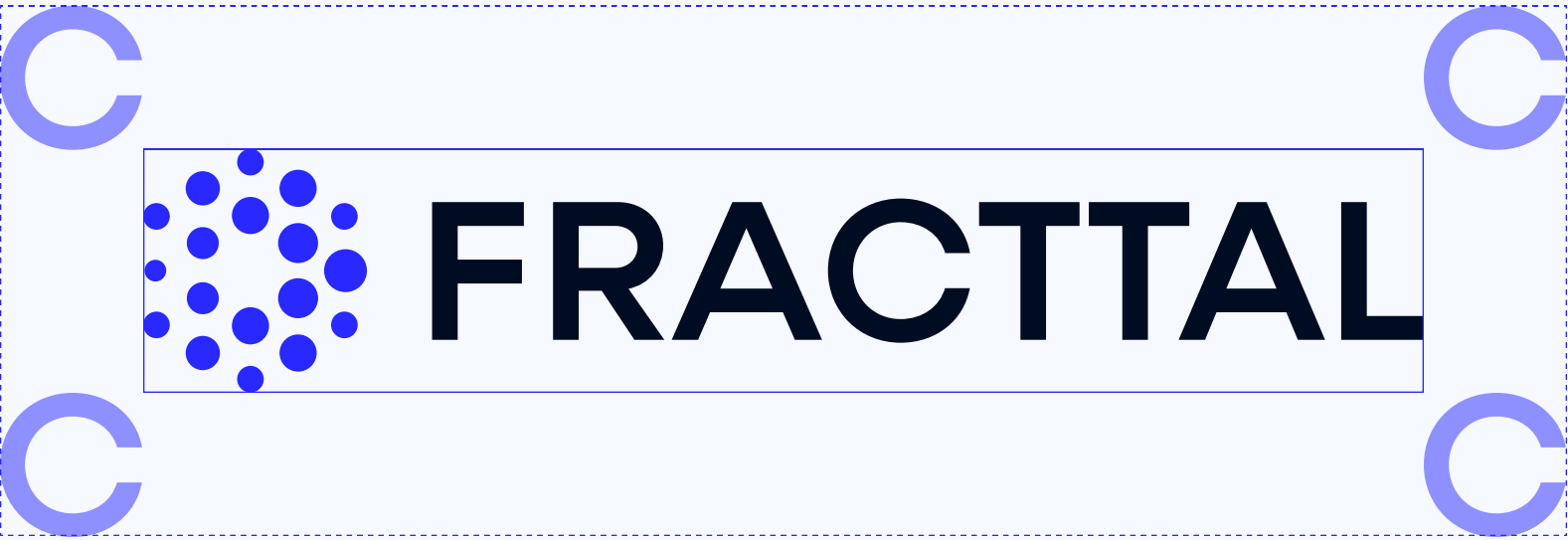


FRACTTAL



Espacio autónomo

Para garantizar la correcta lectura y visibilidad, se debe respetar un área de seguridad alrededor de la marca en cualquiera de sus versiones. Esta área mínima equivale al diámetro de la circunferencia que genera la letra C del logotipo y debe mantenerse libre de cualquier otro elemento gráfico o tipográfico. Este margen asegura que la marca no compita visualmente con otros contenidos y preserve su presencia en todo tipo de soportes.



Restricciones

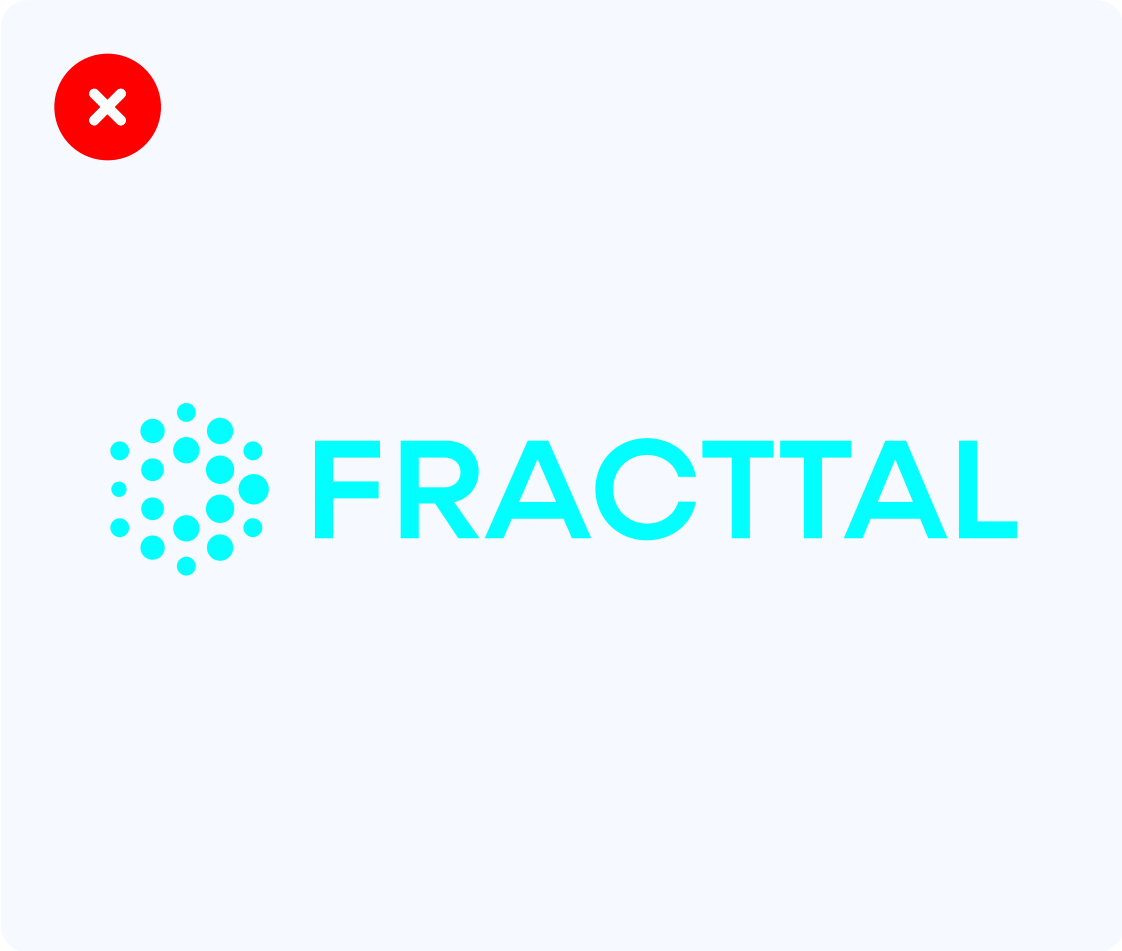
Esta sección reúne los errores más comunes que deben evitarse al aplicar el logotipo. Prevenir estos usos incorrectos asegura una presentación clara y uniforme de la marca, manteniendo su legibilidad, fuerza visual e integridad en todos los contextos.



No estirar, encoger ni rotar la marca.



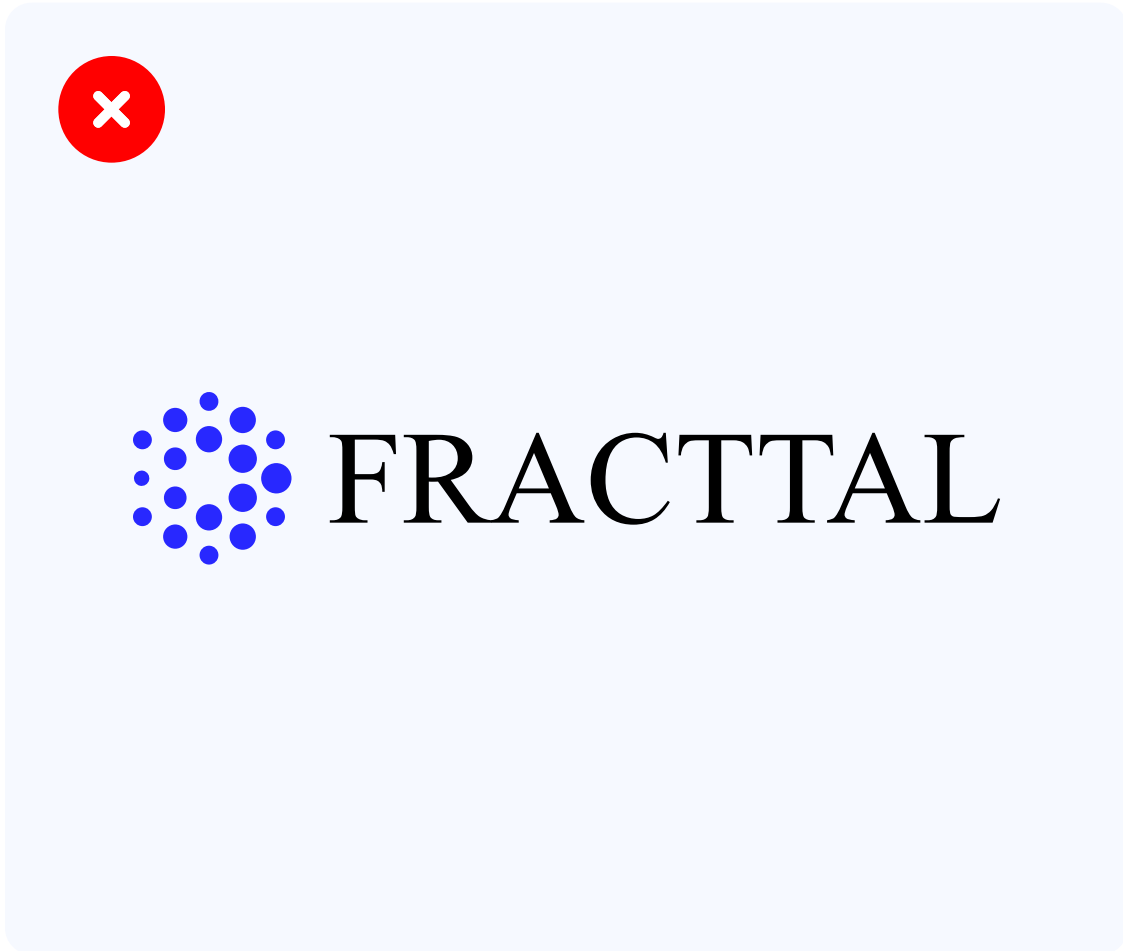
No utilizar el logotipo por si solo.



No cambiar los colores o usar versiones no autorizadas.



No cambiar de ubicación el isotipo y el logotipo.



No cambiar el logotipo por otro texto o fuente.



No añadir sombreado o bordes a la marca.

Arquitectura de marca

Fracttal adopta un modelo de marca endosado, organizado en dos niveles:

- 1. Submarcas de producto, directamente relacionadas a las soluciones comerciales (One™, Sense™, AI™, Go™). Estas submarcas mantienen la identidad visual de Fracttal como base, integrando un descriptor que refuerza su pertenencia.
- 2. Submarcas institucionales, asociadas a programas, áreas internas y proyectos exploratorios. Estas identidades utilizan un tratamiento tipográfico jerárquico más discreto, manteniendo la coherencia pero marcando una clara diferencia respecto a los productos principales.

Marca principal



Submarcas
Productos



Submarcas
Institucionales



Trademark

Todas las submarcas de producto incluyen el símbolo TM como indicación de marca comercial reclamada, incluso si no cuentan aún con registro legal. Este símbolo debe ubicarse en la esquina superior derecha del nombre del producto, en tamaño discreto y proporcional. Su uso debe respetarse especialmente en primeras apariciones en piezas comerciales y comunicacionales.

 **FRACTTAL ONE** TM

 **FRACTTAL SENSE** TM

 **FRACTTAL AI**  TM

 **FRACTTAL GO** TM

Submarcas:
Fracttal One™

Fracttal One™ es el núcleo operativo del ecosistema Fracttal. Se trata de una plataforma integral para la gestión de mantenimiento inteligente, diseñada para adaptarse a organizaciones de cualquier tamaño y complejidad. Permite centralizar información crítica, optimizar recursos, automatizar tareas y mejorar la toma de decisiones a través de tecnología avanzada. Su arquitectura flexible y escalable hace posible integrar múltiples módulos y herramientas sin perder simplicidad de uso, convirtiéndose en el centro de toda la operación de mantenimiento.



 **FRACTTAL ONE**
Versión: 5.1.16


Inicio


Fracttal AI

Catálogos 


Almacenes

Tareas 


 **FRACTTAL ONE**
Versión: 5.1.16


Inicio


Fracttal AI

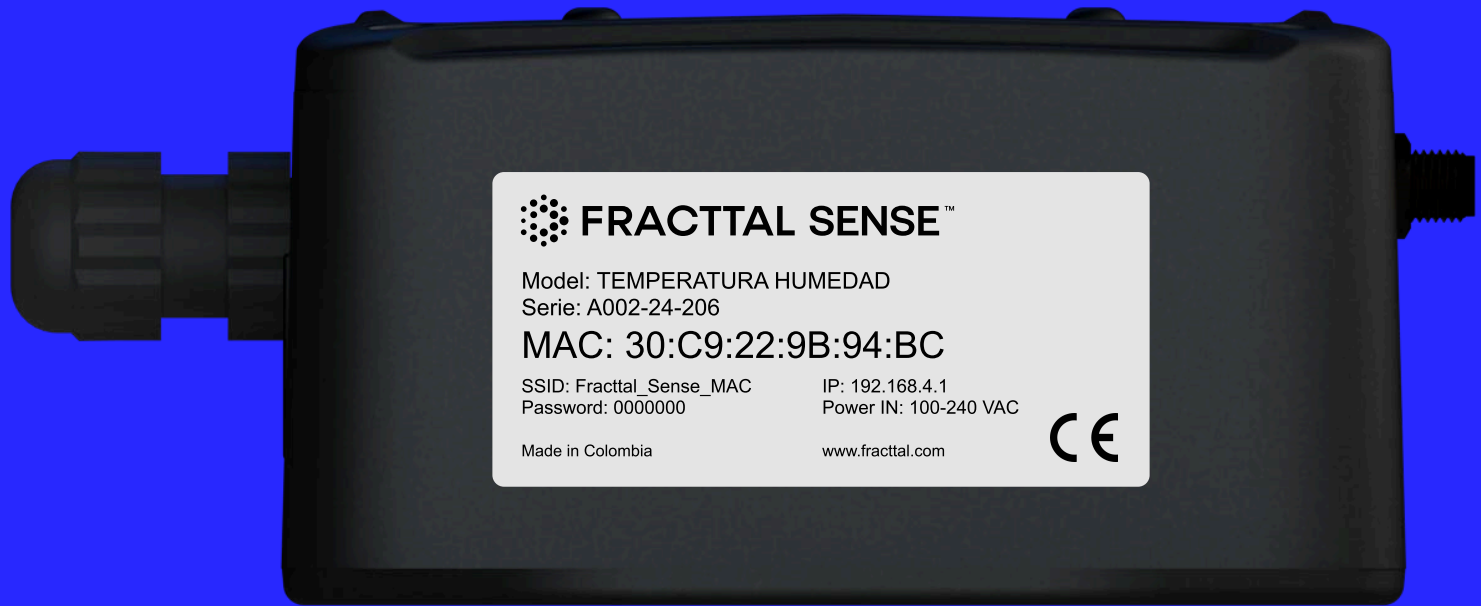
Catálogos 

Almacenes

Tareas 

Submarcas:
Fracttal Sense™

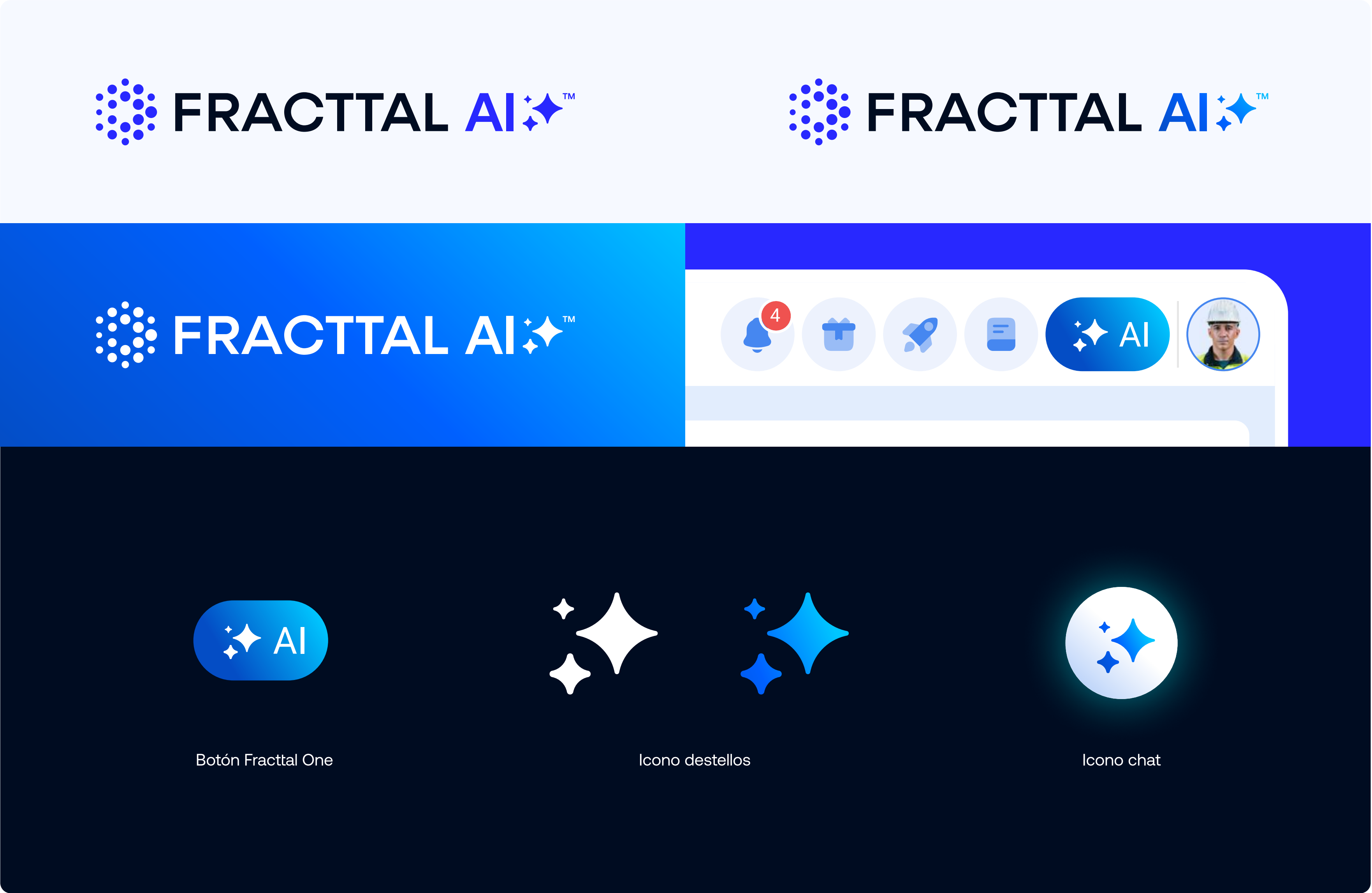
Fracttal Sense™ es el sistema de sensores IoT que amplía el alcance de la plataforma Fracttal One™. Permite monitorear en tiempo real variables críticas de equipos, activos e infraestructura, entregando información valiosa para la prevención de fallas y la optimización operativa. Sense actúa como un puente entre el mundo físico y digital, capturando datos con precisión y alimentando el sistema central para una gestión predictiva y eficiente.



Submarcas:
Fracttal AI™

Fracttal AI™ no es un producto independiente, sino un componente transversal que potencia la experiencia completa del ecosistema Fracttal. Presente en múltiples puntos de interacción, entrega inteligencia predictiva, recomendaciones automatizadas y análisis avanzados para una toma de decisiones más ágil y precisa.

Su identidad cuenta con una paleta cromática distintiva y un icono característico, representado como **destellos**, el cual está integrado en botones de interfaz, chat asistido y otras funciones clave de la plataforma. Su rol es dar soporte inteligente y potenciar cada acción del usuario.



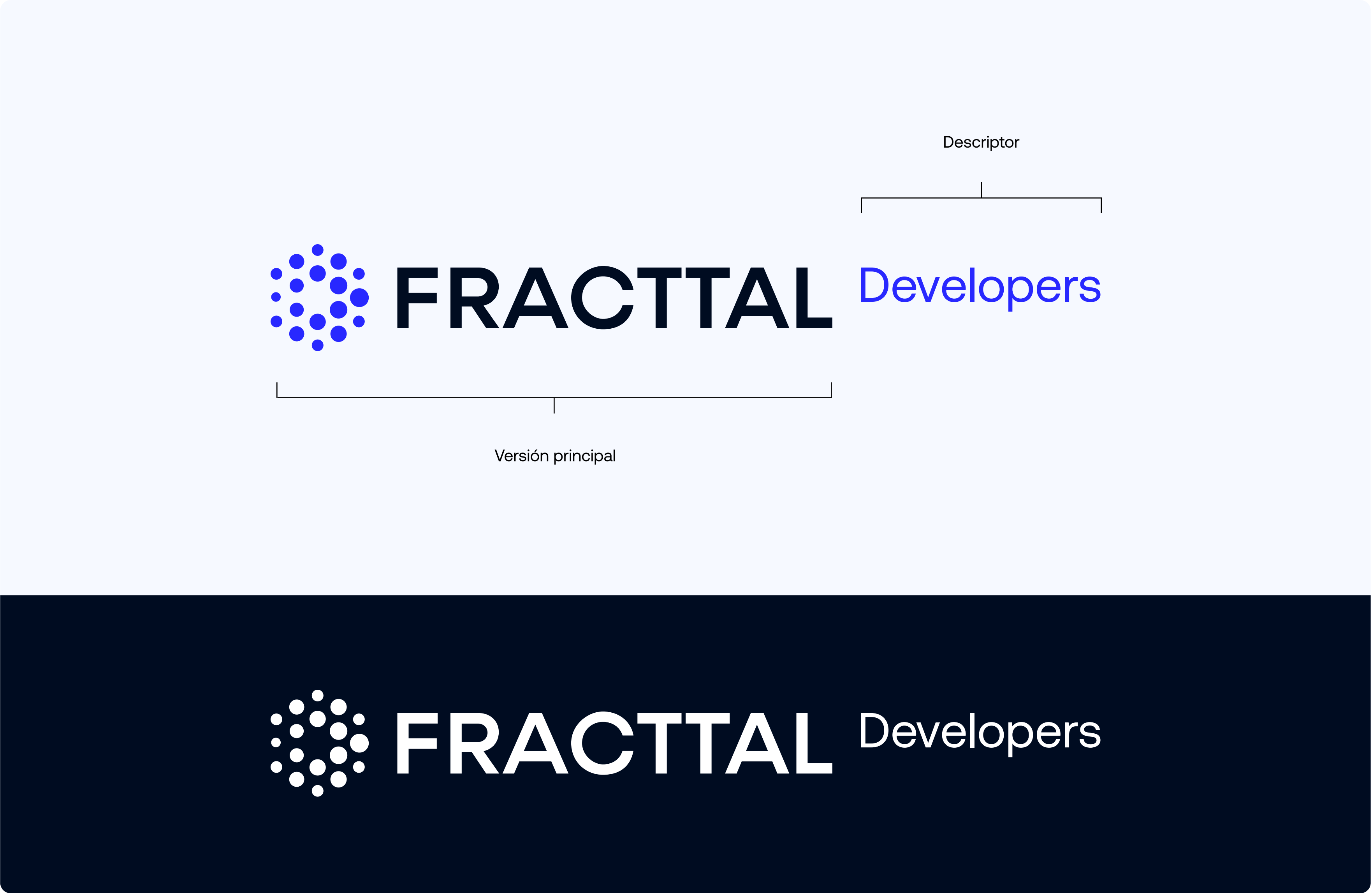
Submarcas:
Fracttal Go™

Fracttal Go™ es la versión operativa y móvil de la plataforma, diseñada especialmente para los equipos técnicos en terreno. Facilita la ejecución de órdenes de trabajo, inspecciones, checklists y actualizaciones desde cualquier lugar y dispositivo. Go conecta directamente a los equipos operativos con la información más relevante en tiempo real, mejorando la trazabilidad, la velocidad de respuesta y la colaboración, sin necesidad de depender de una oficina central.



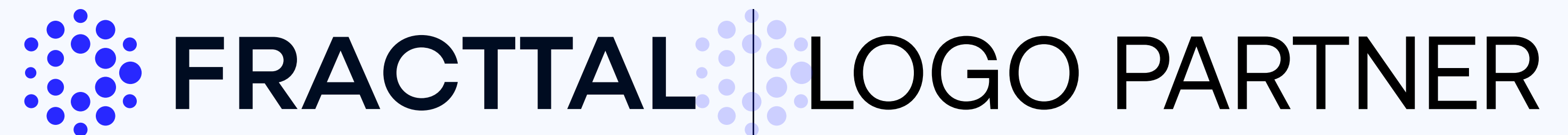
Submarcas Institucionales

Las submarcas institucionales corresponden a iniciativas, programas o departamentos internos. Se constituyen únicamente a través de tratamientos tipográficos secundarios, sin isotipo propio. Se presentan en gris o negro, con un tamaño jerárquicamente inferior al logotipo maestro, dejando clara su relación con la marca madre sin competir con ella.



Co-branding

Cuando Fractal comparte protagonismo con otra marca, se debe establecer una relación clara y equilibrada. Ambos logos deben tener altura óptica equivalente y separarse por una línea vertical fina y un espaciado fijo. Siempre debe respetarse el área de seguridad alrededor del logo de Fractal, asegurando contraste suficiente. En caso de paletas cromáticas incompatibles, se recomienda usar versiones monocromáticas para evitar conflictos visuales y garantizar consistencia.



La altura de la línea divisoria debe ser igual a la altura del isotipo Fractal y siempre con un ancho de 1px.

4

Color

Paleta de colores principales

La paleta principal está compuesta por cuatro colores: Electric Blue, Ocean Blue, Night Blue y Spark Blue. Cada uno de estos tonos fue seleccionado no solo por su potencia visual en entornos digitales, sino también por su capacidad de evocar elementos reales asociados al mundo industrial y tecnológico.

La elección de nombres responde a esta intención: queremos que la marca conserve un anclaje con la realidad tangible; con la energía, la profundidad, la precisión y la intensidad de los materiales y entornos en los que operan nuestros usuarios.

Esta paleta es la base sobre la que se construyen todas las composiciones gráficas y define la personalidad visual de Fracttal.

Electric blue

HEX
#2929FF

RGB
41 - 41 - 255

CMYK
97 - 77 - 0 - 0

Pantone
2728C

Ocean blue

HEX
#10275B

RGB
16 - 39 - 91

CMYK
100 - 91 - 37 - 46

Pantone
2768C

Night blue

HEX
#000D22

RGB
0 - 13 - 34

CMYK
91 - 75 - 55 - 69

Pantone
296C

Spark blue

HEX
#00FFFF

RGB
0 - 255 - 255

CMYK
68 - 0 - 21 - 0

Pantone
319C

Paleta de colores secundaria

La paleta secundaria está conformada por una serie de variaciones complementarias de azules, diseñadas para dar flexibilidad y amplitud a la identidad sin perder coherencia con los tonos principales. Estos colores funcionan como apoyos visuales en composiciones complejas, interfaces, diagramas, fondos o gráficos informativos, manteniendo siempre una relación armónica con la paleta base. Su uso debe ser moderado y estratégico, priorizando el protagonismo de los colores principales y garantizando un balance visual.

HEX #F0F6FF	HEX #00C7FF	HEX #0061FF	HEX #044EC6
HEX #F6FAFF	HEX #D7E6FF	HEX #A2C6FF	HEX #4687F1
HEX #FFFFFF	HEX #F7F7F7	HEX #E2E2E2	HEX #000000

Fracttal Gradient flow

El Gradient flow es una composición cromática fluida creada a partir de los cuatro colores principales. Su inspiración proviene de los efectos tornasolados que se generan en el aceite lubricante, un elemento esencial en los procesos de mantenimiento industrial.

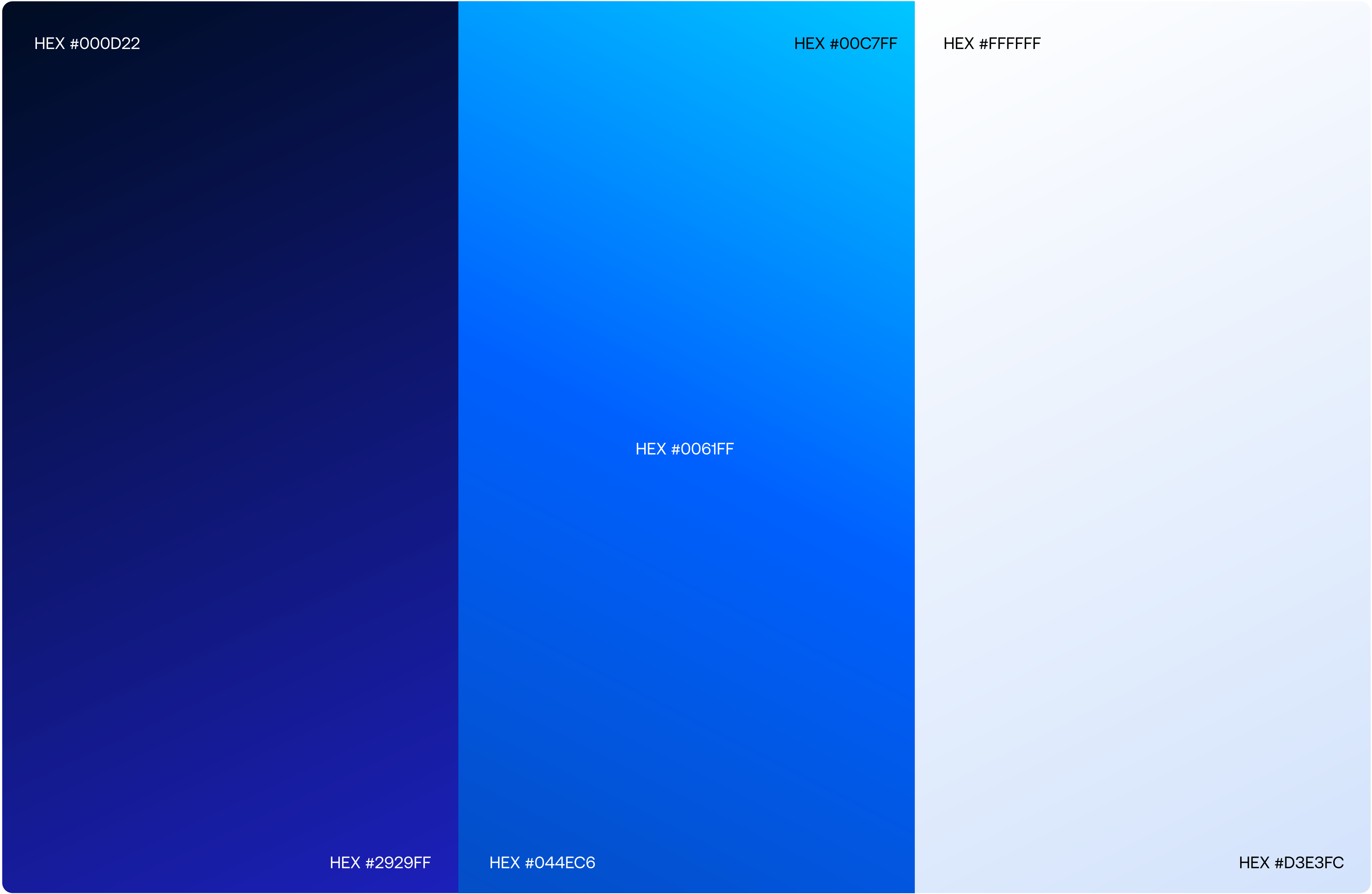
Este gradiente no es meramente decorativo: comunica dinamismo, energía y continuidad. Su aplicación es ideal para fondos hero, transiciones visuales y piezas de alto impacto, siempre en equilibrio con los demás elementos de la identidad.



Gradientes lineales

Los gradientes lineales se utilizan como recurso complementario en piezas gráficas o visuales. A diferencia del Gradient flow, su estructura es más ordenada y controlada, lo que los hace apropiados para aplicaciones en fondos secundarios, contenedores de información, gráficos o detalles visuales sutiles.

Estos gradientes refuerzan la identidad cromática sin sobrecargar la composición, manteniendo la sobriedad que caracteriza a la marca.



Combinaciones

La correcta combinación de colores es fundamental para asegurar claridad visual, contraste y legibilidad en todas las aplicaciones de marca.

Para establecer un uso consistente, se presentan esquemas compuestos por un cuadrado principal y hasta cuatro cuadrados secundarios, que ejemplifican las combinaciones cromáticas recomendadas.

Cada color dentro de estos esquemas tiene un nivel jerárquico de uso:

- **Los cuadrados rellenos** representan colores principales, aquellos que deben dominar la composición o actuar como base.
- **Los cuadrados delineados** representan colores secundarios o de apoyo, que deben usarse en menor proporción para acentos, detalles o elementos específicos.



Ejemplos

Para facilitar la correcta aplicación cromática, se presentan ejemplos prácticos de combinaciones exitosas en piezas gráficas reales. Estas referencias sirven como guía visual para entender la jerarquía de colores, cómo interactúan entre sí y cómo pueden aplicarse de forma efectiva en diferentes contextos.



FRACTTAL



Software · IA · IoT · Integraciones

La nueva era del mantenimiento comienza aquí

Quiero recibir información



Monitoreo Medidores

Sistema HVAC

Desde 2025-01-03 / 2025-01-06

Live activado

Valor en tiempo real 42,66°

85.3 °C Máximo histórico

22.5 °C Mínimo histórico

Temperatura ambiente línea de producción

AI

Fractal Nueva OT asignada



La seguridad de tu información está garantizada

ISO 27001

aws PARTNER

aws Qualified Software



100% de trazabilidad en los procesos



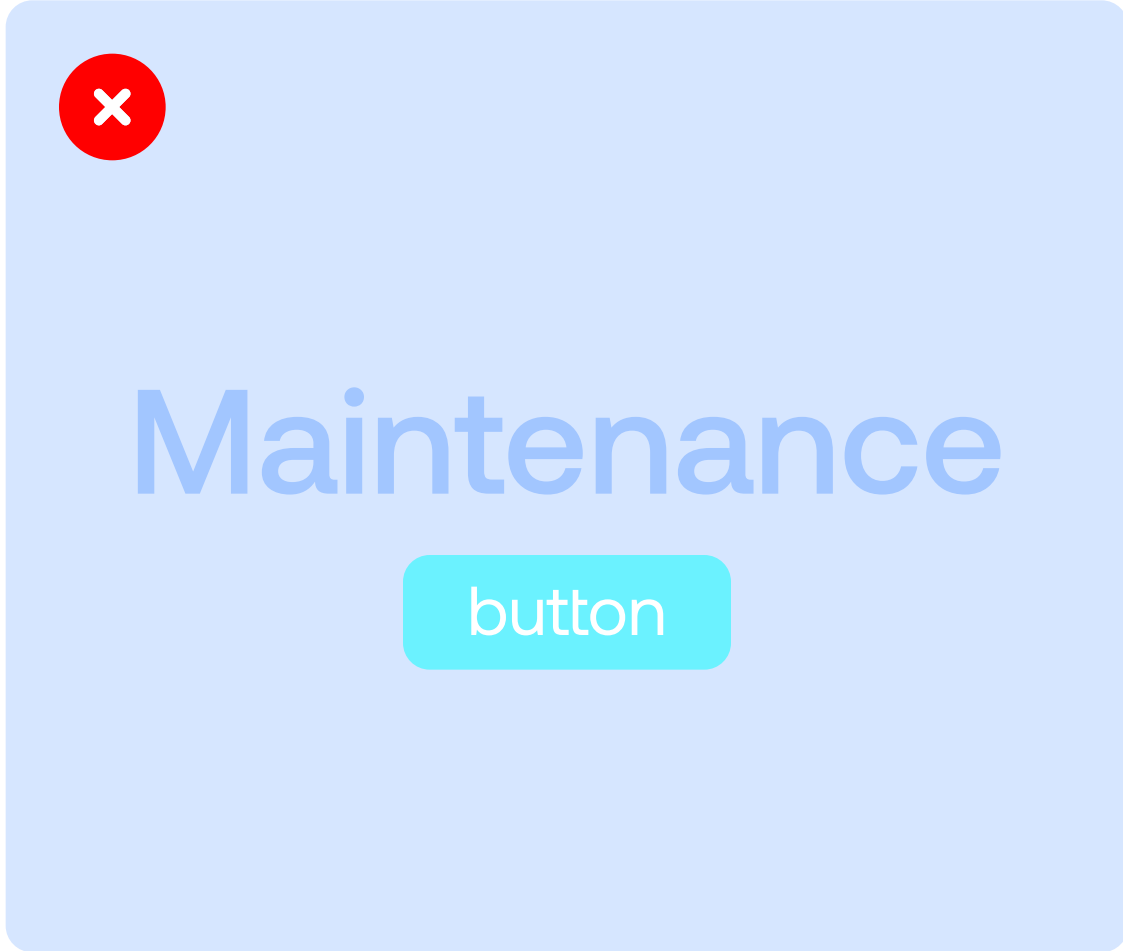
2 meses para una digitalización total

Manual de Marca Fractal

39

Restricciones

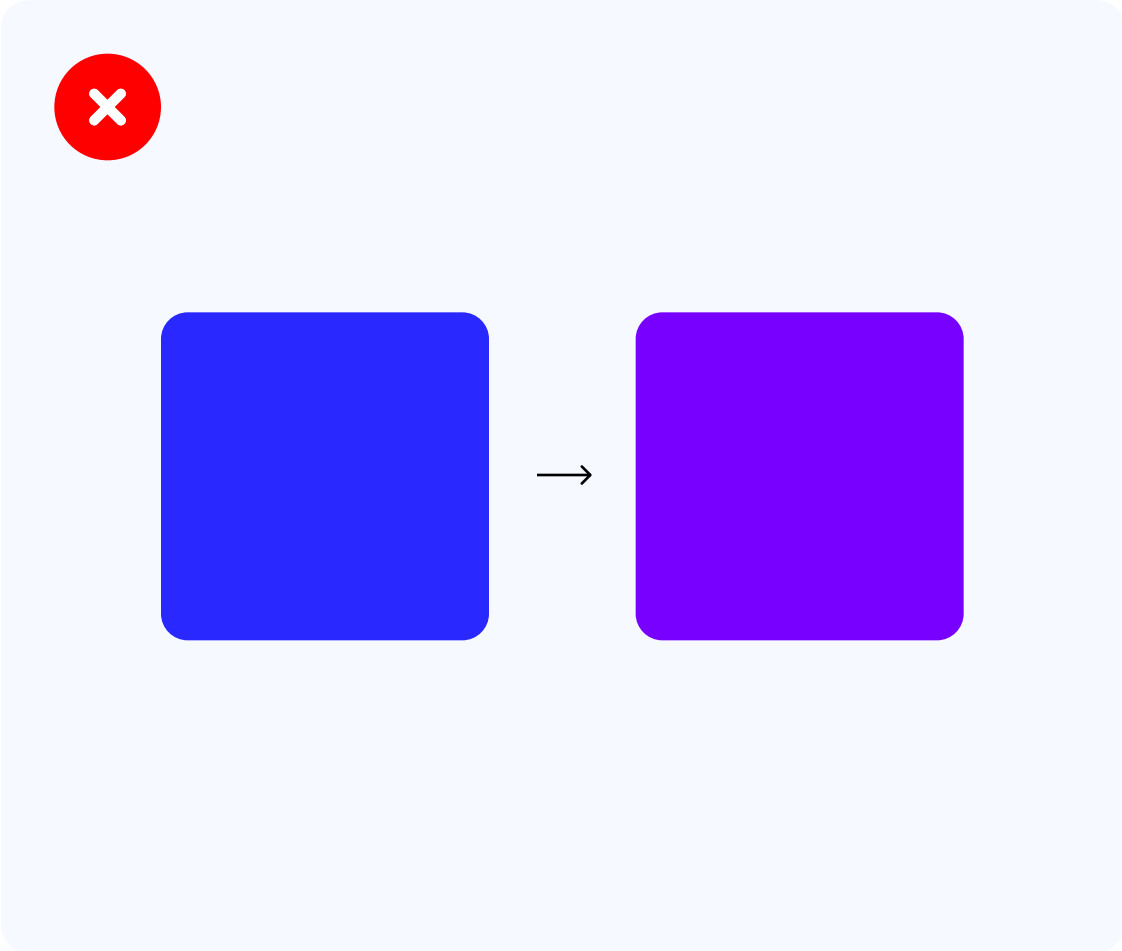
El uso correcto del color es esencial para mantener la identidad visual de Fractal clara, coherente y reconocible. Esta sección reúne las principales prácticas que deben evitarse, con el fin de proteger la legibilidad, la consistencia cromática y la presencia de marca en cualquier contexto. Respetar estas reglas asegura que cada aplicación mantenga la fuerza y claridad visual del sistema de identidad.



No utilices combinaciones de colores que dificulten la lectura.



No alteres los colores oficiales del logotipo.



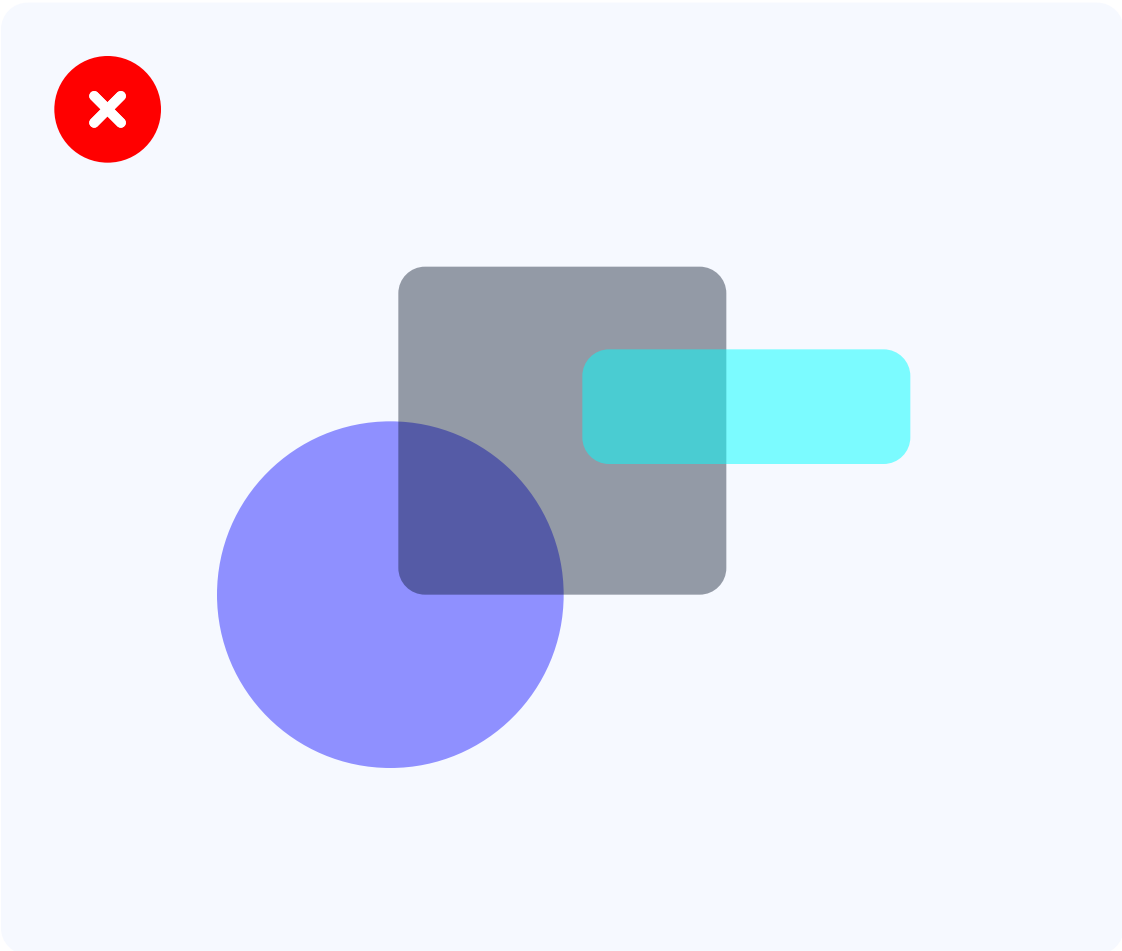
No cambies el tono, matiz o saturación de los colores de marca.



No apliques el logotipo en colores no pertenecientes a la paleta oficial.



No utilices combinaciones ilegibles sobre fotografías.



No modifiques la opacidad ni apliques transparencias a los colores de marca.

5

Tipografía

Aeonik

La tipografía principal de Fractal es Aeonik, una sans serif geométrica y contemporánea que combina precisión técnica e impacto visual. Su estructura clara, moderna y versátil permite adaptarse con facilidad a diferentes contextos: desde piezas editoriales y gráficas hasta interfaces digitales y señaléticas internas.

La elección de Aeonik responde a la necesidad de proyectar una identidad sólida, tecnológica y global, manteniendo una lectura clara en todos los tamaños y soportes.

El futuro del mantenimiento
empieza aquí

AaBbCc

Almacenes

Inventario

Planificación

Pesos

Para garantizar consistencia visual, el uso de Aeonik se limita a cuatro pesos tipográficos: Light, Regular, Medium y Bold. Cada peso tiene un rol funcional dentro de la jerarquía visual:

- Light: para textos secundarios, descripciones o elementos de apoyo.
- Regular: para textos base, párrafos extensos y usos generales.
- Medium: para resaltar información relevante sin competir con los encabezados.
- Bold: para títulos, encabezados y mensajes de alto impacto.

La utilización controlada de estos pesos evita sobrecargar la comunicación visual y mantiene la armonía de la marca.

Mantenimiento 123 @#?!-,. Aeonik light

Mantenimiento 123 @#?!-,. Aeonik regular

Mantenimiento 123 @#?!-,. Aeonik medium

Mantenimiento 123 @#?!-,. Aeonik bold

Jerarquía

La jerarquía tipográfica de Fracttal está diseñada para mantener una comunicación clara, precisa y escalable. Cada peso y tamaño cumple un rol definido que permite estructurar la información de manera efectiva, garantizando legibilidad en diferentes plataformas y dispositivos.

El uso sistemático de títulos, subtítulos, textos base y cifras relevantes no solo refuerza la identidad visual, sino que también mejora la experiencia de lectura y la comprensión de mensajes en entornos internos y externos.

Valores recomendados de tamaño en puntos:

- Encabezados y títulos: 44 - 64 pt | Bold
- Subtítulos: 24 - 30 pt | Medium - Bold
- Texto base / párrafos: 10 - 20 pt | Regular
- Texto auxiliar / pequeños: 8 - 10 pt | Regular
- Cifras / datos relevantes: 30 - 60 pt | Bold

Encabezados y títulos: Aeonik bold

Subtítulos: Aeonik medium

Párrafos: Aeonik regular

Cifras y datos relevantes: Aeonik bold

Numeración, indicadores y otros: Aeonik regular

Conexión total con tus sistemas

La información que necesitas, donde la necesitas

Haz de la interoperabilidad un pilar de tu estrategia. Integra toda la información de tus aplicaciones y úsala donde quieras. Rompe silos de datos, agiliza la comunicación entre departamentos y equipos.

96% De planes de mantenimiento completados gracias a la integración entre Fracttal y el software interno de la empresa.

© Fracttal Tech S.L

Alineación, tracking, espaciado y altura de línea

La aplicación tipográfica debe mantener una alineación preferentemente a la izquierda en textos extensos para favorecer la legibilidad.

La altura de línea debe garantizar una lectura cómoda y equilibrada, especialmente en textos largos o en dispositivos móviles.

Valores recomendados de altura de línea:

- Para títulos: 90 - 120 %
- Para subtítulos: 100 - 120 %
- Para párrafos: 120 - 140 % según el cuerpo y el medio

El tracking y el espaciado deben conservarse en su configuración estándar (auto | 0%) para preservar el carácter propio de la tipografía. En el caso de que los títulos, subtítulos o bloques de párrafos lo requieras, se permiten ajustes mínimos de interletraje para lograr un balance óptico.

Rango aceptado de tracking/espaciado:

- Para títulos: 0 hasta 5 %
- Para subtítulos: -2 hasta 2 %
- Para párrafos: -2% hasta 3%

Altura de línea automática

Conexión
total con tus
sistemas

Tamaño título: 64 pt
Altura de línea: Auto | 77 pt | 120%

La información que necesitas,
donde la necesitas

Tamaño subtítulo: 28 pt
Altura de línea: Auto | 34 pt | 120%

Haz de la interoperabilidad un pilar de tu estrategia. Integra toda la información de tus aplicaciones y úsala donde quieras. Rompe silos de datos, agiliza la comunicación entre departamentos y equipos.

Tamaño párrafo: 20 pt
Altura de línea: Auto | 24 pt | 120%

Altura de línea ajustada manualmente

Conexión
total con tus
sistemas

Tamaño título: 64 pt
Altura de línea: 64 pt | 100%

La información que necesitas,
donde la necesitas

Tamaño subtítulo: 28 pt
Altura de línea: 32 pt | 114%

Haz de la interoperabilidad un pilar de tu estrategia. Integra toda la información de tus aplicaciones y úsala donde quieras. Rompe silos de datos, agiliza la comunicación entre departamentos y equipos.

Tamaño párrafo: 20 pt
Altura de línea: 28 pt | 140%

Tracking / Espaciado

FIR

Títulos: desde 0 hasta 5 %

FIR

Subtítulos: desde -2 hasta 2 %

FIR

Párrafo: desde -2% hasta 3 %

Restricciones

El uso tipográfico es uno de los pilares fundamentales para asegurar una identidad visual clara y consistente. Para preservar la integridad de la marca, es imprescindible respetar las normas definidas en este manual y evitar cualquier alteración que pueda distorsionar su legibilidad, equilibrio visual o coherencia estilística.

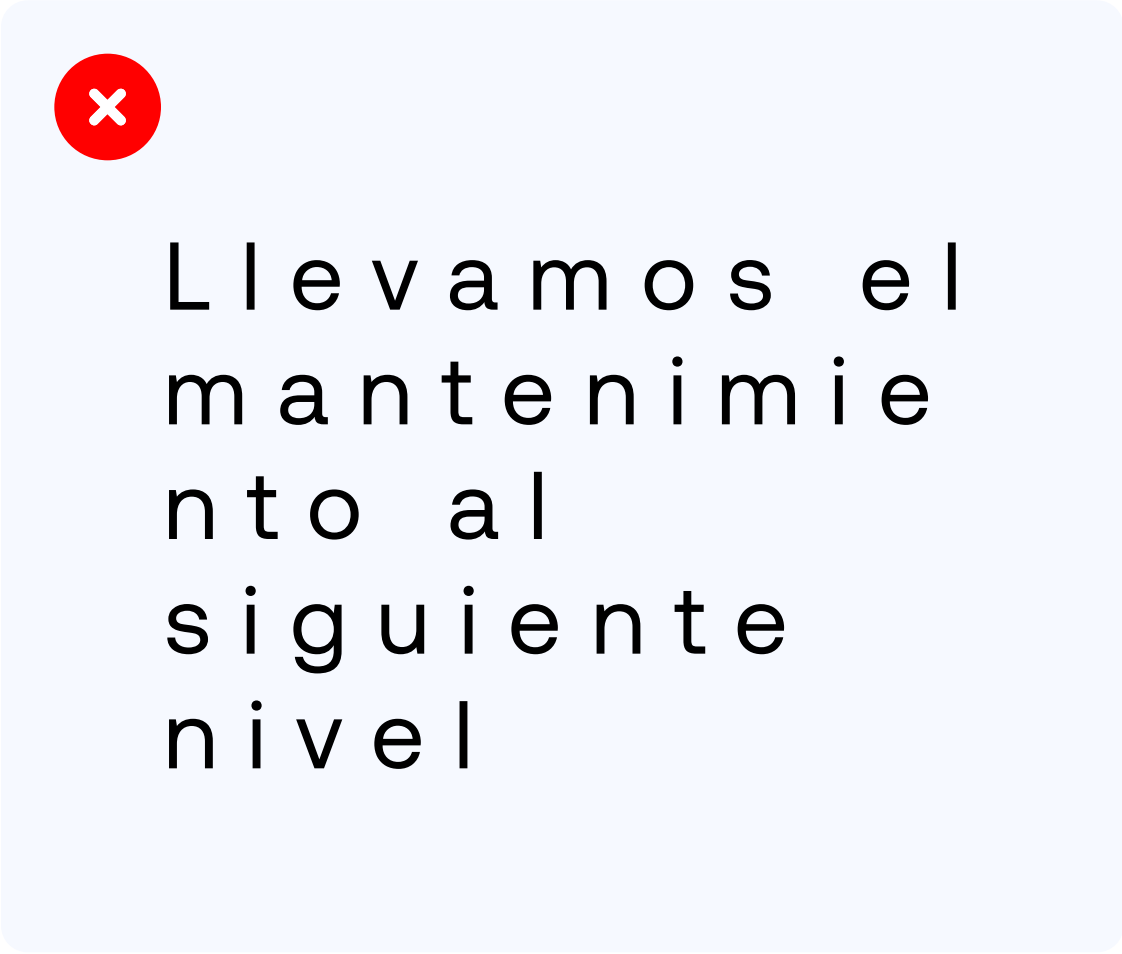
Estas restricciones no buscan limitar la creatividad, sino garantizar que todas las aplicaciones mantengan una estética uniforme y fácilmente reconocible. Modificar la tipografía, alterar sus proporciones, aplicar efectos no autorizados o usar pesos no contemplados compromete directamente la fuerza y la precisión de la identidad visual de Fractal.



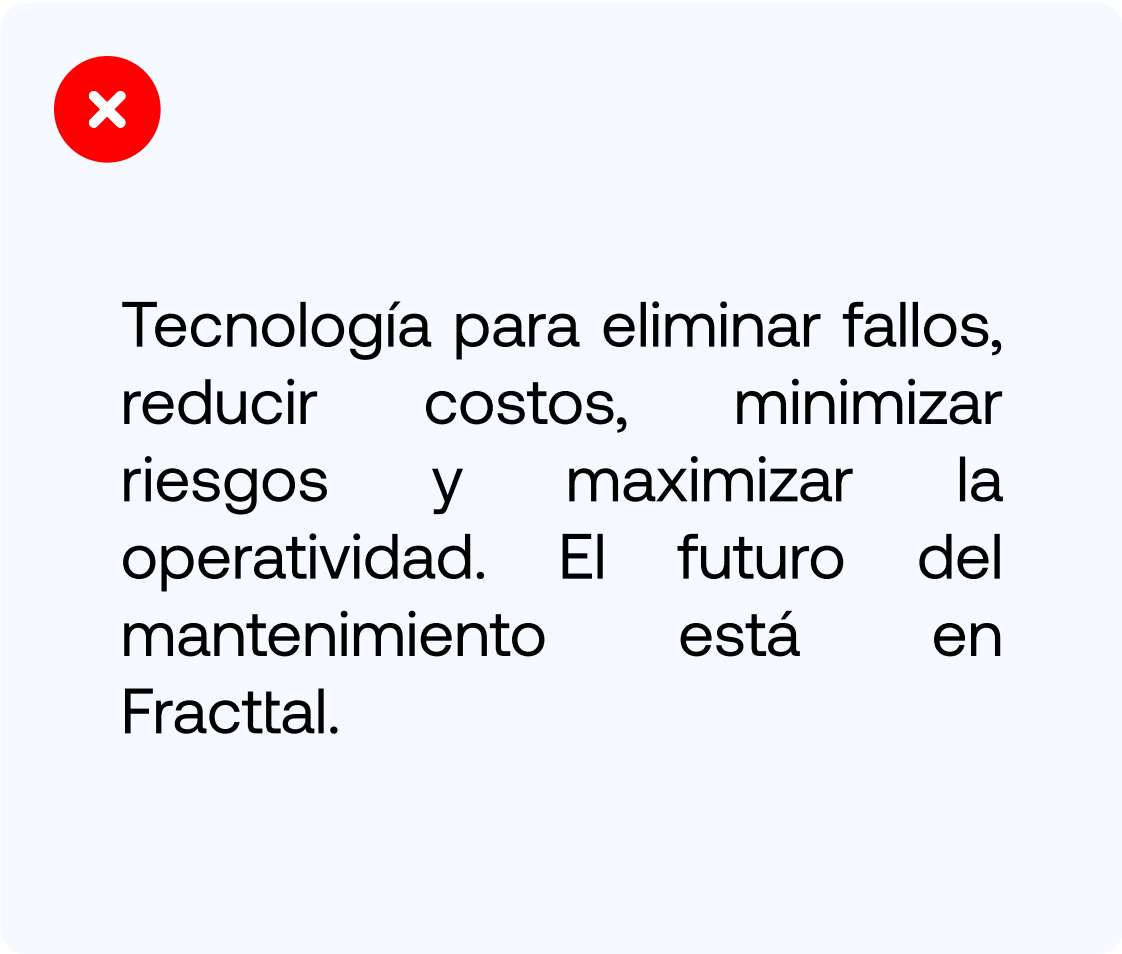
Alterar los pesos tipográficos definidos.



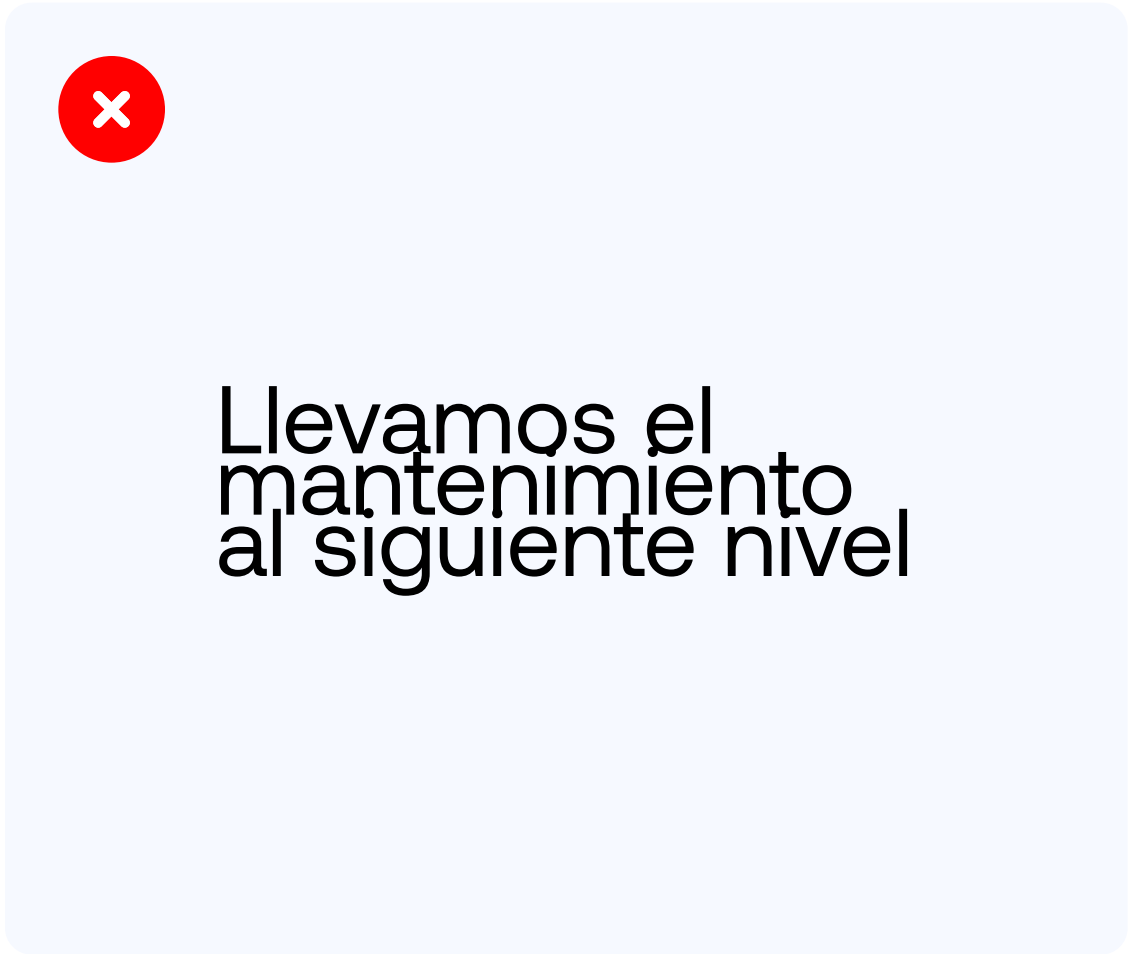
Aplicar efectos o distorsiones que modifiquen su forma original.



Cambiar tracking o kerning de forma exagerada.



Justificar los textos de párrafo.



Cambiar la altura de línea de forma exagerada.



Sustituir Aeonik por otras tipografías sin aprobación.

Tipografías auxiliares

La tipografía principal de la marca es Aeonik, y su uso queda reservado para el equipo de Marketing, responsables de generar las piezas oficiales de comunicación visual y campañas. Esto permite mantener la identidad de Fracttal en su máxima expresión, garantizando consistencia estética y técnica en todos los puntos de contacto clave con la audiencia externa.

Para el resto de la organización, se establecen tipografías auxiliares que aseguran compatibilidad y coherencia visual sin necesidad de licencias adicionales.

- Usuarios con sistema Windows: deberán utilizar Arial, tipografía sans serif estándar de la suite de Microsoft.
- Usuarios con sistema MacOS: en caso de no contar con Arial instalada, deberán usar Helvetica, que cumple un rol equivalente y mantiene la armonía visual de la identidad.

Estas tipografías se aplicarán en documentos internos en Word, presentaciones en PowerPoint o Canva, correos electrónicos, plataformas corporativas y toda comunicación que no pase por el equipo de Marketing.

De esta manera se asegura que, sin importar el entorno operativo ni el departamento, la marca conserve una presencia tipográfica uniforme y alineada con la identidad visual oficial.

Aa Bb Cc Dd Ee 1234567890

Arial

Aa Bb Cc Dd Ee 1234567890

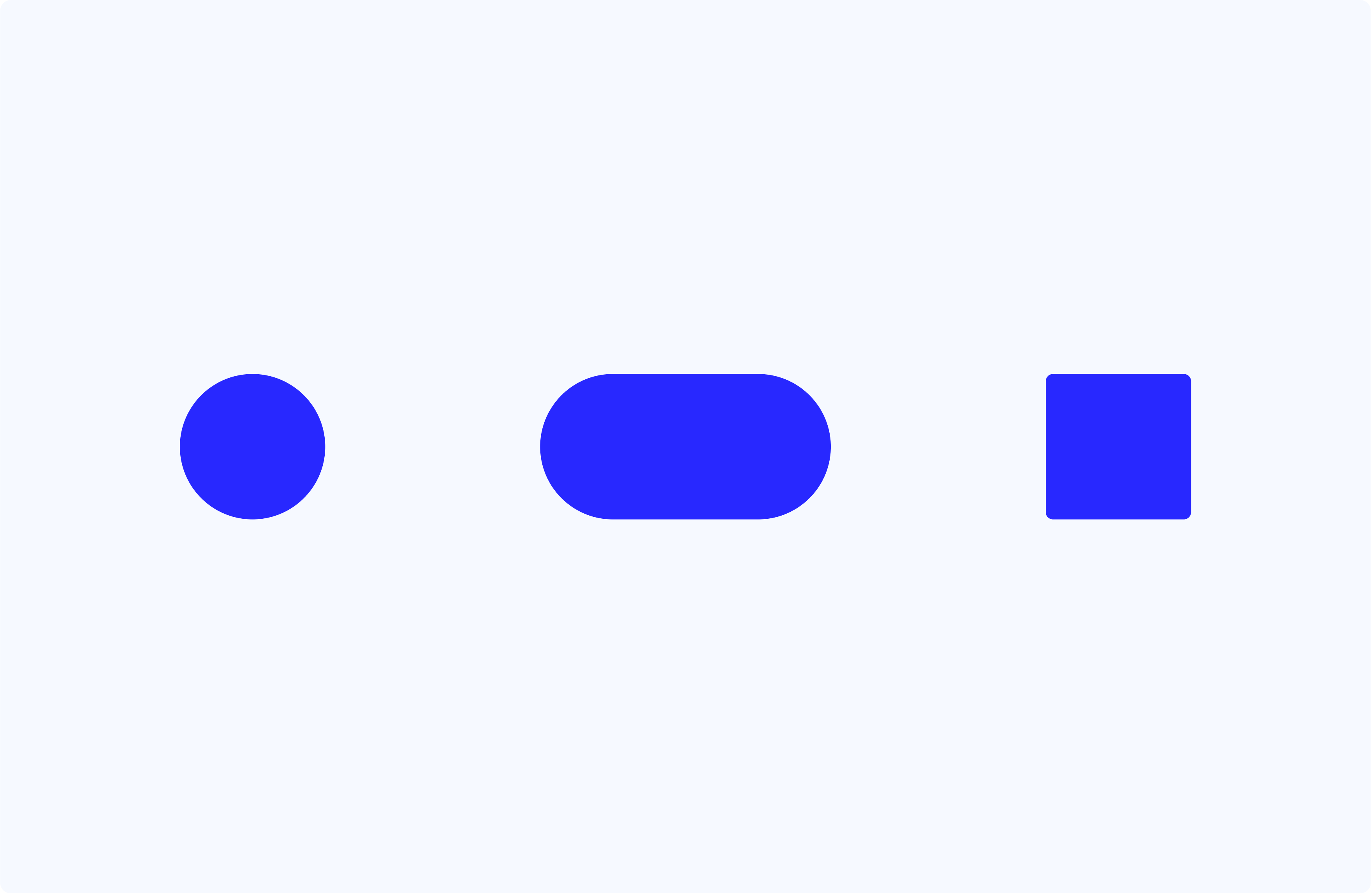
Helvetica

6

Elementos visuales

Formas

La identidad visual de Fracttal se basa en un sistema modular construido a partir de figuras geométricas simples: el círculo y el cuadrado con esquinas redondeadas (entre 10 y 20 px de radio). A partir de estos dos elementos base se generan múltiples variaciones, como rectángulos totalmente redondeados, que permiten construir botones, contenedores e interfaces de manera coherente y flexible. Este sistema de formas garantiza unidad visual en todas las aplicaciones de la marca, desde UI hasta piezas gráficas externas.



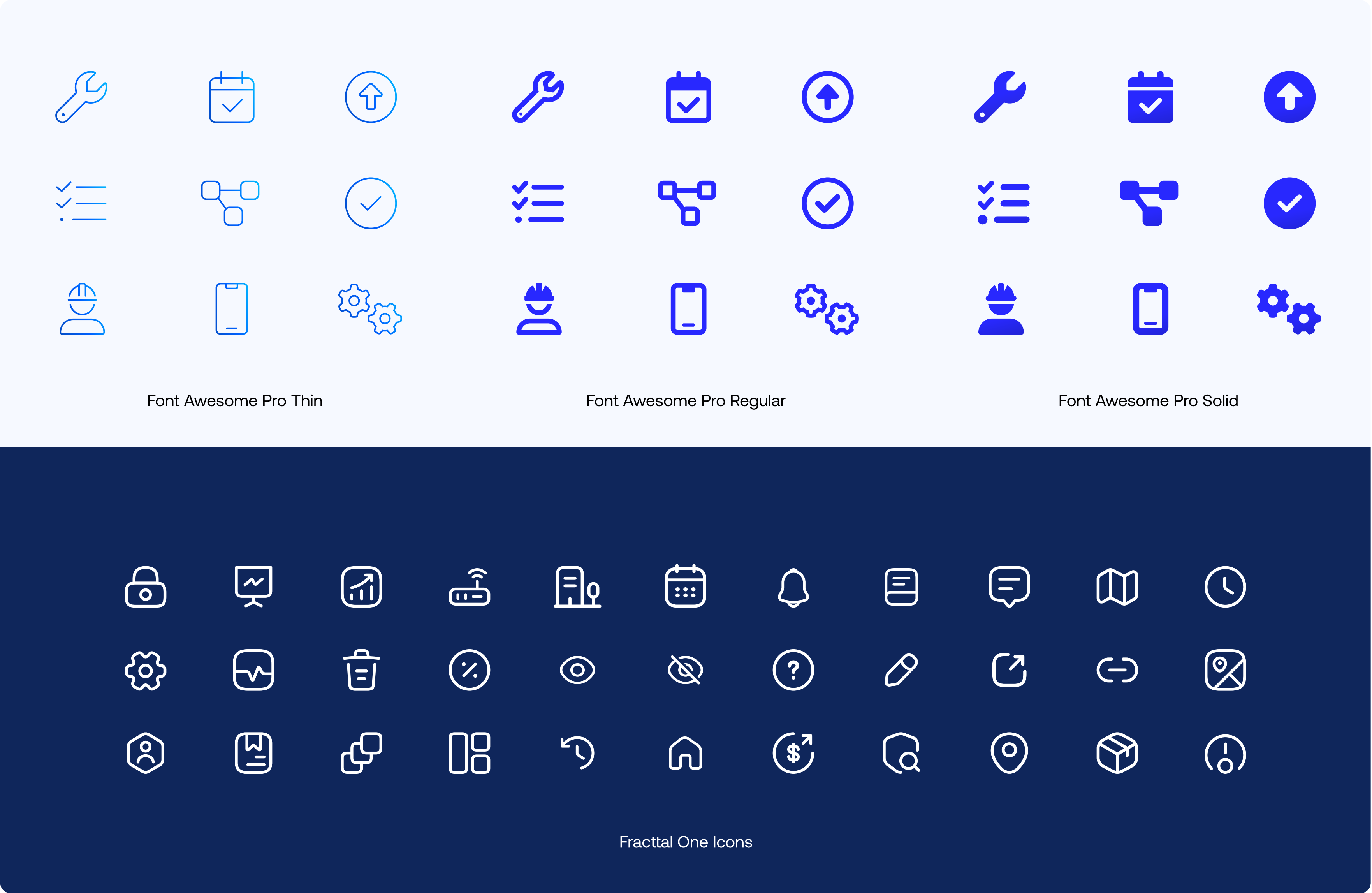
Iconografía

La iconografía es un componente esencial de la comunicación visual de Fracttal. Para mantener consistencia y escalabilidad, se utiliza Font Awesome Pro en tres pesos tipográficos:

- Thin para documentación general y comunicaciones internas.
- Regular y Bold para infografías, presentaciones y piezas que requieran mayor legibilidad.

Los íconos en peso Thin se presentan sobre gradientes lineales definidos en la paleta cromática oficial.

Adicionalmente, se emplea la iconografía nativa de la plataforma Fracttal One para representar pantallas, módulos y funcionalidades específicas.

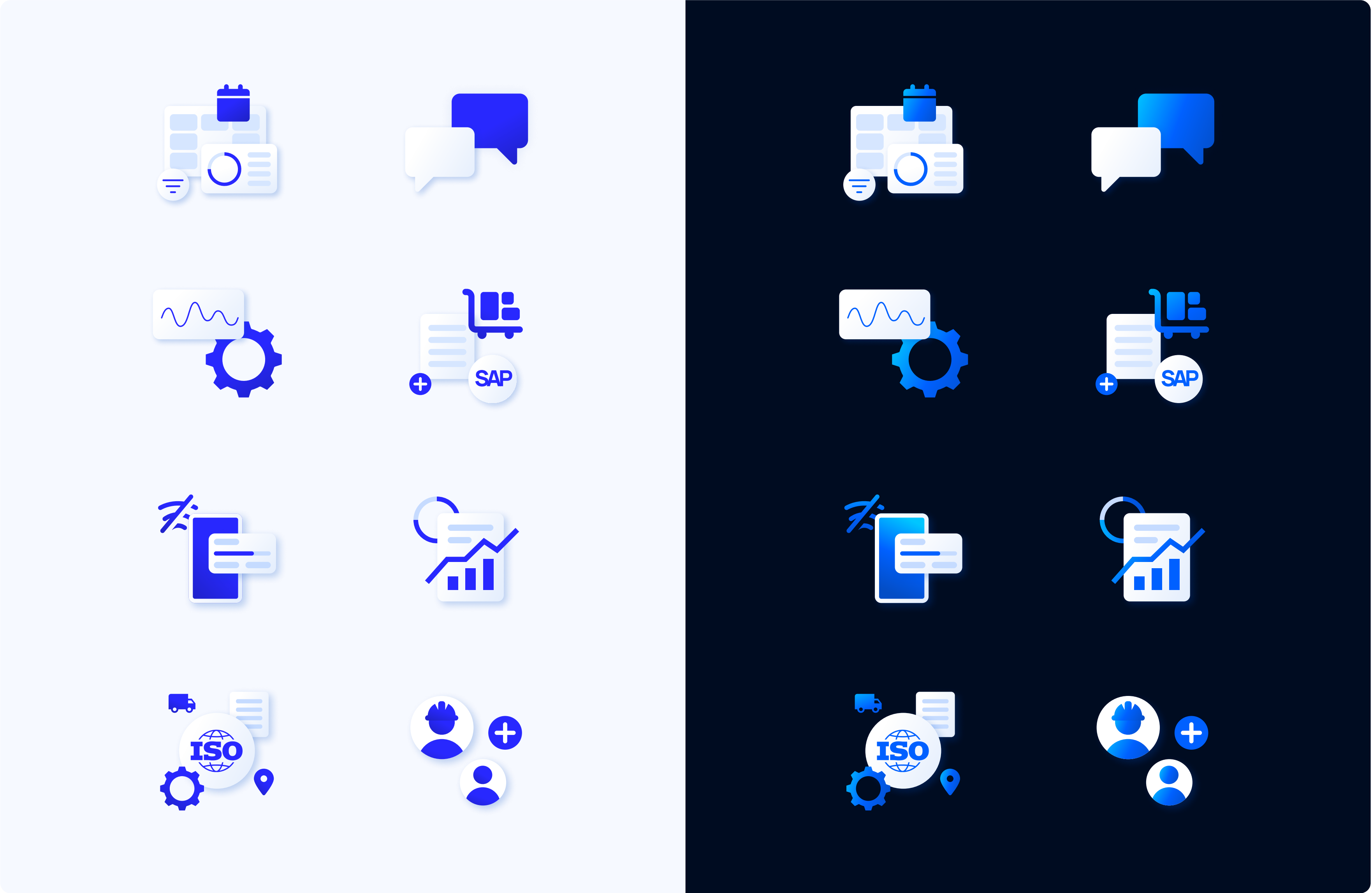


Pictogramas

Los pictogramas son pequeñas ilustraciones compuestas de iconografía y formas básicas, diseñadas para complementar el texto y facilitar la comprensión visual. Existen dos variantes principales:

- Versión para fondo claro (de uso predominante).
- Versión para fondo oscuro (uso puntual).

Su estilo minimalista permite integrarlos sin competir visualmente con otros elementos gráficos.



Estilos

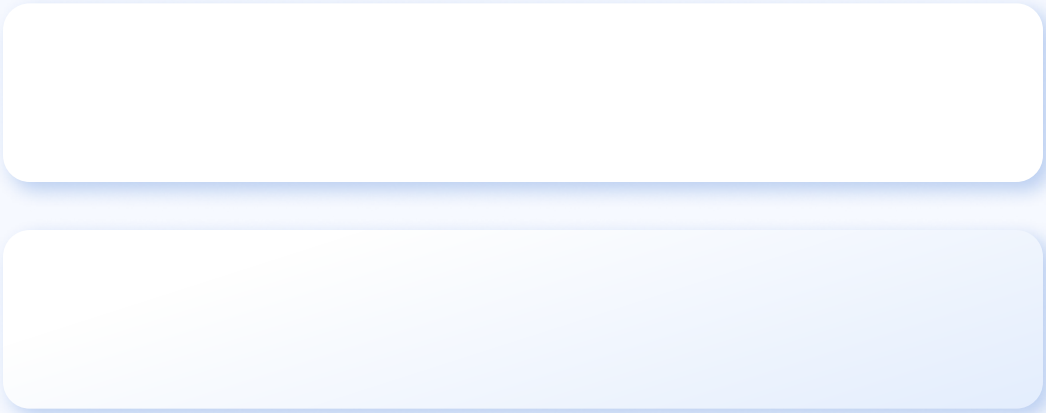
Los íconos pueden presentarse aislados o encapsulados en un círculo blanco o sobre un gradiente sutil predefinido. En ambos casos, deben llevar un **drop shadow** para reforzar su presencia sobre los fondos.

Para este efecto se detallan los parámetros de opacidad, desenfoque y desplazamiento para mantener consistencia.

Asimismo, se establecen ángulos y comportamientos específicos para los gradientes en pictogramas, diferenciando entre fondos claros y oscuros.

Drop shadow

Position: X 3 | Y 3
Blur: 8
Spread: 0
Color: #044EC6 25%

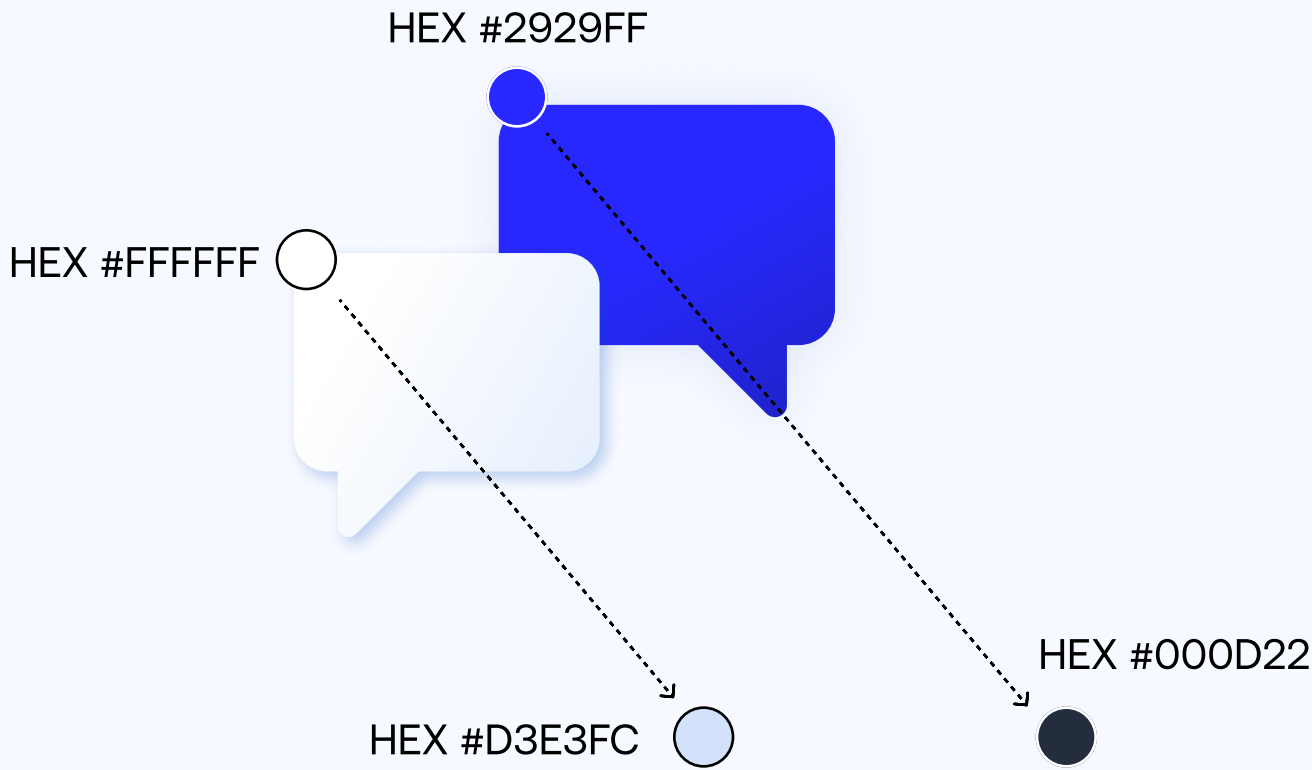


Icono encapsulado

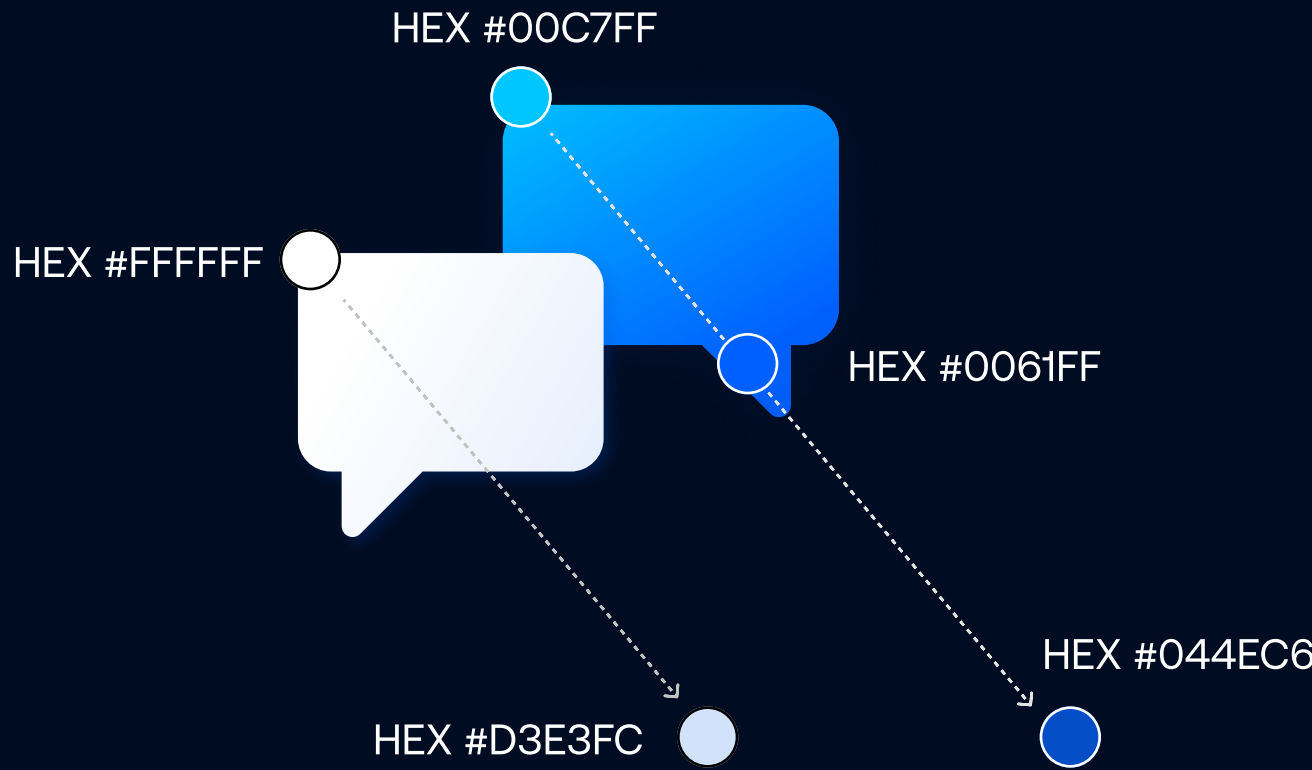


Icono encapsulado con gradiente

Gradiente iconografía sobre fondos claros



Gradiente iconografía sobre fondos oscuros



Ilustraciones y representación de datos

Las ilustraciones son minimalistas y conceptuales, alineadas con el lenguaje visual limpio de Fracttal. Se utilizan principalmente en ebooks, informes, material descargable y presentaciones.

Un nuevo estilo complementario es el **efecto frost**, que aporta una textura visual elegante y tecnológica, reforzando el carácter digital de la marca sin sobrecargar la composición.



Efecto frost

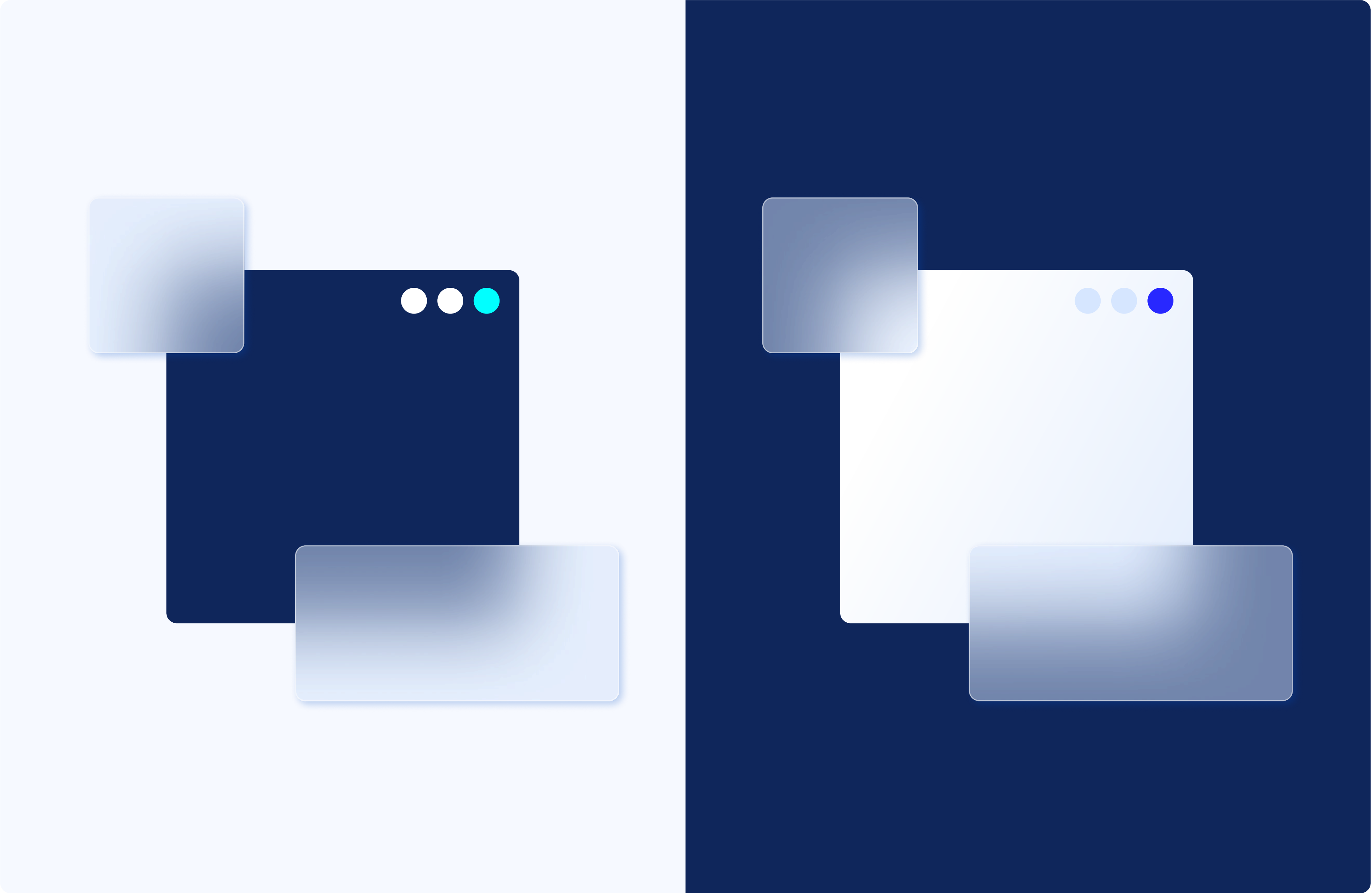
El efecto frost aplica un desenfoque controlado con niveles específicos de opacidad y transparencia, evocando superficies de vidrio esmerilado. Este estilo permite generar profundidad y jerarquía visual en composiciones ilustradas o UI simuladas. Su uso debe ser puntual y bien balanceado para evitar distracciones visuales.

Se detallan los parámetros para su correcto uso en Figma:

Fill: #D7E6FF 50%
Stroke: #FFFFFF 50% Inside 1 px

Effects:

Background blur: 80
Drop shadow:
X 3 | Y 3 #044EC6 25% Blur 8 Spread 0



Producto: Wireframes

Para representar la plataforma visualmente se definen tres niveles de wireframes:

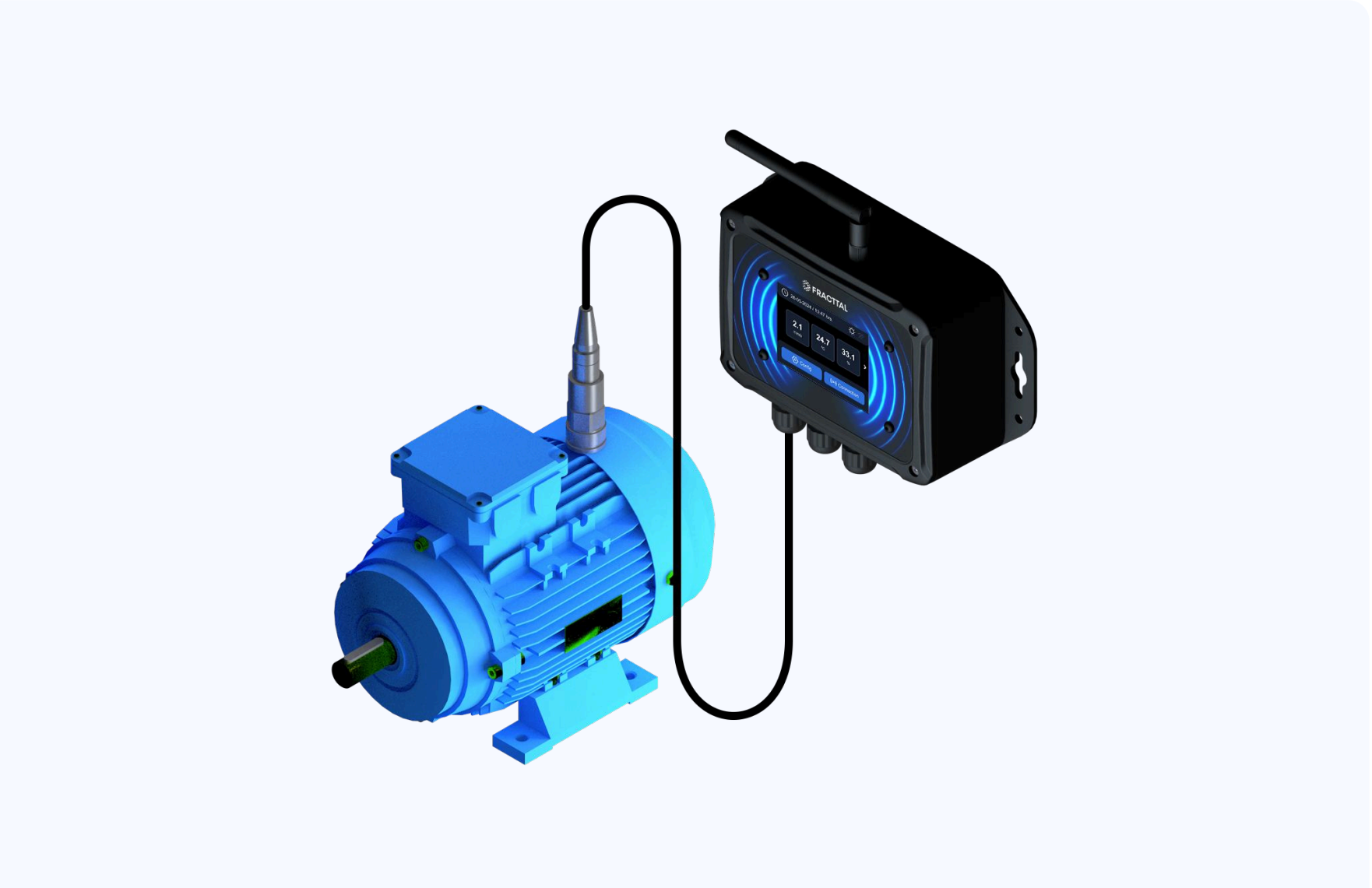
- Alta fidelidad: Representación exacta de la interfaz, incluyendo detalles y componentes reales, con un contorno negro que simula el dispositivo móvil.
- Media fidelidad: Versiones simplificadas que priorizan la estructura y el flujo visual por sobre el detalle. Útiles para explicar módulos, acciones o interacciones clave.
- Flotantes: Elementos sueltos (gráficos, botones, tarjetas, notificaciones, etc.) utilizados en composiciones modulares y layouts dinámicos.

Este sistema escalonado permite adaptar el nivel de detalle según el contexto de uso, manteniendo coherencia visual.



Producto: Sensores IoT

Los sensores se representan mediante modelos 3D estandarizados que permiten integrarlos tanto en composiciones de estilo wireframe como en renders más realistas. Esta representación facilita la coherencia visual entre lo digital y lo físico, reforzando la idea de un ecosistema tecnológico conectado.



Composiciones

Las composiciones combinan ilustraciones, wireframes, pictogramas e íconos bajo un mismo lenguaje visual. Estas sirven para campañas, landing pages, material comercial, presentaciones y piezas internas. La clave está en mantener equilibrio entre forma, color y jerarquía, asegurando que el mensaje siempre prevalezca sobre la estética.



7

Fotografía

Principios

La fotografía es un pilar fundamental en la comunicación visual de Fracttal. A través de ella buscamos capturar y transmitir nuestra esencia: movimiento, conexión y tecnología en acción.

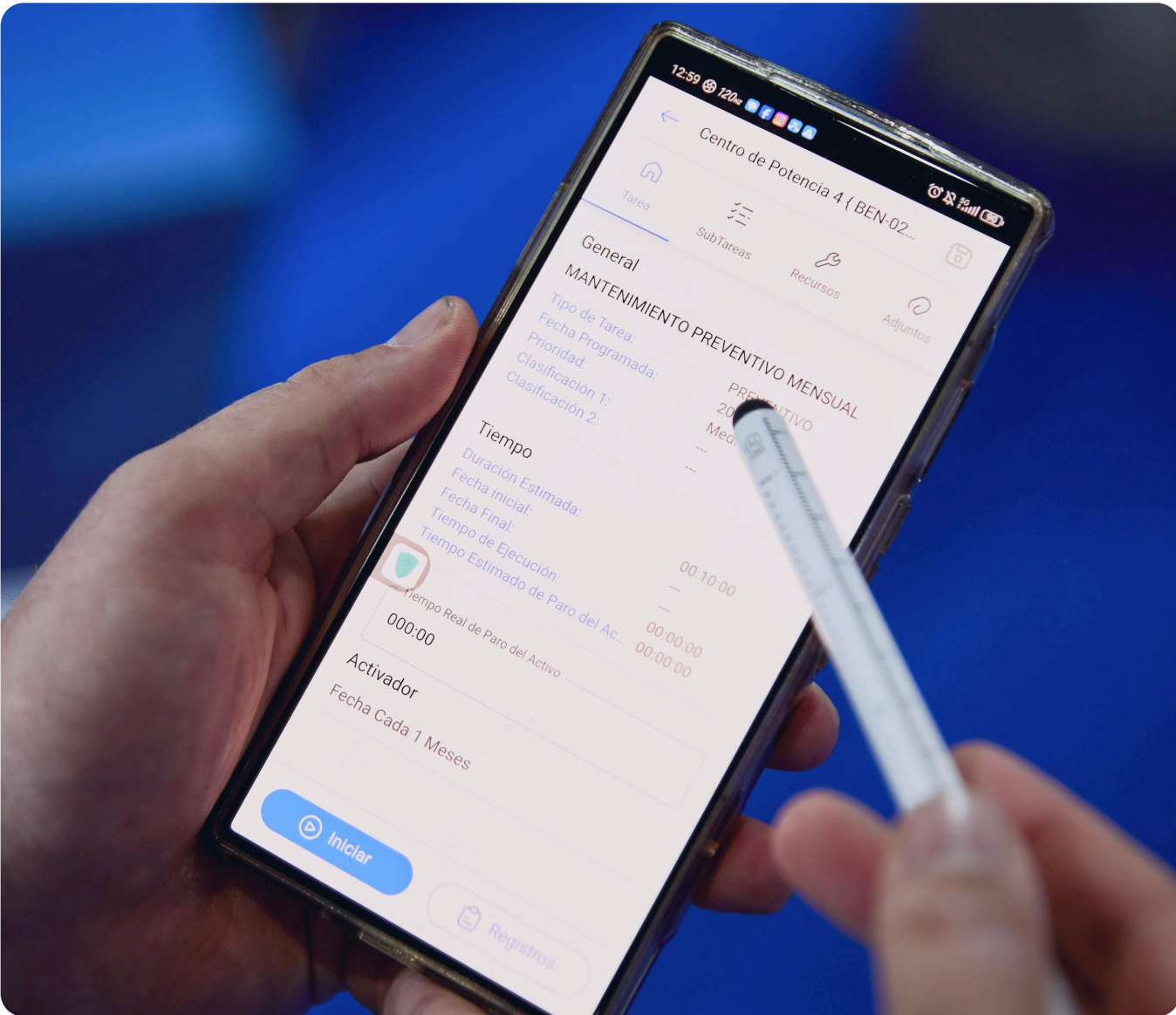
Nuestras imágenes deben mostrar personas interactuando con soluciones digitales, equipos trabajando en sincronía y escenarios industriales donde la innovación mantiene todo en funcionamiento. También deben incorporar rostros reales y expresiones naturales, que transmitan cercanía, confianza y satisfacción auténtica. La idea no es posar, sino reflejar la experiencia humana detrás de la tecnología.

Este enfoque fotográfico refuerza los valores centrales de la marca: eficiencia, innovación y confiabilidad. Cada imagen debe integrarse de manera armónica con el sistema visual de Fracttal, proyectando una identidad sólida, tecnológica, precisa y en constante evolución.

La dirección fotográfica combina lo humano y lo tecnológico para evidenciar el impacto real de nuestras soluciones, destacando la fusión entre lo físico y lo digital.

Este principio se articula en torno a tres pilares visuales:

- **Integralidad:** representar el ecosistema conectado.
- **Dinamismo:** capturar movimiento, acción y energía.
- **Precisión:** mantener una estética limpia, bien compuesta y clara.



Eventos

Los eventos corporativos y ferias son oportunidades clave para mostrar el impacto y la presencia de Fractal en la industria. La fotografía debe capturar la energía del momento, la interacción con los asistentes y la tecnología en acción, reflejando una marca innovadora, accesible y relevante.



Directrices: Eventos

- Capturar la energía y el impacto de nuestra participación en ferias, stands, presentaciones y desayunos corporativos.
- Enfocar interacciones genuinas con clientes, socios y equipo, reflejando conexión y colaboración.
- Uso de encuadres abiertos para mostrar el entorno y la relevancia de Fractal en la industria.
- Iluminación natural o equilibrada que resalte la profesionalidad y el dinamismo del evento.



Ejemplos aprobados



Qué si hacer:

- Capturar interacciones genuinas, personas conversando o probando la tecnología.
- Fotografías con iluminación natural y encuadres que muestren el contexto del evento.
- Resaltar el branding de Fractal de manera sutil en fondos o elementos gráficos.



Ejemplos a evitar



Qué no hacer:

- No tomar imágenes de stands o espacios vacíos o sin interacción.
- Evitar fotos con fondos desordenados o iluminación deficiente.
- No usar imágenes excesivamente posadas o sin dinamismo.



Corporativa

Las fotos corporativas deben reflejar la cultura, el equipo y el entorno laboral de Fractal. Buscamos imágenes que transmitan profesionalismo y autenticidad, alejándonos de poses rígidas o entornos artificiales.



Directrices: Corporativa

- Fotografías del equipo en entornos reales, evitando poses forzadas, reflejando autenticidad y cercanía.
- Espacios de trabajo modernos y organizados que transmitan eficiencia y tecnología.
- Uso de retratos individuales y grupales con fondo limpio o en contexto laboral.
- Capturar momentos espontáneos que reflejen la cultura y el ambiente de Fractal.



Ejemplos aprobados



Qué si hacer:

- Retratos naturales con fondos que reflejen el espacio de trabajo.
- Capturar reuniones y colaboraciones en acción para reflejar dinamismo.
- Iluminación limpia y natural para transmitir transparencia y accesibilidad.

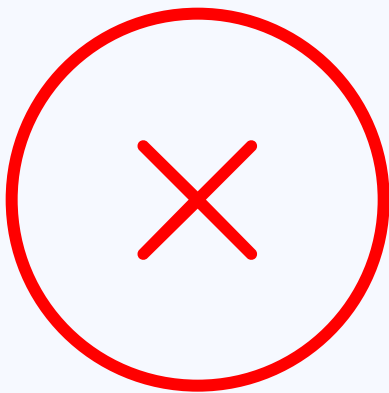


Ejemplos a evitar



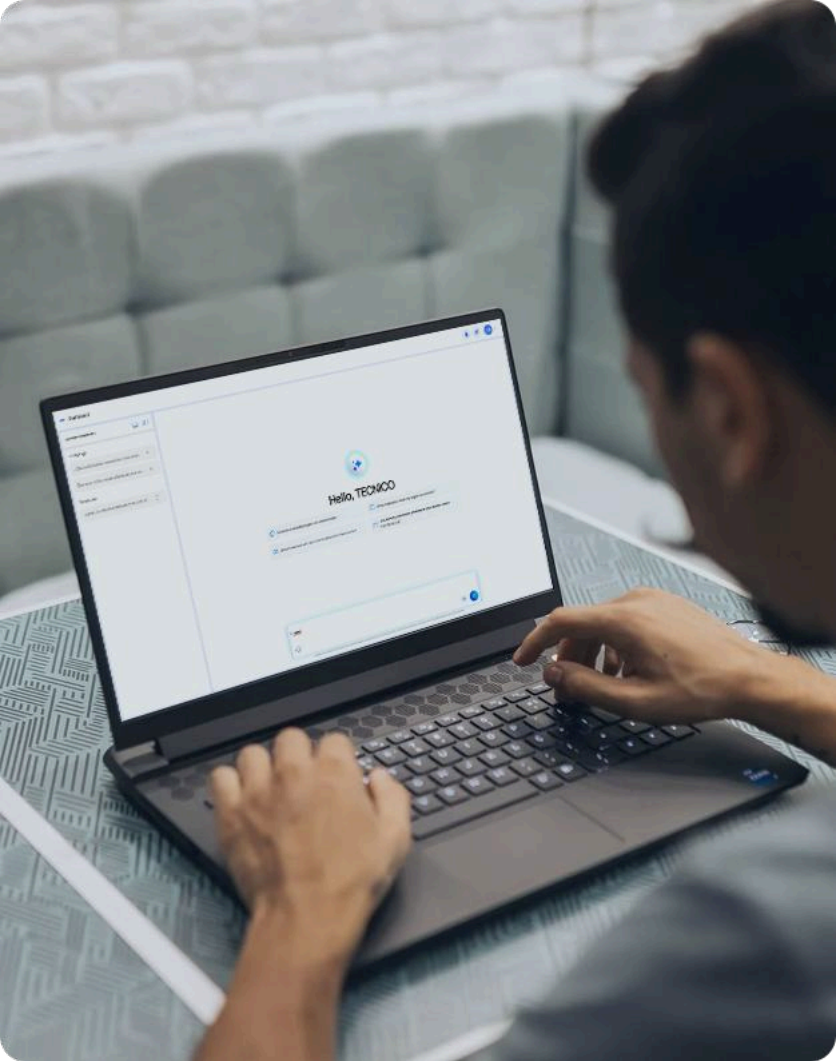
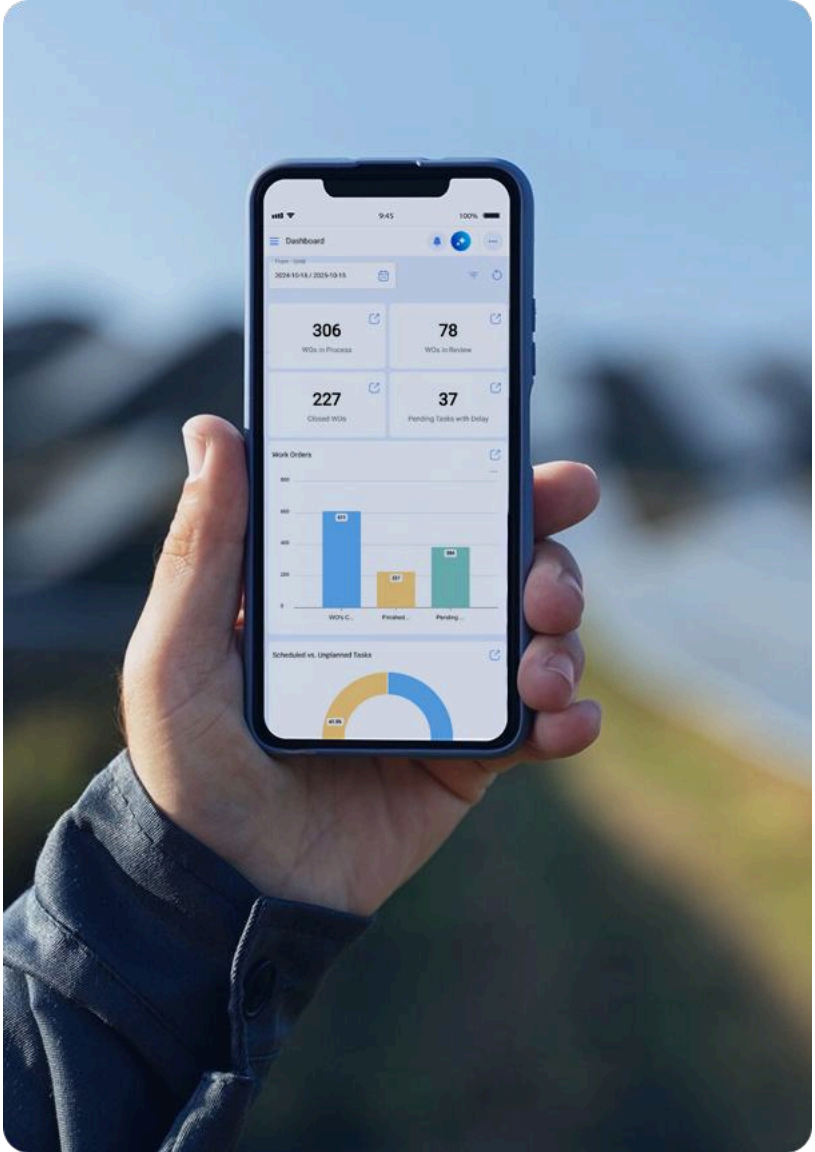
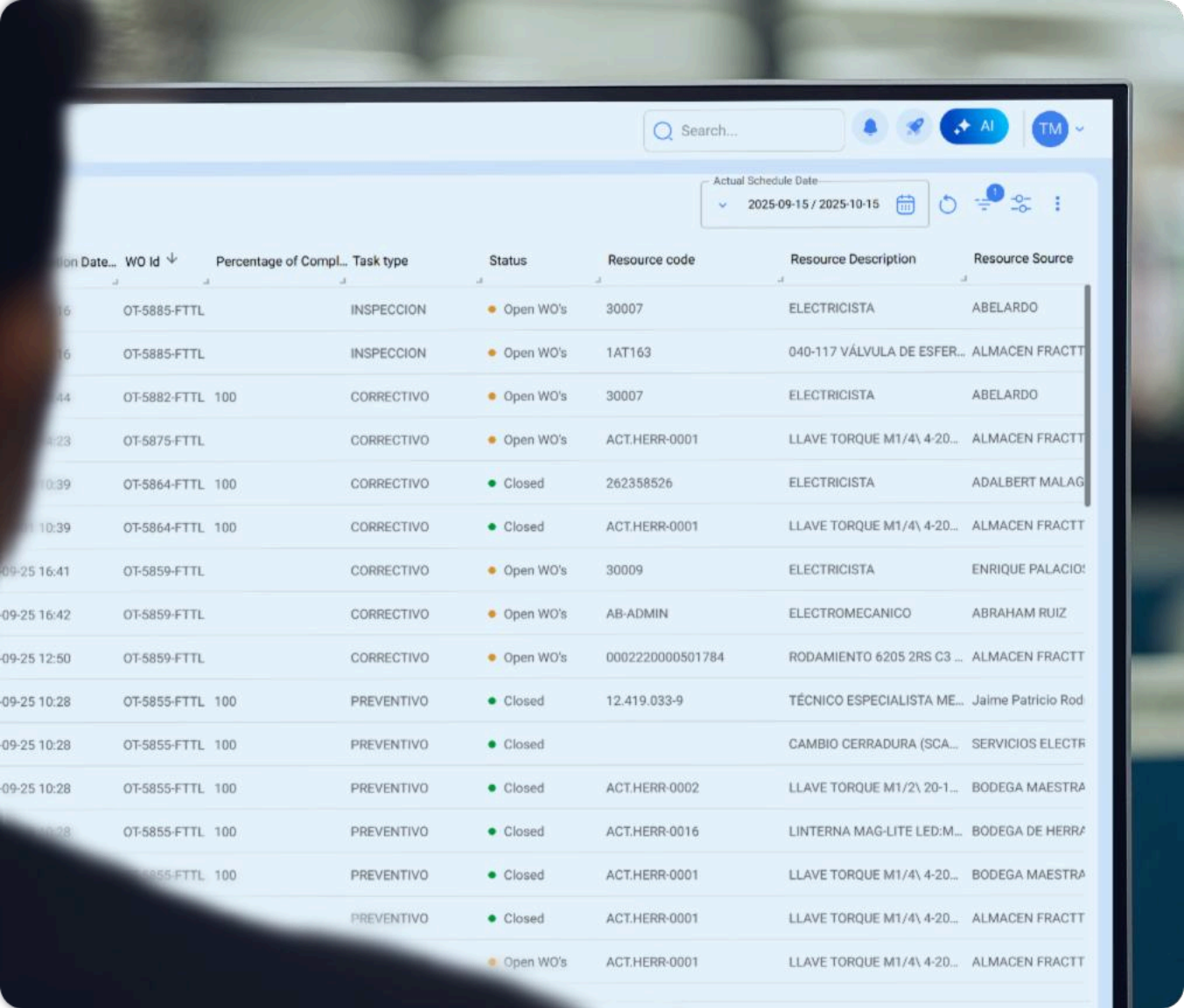
Qué no hacer:

- No usar imágenes de stock genéricas con personas irreales o demasiado estilizadas.
- Evitar encuadres cerrados o fondos sobrecargados.
- No tomar fotos con expresiones forzadas o poco naturales.



Producto

Las imágenes de producto deben resaltar la tecnología, facilidad de uso e integración del software y hardware de Fractal. Se busca un enfoque limpio y profesional, donde la interfaz y los dispositivos sean los protagonistas.

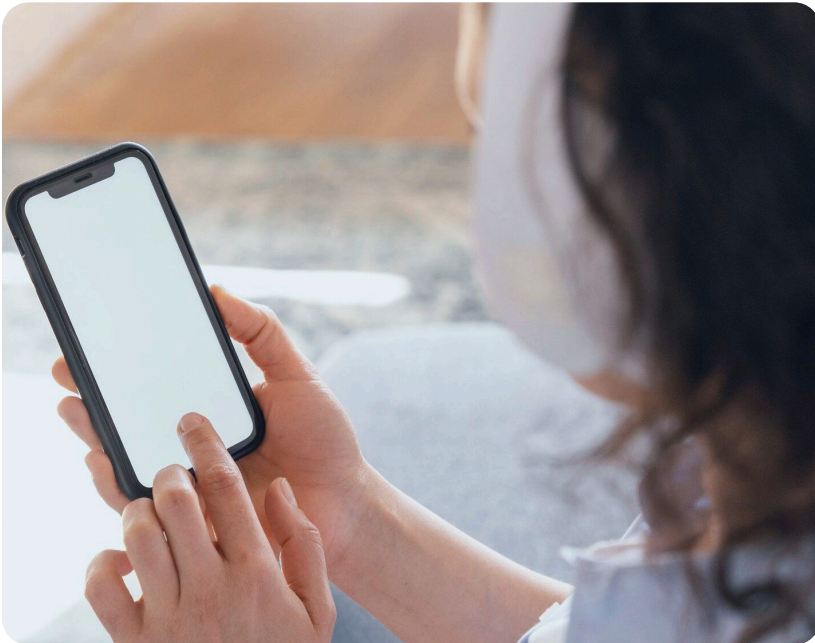
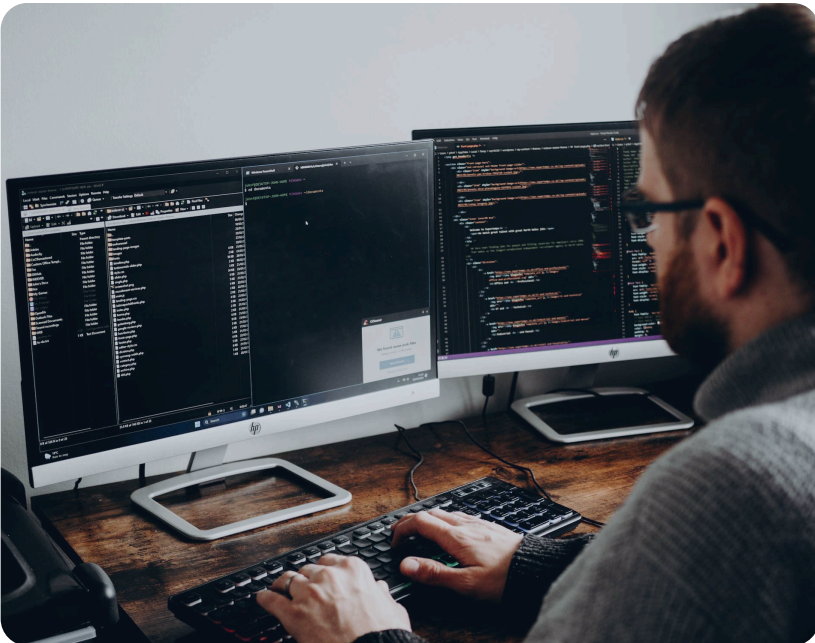


Directrices: Producto

- Enfoque en los detalles del software y dispositivos IoT en uso real.
- Iluminación precisa que resalte la interfaz y la facilidad de uso.
- Uso de manos y personas interactuando con la aplicación para contextualizar el producto.
- Composiciones limpias, con fondos neutros o entornos industriales adecuados.



Ejemplos aprobados

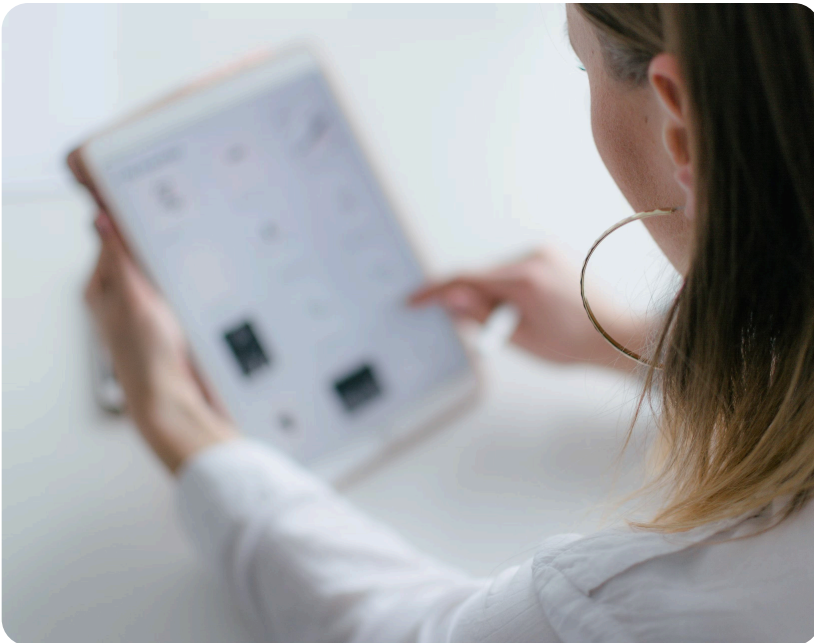


Qué si hacer:

- Mostrar pantallas con la aplicación en uso en un contexto real.
- Capturar detalles y close-ups de los dispositivos IoT.
- Utilizar manos interactuando con la app para dar contexto.



Ejemplos a evitar



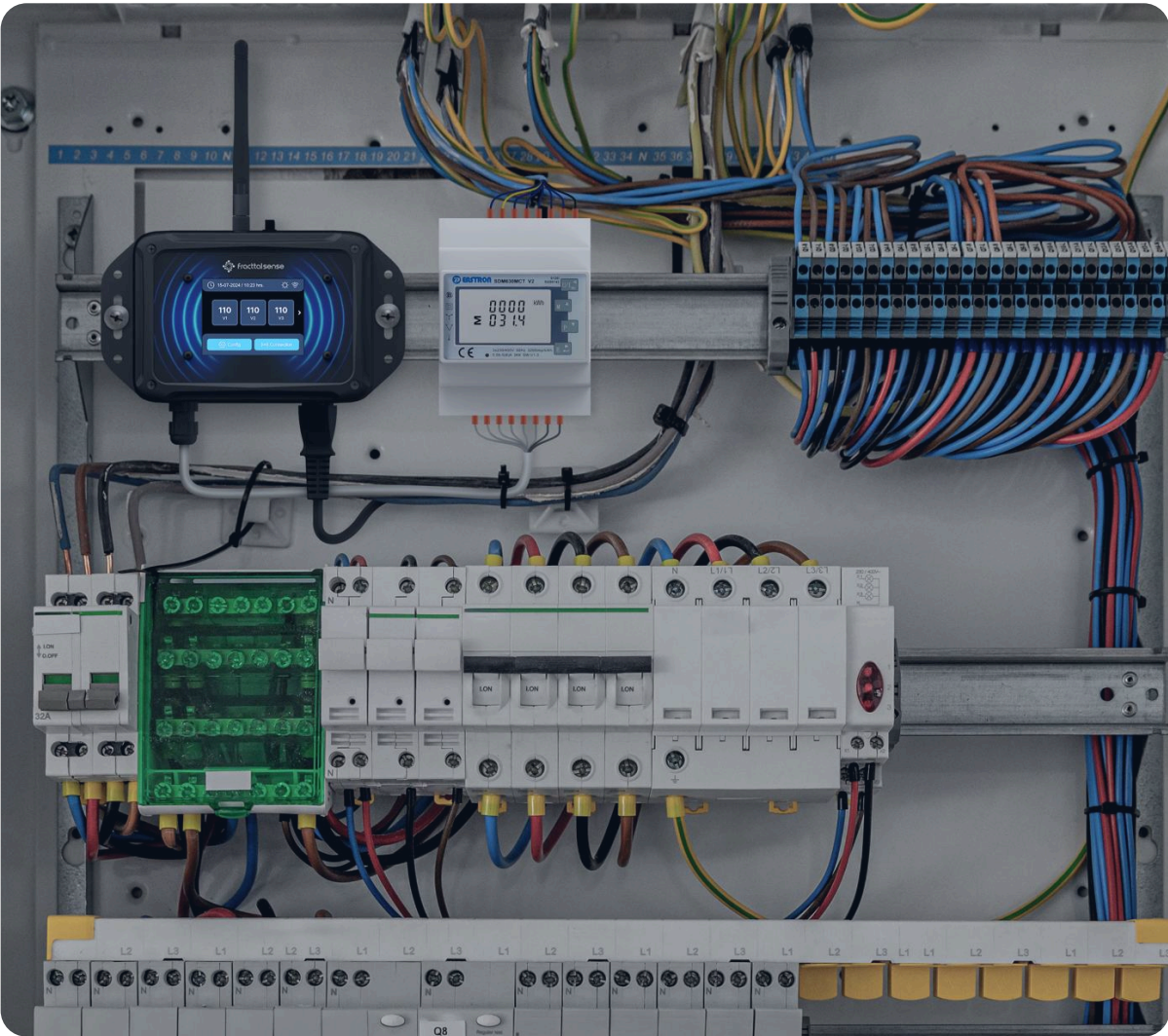
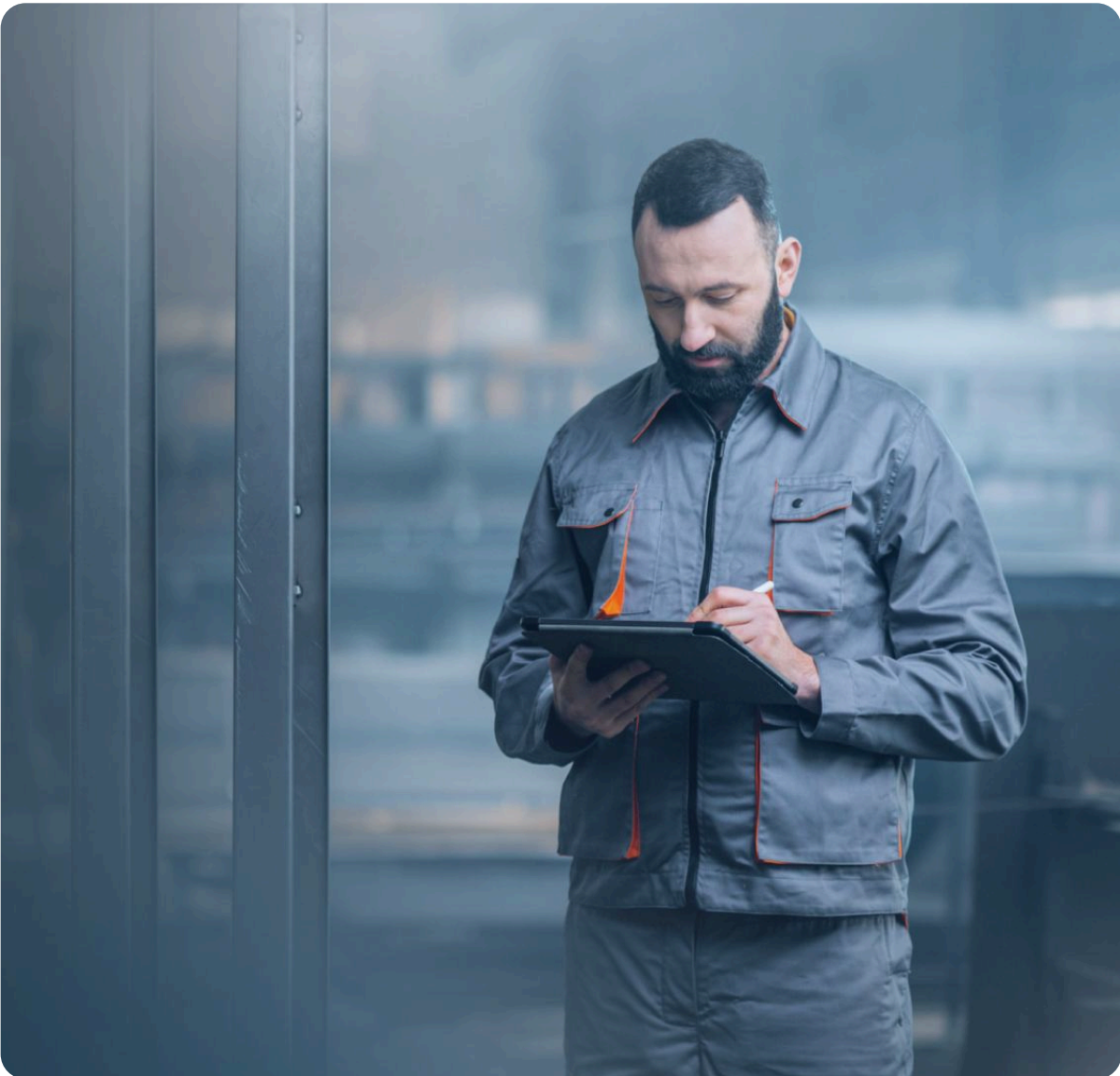
Qué no hacer:

- No usar imágenes editadas que no representen el producto real.
- Evitar reflejos o brillos que dificulten la visibilidad de la pantalla.
- No usar fondos distractores o fondos difusos que resten protagonismo al software.



Industria

Este tipo de fotografía debe reflejar la integración de Fractal en entornos industriales, desde fábricas hasta infraestructura crítica. El enfoque debe transmitir robustez, eficiencia y modernidad, sin perder el dinamismo del día a día.



Directrices: Industria

- Fotografías en entornos industriales donde se visualice la aplicación de Fractal.
- Capturar maquinarias, operarios y equipos en acción, mostrando cómo la solución se integra en la operación diaria.
- Uso de perspectivas amplias para mostrar el contexto y primeros planos para resaltar detalles técnicos.
- Inclusión de elementos que refuercen la idea de un ecosistema 360º en mantenimiento.



Ejemplos aprobados

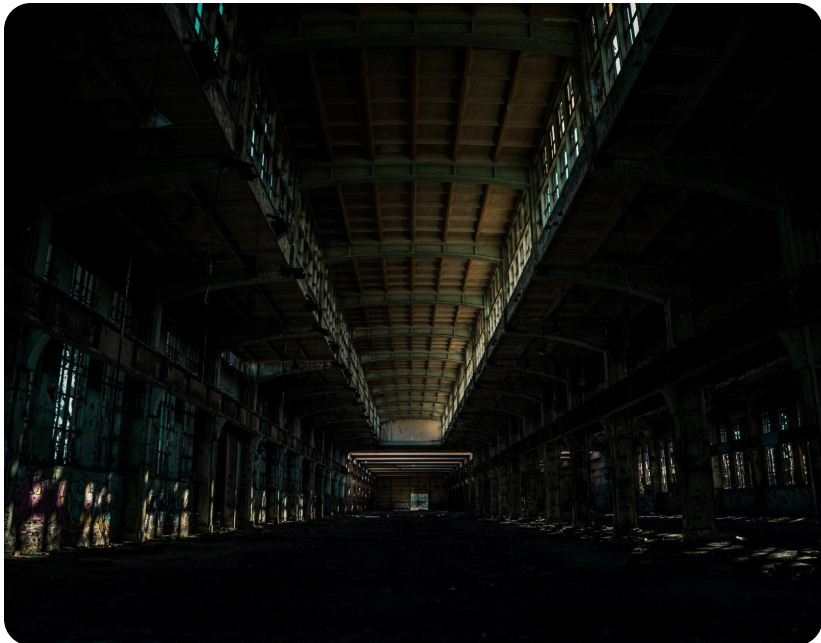


Qué si hacer:

- Fotografías amplias que muestren el contexto y la escala de la operación.
- Capturar trabajadores interactuando con la tecnología en entornos reales.
- Mostrar procesos en marcha para reforzar la idea de mantenimiento continuo.



Ejemplos a evitar



Qué no hacer:

- No tomar fotos de equipos estáticos sin contexto.
- Evitar imágenes con poca iluminación o sin un punto focal claro.
- No capturar espacios vacíos o sin actividad humana si no aportan al mensaje.



Recomendaciones

Para garantizar una coherencia visual y un estándar de calidad en nuestras fotografías, seguimos estas recomendaciones generales:

Calidad y resolución

- Utilizar cámaras réflex con al menos 12 MP para capturar detalles nítidos.
- Mantener una resolución mínima de 300 dpi para usos impresos y 72 dpi para web.
- Evitar imágenes pixeladas o con ruido digital.

Iluminación

- Priorizar la luz natural o fuentes de iluminación bien distribuidas.
- En interiores, usar luces suaves para evitar sombras duras y reflejos.

Composición

- Seguir la regla de los tercios para una composición equilibrada.
- Asegurar que el sujeto principal esté bien enfocado y destacar elementos clave.
- Evitar fondos que distraigan del mensaje principal de la imagen.

Edición

- Ajustar brillo, contraste y saturación sin alterar la naturalidad de la imagen.
- Mantener colores alineados con la identidad visual de Fractal.
- No abusar de filtros o efectos que distorsionen la autenticidad.

Uso de fotobancos

- Se recomienda el uso de imágenes originales siempre que sea posible.
- En caso de requerir imágenes externas, utilizar fotobancos licenciados.
- Evitar imágenes genéricas que no reflejen la identidad de la marca.

Uso de IA generativa

- Verificar que la estética general coincida con el estilo fotográfico y visual de Fractal (colores, encuadre, iluminación y tono).
- Evitar imágenes con detalles irreales, errores visuales o elementos que generen confusión.
- Validar y ajustar antes de publicar: revisar textos, precisión técnica y coherencia con el mensaje de marca.

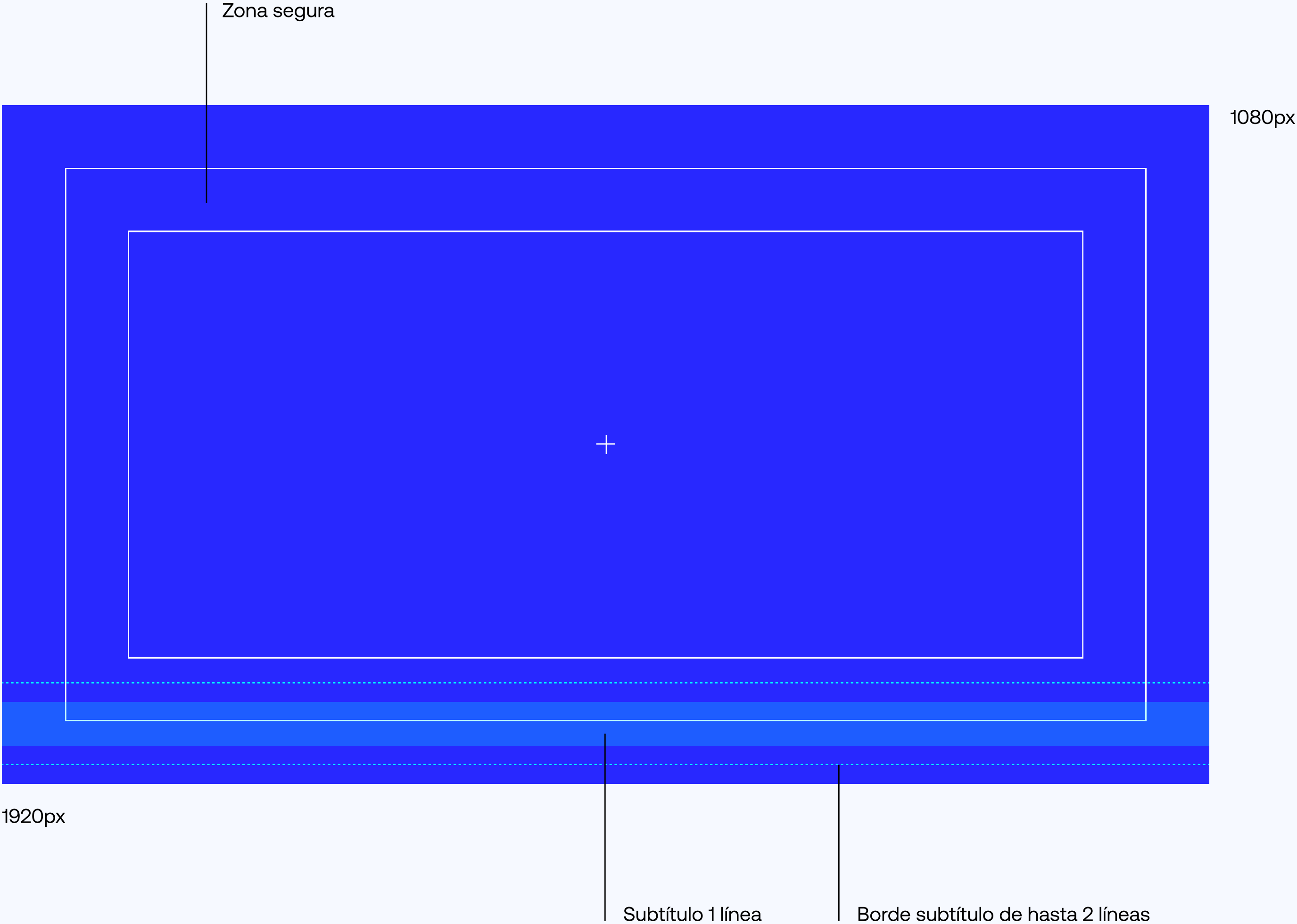
8

Video

Grilla 16:9

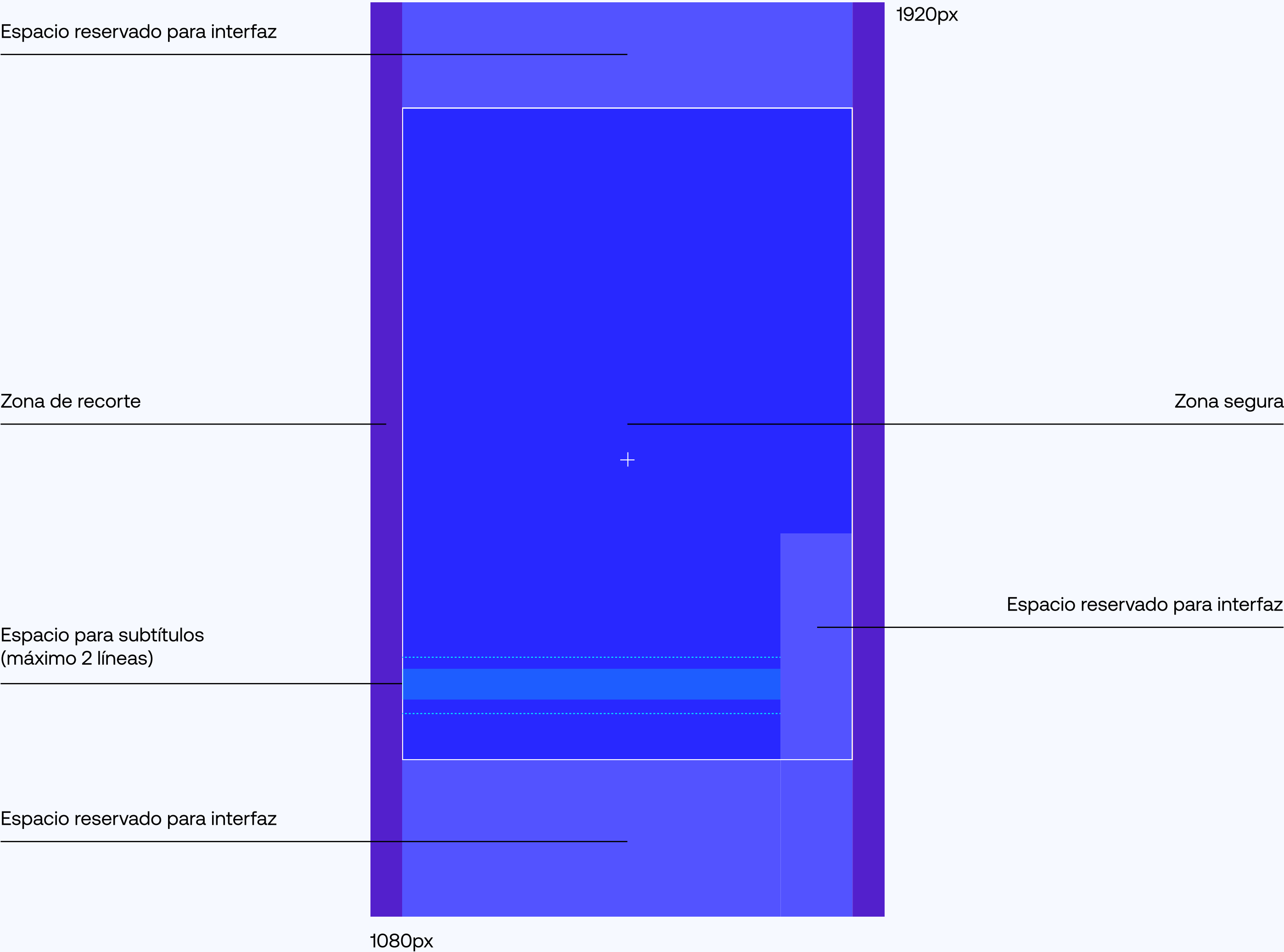
La relación 16:9 es el formato estándar para la mayoría de nuestros contenidos audiovisuales. La grilla define márgenes, zona segura para títulos y subtítulos, y espacios visuales que garantizan legibilidad en cualquier plataforma.

La zona inferior debe mantenerse libre para la correcta visualización de subtítulos y textos informativos.



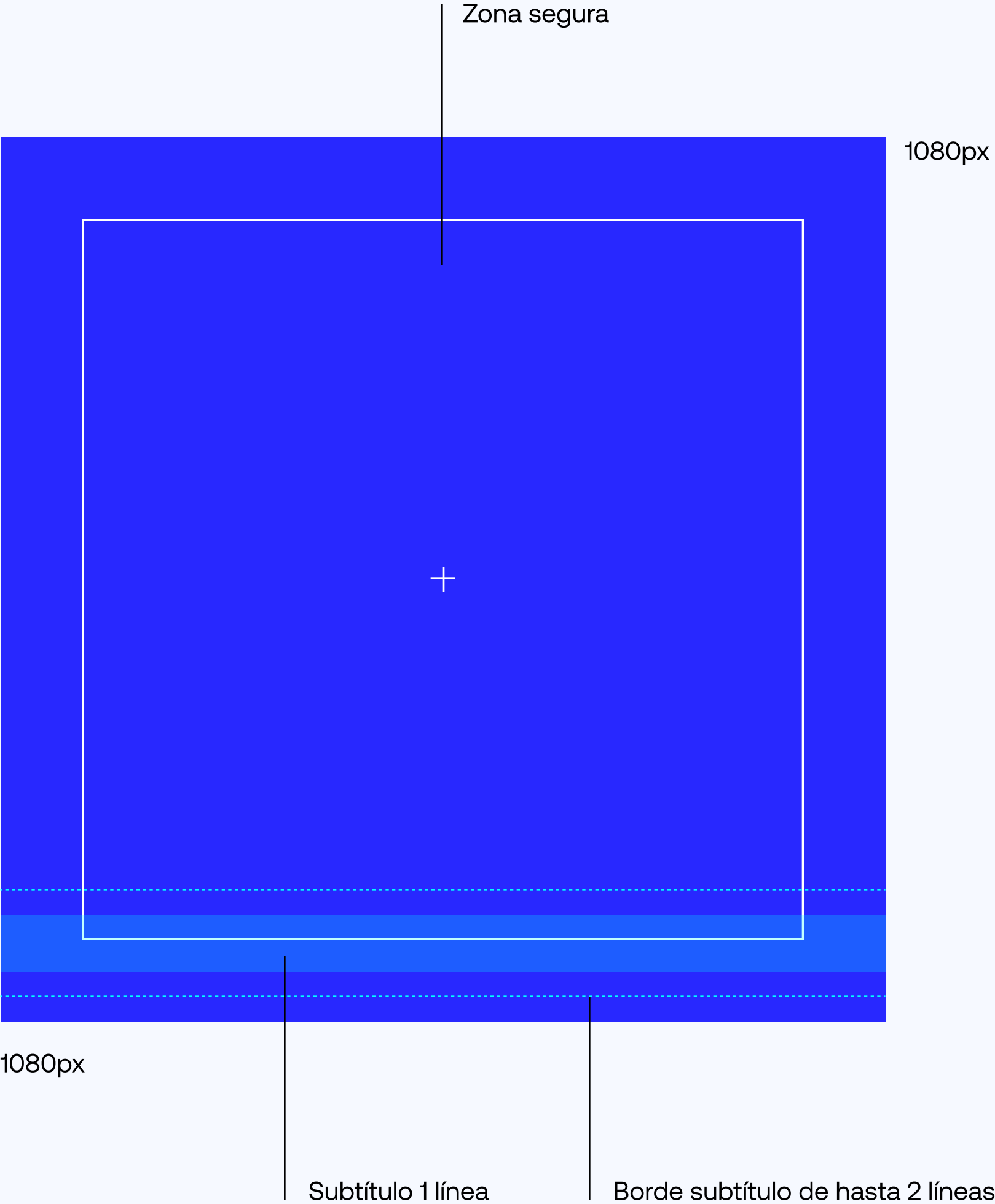
Grilla 9:16

El formato 9:16 se utiliza principalmente para contenidos verticales en redes sociales y plataformas móviles. La grilla asegura márgenes uniformes y un espacio inferior reservado para subtítulos o textos complementarios. Es fundamental respetar esta zona para evitar recortes en dispositivos con distintas resoluciones.



Grilla 1:1

El formato cuadrado 1:1 permite versatilidad en plataformas sociales y es especialmente útil para publicaciones en feed. La grilla incluye márgenes, zona segura para textos y subtítulos, y mantiene proporciones visuales coherentes con la identidad de marca.



Ubicación del logo

En los tres formatos (16:9, 9:16 y 1:1), el logotipo puede ubicarse centrado, con una altura fija de 130 px, asegurando equilibrio visual y jerarquía clara. Esta ubicación es ideal para intros, outros y momentos clave de la narrativa.

Logo en el centro



16:9



9:16



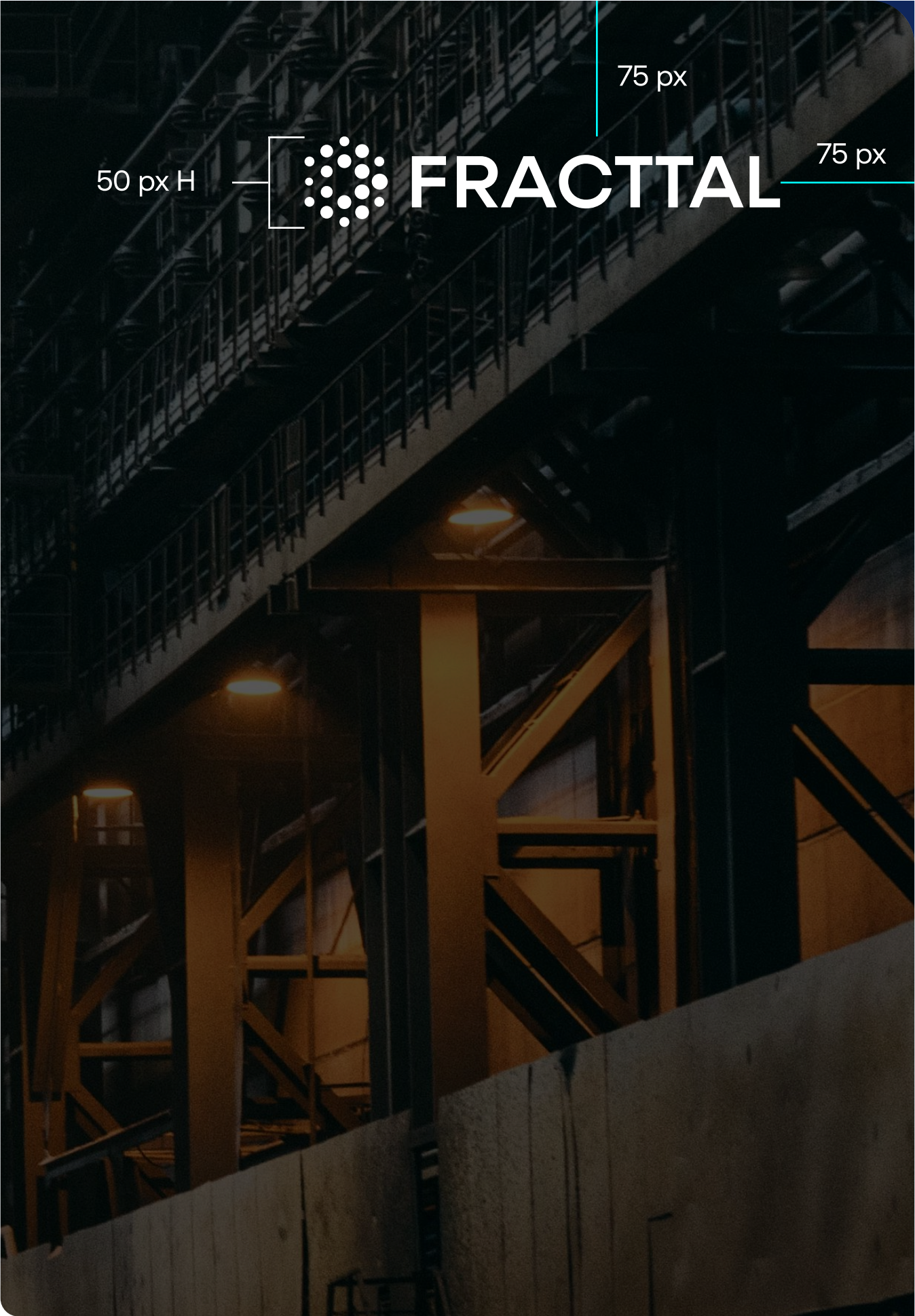
1:1

130 px H

Ubicación del logo

En casos donde se requiera, el logotipo puede ubicarse en la esquina superior derecha en su versión completa o con isotipo únicamente. Se deben respetar las medidas definidas y un margen mínimo para mantener la legibilidad. Si no es estrictamente necesario, el logo no debe usarse durante toda la duración del video para evitar saturación visual.

Logo esquinado completo



Logo esquinado solo isotipo



Caption

Los captions identifican a las personas que aparecen en cámara, presentando su nombre, cargo y empresa de forma clara y consistente.

Su posición es en la zona inferior izquierda, alineado con los márgenes de la grilla y con la tipografía Aeonik en las siguientes dimensiones y pesos:

Nombre: Aeonik Bold 64 pt
Cargo: Aeonik Medium 34 pt
Empresa: Aeonik Medium 34 pt

Nombres:
Aeonik Bold 64 pt

Cargo y empresa:
Aeonik Medium 34 pt
Interlineado automático



Subtítulos

Los subtítulos siguen un estilo único que asegura buena lectura sobre distintos tipos de fondo. Se utilizan en color blanco sin sombra y con un recuadro sutil de fondo, y se ubican en la zona inferior de la grilla. Es importante respetar el espaciado y la alineación centrada para mantener consistencia en todos los formatos.

Estos no deben exceder las 2 líneas de longitud.

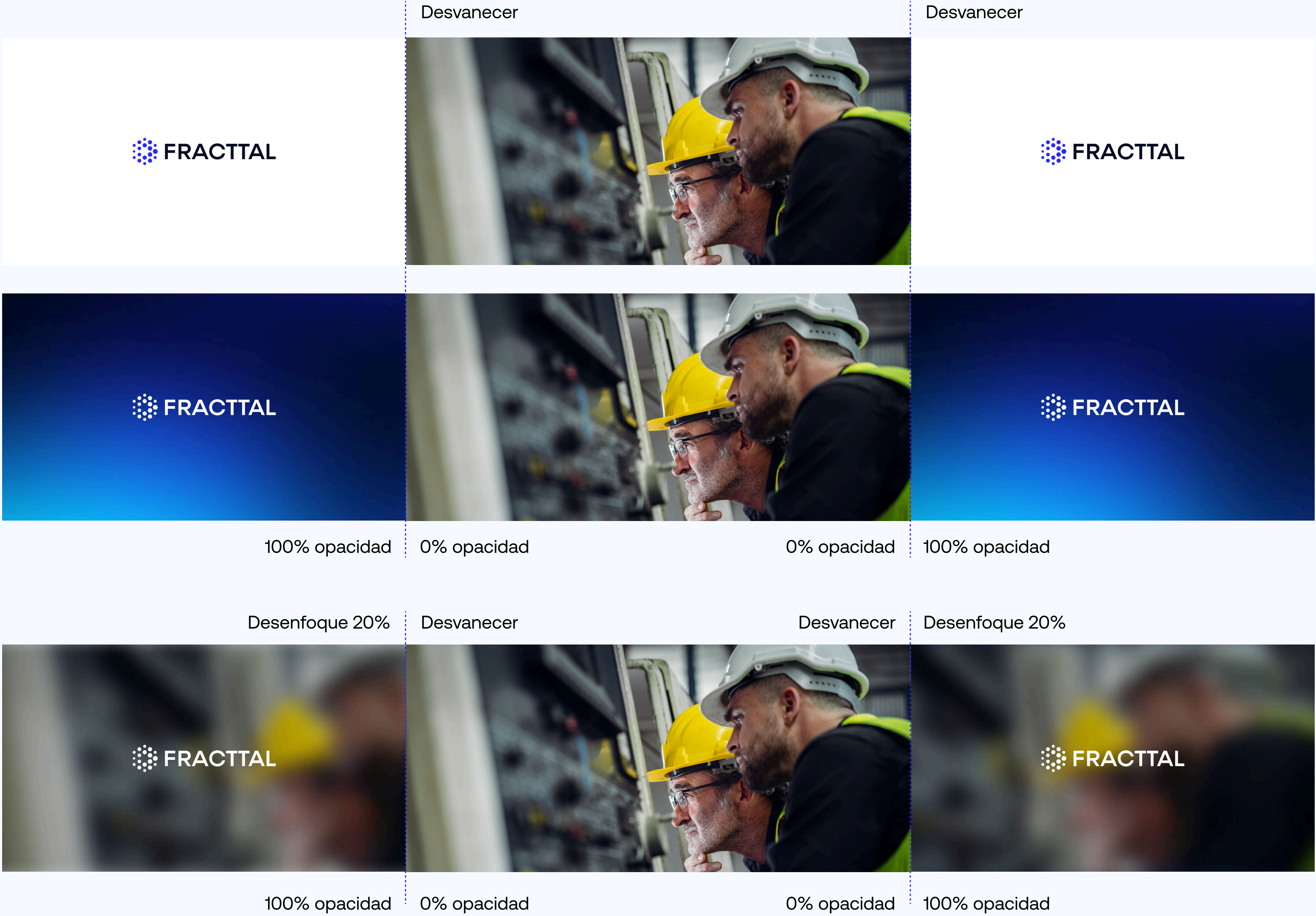


Arial regular 40 pt #FFFFFF
Fondo #000000 60% con 17px de espaciado

Intro y outro

Existen dos formatos de animación de apertura y cierre:

- Versión estándar: transición de desvanecimiento de logo → contenido → transición de desvanecimiento de logo. Estas intros y cierre utilizan la marca sobre un color plano o nuestro gradiente.
- Versión documental: utiliza un efecto de desenfoque en lugar de color sólido, ideal para piezas tipo reportaje o documental, entregando una sensación más cinematográfica y moderna.

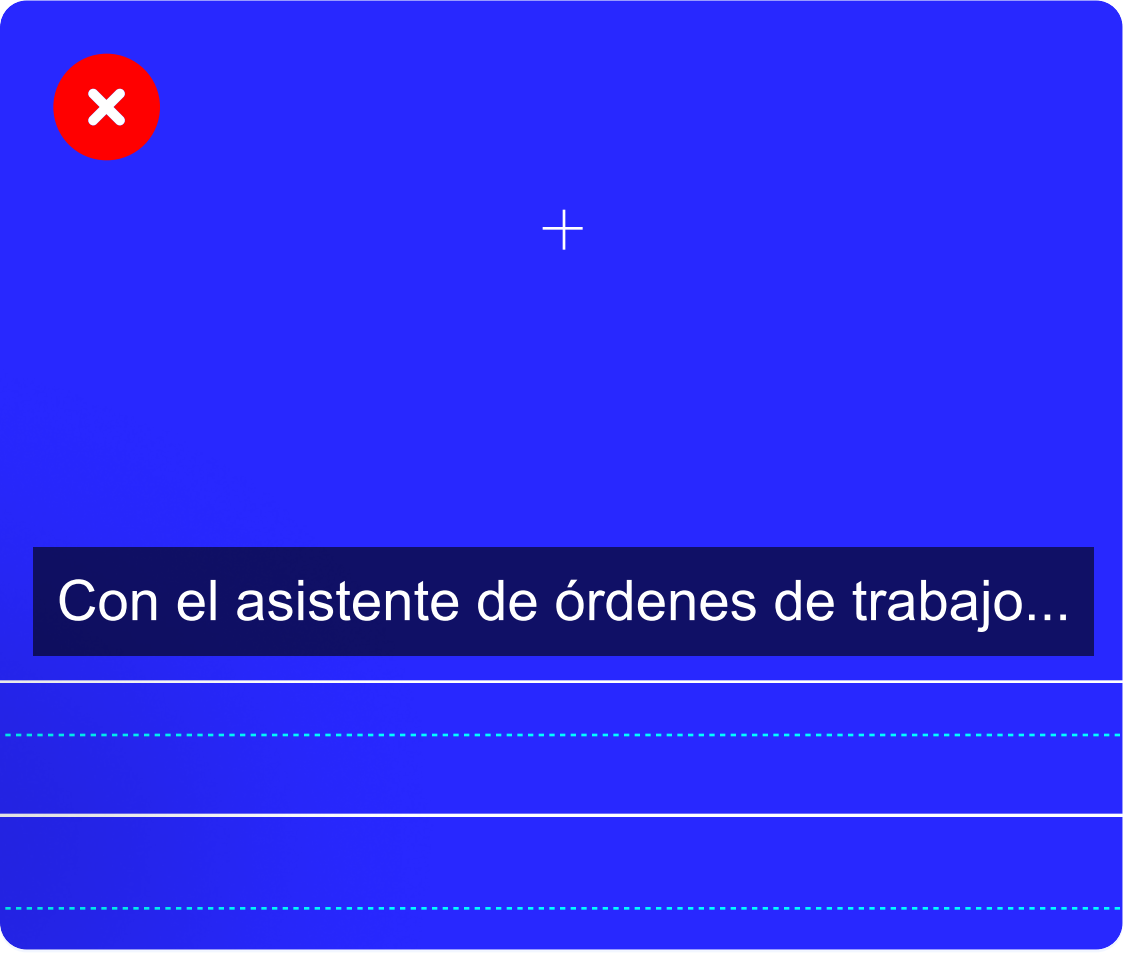


Restricciones

Para mantener la calidad visual y consistencia de la marca en video, se deben evitar los siguientes errores comunes:



No alterar las proporciones establecidas del logotipo.



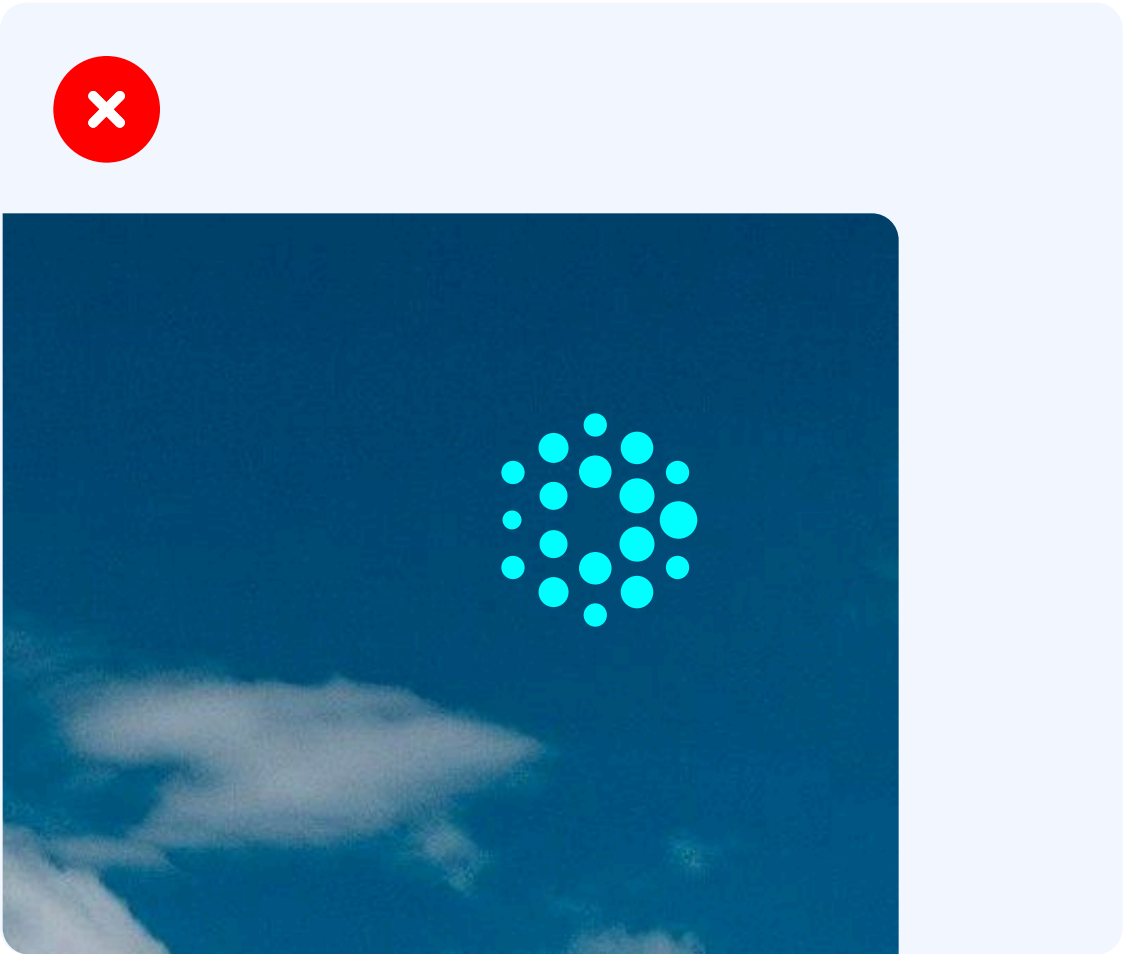
No ubicar textos o subtítulos fuera de la zona segura.



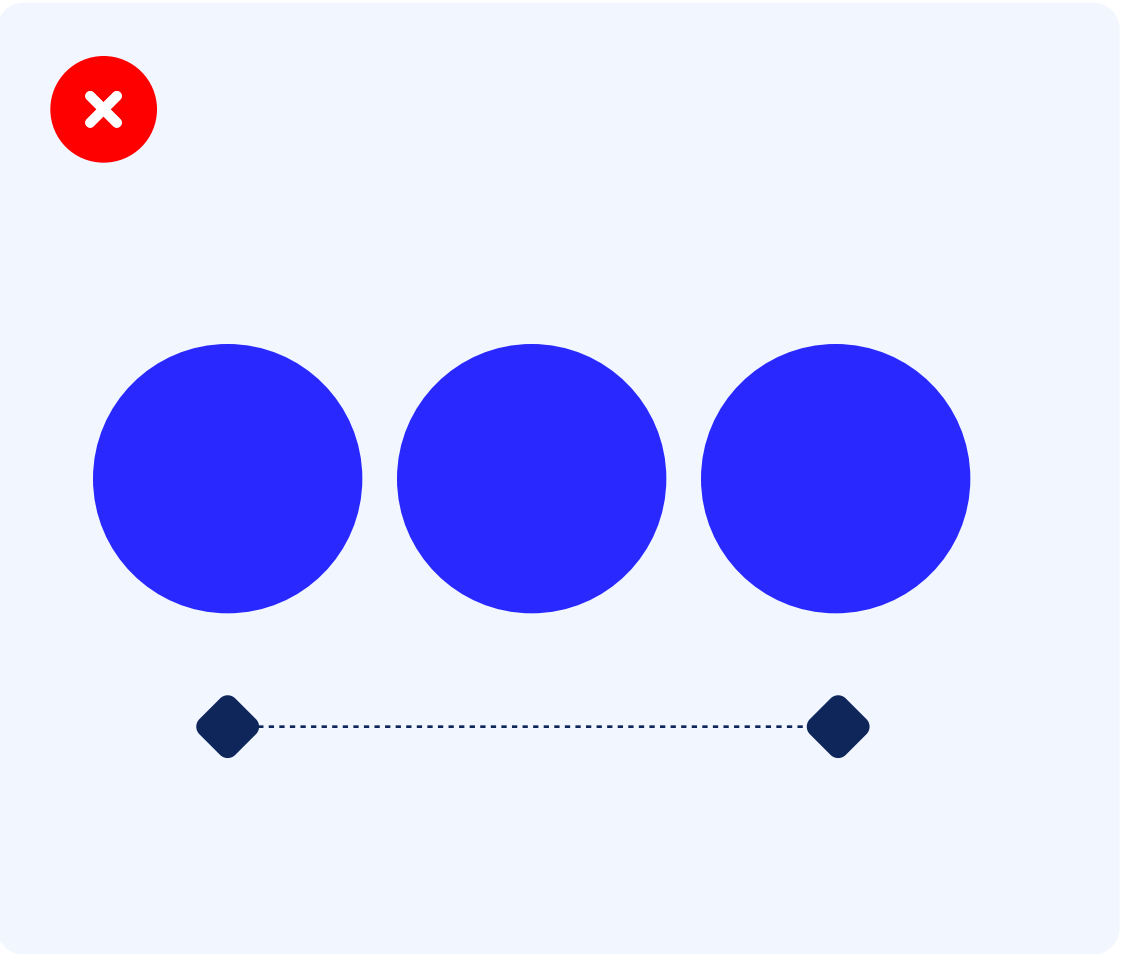
No utilizar fuentes no autorizadas para captions o subtítulos.



No aplicar efectos o animaciones al logotipo que no estén predefinidos.



No cambiar los colores del logotipo ni del texto principal.



No usar movimientos bruscos o planos, como rebotes o desplazamientos lineales.

9

Marca en uso

Documentación corporativa

La documentación corporativa es uno de los principales puntos de contacto visual con nuestra marca. Todas las plantillas de Word y PowerPoint han sido diseñadas para asegurar una correcta aplicación de la identidad visual de Fracttal, garantizando consistencia en comunicaciones internas y externas.

Estas plantillas estarán disponibles para todo el equipo y ya incluyen tipografías, colores y estilos predefinidos para facilitar su uso. Se recomienda no alterar su estructura, respetando los márgenes, jerarquías y alineaciones establecidas.



Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisi malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisi malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisi malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos.

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisi malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos.

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisi malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos.

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisi malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisi malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisi malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisi malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos.



Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit.
Dolor sit amet consectetur adipiscing elit quisque faucibus.

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Slide PPT

Email

La comunicación por correo electrónico es un canal clave para proyectar una imagen profesional y consistente. Se ha definido una estructura base para emails corporativos, que incluye imagen de header, cuerpo de texto y footer estandarizado con el logotipo y colores de marca.

La plantilla estará disponible directamente en HubSpot, lista para ser utilizada por el equipo, evitando así variaciones de estilo o errores de formato.

Toda comunicación oficial debe apegarse a este diseño.

Logo (solo o co-branding)

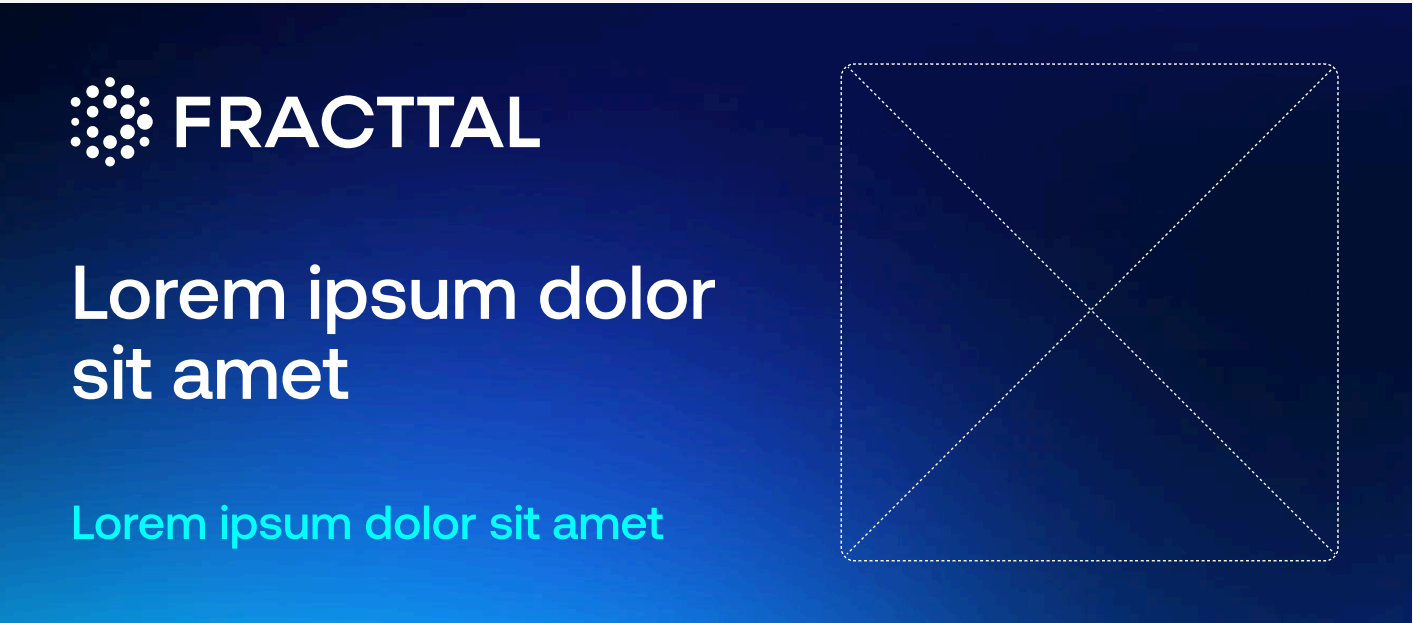
Titular

Información adicional

Cuerpo de correo

Footer

Dimensiones header para diseño: 1024 x 450px



Espacio reservado para imagen o logo evento

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisl malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos.

Botón

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Quisque faucibus ex sapien vitae pellentesque sem placerat. In id cursus mi pretium tellus duis convallis. Tempus leo eu aenean sed diam urna tempor. Pulvinar vivamus fringilla lacus nec metus bibendum egestas. laculis massa nisl malesuada lacinia integer nunc posuere. Ut hendrerit semper vel class aptent taciti sociosqu. Ad litora torquent per conubia nostra inceptos himenaeos.

FRACTTAL



Fracttal Chile, Av. Apoquindo 5950, piso 17, oficina 1701, Las Condes, Santiago, RM, Chile
[Darne de baja](#) [Gestionar preferencias](#)

Dimensiones header para diseño: 1024 x 450px

Color de fondo: #F7F7F7

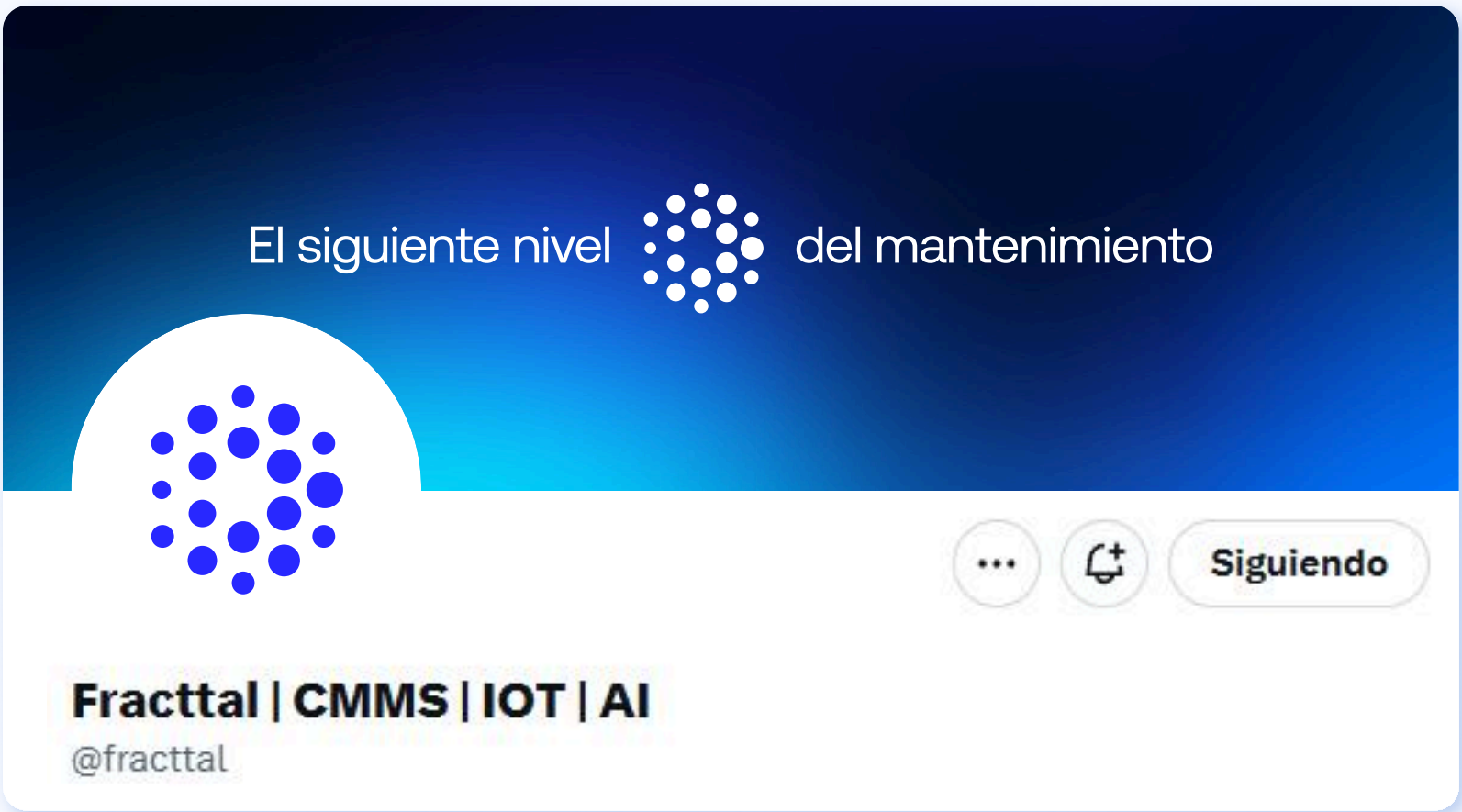
Social Media

La presencia en redes sociales debe reflejar la identidad visual de Fracttal de forma clara, coherente y homogénea. Se ejemplifican los perfiles de LinkedIn y X (Twitter), mostrando cómo deben aplicarse la foto de perfil y la imagen de portada.

Este mismo criterio es replicable a las demás plataformas donde Fracttal tenga presencia, garantizando una comunicación visual unificada y fácilmente reconocible.



Linkedin



X (Twitter)

Perfil plataformas

Para asegurar una correcta adaptación de la marca en cada plataforma externa, se han definido tres versiones de logotipo de perfil:

- Cuadrado
- Redondo
- Logo completo

Cada una de estas versiones puede aplicarse en dos esquemas:

- Isotipo y/o marca a color sobre fondo blanco.
- Isotipo en blanco sobre el gradiente fluido de la marca.

Esta flexibilidad permite que la identidad visual se mantenga clara y reconocible en contextos digitales diversos.



Otras aplicaciones

A partir de esta sección se muestran ejemplos de cómo la marca se adapta a distintos formatos y contextos. Esto incluye aplicaciones impresas, digitales, en estructuras físicas y elementos de merchandising, entre otros.

El objetivo es brindar una referencia visual clara para asegurar que la marca conserve su integridad y coherencia sin importar el medio o la escala.

















10

Recursos descargables

Descargables

Para facilitar la implementación correcta de la identidad visual de Fracttal, se han preparado recursos descargables oficiales. Estos archivos están diseñados para asegurar consistencia en todas las comunicaciones y deben ser utilizados como base para cualquier aplicación de marca.



Logotipos



Paleta de colores y gradientes



Tipografías auxiliares



Documentación corporativa: Word y PowerPoint



Firma de correo electrónico



Fondos para videollamadas



Cover para LinkedIn



Importante: siempre debe utilizarse la versión más actualizada de estos archivos, evitando modificaciones no autorizadas. Todos los materiales estarán disponibles en un repositorio central para facilitar su acceso y control. Ante cualquier duda o consulta por favor comunícate con el equipo de Marketing.