

Manual oficial de marca



Legal matters done. *Flipped.*

Identidad visual y verbal. Un sistema compartido para el sitio, las propuestas y cada punto de contacto de la firma.

Una firma. Una forma de trabajar.

La identidad parte de la promesa del servicio: precio fijo, alcance claro y responsabilidad profesional.

Para quién

Empresas y fundadores que necesitan resolver contratos y documentos de su negocio en Chile, sin un proceso comercial innecesariamente complejo.

Qué prometemos

Precio, plazo y alcance por escrito antes de empezar. Un abogado de la firma decide el criterio, revisa y firma cada entregable.

Cómo se siente

Clara, serena y precisa. Contemporánea por su forma de trabajar; profesional por el cuidado de sus palabras y de cada entrega.

Qué la distingue

La claridad comercial tiene el mismo peso que el criterio jurídico. El diseño hace visible esa relación: información directa y espacio para entenderla.

El nombre y sus expresiones

Una marca pública; nombres de producto subordinados a la firma.



Flip Legal

Nombre en textos, títulos, documentos y lectura accesible. Dominio: flip.legal. La composición gráfica se reproduce siempre desde el archivo maestro.

Flipper

Nombre del cotizador público. Siempre acompañado de su función: “cotizador”. No es una firma separada ni reemplaza al abogado.

Firma verbal

“Legal matters done. Flipped.” es el slogan oficial de la firma. Se conserva en inglés y con su puntuación. Se usa en titulares y piezas de marca, sin competir con el logotipo.

La firma visual

Serif para flip, punto azul y descriptor LEGAL: una composición única y reproducible.

The logo consists of the word 'flip' in a dark blue, bold serif font, followed by a solid blue dot, and then the word 'LEGAL' in a dark blue, bold, all-caps sans-serif font.

Un original reproducible

El kit incluye SVG en curvas: no requiere fuentes instaladas. Usarlo en web, presentaciones, piezas gráficas y documentos.

Sin reconstrucciones

No escribir el nombre con una fuente parecida ni usar un punto tipográfico. El círculo, el espaciado y la línea base son parte del original.

Variantes autorizadas

Elegir por contraste, nunca por gusto aislado de una pieza.



Principal / superficies claras



Inversa / azul profundo



Monocroma / una tinta oscura



Blanca / una tinta sobre oscuro

Espacio, proporción y tamaño

El espacio libre protege la lectura. Se mide con el diámetro del punto: x.



Construcción: flip a 1 em; LEGAL a 0,36 em, tracking 0,12 em; punto de 0,20 em y separación lateral de 0,06 em. El SVG prevalece ante diferencias de motores tipográficos.

Área de protección

Dejar al menos un diámetro del punto alrededor de toda la firma. En piezas amplias, usar dos diámetros. Nada invade ese espacio.

Tamaños mínimos

Digital: 112 px de ancho. Impresión: 28 mm. Bajo ese tamaño, usar el símbolo reducido; nunca comprimir el descriptor.

Una marca que no se deforma

La consistencia depende de unas pocas decisiones que se repiten.

No estirar

Mantener la relación de aspecto original.

No cambiar las fuentes

Usar los archivos maestros en curvas.

No recolorear por partes

Solo las cuatro variantes autorizadas.

No añadir efectos

Sin sombras, biseles, contornos o degradados.

No encerrar sin aire

Respetar el área de protección.

No usar el punto solo

Sin contexto de marca, usar el símbolo f + punto.

Cinco colores. Una jerarquía.

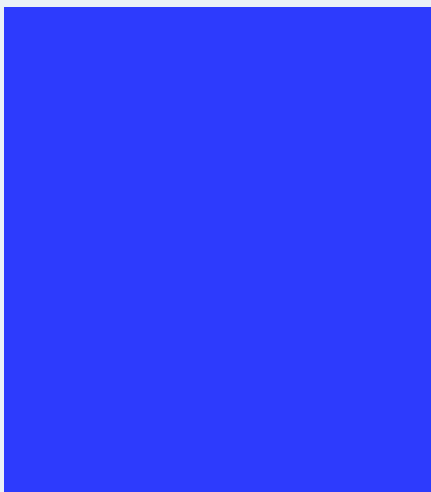
Una paleta de cinco colores, con blanco como superficie principal y acentos accesibles.



Azul profundo

#071829

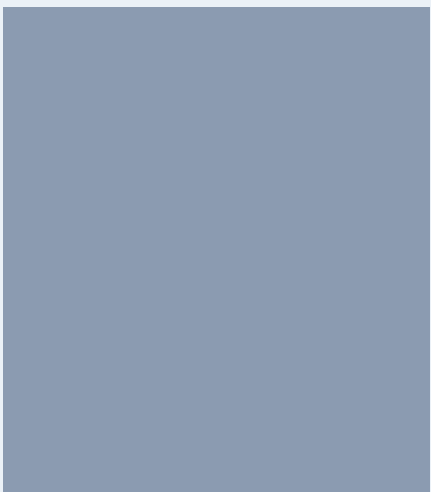
Texto y firma



Azul intenso

#2D3BFD

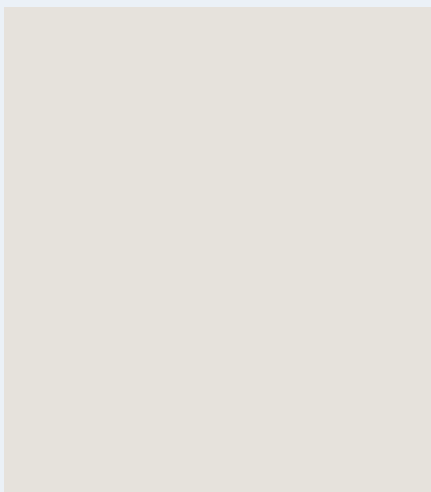
Acción principal



Gris suave

#EBF1F7

Apoyo y superficies



Gris oscuro

#8B9BB1

Elementos decorativos



Crema

#E6E2DC

Aplicación impresa

Proporción orientativa: 65 % blanco y superficies claras, 25 % azul profundo, 10 % acentos y neutros. El azul intenso guía la acción. No convertir cada sección o etiqueta en un acento.

Color que se puede leer

Objetivo: contraste mínimo 4,5:1 para texto normal y 3:1 para texto grande y controles esenciales.

Aa

Texto principal
15.75:1

Aa

Enlace o botón
6.65:1

Aa

Texto secundario
4.80:1

Aa

Acento sobre oscuro
5.74:1

El gris decorativo #8B9BB1 sobre #EBF1F7 da 2.49:1: reservar para decoración. Para texto usar #5B6B7D. Sobre azul profundo, el azul intenso da 2.69:1: usar #7D86FF para texto e iconos esenciales.

Una familia. Una voz.

Instrument Sans aporta claridad y carácter. El fondo claro mantiene el protagonismo del contenido.

Legal matters done. *Flipped.*

Instrument Sans / Semibold 600

Titular: 42-56 px en móvil; 48-80 px en pantallas amplias. Interlínea 1,02. Legal matters done. en una línea cuando cabe; Flipped. debajo, en cursiva real 600 y azul intenso. En móvil permitir tres líneas sin reducir la legibilidad.

Una jerarquía sencilla

Texto 400; etiquetas 500; titulares 600. Secciones: 30-40 px. Lectura: 15-17 px. Campo: 16 px. Texto auxiliar: 12-14 px. Interlínea de lectura: 1,5-1,6.

Libre Caslon Text Bold se reserva al logotipo vectorial. No usar serif editorial en titulares. Conservar 700 y la mono donde los documentos y datos operativos existentes lo requieran.

Primero el teléfono

La experiencia móvil determina el orden, los tamaños y la prioridad del contenido.



Una columna. Una entrada.

Logo y menú; titular, descripción y cotizador compacto. El campo de entrada aparece en la primera pantalla. Al enviar, el mismo componente se amplía para conversar; no abre otra página.

Espacio útil

Márgenes de 20 px en móvil pequeño; 24 px desde 390 px. Controles de al menos 44 px. Texto del campo a 16 px. Nunca depender de hover ni de un carrusel.

Escritorio mantiene el mismo orden y amplía la escala. El cotizador tiene un máximo de 730 px. Validar 320, 360, 390 y 1280 px, navegación por teclado y alturas reducidas. El espacio del titular crece en escritorio sin alejar el campo inicial en móvil. Manual junto al copyright, en pestaña nueva.

Composición y recursos

La marca se reconoce por su tipografía, sus espacios y su punto. No necesita ilustrar “la justicia”.

Retícula

Escala de espacios: 4, 8, 12, 16, 24, 32, 48, 64 y 80 px.

Máximo de página: 1200 px incluyendo márgenes.

Texto corrido por debajo de 64 caracteres por línea.

Imagen

Preferir piezas tipográficas. Si se incorpora fotografía, usar espacios de trabajo reales y luz natural; sin martillos, balanzas, robots ni retratos ficticios de abogados.

Iconos

Trazo simple de 1,5–2 px sobre retícula 24 × 24.

Acompañar acciones con texto o nombre accesible.

El favicon conserva f + punto. Flipper usa escritura a 32 px solo en cabecera. Compromisos: pago, acuerdo y estrategia a 32 px; siempre acompañados por texto.

Movimiento

Solo para responder a una acción: abrir, cerrar, cargar. Transiciones breves de 120–180 ms. Respetar movimiento reducido. Nada se anima continuamente.



El cotizador es parte de la firma

Su diseño debe ayudar a entender el encargo, no parecer un chat genérico.

Identidad visible

Flipper, cotizador. Se identifica como asistente automático desde el primer estado. Icono escritura solo en cabecera; los mensajes se distinguen por nombre y posición. Sin rostro ficticio. No atribuirle credenciales profesionales ni afirmar que sus mensajes ya fueron revisados por un abogado.

Estados completos

Inicio, procesamiento, propuesta, detalle, captura de datos, derivación, error y reinicio. Sin esperas artificiales. Un límite de espera evita bloquear el campo. El reinicio vuelve al estado compacto. No dividirlo en un formulario de tres pasos.

El mensaje primero

Inicio compacto, sin conversación vacía de altura fija. El primer envío abre el hilo y lleva la vista al chat. Con cotización: precio y plazo visibles, detalle desplazable y acción al pie.

La operación manda

Los colores no crean precios ni plazos. El catálogo y el motor vigentes siguen siendo la fuente. Las pruebas visuales usan datos sintéticos y no envían correos.

Una interfaz con jerarquía

Predominio claro, servicios sobre azul profundo y un proceso fácil de recorrer.

Botones y controles

Acciones con texto y sugerencias en píldora. Enviar y cerrar, circulares cuando solo llevan icono. Campos a 6 px y chat a 12 px de radio. Área táctil mínima de 44 px; foco visible y estados distinguibles.

Compromisos y proceso

Compromisos con iconos pago, acuerdo y estrategia, junto al título. Proceso claro: tres columnas en escritorio, una en móvil; números en círculos delineados, sin apariencia de botón.

Servicios

Franja azul profundo de extremo a extremo, contenido dentro de márgenes. Acordeón con puntos azules decorativos. Texto claro y controles en azul claro accesible; el punto no indica por sí solo el estado.

Inicio y cierre

Header con línea suave de 1 px. Más aire en escritorio; campo inicial visible en móvil. Cierre: texto a la izquierda y botón a la derecha; en móvil el botón pasa debajo. Manual junto al copyright, en pestaña nueva.

Directos. Sin perder rigor.

Español neutro, frases cortas y vocabulario comprensible para quien dirige una empresa.

Así hablamos

“Cuéntanos qué necesitas.”

“Recibes precio, plazo y alcance por escrito antes de empezar.”

“Tu asunto requiere revisión de la firma. Te indicamos el siguiente paso.”

Esto evitamos

“Mediante la presente, sírvase...”

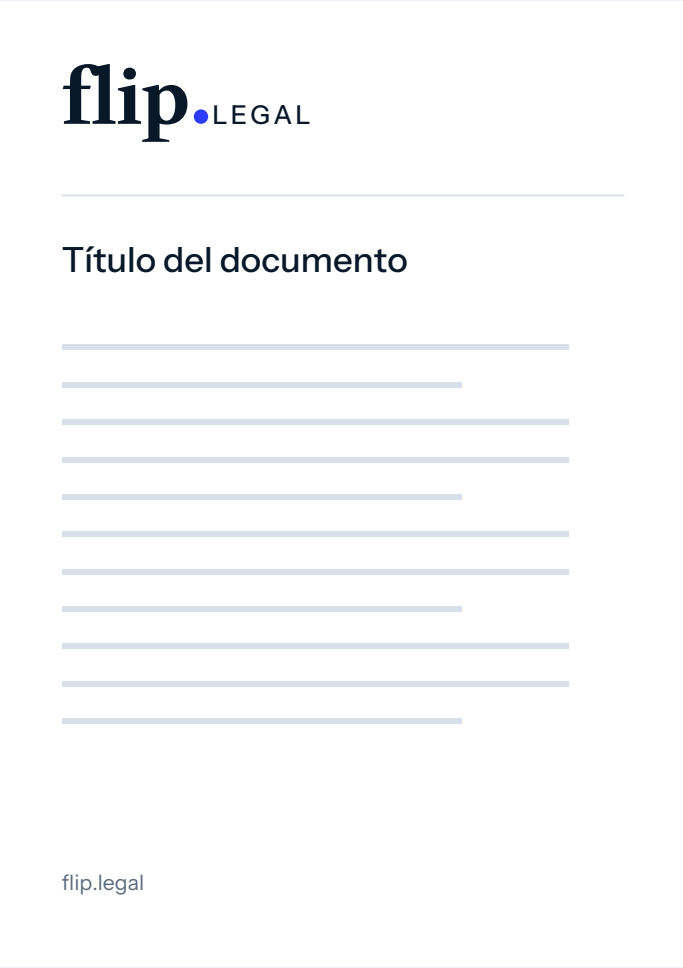
“La mejor firma al menor precio.”

“Nuestra IA resuelve cualquier problema legal al instante.”

No prometer resultados jurídicos, ahorros porcentuales, experiencia, clientes ni tiempos que no estén respaldados. Evitar comparaciones de calidad sin evidencia.

Papelería que deja espacio al contenido

Hoja A4 y tarjeta de contacto: las mismas proporciones, en escalas distintas.



A4: márgenes mínimos de 20 mm; logo de 30-40 mm; cuerpo 10,5-11 pt e interlínea 1,45. No remaquetar contratos aprobados automáticamente.

Propuestas con lectura inmediata

La identidad ordena la información comercial; las cifras se insertan desde la fuente vigente.



Propuesta de encargo

Precio / plazo / alcance

Qué incluye el encargo

Qué necesitamos de tu parte

Condiciones y siguiente paso

Lo primero que se ve

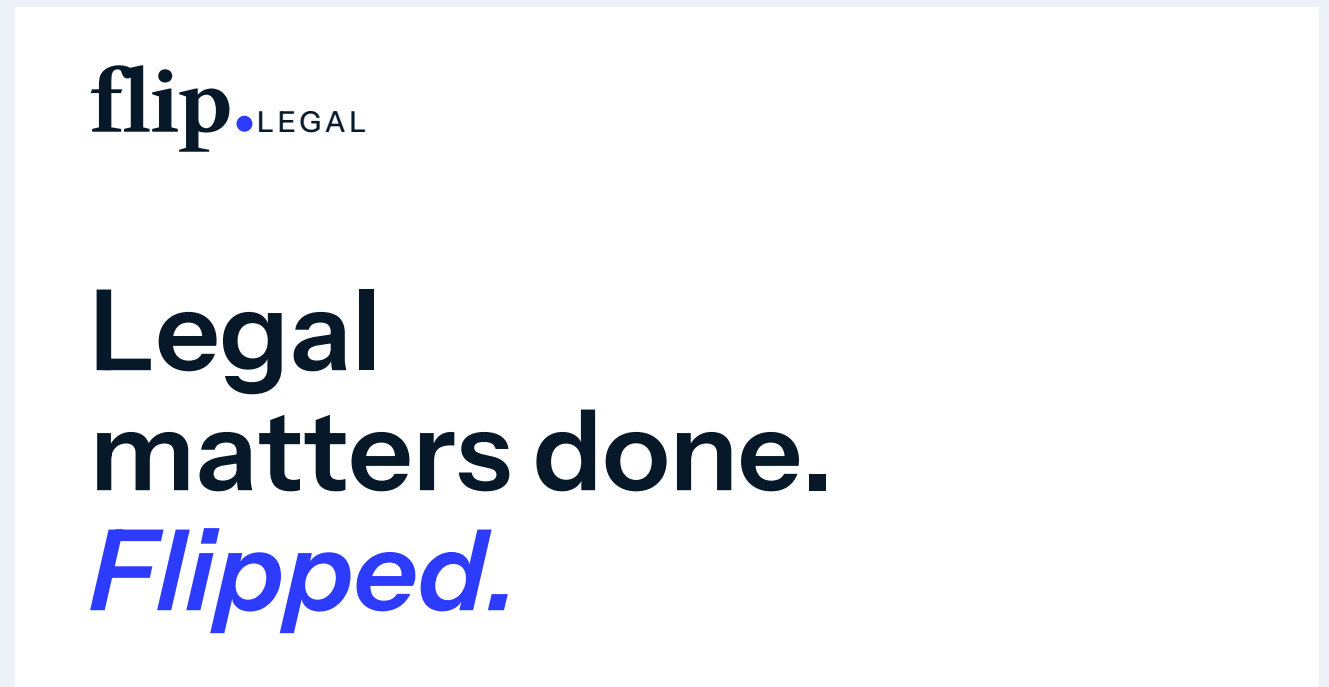
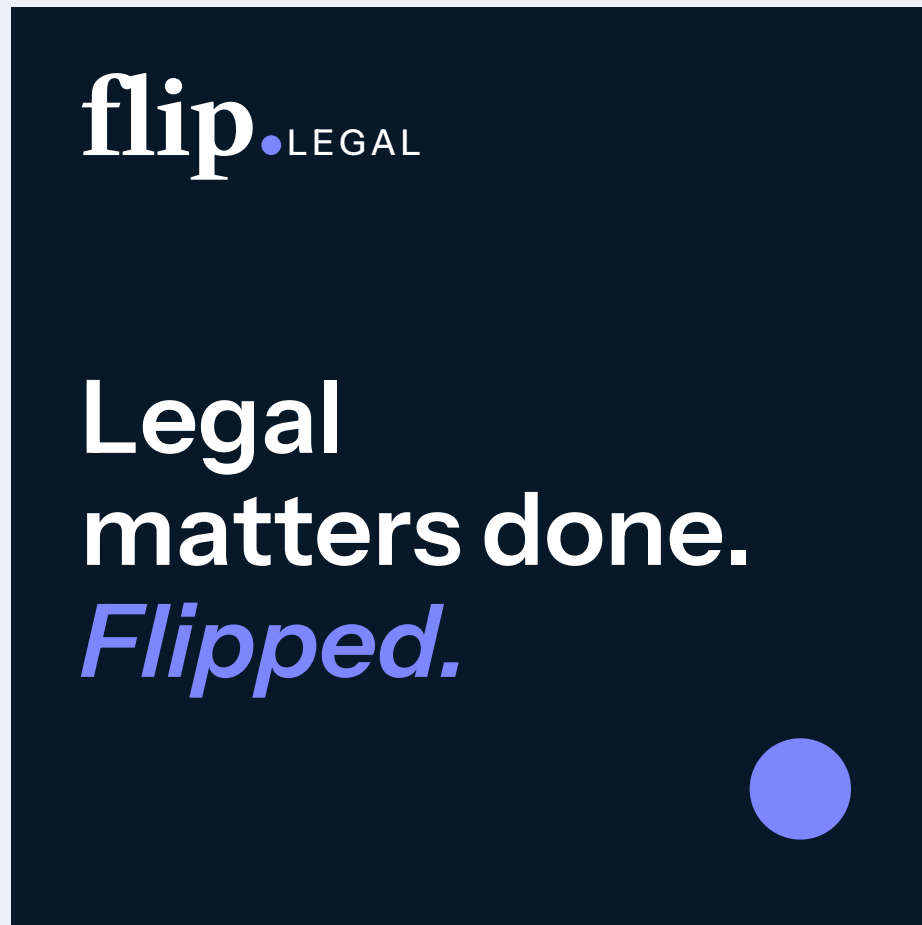
Asunto, cliente, fecha y referencia. Luego precio, impuestos aplicables, plazo en días hábiles y alcance. Nunca esconder condiciones en texto ilegible.

Mismo original

Logo en curvas; fuentes embebidas en PDF. El cuerpo legal mantiene su plantilla aprobada. Este ejemplo muestra jerarquía, no una oferta ni un contrato.

Redes con una sola idea

Una pieza, un mensaje. La firma acompaña; no compite con el contenido.



Formatos: 1080 × 1080 y 1200 × 630. Márgenes de seguridad: 72 px y 60 px. Texto principal legible al reducir a 360 px. Sin datos de clientes.

Correo claro, también sin imágenes

El mensaje debe funcionar aunque el cliente bloquee las imágenes o lea en texto plano.

Asunto: Tu encargo en Flip Legal

Hola:

Te compartimos las condiciones de tu encargo.
Encontrarás el precio, el plazo y el alcance en la propuesta.

Si necesitas aclarar algo, responde a este correo.

Flip Legal

contacto@flip.legal | flip.legal

Firma institucional

Nombre de la firma, correo y sitio.
Usar nombre y cargo solo si
corresponde al remitente real. Sin
cargos inventados ni imágenes
como único contenido.

HTML sencillo

Texto seleccionable, enlaces claros
y tipografía de sistema como
respaldo. Plantilla de firma HTML
incluida en el kit.

Entrega digital e impresión

Cada medio tiene una referencia concreta y una comprobación antes de salir.

Digital

SVG en curvas para logos; PNG para plataformas que no admiten vector. Perfil sRGB. Favicon con símbolo reducido. Texto de interfaz en HTML; nunca incrustar párrafos en imágenes.

Accesibilidad

Foco visible, nombres accesibles, navegación por teclado y reducción de movimiento. El color no es la única señal de error o selección. Comprobar texto sobre su fondo real.

Impresión

El hex es la referencia digital. CMYK es una conversión de partida, no una equivalencia certificada. Pedir prueba física según papel y perfil de imprenta; no asignar Pantone por aproximación.

Archivos y licencias

Conservar SVG maestros, tokens y fuentes con sus licencias. No editar PNG como original. Los mockups de este manual son aplicaciones de marca, no documentos jurídicos.

Una referencia para todos

Manual oficial de identidad visual y verbal. Edición 4.1, septiembre de 2026.

Fuente y actualización

Manual de marca + assets + tokens. La fuente editable acompaña al PDF. Cada cambio de logo, color o tipo incrementa versión y registra fecha y motivo.

Aplicación transversal

Sitio, cotizaciones, páginas de cliente, firma documental, correo y aplicaciones utilizan los mismos maestros, colores y tipografías. Adaptar el formato sin modificar la identidad.

Gobierno de marca

Este manual rige la identidad de Flip Legal. Los socios validan los cambios al sistema; cada actualización mantiene sincronizados el manual, los archivos maestros y los tokens.

Antes de usar una pieza

¿Original correcto? ¿Contraste legible? ¿Sin fuentes sustituidas? ¿Funciona a 360 px? ¿Precio y plazo desde su fuente? ¿Contenido sin datos de clientes?