

Manual de marca

Brand guidelines

Momentia®

Índice

Presentación de la marca	3
Introducción	4
Quiénes somos	5
Manifiesto de marca	5
Valores organizacionales	6
Arquetipos de marca	8
 Logotipo	11
Versiones	13
Arquitectura de marca	14
Área de respeto y reducciones	15
Usos incorrectos	16
 Paleta de colores	21
Colores Grupo Momentia	22
Colores Fundación Momentia	23
 Paleta tipográfica	24
 Recursos gráficos	25
Ilustraciones estilo Momentia	26
Otros recursos gráficos	28

Presentación de la marca

Introducción

El presente manual de marca establece los lineamientos fundamentales para el uso coherente y estratégico de la identidad corporativa del Grupo Momentia. Su propósito es garantizar una comunicación unificada, profesional y alineada con los valores institucionales que nos representan.

Grupo Momentia es un holding empresarial cuyo eje central es la exaltación de la vida, por ello cada elemento de nuestra marca comunica sensibilidad, cercanía y creatividad, pilares fundamentales en nuestra relación con las familias y comunidades a las que servimos.

Este documento está dirigido a todo el equipo interno, así como a diseñadores, proveedores y aliados que participen en la creación de materiales gráficos, audiovisuales o comunicativos. Su correcta aplicación fortalece nuestra imagen, protege la integridad de la marca y consolida nuestra presencia en los sectores en donde operamos.

Quiénes somos

Somos una empresa del sector funerario.
Creamos experiencias innovadoras que ayudan a las familias a celebrar la vida y encontrar paz.

Manifiesto de marca

Somos conscientes de que “Este momento también pasará”
Por eso nos dedicamos a honrar la vida, creando formas de agradecer cada momento: lo vivido y lo que aún falta por vivir...

...Porque la vida es un
Momento Momentia.

Valores organizacionales



Respeto

Tratamos a cada persona con dignidad, reconociendo su humanidad, emociones y creencias. Fomentamos un entorno de inclusión, empatía y consideración por los demás.



Compasión

Acompañamos cada experiencia con sensibilidad y humanidad, comprendiendo el valor de cada momento en la vida de las personas. Nuestra labor se basa en el apoyo genuino y el cuidado del otro.



Excelencia

Somos expertos y experimentados, y cada día trabajamos para serlo aún más. Nuestra experiencia, conocimiento y voluntad de aprendizaje continuo nos impulsan a mejorar cada día.



Integridad

Actuamos con transparencia, ética y responsabilidad en cada decisión e interacción. Honramos nuestros compromisos y construimos confianza a través de nuestras acciones.



Creatividad

Buscamos formas innovadoras de celebrar la vida y de transformar momentos difíciles en experiencias significativas.



Excelencia

Nuestro tesoro más preciado es la confianza que nos entregan. Nos comprometemos a actuar con transparencia, integridad y responsabilidad en cada una de nuestras acciones. Creemos que la confianza se construye día a día a través de la excelencia, el respeto y la coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos.

Personalidad: Arquetipos de marca

La esencia de cómo nos mostramos al mundo

En Momentia, cada decisión comunicativa está guiada por una identidad profundamente humana, innovadora y cercana. Estos tres arquetipos definen la personalidad de nuestra marca, representan los tres aspectos principales de nuestra promesa de valor y nos orientan para conectar con autenticidad en cada punto de contacto.



El cuidador

Propósito:

Proteger, acompañar y brindar consuelo.

Personalidad:

Empático, confiable, cálido, comprometido.

Rol en la marca:

Es nuestro núcleo emocional y comunicacional. Momentia se expresa principalmente a través de estar presentes con respeto y sensibilidad en los momentos más difíciles de la vida.



El creador

Propósito:

Transformar lo cotidiano, pasando a lo simbólico, lo innovador y bello.

Personalidad:

Inspirador, creativo, detallista, original, visionario.

Rol en la marca:

Representa nuestra diferencia. En Momentia no solo ofrecemos servicios funerarios: diseñamos experiencias simbólicas, rituales personalizados y homenajes únicos que celebran la vida desde la autenticidad.



El vecino

Propósito:

Generar confianza desde la cercanía y la igualdad.

Personalidad:

Aterrizado, accesible, humano, empático.

Rol en la marca:

Es nuestra forma de hablarle al mundo. Momentia no habla desde la solemnidad inalcanzable ni desde tecnicismos: se comunica como lo haría una persona confiable de la comunidad, alguien que está para ti sin juzgar ni imponer.

Logotipo

El logo

La marca Momentia está representada a través de un logotipo elaborado mediante técnica de lettering manual.

La letra M inicial, así como las letras “m” y “n” minúsculas están inspiradas en la forma gráfica que representa el impulso eléctrico del corazón en un equipo de electrocardiograma, haciendo referencia a la asociación colectiva de esta imagen con el impulso de la vida misma.

La forma amplia y curvada de la barra transversal de la letra “t” pretende representar ligereza o aire, como una suerte de suspiro. Esto refuerza la idea de que la vida es efímera como un momento, un soplo, o un suspiro.

En las siguientes páginas se explican las pautas para una correcta utilización del logo y sus respectivas variaciones.

Versiones

El logotipo de Momentia cuenta con dos versiones:

1. La versión principal, que incluye la palabra completa.
2. La versión reducida, compuesta únicamente por la letra “M” inicial, que funciona como un símbolo distintivo de la marca.

Siempre que sea posible, se debe priorizar el uso del logotipo completo. Sin embargo, en casos donde el espacio sea limitado, el tamaño de reproducción sea muy pequeño, o exista una alta carga visual o presencia de múltiples elementos gráficos, se recomienda utilizar la versión reducida de la “M”.

Adicionalmente, la “M” puede emplearse de forma independiente cuando se desee representar la marca de manera más sutil, elegante o minimalista.



Arquitectura de marca:

Fundación Momentia

Además de su identidad principal, Momentia cuenta con extensiones estratégicas que amplían su propósito y su impacto social. Una de ellas es la Fundación Momentia, orientada a promover la inteligencia emocional en personas de diferentes sectores y grupos sociales.

Fundación Momentia comparte los valores y principios de la marca madre, pero cuenta con una variación del logotipo principal y aplicaciones visuales diferenciadas que le permiten operar con autonomía sin perder coherencia visual.



Momento Momentia Podcast

De la misma forma, Momentia cuenta con la sub marca de Momento Momentia Podcast, creado como una plataforma que nos permita llevar el mundo funerario a la vida cotidiana del público general, generando conexión con la audiencia y sensibilizando sobre la importancia de pensar, convivir y reflexionar sobre la muerte; y la importancia de celebrar y honrar la vida.

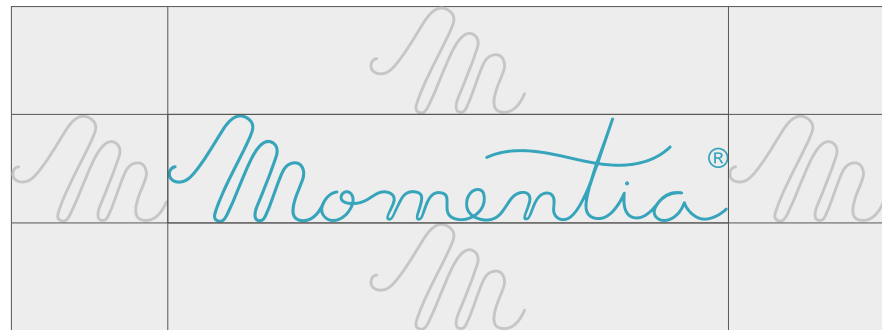
A continuación se presenta el logo de Momento Momentia Podcast



Área de respeto y tamaños mínimos

Para preservar la claridad y legibilidad del logotipo de Momentia, debe mantenerse un área de seguridad alrededor de este, libre de cualquier elemento gráfico o tipográfico.

Esta área equivale a la altura de la letra “M” inicial del logotipo y debe respetarse en todos los lados, tal como se muestra en el diagrama.



El tamaño mínimo de la versión principal es de:

- 350 x 68 px para medios digitales
- 30 mm x 5,8 mm para medios impresos

El tamaño mínimo de la versión reducida es de:

- 52px x 52px para medios digitales
- 7mm x 4,8mm para medios impresos

Tamaño mínimo versión principal:

30 mm / 350 px

Tamaño mínimo versión reducida:

7 mm / 52 px

Uso sobre fondos sólidos

El logo Momentia está diseñado para poderse presentar en diversos colores dependiendo de la necesidad comunicativa de cada caso.

El lineamiento principal que se debe seguir es procurar usar, en primer lugar, el color que más contraste genere con el fondo sobre el que se sobreponga el logo, y en segundo lugar, priorizar los colores institucionales sobre el uso del negro, para fondos de color.

Como se puede apreciar en la página a continuación, el color primario de la marca, que denominamos azul marino, genera excelente contraste sobre diversas opciones de fondos. Por lo cual, debe priorizarse su uso entre los demás colores corporativos.

	Versión a color	Versión en negro	Versión en blanco
Fondo blanco			
Fondo colores claros			
Fondo colores oscuros			
Fondo negro			

Usos incorrectos

El logotipo de Momentia es un elemento fundamental de nuestra identidad visual. Para conservar su integridad y garantizar una comunicación coherente, es indispensable respetar sus proporciones, colores y composición.

A continuación, se detallan algunos de los usos incorrectos que deben evitarse en cualquier circunstancia:

1. No modificar los colores del logotipo.

Solo deben utilizarse los colores corporativos descritos en este manual.

2. No alterar las proporciones ni distorsionar el logotipo.

Está prohibido estirarlo, comprimirse o escalarlo de forma desigual.

3. No rotar ni voltear el logotipo.

Siempre debe mantenerse en su orientación original.

4. No aplicar efectos como sombras, degradados, brillos o contornos.

5. No cambiar la tipografía del logotipo.

La tipografía forma parte integral de la identidad y no puede ser sustituida.

6. No colocar el logotipo sobre fondos que dificulten su visibilidad.

Evita fondos con poco contraste, imágenes ruidosas o colores similares.

7. No insertar el logotipo dentro de formas no autorizadas.

Está prohibido encerrarlo en recuadros, círculos o marcos no contemplados en el sistema visual.

8. No combinar el logotipo con frases, eslóganes o elementos tipográficos no autorizados.

Ejemplo: poner “Momentia, te acompaña siempre” como si fuera parte del logotipo.

Ver ejemplos a continuación.

1.



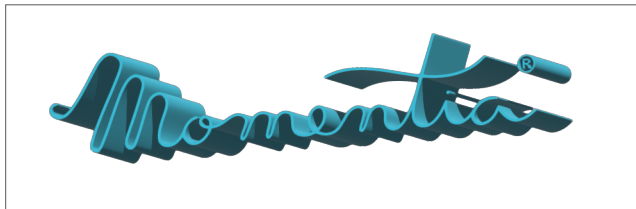
2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.

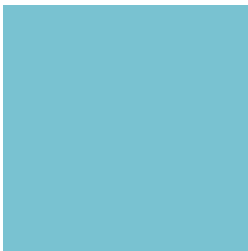
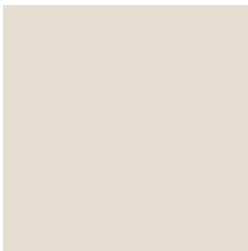
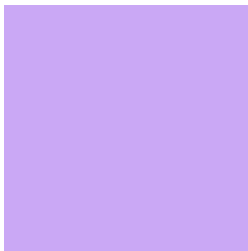


Paletas de colores

Colores Grupo Momentia

La paleta cromática de Momentia está diseñada para transmitir tranquilidad, contención y sensibilidad, al tiempo que proyecta cercanía. Cada color ha sido cuidadosamente seleccionado para reflejar nuestra esencia: acompañamos desde la profundidad emocional, con humanidad y una mirada renovadora del rito funerario.

A continuación, se detallan los colores oficiales de la marca y sus usos sugeridos:

Secundario	Color principal	Secundario	Secundario	Acento	Acento
					
Hexadecimal #175363	Hexadecimal #36A4BA	Hexadecimal #79C2D1	Hexadecimal #E6DED0	Hexadecimal #CAA8F5	Hexadecimal #4A306D
RGB 23, 83, 99	RGB 54, 164, 186	RGB 121, 194, 209	RGB 230, 222, 208	RGB 202, 168, 245	RGB 74, 48, 109
CMYK 88, 49, 42, 34	CMYK 72, 15, 24, 1	CMYK 55, 5, 18, 0	CMYK 12, 12, 20, 0	CMYK 29, 38, 0, 0	CMYK 85, 92, 23, 12

Colores Fundación Momentia

A continuación se presenta la paleta de colores de Fundación Momentia.

Esta paleta es compatible con los colores principales del grupo, sin embargo, se añade el color amarillo y se cambia la prioridad en el uso de los colores con el objetivo de diferenciar esta unidad del resto del grupo, así como también hacer referencia a la actividad de la Fundación, relacionada con la inteligencia emocional.

Secundario



Hexadecimal #F6AE2D
RGB 246, 174, 45
CMYK 2, 36, 87, 0

Acento # 1



Hexadecimal #36A4BA
RGB 54, 164, 186
CMYK 72, 15, 24, 1

Color principal



Hexadecimal #175363
RGB 23, 83, 99
CMYK 88, 49, 42, 34

Acento # 2



Hexadecimal #4A306D
RGB 74, 48, 109
CMYK 85, 92, 23, 12

Paleta tipográfica

Paleta tipográfica

La paleta tipográfica designada para la marca Momentia y todas las sub marcas del grupo se compone de dos fuentes: **Montserrat** y **Fairwater Script**. En todos los casos, la paleta tipográfica debe usarse de la siguiente manera:

1. La fuente principal es **Montserrat**. Se podrán usar todos los pesos que se consideren necesarios, siempre y cuando su uso tenga una justificación editorial y no sea un uso arbitrario o meramente estético.
2. Para los titulares se usarán pesos Bold o superior, y para el cuerpo de texto, dependiendo del contraste que proporcione el fondo, se usará medium, regular o thin.
3. La fuente **Fairwater Script** se usará como acento tipográfico. Siendo una tipografía que simula el lettering del logo, sólomente se usará para titulares de acento (palabras clave en el mensaje) de máximo 2 palabras. Si el titular supera este número de palabras, se deberá usar Montserrat.
4. No se deberá reemplazar bajo ninguna circunstancia ninguna de las fuentes, ni utilizar otras que no sean estas.

Ejemplo

Titulares principales

Subtítulos

Tipografía para cuerpos de texto. Debe procurarse que el tamaño y peso de la fuente sea suficiente para generar buena legibilidad, teniendo especial cuidado con fondos de colores oscuros, y piezas para impresión, en donde el papel pueda absorber tinta y reducir la legibilidad.

Recursos gráficos

Ilustraciones estilo Momentia

Las ilustraciones son un recurso central en la identidad visual de Momentia.

Aportan calidez, cercanía y un lenguaje simbólico que refleja nuestros valores de empatía, bienestar y comunidad.

Surgieron como respuesta a una necesidad específica del sector funerario, donde las imágenes tradicionales suelen ser impersonales o prefabricadas, y no logran transmitir el enfoque humano, respetuoso y cercano que nos define.

Por eso desarrollamos un estilo ilustrado propio: composiciones limpias, colores suaves, degradados envolventes y personajes serenos que construyen una atmósfera amable y coherente con nuestra esencia. Este lenguaje visual está cuidadosamente alineado con la paleta oficial de colores de Momentia y se ha convertido en una firma estética de la marca.

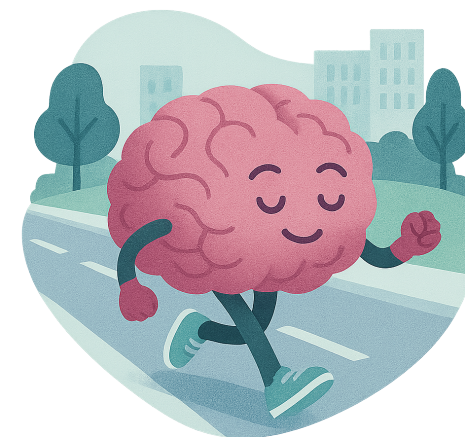
Para facilitar su uso y garantizar consistencia, creamos **Ilustraciones Momentia, un GPT especializado** que permite generar ilustraciones originales de forma rápida y fiel al estilo de la marca. Esta herramienta está disponible para todos los equipos y colaboradores, haciendo más accesible la creación de materiales visuales coherentes sin necesidad de conocimientos técnicos de diseño.

El link a este GPT se puede encontrar en el siguiente QR



Es importante mencionar que al generar ilustraciones con el estilo de Momentia se debe vigilar que se creen con fondo transparente y que la ilustración generada no toque los bordes de la composición, para evitar que se perciba una imagen recortada, y por el contrario pueda integrarse en cualquier pieza gráfica.

También debe considerarse que el GPT puede llegar a cometer errores, por lo cual debe vigilarse que la generación de ilustraciones conserve el uso de los colores corporativos, con una cierta flexibilidad en la adaptación de los mismos. Sin embargo, si las imágenes creadas alteran los colores o el estilo de las ilustraciones de una manera exagerada, deben descartarse las imágenes generadas, introducir un prompt que lo corrija, y volver a generar.



Otros recursos gráficos

FORMAS:

Dentro del universo gráfico del Grupo Momentia, también pueden utilizarse formas orgánicas como fondo para ilustraciones, o como elemento que aporta profundidad a la pieza, pero al mismo tiempo sugiere juego, dinamismo y ternura, características que queremos se mantengan constantes en las comunicaciones de la marca, sin perder la elegancia o solemnidad que requiera la pieza.

ÍCONOS:

En el caso de requerir íconos para gráficas más simplificadas o para piezas de una sola tinta o color, se pueden utilizar íconos en línea, como los que se muestran a continuación, que visualmente simulan el trazo del logotipo, manteniendo un estilo muchísimo más sencillo y directo que las ilustraciones.

