

Manual de marca

CYBERIAN



POR CAMIVIC STUDIO.

2025

CONTENIDO

Introducción	01
La marca	02
Identidad visual	12
Color	24
Tipografías	29
Aplicaciones	34

Bienvenidos!

El sistema de identidad de **Cyberian** es más que un simple logotipo; incluye elementos como el color, la tipografía y las aplicaciones de diseño que se combinan para crear una imagen distintiva y reconocible. Este documento proporciona las directrices clave para implementar nuestra identidad de marca, garantizando la coherencia y permitiendo la creatividad y la flexibilidad. Una marca sólida es uno de los activos más valiosos de una organización, ya que representa quiénes somos y lo que prometemos. Estas directrices le ayudarán a crear comunicaciones cohesivas y convincentes, y a dar vida a nuestra marca. Todos desempeñamos un papel en la aplicación eficaz de estos elementos para mostrar todo el potencial de nuestra marca.

La marca

Acerca de la marca 03

Valores de marca 06

Arquetipo 07

Tono de comunicación 09



ACERCA DE LA MARCA

En esta primera sección, definimos quiénes somos, qué representamos, qué nos hace únicos, la personalidad de nuestra marca, el razonamiento detrás de nuestras elecciones lingüísticas y cómo nos presentamos al mundo.

La marca

Misión

La misión es el propósito fundamental de la empresa, su razón de ser. Debe explicar qué hace la marca, para quién y por qué. Una misión se centra en el presente y debe ser clara.

Pregunta: "¿Cuál es el propósito fundamental de esta marca? ¿Cómo alegramos la vida de nuestros clientes?"

Proveer servicios y productos tecnológicos de alto estándar que garanticen la continuidad operativa de centros de distribución, con un enfoque diferencial en la atención post venta. Nos comprometemos a ser aliados confiables para nuestros clientes, ofreciendo soluciones eficientes, personalizadas y alineadas a los desafíos reales de la industria logística en LATAM.

Visión

La visión define lo que la empresa aspira a ser en el futuro. Es una declaración prospectiva que debe ser inspiradora, guiar la toma de decisiones a largo plazo y mostrar hacia dónde quiere ir.

Pregunta: "¿Dónde vemos a la marca en 5 a 10 años? ¿Qué impacto queremos tener en la industria?"

Ser la marca líder en tecnología para continuidad operativa en Latinoamérica, reconocida por la calidad de sus servicios y productos, y una atención al cliente post venta que marque la diferencia. Queremos estar en la mente de cada empresa como un socio auténtico, confiable y eficiente.

SOBRE CYBERIAN

Toda marca tiene una historia, una motivación y un propósito, saber estos detalles nos permitirá adentrarnos en las raíces de su personalidad.

La marca

Cyberian

Cyberian es una empresa especializada en soluciones tecnológicas para la continuidad operativa de centros de distribución y procesos logísticos en Latinoamérica. Nuestro equipo está conformado por profesionales con amplia experiencia en la industria y una visión orientada a la innovación constante. A través de equipamiento de alta calidad, servicios de asesoría técnica y una atención post venta diferenciadora, ayudamos a las empresas a operar con mayor agilidad, precisión y confianza. Nos mueve un compromiso claro: contribuir al crecimiento sostenible de nuestros clientes mediante soluciones que hacen de la eficiencia un estándar.

HISTORIA DETRÁS DEL NOMBRE

Toda marca tiene una historia, una motivación y un propósito, saber estos detalles nos permitirá adentrarnos en las raíces de su personalidad.

SLOGAN

La marca

Cyberian

El nombre Cyberian surge de la fusión entre **cyber** —relacionado con el mundo digital, la informática y las redes— y una evocación de **Siberia**, una región conocida por su vastedad, resistencia y fortaleza. Así, Cyberian representa una tierra digital firme, confiable y preparada para los desafíos tecnológicos más extremos.

"Tecnología sólida para
decisiones inteligentes."

VALORES DE MARCA

Los valores de marca son los principios que definen el funcionamiento de nuestra marca, tanto interna como externamente. Reflejan nuestras creencias y cultura, y definen el trabajo de nuestros empleados y la interacción de la marca con los clientes y el mercado.

La marca

Honestidad

Actuamos con transparencia en cada comunicación y decisión, asegurando la claridad y confianza en todo momento.

Atención al cliente

Ofrecemos un servicio cercano y eficiente, asegurando que las operaciones de nuestros clientes nunca se detengan.

Compromiso

Nos dedicamos a la continuidad operativa de nuestros clientes, entregando soluciones responsables y a tiempo.

Transparencia

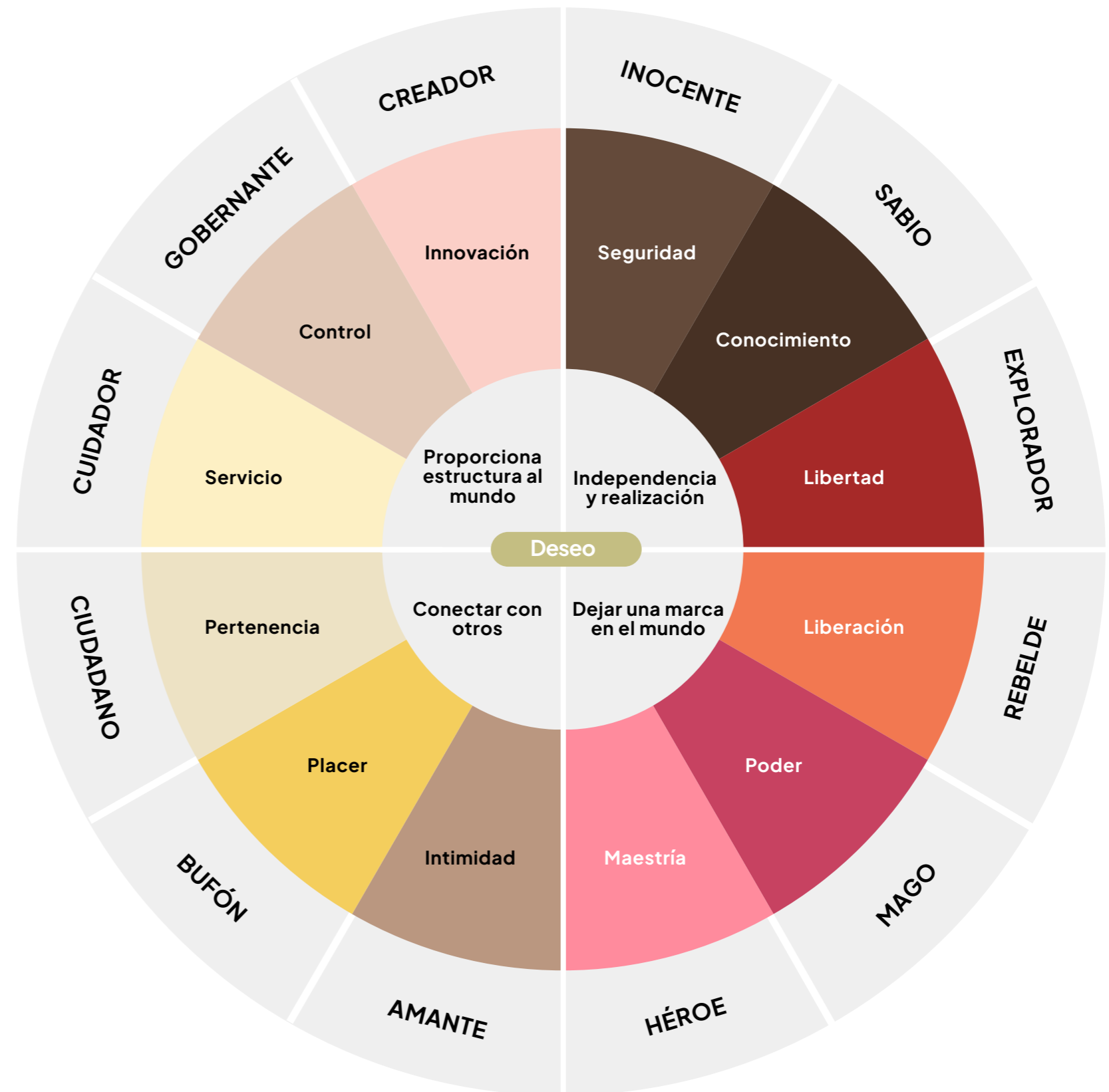
Mantenemos una apertura total con nuestros clientes, garantizando información precisa y accesible en cada etapa.

Excelencia

Superamos las expectativas en cada acción, entregando productos y servicios de la más alta calidad.

ARQUETIPO DE MARCA

Los arquetipos de marca son tipos de personajes universalmente reconocidos que ayudan a definir la personalidad, el tono y la historia de una marca. Basados en la teoría de los arquetipos de Carl Jung, estos se inspiran en las formas profundas e instintivas en que las personas se relacionan con las narrativas, ofreciendo a las marcas una forma de conectar emocionalmente con su público. Al alinearse con un arquetipo, una marca puede transmitir una identidad coherente y fomentar fuertes conexiones con los consumidores.



La marca

ARQUETIPO DE MARCA

Existen 12 arquetipos en total, cada uno representado como un perfil de personaje en el que cualquier marca que haya existido puede encajar, y que a menudo se basan en un conjunto de rasgos de personalidad, principios y objetivos.

Cyberian se alinea más con el arquetipo de "El Cuidador".

La marca

“El Cuidador”

Objetivo/motivación

Si puede imaginarse, puede hacerse.

Deseo

Proporciona estructura al mundo.

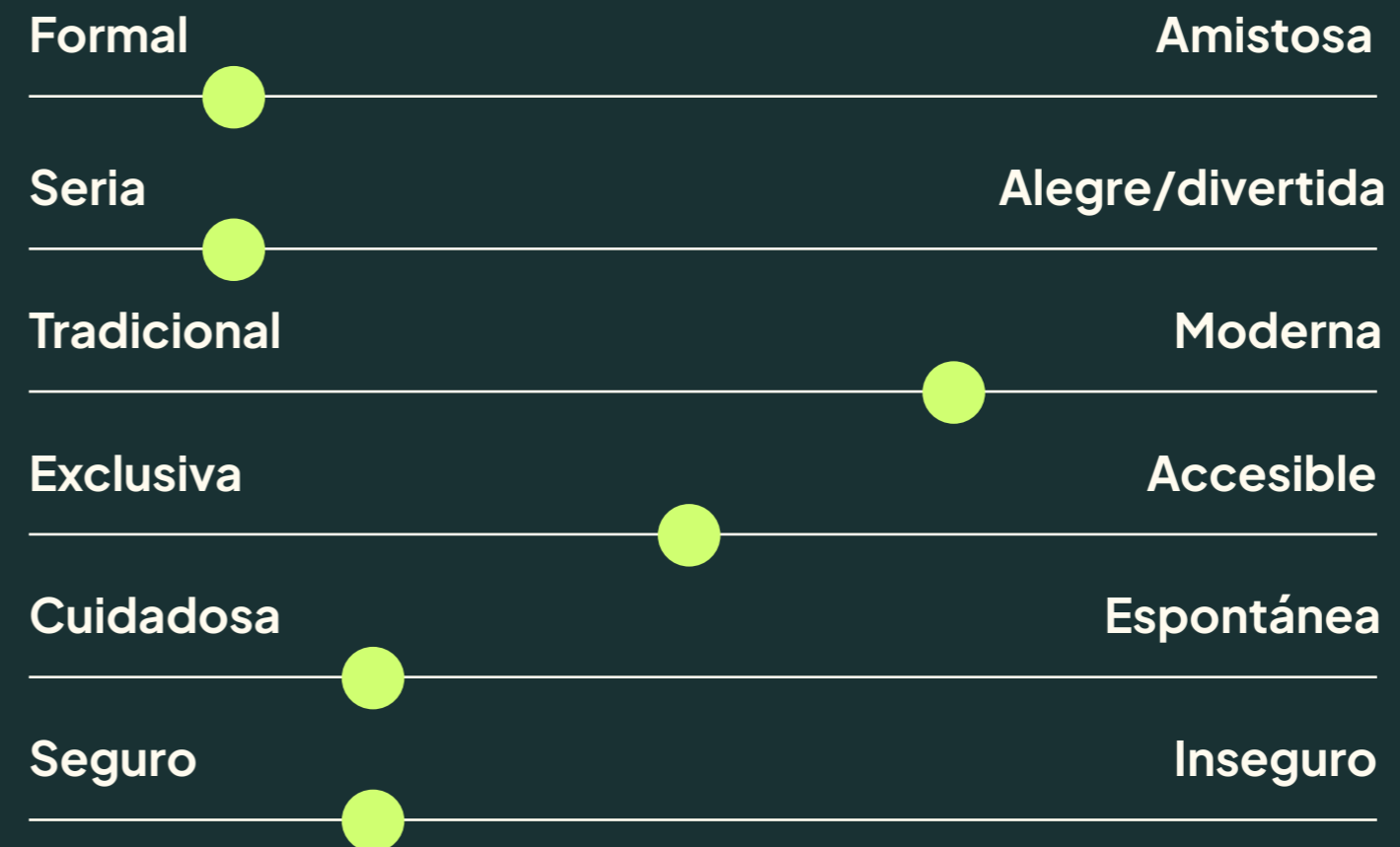
Las marcas con el arquetipo del Cuidador se desenvuelven mostrando empatía, compromiso y una genuina preocupación por el bienestar de sus clientes. Adoptan un tono cálido y tranquilizador, priorizan el servicio, la protección y el acompañamiento, y se enfocan en construir relaciones de confianza a largo plazo. Su comunicación suele destacar valores como la responsabilidad, la solidaridad y el cuidado, posicionándose como marcas que están ahí cuando las personas más lo necesitan.

Fortaleza de este arquetipo

Su gran fortaleza es la empatía y el servicio desinteresado. Están dispuestos a poner las necesidades de los demás primero, generando lealtad emocional en sus audiencias.

TONO DE COMUNICACIÓN

El tono de voz de una marca abarca cómo se comunica, incluyendo el lenguaje, el tono emocional y será la expresión de la personalidad. Refleja la relación y la emoción que busca evocar en su público cuando piensa en su marca.



La marca

TONO DE COMUNICACIÓN

Nuestra voz no solo refleja nuestro producto, sino también a las personas que lo respaldan. Al hablar o escribir en nombre de la marca, consulta la siguiente lista de verificación para mantener el tono adecuado.

1. Seguro y líder:

Habla con autoridad en el área de tecnología y logística, transmitiendo confianza al cliente en todo momento. No hace promesas vacías, solo compromisos claros y alcanzables.

2. Profesional pero cercano:

Aunque la marca tiene un tono formal, también es accesible, mostrando empatía y comprensión por las necesidades del cliente. La comunicación nunca es fría ni distante.

3. Comprometido y resolutivo:

Se enfoca en ofrecer soluciones efectivas con rapidez. La eficiencia es clave, pero también lo es el compromiso a largo plazo. Se muestra dispuesto a acompañar al cliente en cada paso del proceso, más allá de la venta.

4. Innovador con enfoque técnico:

La marca mantiene una postura moderna y actualizada, utilizando tecnologías de vanguardia, pero siempre con un lenguaje claro y comprensible, evitando tecnicismos innecesarios.

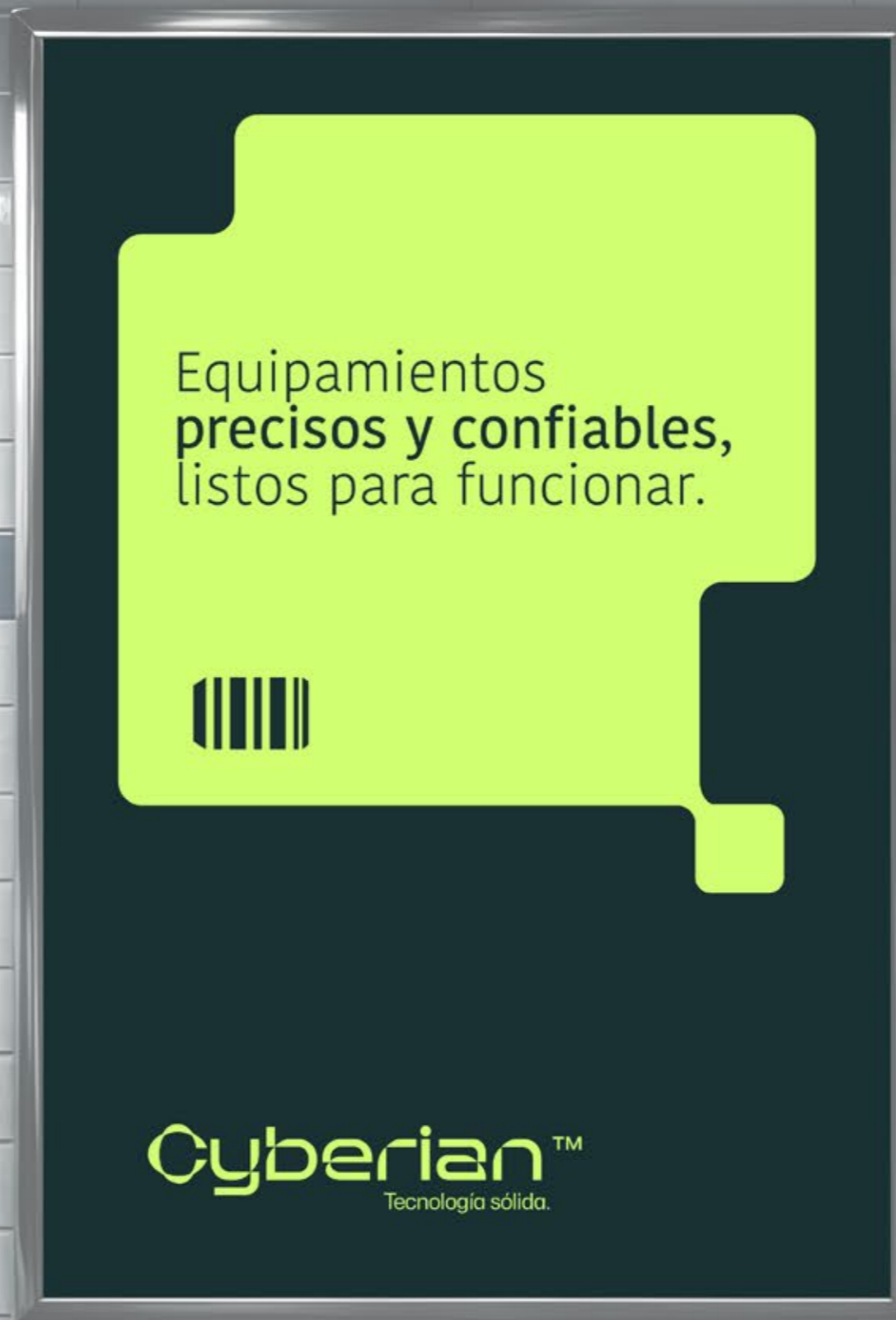
TONO DE COMUNICACIÓN

Mantener nuestros mensajes coherentes, claros y concisos en todas las plataformas e interacciones es crucial. A la derecha, se muestran algunos ejemplos.

- ✓ Con Cyberian te ayudamos a mantener tu operación sin interrupciones, gracias a soluciones tecnológicas confiables y un respaldo constante.
- ✓ Nuestra especialidad: estar cuando más nos necesitas.
- ✓ Garantizamos el funcionamiento de tu empresa a largo plazo con soporte continuo.
- ✓ Apostamos por lo último en tecnología para asegurarnos que tu logística se mantenga ágil, eficiente y preparada para los retos del futuro.

Identidad visual

Logotipo principal	13
Zona de seguridad	14
Logotipo secundario	15
Zona de seguridad	16
Isotipo	17
Zona de seguridad	18
Usos del logotipo	19
Usos incorrectos	20
Ubicación del logo	21
Elementos gráficos	22
Iconografía	23



LOGOTIPO PRINCIPAL

El logotipo principal es el elemento más visible del sistema de identidad visual de Cyberian. El logotipo de color principal puede utilizarse tanto para fondos oscuros como claros. Existen dos versiones monocromáticas para cuando no es necesario usar el logotipo de color característico.

37 Aria Regular es una tipografía sans serif de estilo geométrico con un diseño contemporáneo y racional. Su estructura limpia, modular y precisa transmite tecnología, eficiencia y profesionalismo, lo que la convierte en una elección perfecta para el logotipo principal de



Este es el color principal para el logotipo.



Este es el color principal para el logotipo.



Este es el logotipo negro principal, para usar sobre fondos neutros claros.



Este es el logotipo blanco principal para usar sobre cualquier fondo no neutro.

ZONA DE SEGURIDAD

Las zonas de seguridad para todos los logotipos son las mismas. La zona de exclusión es 0,5 veces la unidad del icono arriba, abajo y a ambos lados. Crea un límite alrededor de cada elemento y garantiza la legibilidad y el impacto del logotipo. En ningún caso se debe interferir con esto.



LOGOTIPO SECUNDARIO

El logotipo secundario se puede usar para aplicaciones que se adaptan mejor a un diseño con proporciones más horizontales. Se puede usar en situaciones donde el logotipo principal podría no encajar o ser tan efectivo, como en banners horizontales o empaques de productos. Un logotipo secundario permite que la marca sea reconocible en diferentes contextos sin perder su identidad principal, ofreciendo versatilidad para diversas aplicaciones y asegurando la cohesión de la marca.



Este es el color principal
para el logotipo.



Este es el color principal
para el logotipo.



Este es el color principal
para el logotipo.



Este es el color principal
para el logotipo.

ZONA DE SEGURIDAD

Las zonas de seguridad para todos los logotipos son las mismas. La zona de exclusión es 0,5 veces la unidad del icono arriba, abajo y a ambos lados. Crea un límite alrededor de cada elemento y garantiza la legibilidad y el impacto del logotipo. En ningún caso se debe interferir con esto.



ISOTIPO O SÍMBOLO

Nuestro ícono es simétrico y perfectamente equilibrado, ofreciendo una representación refinada de nuestra marca. Su estilo tecnológico, combinado con la naturaleza del movimiento en la letra "C", captura el atractivo atemporal y moderno de Cyberian.

Se utiliza a menudo cuando la identidad de la marca ya está presente en otros materiales o cuando se confía en que el espectador ya conoce nuestra marca.

Úselo en casos como un ícono de aplicación o avatares de redes sociales.



Este es el color principal para el logotipo.



Este es el color principal para el logotipo.



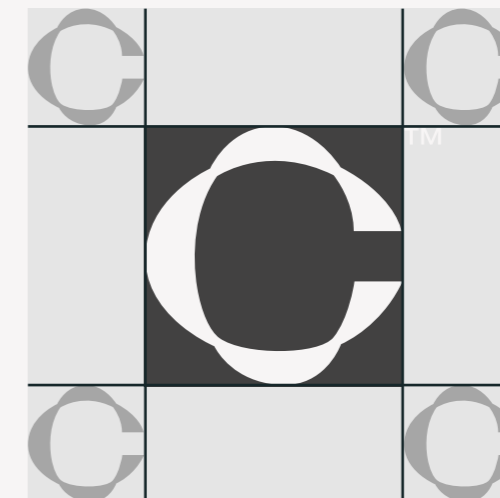
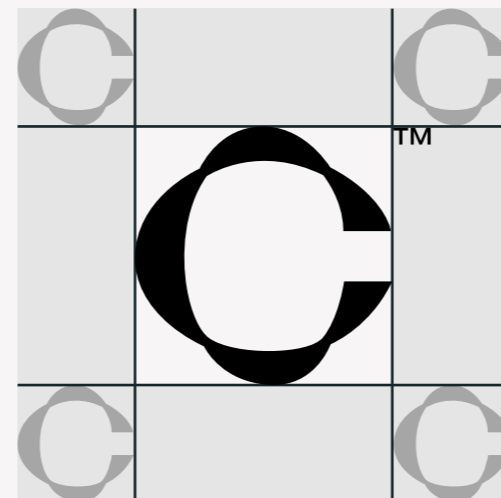
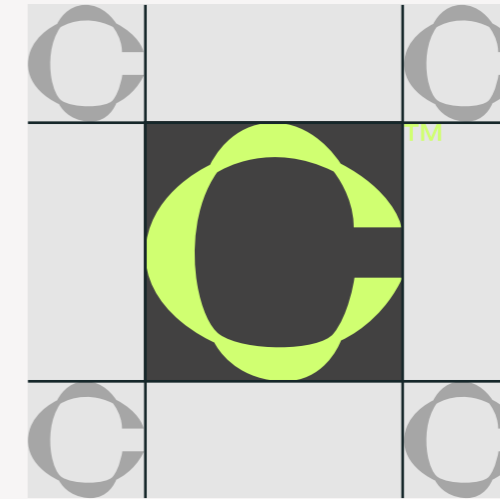
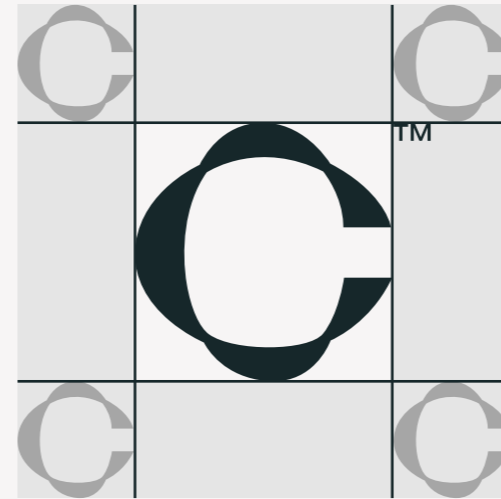
Este es el color principal para el logotipo.



Este es el color principal para el logotipo.

ZONA DE SEGURIDAD

Las zonas de seguridad para todos los logotipos son las mismas. La zona de exclusión es 0,5 veces la unidad del icono arriba, abajo y a ambos lados. Crea un límite alrededor de cada elemento y garantiza la legibilidad y el impacto del logotipo. En ningún caso se debe interferir con esto.



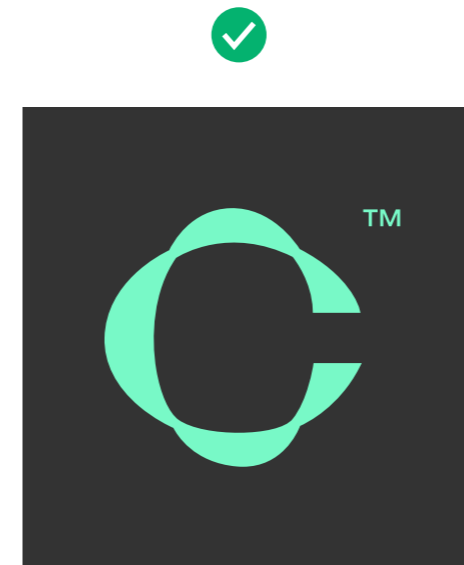
USOS DEL LOGOTIPO

Es importante que la apariencia del logotipo se mantenga consistente. No debe malinterpretarse, modificarse ni añadirse nada. No se debe intentar alterarlo en ningún sentido. Su orientación, color y composición deben ser los indicados en este documento, sin excepciones. Para ilustrar este punto, en esta página se muestran algunos de los errores más comunes.

Las mismas directrices se aplican al logotipo principal, secundario e isotipo o símbolo.



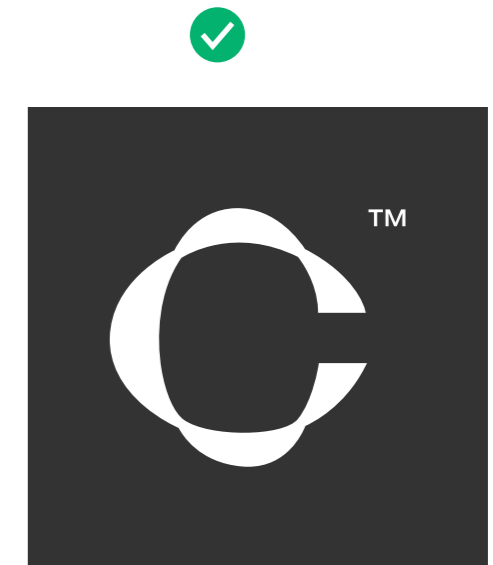
Usa el color Nube en un fondo oscuro



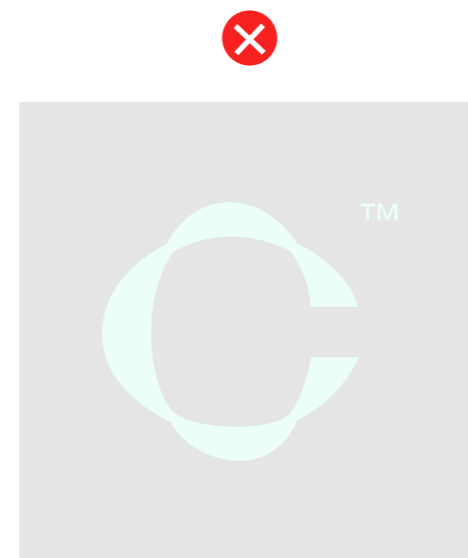
Usa el color Menta en un fondo oscuro



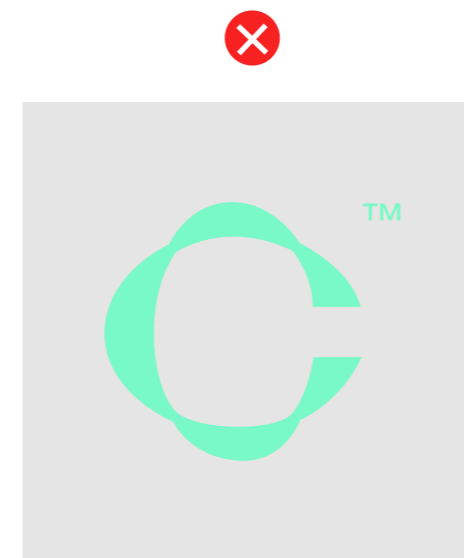
No uses el color Data en un fondo oscuro



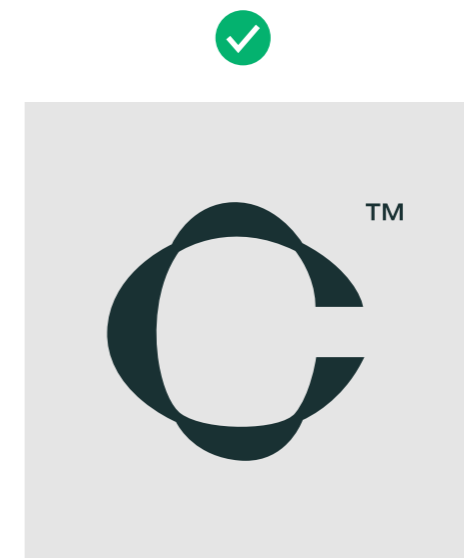
Usa el color blanco en un fondo oscuro



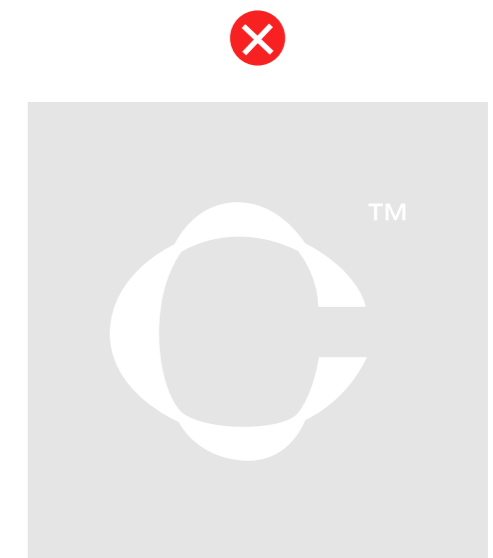
No uses el color Nube en un fondo claro



No uses el color Menta en un fondo claro



Usa el color Data en un fondo claro



No uses el color blanco en un fondo claro

USOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO

Es importante que la apariencia del logotipo se mantenga consistente. No debe malinterpretarse, modificarse ni añadirse nada. No se debe intentar alterarlo en ningún sentido. Su orientación, color y composición deben ser los indicados en este documento, sin excepciones. Para ilustrar este punto, en esta página se muestran algunos de los errores más comunes.



No rotates el logo



No manipules gráficamente los colores del logo



No crees nuevas versiones del logo

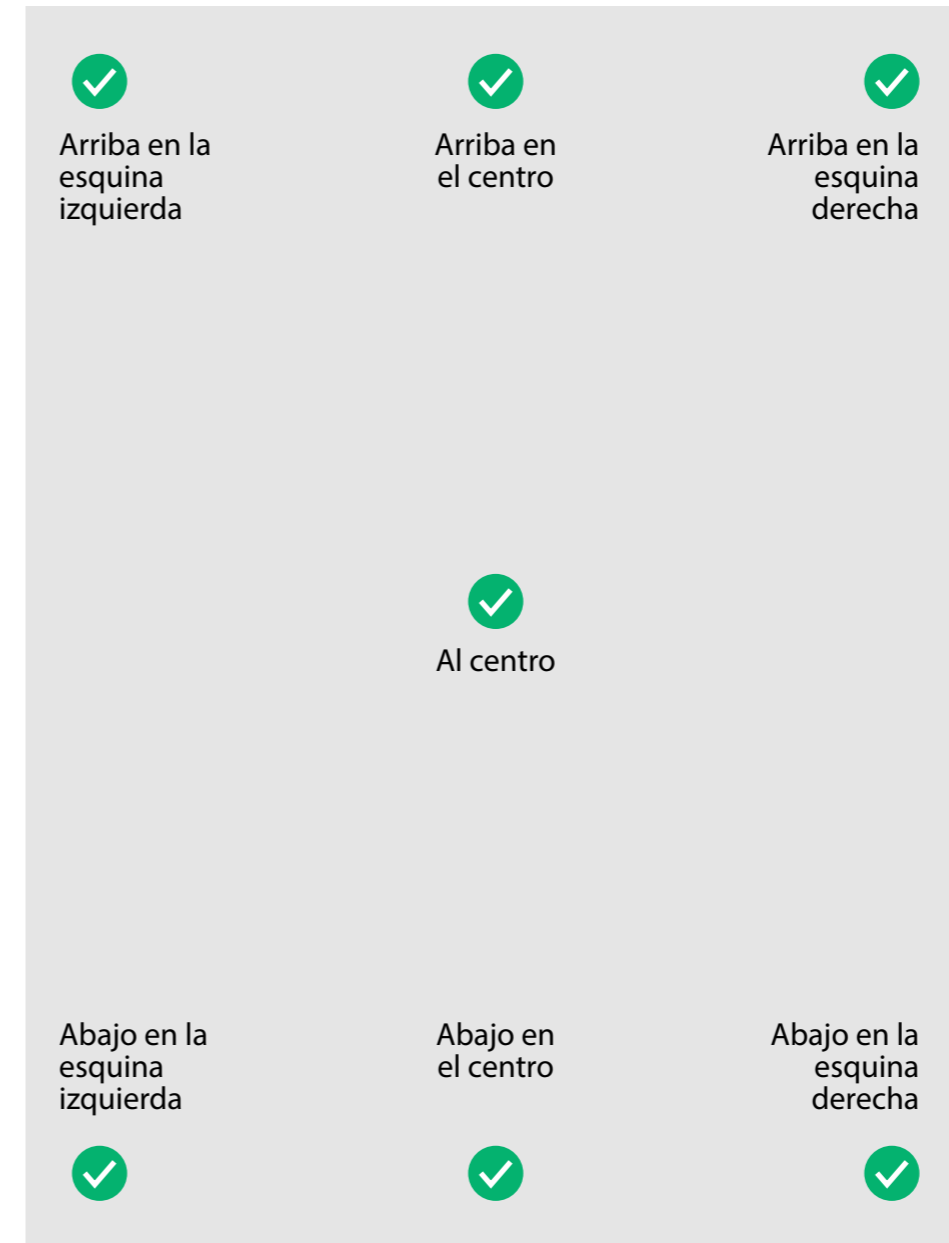


No cambies el tamaño del logo

UBICACIÓN DEL LOGOTIPO

A la hora de colocar un logotipo, el contexto es fundamental. El logotipo debe ser adaptable a diferentes contextos, pero solo puede ubicarse en uno de los siete lugares designados. Este enfoque garantiza simplicidad y consistencia, a la vez que ofrece suficiente flexibilidad para nuestro dinámico sistema gráfico. Asegúrese de mantener la zona de exclusión del logotipo, especialmente al colocarlo en una esquina.

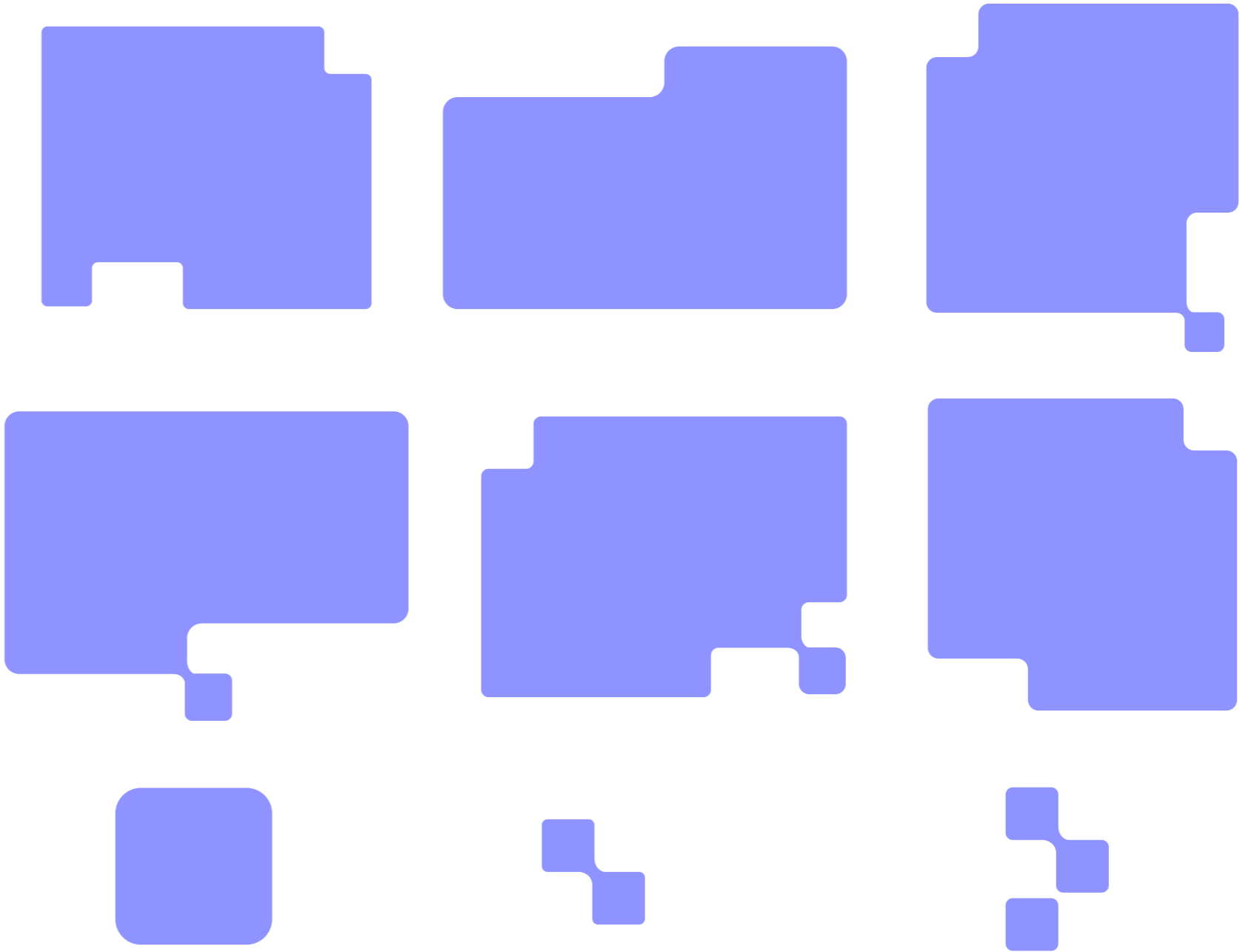
Consulte las opciones de ubicación a la derecha.



ELEMENTOS GRÁFICOS

Además de los recursos principales de la marca, se puede utilizar un conjunto de elementos gráficos para comunicar los servicios y productos clave dentro de la experiencia del usuario. Estos elementos están diseñados para integrarse en la identidad de la marca y resaltar su dinamismo.

Este sistema se podría utilizar como marcos para imágenes o cuadros de texto cuando haya una imagen detrás.



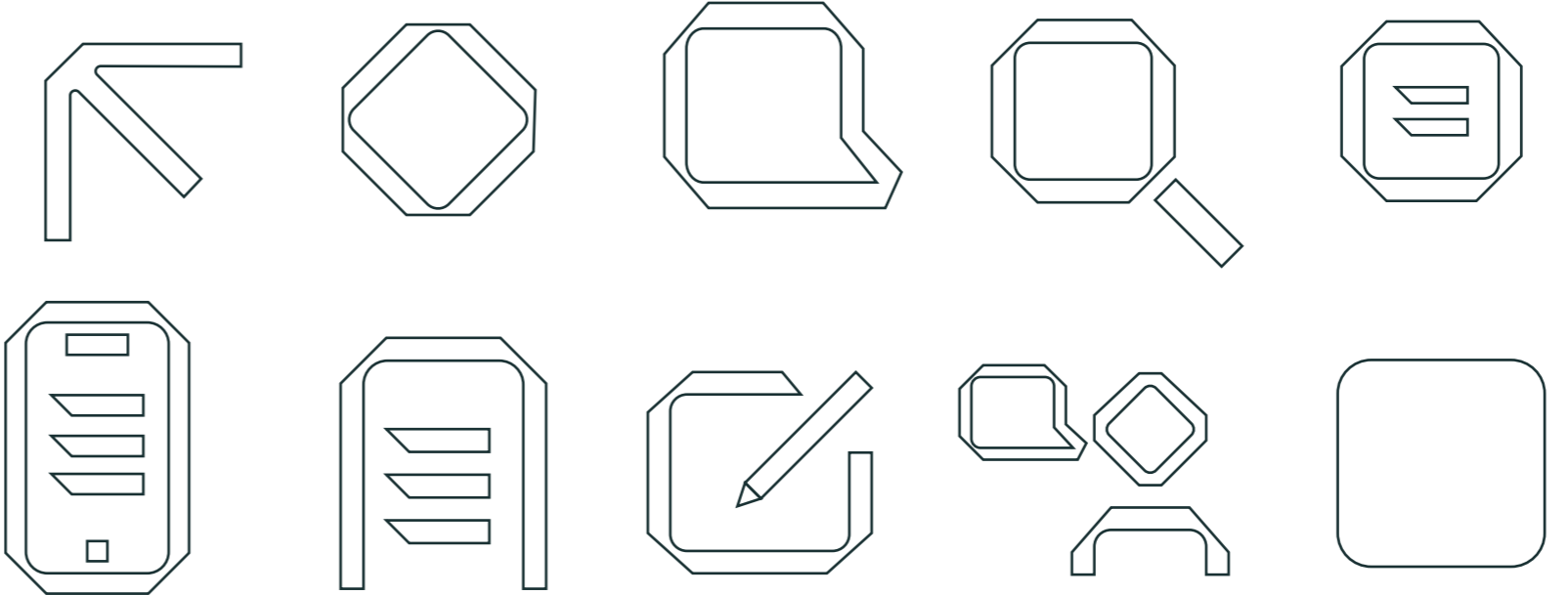
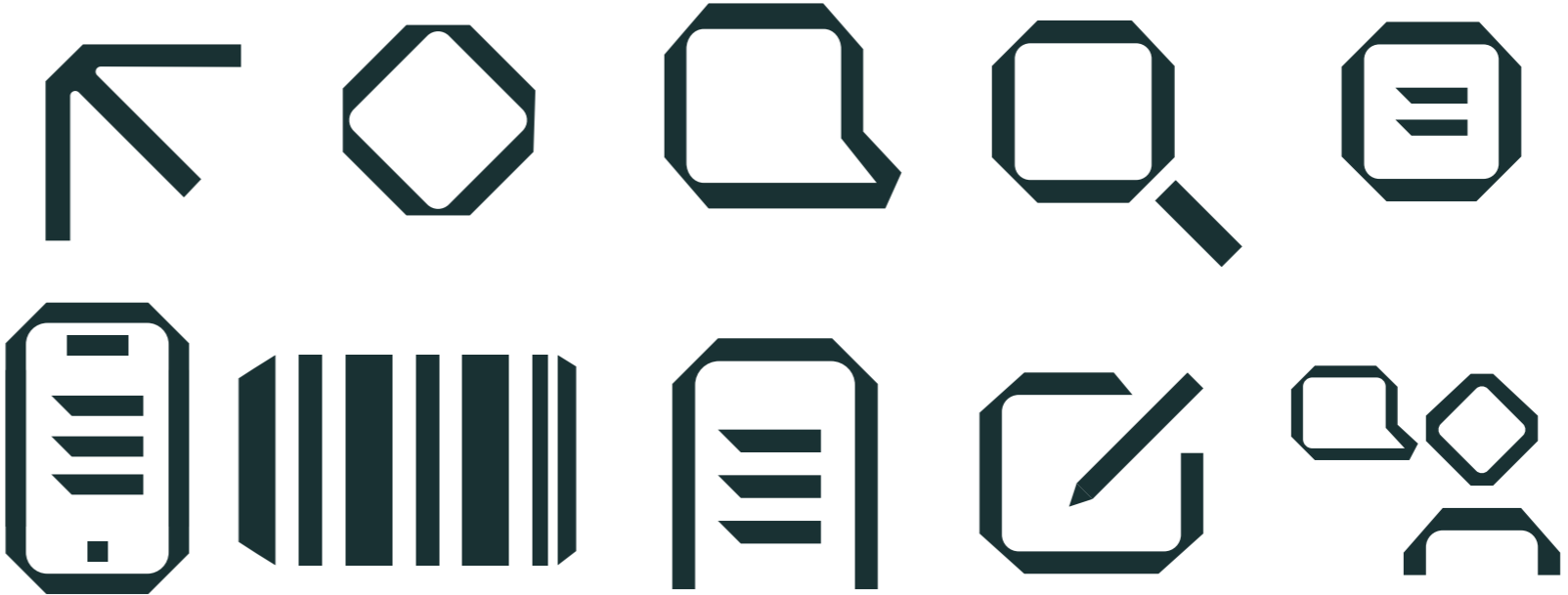
ICONOGRAFÍA

La iconografía es integral en la expresión de la marca y la experiencia del cliente.

Ayuda a traducir la información y guiar al usuario en la dirección correcta de forma rápida, además permite al cliente llevar a cabo acciones dentro de una página web o documentos de la empresa.

Esta iconografía fue diseñada exclusivamente para Cyberian.

Los íconos pueden ser usados con relleno y en su formato lineal como se muestra a la derecha. Deben seguir el mismo contraste de color que se determina para el logotipo.



Color

Paleta de color 25

Uso de gradientes 26

Uso del color en el logo 28

PALETA DE COLOR

La paleta de colores de Cyberian combina lo técnico con lo humano, lo frío con lo brillante, proyectando una marca que está a la vanguardia sin dejar de ser cercana. Los tonos vibrantes como **Neon** y **Menta** dan una sensación de innovación, energía y accesibilidad digital, mientras que **Software** introduce un matiz de sofisticación tecnológica. Por otro lado, los colores oscuros y claros — **Data** y **Nube**— equilibran la composición aportando profundidad, confianza y profesionalismo.

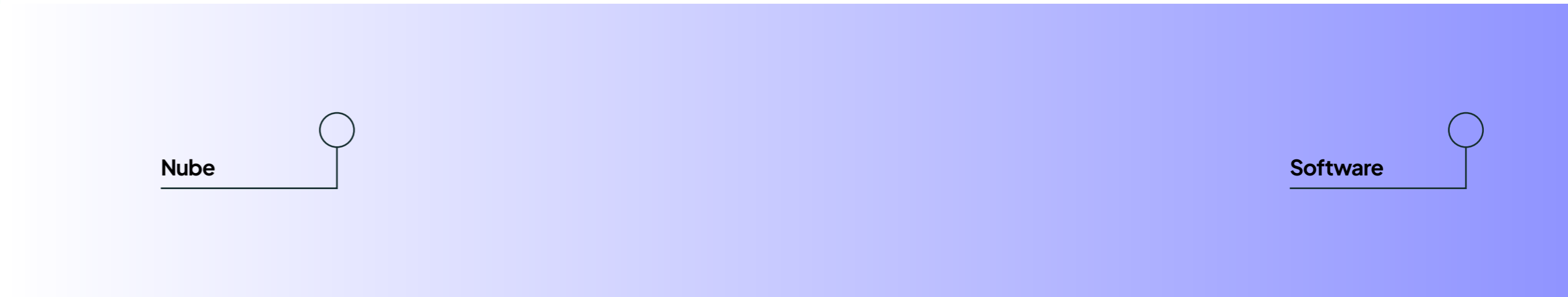
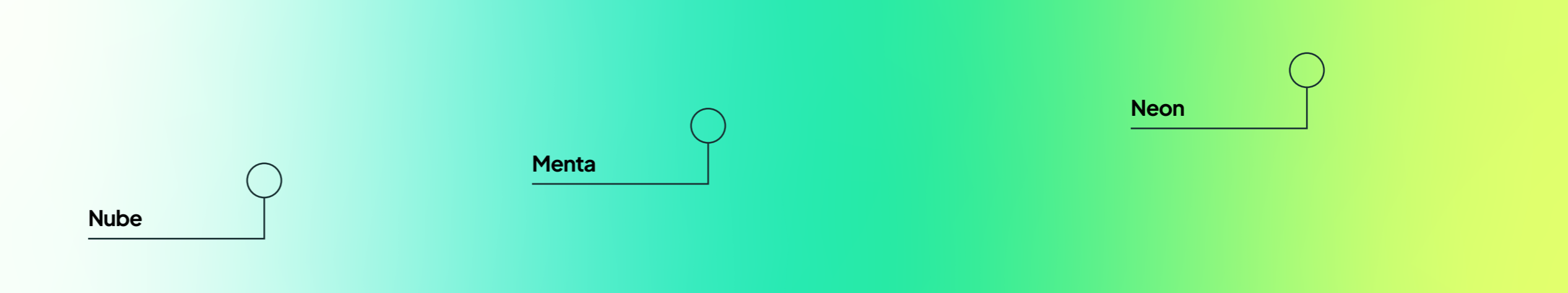
En conjunto, esta paleta representa muy bien a una empresa B2B tecnológica enfocada en continuidad operativa: moderna, confiable, audaz y preparada para funcionar tanto en entornos críticos como amigables. Esta estética también se conecta con el imaginario visual de sistemas operativos, interfaces gráficas y entornos virtuales, elementos fundamentales en el universo de Cyberian.

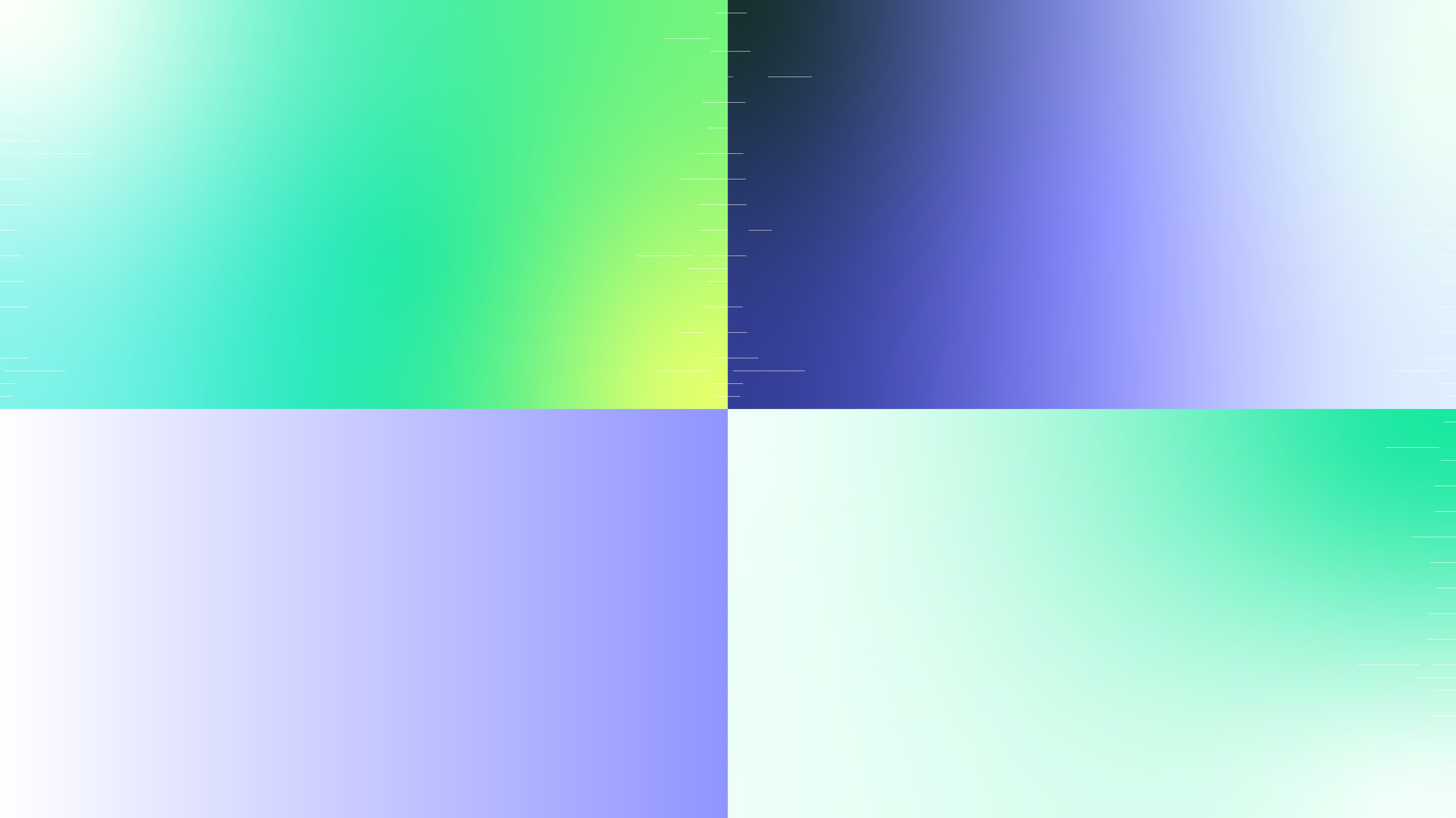
Nube	Menta	Software	Data	Neon
HEX #EBFFF6	HEX #78F9C7	HEX #8F93FF	HEX #193133	HEX #D0FF71
R 235 G 255 B 246	R 120 G 249 B 199	R 143 G 147 B 255	R 25 G 49 B 51	R 208 G 155 B 113
C 6% M 0% Y 5% K 0%	C 43% M 0% Y 36% K 0%	C 47% M 42% Y 0% K 0%	C 84% M 61% Y 62% K 60%	C 21% M 0% Y 73% K 0%
70%	70%	70%	70%	70%
50%	50%	50%	50%	50%
20%	20%	20%	20%	20%

USO DE GRADIENTES

Los gradientes de color son un elemento importante en nuestra marca. Estos gradientes harán que nuestra marca destaque por sobre la competencia. Como resultado, estos colores deben aparecer en las distintas experiencias gráficas que tenga la marca.

Color





USO DE COLOR EN EL LOGO

Los siguientes ejemplos muestran cómo funcionan los isotipos de la marca en conjunto con los colores clave y sobre fondos monótonos.

Las mismas pautas también se aplican a los logotipos principales y secundarios.

Usaremos los nombres establecidos anteriormente para una correcta aplicación del color.



Data sobre Nube



Data sobre Menta



Data sobre Software



Neon sobre Software



Software sobre Data



Nube sobre Data



Menta sobre Data



Neon sobre Data

Tipografías

F37 Aria Regular

Hubot Sans

Calibri



Tipografía

37 ARIA REGULAR

PRINCIPAL

37 Aria Regular es una tipografía sans serif de estilo geométrico con un diseño contemporáneo y racional. Su estructura limpia, modular y precisa transmite tecnología, eficiencia y profesionalismo, lo que la convierte en una elección perfecta para el **logotipo principal** de Cyberian, orientada a la continuidad operativa, la precisión en los datos y la atención al cliente.

Es una tipografía de **paga (con licencia)** para uso comercial, por lo que si se va a utilizar en nuevos diseños para la marca debe ser adquirida en link.

Uso recomendado para esta tipografía:

- Para diseño de logotipo.
- Gigantografías donde se pueda apreciar los detalles de la tipografía.

[DESCARGAR AQUÍ](#)

Tipografía

Regular
Aria

AaBbCcDdEeFfGgHhIi
JjKkLlMmNnOoPpQqRr
SsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890
!"#\$%&'()*=?;:

HUBOT SANS

SECUNDARIA

Hubot Sans es una tipografía sans serif moderna creada como parte del proyecto Google's Sci-Fi Fonts. Su nombre y diseño evocan un equilibrio entre lo humano y lo robótico, ideal para marcas que buscan posicionarse en la intersección entre tecnología accesible y eficiencia operativa. Para Cyberian, Hubot Sans funciona como una excelente tipografía secundaria o complementaria: versátil, funcional y con personalidad.

Es una tipografía de **libre uso comercial** para los proyectos y productos de la marca, impresos o digitales, encuentras esta tipografía en Google fonts.

Uso recomendado para esta tipografía:

- Títulos y subtítulos: Ideal para todo tipo de documentación de la marca.
- Este sistema de tipografías contiene variaciones desde Extra Light hasta **Black**.

[DESCARGAR AQUÍ](#)

Tipografía

Hubot Sans
Extra light

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!"#\$%&/()=?;

Hubot Sans
Light

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!"#\$%&/()=?;

Hubot Sans
Regular

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!"#\$%&/()=?;

Hubot Sans
Bold

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!"#\$%&/()=?;

Hubot Sans
Black

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!"#\$%&/()=?;

CALIBRI

COMPLEMENTARIA

Calibri es una tipografía sans serif diseñada por Lucas de Groot en 2004 y lanzada oficialmente por Microsoft en 2007 como parte del paquete de fuentes predeterminadas de Office. Durante más de una década fue la tipografía por defecto en Word, Excel y otros programas de Microsoft, lo que la volvió muy familiar y ampliamente utilizada.

Uso recomendado para esta tipografía:

- Para documentación técnica en múltiples idiomas.
- En sitios web o plataformas de alcance internacional.
- Presentaciones formales, fichas de productos e informes.
- Generalmente deben utilizarla para cuadros de textos extensos.

Calibri

Regular

Abcdefghijklmnoñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!"#\$%&/()=?i

Calibri

Italic

*Abcdefghijklmnoñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!"#\$%&/()=?i*

Calibri

Bold

**Abcdefghijklmnoñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!"#\$%&/()=?i**

Calibri

Bold Italic

***Abcdefghijklmnoñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!"#\$%&/()=?i***

JERARQUÍA TIPOGRÁFICA

SUBTÍTULOS

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

TÍTULOS

Tecnología sólida para decisiones inteligentes.

CUERPO DE TEXTO

Cyberian es una empresa especializada en soluciones tecnológicas para la continuidad operativa de centros de distribución y procesos logísticos en Latinoamérica. Nuestro equipo está conformado por profesionales con amplia experiencia en la industria y una visión orientada a la innovación constante. A través de equipamiento de alta calidad, servicios de asesoría técnica y una atención post venta diferenciadora, ayudamos a las empresas a operar con mayor agilidad, precisión y confianza.

BOTONES

Conoce más

Aplicaciones

Banner LinkedIn 01

Web 02

Papelería 03

Presentaciones 03

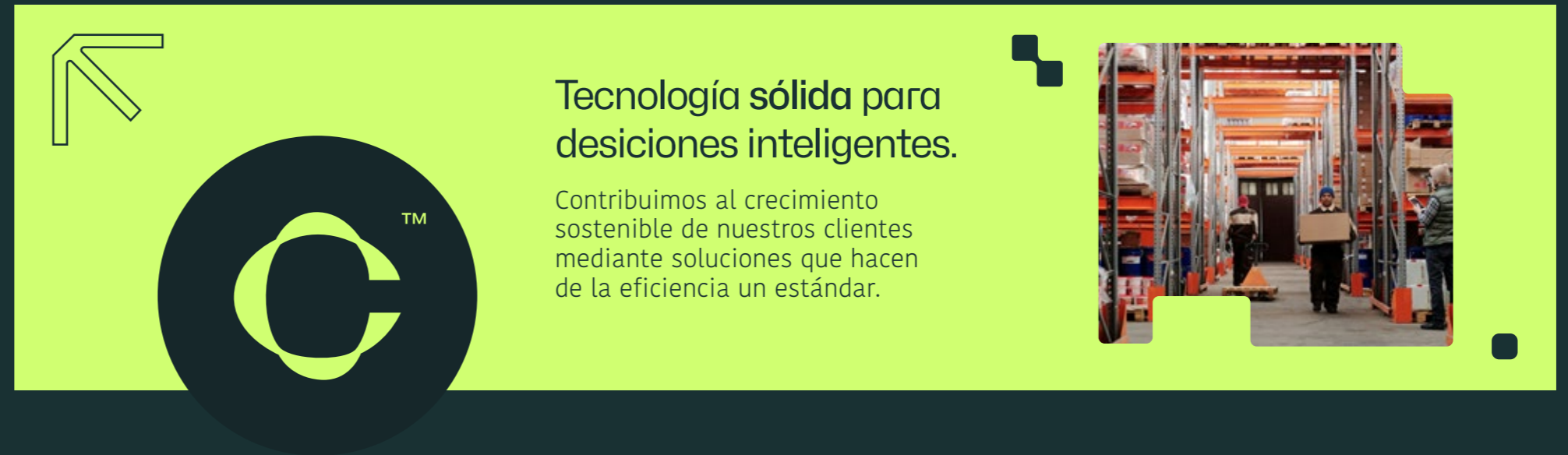


BANNER LINKED IN

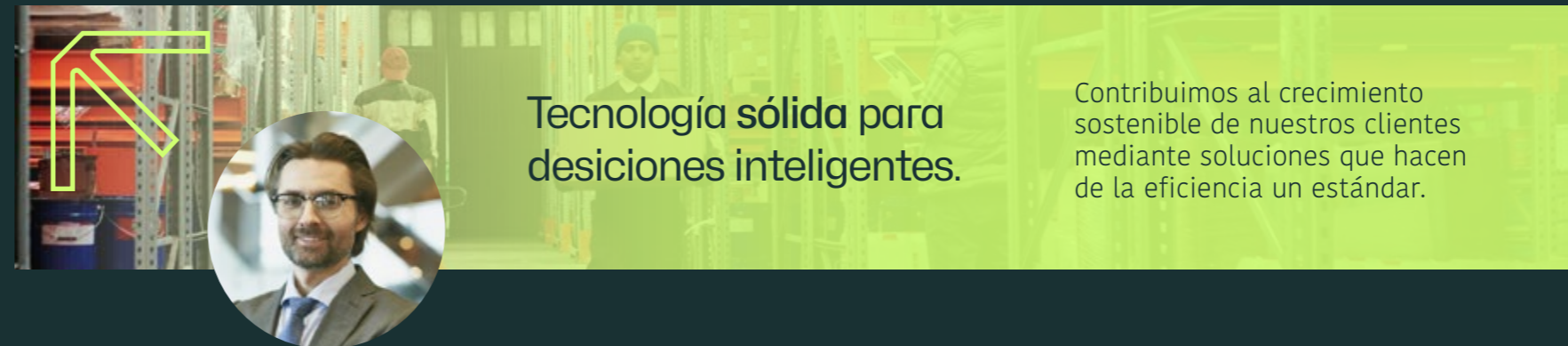
Formato banner o portadas:

1584 x 396 píxeles (Portada **Empresa**)

1128 x 191 píxeles (Portada **Usuario**)



1584 px X 396px
Portada para Empresas



Portada para usuarios personales
1128 px X 191px

WEB

Header

Botones en curva

Uso de elementos gráficos lineales

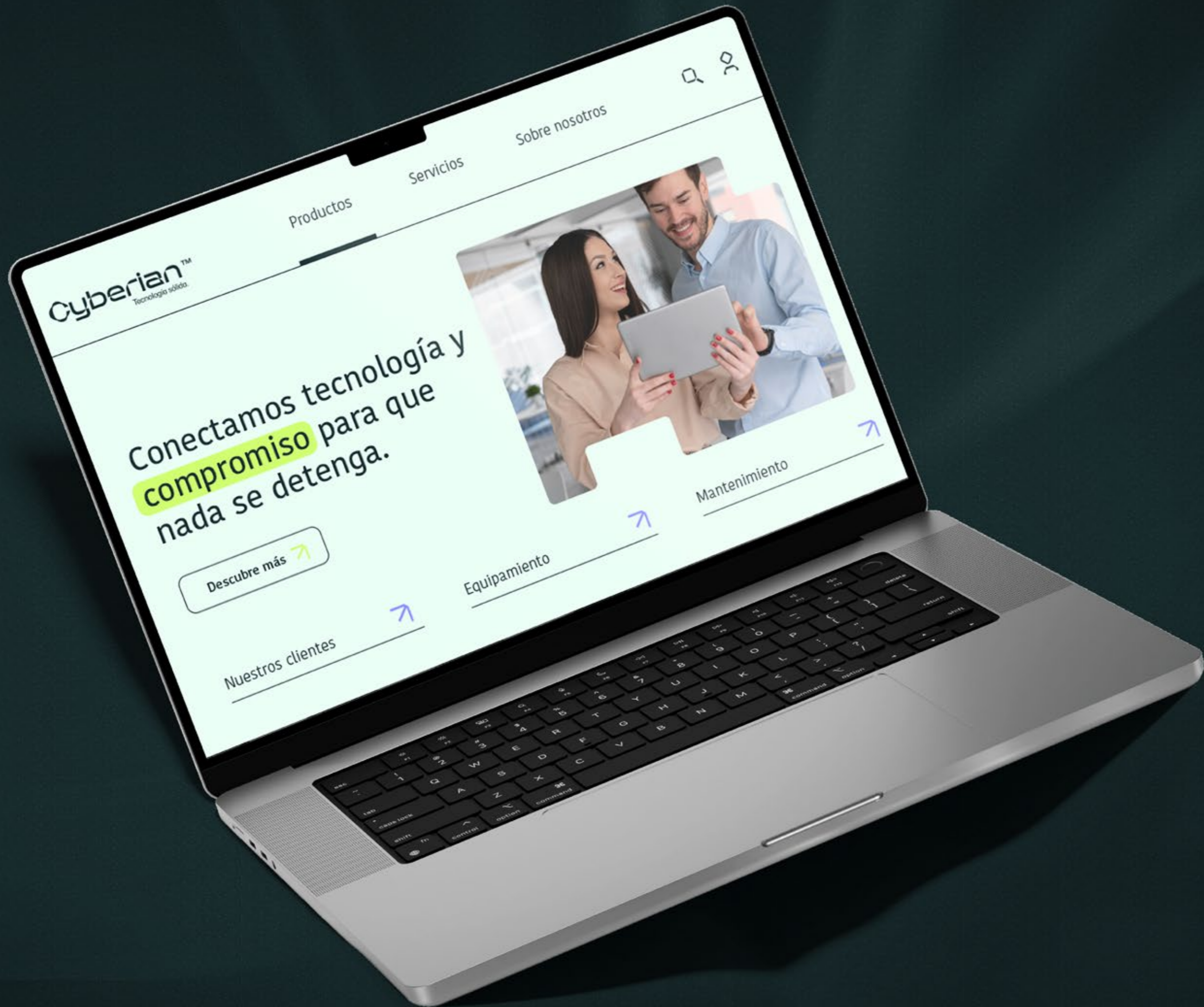
Cuerpo de texto

Aplicaciones



Iconografía

Iconografía



Cyberian™
Tecnología sólida.

Productos Servicios Sobre nosotros

Conectamos tecnología y **compromiso** para que nada se detenga.

Descubre más ↗

Nuestros clientes ↗

Equipamiento ↗

Mantenimiento ↗



PAPELERÍA

Es importante mantener la línea gráfica para todas las piezas físicas que puede tener la marca.

Esta es una guía general y no se contempla como un diseño complementario de la marca.

Logo principal

Títulos

Sub-títulos

Uso de elementos gráficos

Cyberian™
Tecnología sólida.

En Cyberian combinamos tecnología e innovación con un respaldo real que garantiza la continuidad de tu operación.

Continuidad operativa.

- Servicio de continuidad operativa.
- Mantenimiento preventivo de equipos.
- Manejo y configuración de inventarios.
- Venta y arriendo de equipamiento y licencias.



Cyberian™
Tecnología sólida.

En Cyberian combinamos tecnología e innovación con un respaldo real que garantiza la continuidad de tu operación.

Continuidad operativa.

- Servicio de continuidad operativa.
- Mantenimiento preventivo de equipos.
- Manejo y configuración de inventarios.
- Venta y arriendo de equipamiento y licencias.



PROPUESTA ECONÓMICA (BROCHURE)

Toda nuestra identidad visual representada en plantillas de presentación para propuesta económica de Cyberian.

Plantilla diseñada de forma editable para los diversos usos de Cyberian.

Uso recomendado para esta tipografía:

- Usar tipografía secundaria y complementaria

PLANTILLA EDITABLE

Aplicaciones



	Preco USD	Central	Preco Canal USD
Sub-total USD	X	X	X
Descuento (%)	X	X	X
Sub-total USD	X	X	X
IVA IVA USD	X	X	X
Total USD	X	X	X

PIE DE FIRMA PARA CORREO

Pie de firma en formato PNG.

Gaston I. Campos Aguero

Founder & Chile Country Manager

 +56978885953

 www.cyberian.cl

 /Gastón Campos

Cyberian™
Tecnología sólida.

Marianelly Gil

Gerente Comercial

 + 56985537101

 www.cyberian.cl

 /Marianelly Gil

Cyberian™
Tecnología sólida.

Ariel Mondaca

Arquitecto Soluciones TI

 +56950186294

 www.cyberian.cl

 /Ariel Mondaca Zúñiga

Cyberian™
Tecnología sólida.

Equipamientos
precisos y confiables,
listos para funcionar.



Cyberian™
Tecnología sólida.

Optimización y experiencia
a nivel de usuario con el
software WMS y Staylinked.





Trabajamos para que **tu empresa nunca** se detenga.



Venta y arriendo de **equipamiento** y licencias.



Mantenimiento preventiva de equipos.



Somos el socio
estratégico que
impulsa el
crecimiento de
tu empresa.

Cyberian™
Tecnología sólida.

POR CAMIVIC STUDIO.

CyberianTM
Tecnología sólida.

Cualquier duda sobre el uso de la marca contactar a la diseñadora.

CONTACTO

@CAMIVIC.CL

CAMILAETEROVIC@GMAIL.COM

MAYO 2025