

# Base de Conocimiento (KB)

## Website Institucional — Corporación Paguro SAS (pagurocorp.com)

**Propósito de este documento:** Centralizar parámetros de diseño, branding, tono, UX/UI, componentes y reglas de coherencia para que cualquier IA/equipo ~~un~~produzca web consistente con la filosofía y doctrina de Corporación Paguro SAS.

---

### 1 ) Rol del sitio

**Tipo:** Sitio institucional de holding (no vende servicios).

**Objetivos primarios (en orden):** Proyectar autoridad, arquitectura y legitimidad holding. 2. Explicar el ecosistema ~~márcleo~~ (holding) → sistemas → marcas (caparazones). 3. Conectar de forma clara a marcas asociadas (Pagurai, Pagureo). 4. Reforzar la operación otro nivel. 5. Minimizar el ruido. 5 . Servir como referencia para aliados, proveedores, bancos, partners y talento.

**Objetivos NO deseados:** No es una landing de ventas. - No es un portafolio de agencia. - No es un sitio de contenido masivo.

**Principio rector de coherencia:**

Cada bloque del sitio debe aportar diferenciación, ( 2 ) automatización percibida, ( 3 ) claridad arquitectónica, ( 4 ) reputación de excelencia.

---

### 2 ) Audiencias

- Aliados estratégicos / partners (tecnología, logística, servicios).
- Stakeholders financieros (bancos, proveedores, pagos, compliance).
- Clientes indirectos (que conocerán al holding por Pagurai/Pagureo).
- Talento especializado (freelancers, colaboradores).

**Necesidad psicológica dominante:** confianza + estructura + claridad.

---

### 3 ) Mensaje central y posicionamiento

**Idea fuerza:**

Paguro es un holding que construye **diseño funcional, evolución constante y tecnología útil.**

**Posicionamiento (público):** Ecosistema de marcas impulsado por valores claros (Creatividad, Dinamismo, Adaptación, Innovación) y una identidad visual consistente.

**Nota de seguridad competitiva:** La ~~web~~ debe exponer marcos internos, filtros estratégicos, ni detalles operativos que faciliten copia. - El lenguaje público debe ~~valores~~ cap~~ercepción~~ y claridad en mecanismos internos.

**Frases ancla (microcopy institucional):** "Diseño funcional. Evolución constante." - "Adaptarnos no es reacción. Es estrategia." - "Tecnología útil. Claridad total." - "Precisión antes que ruido."

**Prohibido:** slogans genéricos ("innovación", "líderes", "excelencia") sin sustancia, y lenguaje tipo 'mandar interno'.

---

## 4 ) Tono de voz (Copywriting)

**Tono:** sobrio, preciso, minimalista, doctrinal.

**Personalidad comunicativa:** - **Creador + Sabio** - Seguridad sin arrogancia - Cero urgencia - Cero hype

**Reglas de estilo:** Oraciones cortas. - Verbos fuertes. - Evitar adjetivos vacíos. - No explicar ~~claridad por diseño~~. - Evitar signos emocionales excesivos (!!!).

**Lectura objetivo:** El usuario debe sentir: "Esto está pensado. Esto es serio. Esto está diseñado."

---

## 5 ) Arquitectura de información (Sitemap recomendado)

**Páginas núcleo (versión inicial):** Inicio 2 . Visión Paguro 3 . Pagureo (marca) 4 . Pagurai (marca) 5 . Contacto

**Páginas complementarias (opcionales, segundo nivel)** / **Arquitectura recomendada** si se quiere elevar barrera de copia) - **Gobierno corporativo / Legal - Políticas** (Privacidad, Términos, Cookies)

---

## 6 ) UX/UI: principios, leyes y comportamiento

### 6 . 1 Principios UX del sitio

- El sitio debe sentirse como un **manual visual**: breve, claro, con jerarquía.
- Cada sección responde a una pregunta:

- ¿Qué es Paguro?
- ¿Cómo opera?
- ¿Qué marcas sostiene?
- ¿Cómo se contacta?

## 6 . 2 Función obligatoria: cambio de tema (Claro/Oscuro)

**Requisito:** el usuario puede alternar **modo oscuro** (fondo # 1 E 2 9 3 E) **modo claro** (fondo # FFFFFF).

**Reglas de implementación:** Toggle visible en header (ícono sol/luna o texto "Claro/Oscuro"). - Guardar preferencia (localStorage/cookie) para persistir. - F **prefers-color-scheme** del sistema como valor inicial cuando aplique. - El sistema debe definir tokens de color por tema (ver sección de UI).

## 6 . 3 Leyes UX/UI obligatorias (cumplimiento estricto)

Estas reglas son **no negociables** para este proyecto:

**1 ) Contraste y legibilidad (WCAG)** Texto y elementos críticos deben **mínimo AAA** (ideal AAA en cuerpos pequeños). - Evitar textos de bajo contraste sobre acentos.

**2 ) Jerarquía visual clara** Un H 1 por página. - H 2/H 3 estructuran, no decoran. - Máximo niveles de énfasis por bloque.

**3 ) Consistencia (Design System)** Componentes reutilizables: botones, cards, links, badges, formularios. - Espaciado, radios, bordes y estados deben ser consistentes.

**4 ) Reconocimiento sobre recuerdo** Navegación simple, etiquetas obvias. - Acciones clave visibles: enlaces a marcas y contacto.

**5 ) Ley de Hick (menos decisiones, más claridad)** corto (5 items). - CTAs limitados (no más de 1 primario por sección).

**6 ) Ley de Fitts (targets clicables cómodos)** Botones y elementos interactivos con altura mínima 44 - 48 px. - Espaciado suficiente entre targets.

**7 ) Feedback inmediato** - Hover/focus/active visibles. - Estados de formulario claros (éxito/error).

**8 ) Accesibilidad y navegación por teclado** focus ring visible. - Orden lógico de tab. - Labels correspondientes a los campos.

**9 ) Performance percibida** - Carga rápida, imágenes optimizadas. - Animaciones sutiles y ligeras.

**10 ) Minimalismo funcional** - Cada bloque debe justificar su existencia. - Si no aumenta comprensión, se elimina.

1 1 ) **Responsive absoluto (multi-dispositivo)** El proyecto debe ser responsive PC, tablet y móvil. - Prohibidos errores de composición: desbordes, solapamientos, cortes de texto, botones fuera de pantalla, saltos de layout. - Mantener consistencia de jerarquía y espaciado por breakpoint. - Ajustar targets táctiles y legibilidad en pantallas pequeñas. - Validar al menos estos rangos: 3 7 5 px, 4 1 4 px, 7 6 8 px, 1 0 2 4 px, 1 2 8 0 px+.

**Sistema responsive (para eliminar ambigüedad):** Breakpoints sugeridos: 0- 6 3 9 (mobile), 6 4 0 - 1 0 2 3 (tablet), 1 0 2 4 - 1 2 7 9 (desktop), 1 2 8 0+ (wide). - Contenedor máximo recomendado: 1 2 0 0 - 1 2 8 0 px (centrado) con padding lateral responsivo. - Regla de stacking: en mobile todo apila (1 columna); en tablet 2 columnas para cards; en desktop 2 columnas según densidad. - Tipografía: mantener escala consistente; evitar cuerpos pequeños en mobile.

- Ningún componente puede degradar la experiencia por CSS roto o comportamiento inconsistente.
- Ningún componente puede degradar la experiencia por CSS roto o comportamiento inconsistente.

## 6 . 4 Navegación y comportamiento

- Menú superior fijo (sticky) con 5 items.
- CTA discreto: "Contacto".
- Enlaces a marcas: siempre visibles desde Inicio y Footer.

## 6 . 5 Estructura de secciones

- Encabezado potente + subtexto corto.
- Bloques por tarjetas (cards) con iconografía mínima.
- Mapa ecosistema (diagrama simple) como "punto de comprensión".

---

# 7 ) Identidad visual (Branding UI)

## 7 . 1 Paleta oficial (branding adjunto)

**Neutros base (institucional):** Azul Noche (Base UI / Dark): # 2 9 3 E Blanco (Base UI / Light): # FFFFFF

**Acentos estratégicos (identidad Página):** Profundo (Tech/links/CTA primario): # 0 3 6 0 AB - Fucsia Oscuro (Innovación): # C 0 1 C 8 3 - Rosa Intenso (Dinamismo): # E 7 2 1 7 5 - Naranja Vibrante (Acción/outbound): # EE 7 2 2 4

**Nota de coherencia (evitar contradicciones):** Para este sitio web neutro el institucional UéAzul Noche # 1 E 2 9 3 E (no usar # 0 0 0 0 0 0 como fondo principal). Puede existir solo en casos puntuales (p. ej., versión de logo/typografía en modo ndarconsíplica), pero fondos.

**Regla de proporción:** 8 0 % neutros, 2 0 % acentos.

## 7 . 2 Sistema de temas (Claro/Oscuro) — Tokens obligatorios

El sitio debe implementar un **sistema de tokens** para eliminar ambigüedad y asegurar consistencia.

```
Tema Oscuro (Dark) — default recomendado # 1 E 2 9 3 E -surface (cards/sections):  
# 2 4 3 2 4 A (variación más clara que surface) 2 - (hover/raised): # 2 B 3 B 5 6 - border:  
rgba( 2 5 5 , 2 5 5 , 2 5 5 , 0 . 1 0 ) - text: # FFFF 00 - text-muted:  
rgba( 2 5 5 , 2 5 5 , 2 5 5 , 0 . 7 2 ) - text-subtle: rgba( 2 5 5 , 2 5 5 , 2 5 5 , 0 . 5 6 ) link:  
# 0 3 6 0 AB - focus-ring: # 0 3 6 0 AB - shadow: muy sutil (evitar sombras pesadas)
```

```
Tema Claro (Light): # FFFF 00 surface (cards/sections): # F 5 F 7 FB surface- 2 (hover/  
raised): # EEF 2 F 8 - border: rgba( 3 0 , 4 1 , 6 2 , 0 . 1 2 )text: # 1 E 2 9 3 E text-muted:  
rgba( 3 0 , 4 1 , 6 2 , 0 . 7 2 ) text-subtle: rgba( 3 0 , 4 1 , 6 2 , 0 . 5 6 ) link: # 0 3 6 0 AB -  
focus-ring: # 0 3 6 0 AB - shadow: muy sutil
```

**Reglas de color:** Evitar usar acentos como fondo de bloques largos. - Reservar # E 7 2 1 7 5 / # EE 7 2 2 4 para microdetalles, badges, highlights y CTAs específicos.

## 7 . 3 Logo y contraste (UX/UI)

- El sistema debe contemplar **logo en dos versiones**:
- **Logo con letras blancas** para fondos oscuros.
- **Logo con letras negras** para fondos claros.
- Regla: **nunca** usar un logo que reduzca legibilidad.

## 7 . 4 Tipografía (branding adjunto)

**Fuente principal:** - **Questrial**: H 1 , H 2 , H 3 (titulares) - **Inter**: texto corrido + énfasis

**Fuente alternativa (fallback estricta)**: Century Gothic usasolo como fallbacks. Questrial no está disponible. - **Inter**: texto corrido + énfasis

**Reglas tipográficas:** - Headings con presencia (semi-bold:bold), pero sin "gritar". - Body legible (regular medium), interlineado cómodo. - Jerarquía clara: H 1 impacta, H 2 ordena, H 3 estructura.

## 7 . 5 Grid y espaciado

- Layout: 1 2 columnas (desktop), 4 (mobile).
- Espaciado generoso: el vacío comunica control.
- Máximo ancho de texto: 6 0 – 7 5 caracteres por línea.

---

## 8 ) Estilo UI (componentes y reglas)

(componentes y reglas)

## 8 . 1 Botones

**Forma:** rectángulo con bordes sutilmente redondeados ( 8 – 1 2 px).

**Regla de CTA (para consistencia):** primario global Azul Profundo # 0 3 6 0 AB CTA  
**secundario (outline):** borde + texto en # 0 3 6 0 AB (o text ~~darkorange~~ tema) EE 7 2 2 4 : solo para acciones **outbound** (p. ej. "Visitar Pagureo/Pagurai") o highlights **Rosa** ~~Azul~~ **rosa**: - solo para microdetalles o estados especiales (no para CTA primario).

**Primario:** - Fondo: # 0 3 6 0 AB - Texto: blanco (en ambos temas) - Hover: leve elevación + sutil de brillo

**Secundario (outline):** - Fondo: transparente - Borde: 1 px (border token del tema) - Texto: token text - Hover: fondo translúcido (surface- 2 )

**Tamaño:** - Altura 4 4 – 4 8 px (accesibilidad)

**Microcopy botones (permitido):** - "Ver marca" - "Visitar Pagurai" - "Visitar Pagureo" - "Contactar al holding"

**Prohibido en botones:** - "Comprar", "Agenda una demo", "Hablemos ya".

## 8 . 2 Cards

- Fondo: usar **tokens de surface** según tema (surface / surface- 2 ).
- Borde: border token (opacidad baja).
- Sombra: mínima (evitar "glow" o sombras pesadas).
- Icono lineal (monocromo) opcional.
- Título corto + descripción 1 – 2 líneas.

## 8 . 3 Enlaces

- Color: Azul Profundo.
- Subrayado solo en hover.

## 8 . 4 Separadores y líneas

- Líneas finas, opacidad baja.
- Evitar divisores gruesos.

## 8 . 5 Iconografía

- Lineal, minimal, geométrica.
- Sin estilos cartoon.

## 9 ) Estilo de imágenes (muy importante)

**Objetivo visual:** transmitir arquitectura, tecnología útil, diseño funcional.

**Estética:** - Minimalista, editorial, moderna. - Alto contraste con fondos oscuros. - Sensación "laboratorio", no "corporativo tradicional".

**Tipos de recursos recomendados:** Abstractos tecnológicos (formas geométricas, grids, wireframes). - Fotografía de objetos/espacios con estética funcional (home office premium, detalles de fabricación). Renders o ilustraciones 3 D sobrias (sin exceso). - Diagramas simples del ecosistema (SVG)

**Tratamiento:** - Preferir monocromía + un acento de color. - Evitar fotos stock de personas sofisticadas. - Evitar clichés: apretón de manos, edificios corporativos genéricos.

**Regla:** si la imagen no aumenta percepción de arquitectura, se elimina.

---

## 1 0 ) Motion y microinteracciones

- Animaciones suaves y lentas (no "startup frenética").
  - Fade-in + slight translate en scroll (muy sutil).
  - Hover de cards: borde/centro + elevación mínima.
  - Cero animaciones ruidosas.
- 

## 1 1 ) Contenido por página (estructura base)

### 1 1 . 1 Inicio

**Bloques:** 1 ) Hero doctrinal (H 1 + 1- 2 líneas) 2) Mapa ecosistema (núcleo → sistemas → marcas) 3 ) Tarjetas de marcas (Pagurai, Pagureo) 4 ) Principios no negociables ( 3 - 5 bullets) 5 ) CTA institucional (Contacto)

### 1 1 . 2 Visión Paguro (Pilares de marca)

**Nota estratégica:** esta página debe revelar doctrina interna, marcos de decisión, filtros estratégicos lenguaje que facilite copia por competidores.

**Objetivo público:** transmitir ~~valores/pilares~~ a través ~~código de color~~ y la metáfora ~~cangrejo ermitaño~~ (adaptabilidad) con copy breve, visual y aspiracional-controlado.

**Bloques:** 1 ) **Hero de pilares** H 1: "Pilares Paguro" (o similar) - Subtexto: + 2 líneas sobre evolución, adaptabilidad y diseño funcional (sin hablar de "método" ni "arquitectura doctrinal").

2 ) **Metáfora del cangrejo ermitaño** Explicación corta: caparazones como adaptación al entorno. - Enfoque en valores: flexibilidad, cuidado por el diseño, evolución constante.

3 ) **Los 4 pilares por color (sección principal)** Presentación en 4 cards/bloques con color-acento correspondiente y visual abstracto. - Cada pilar con: título + 1 frase + 2 3 bullets comportamiento observable. - Pilares (según branding) **Creatividad** — # EE 7 2 2 4 (energía con dirección) - **Dinamismo** — # E 7 2 1 7 5 (movimiento constante) - **Adaptación** — # C 0 1 C 8 3 (cambio como ventaja) - **Innovación** — # 0 3 6 0 AB (tecnología útil)

4 ) **Síntesis visual** - Composición tipo: "Pilares (colores) + metáfora (ermitaño) = Paguro" - Puede diagrama simple o una banda visual.

5 ) **Cierre institucional** - 1 - 2 líneas de percepción: claridad, excelencia estructurada, superioridad tranquila (sin explicar el 'cómo').

**Prohibido en esta página:** Filtros de decisión, reglas internas, marcos competitivos. - Detalles sobre automatización como ventaja operativa específica. - Lenguaje de 'manual interno' o 'doctrina'.

### 1 1 . 3 Pagureo (marca)

**Bloques:** 1 ) Qué es + territorio 2) Qué vende / categoría (breve) 3) Por qué existe ( 1 4 ) Enlace al sitio

### 1 1 . 4 Pagurai (marca)

**Bloques:** 1 ) Qué es + territorio 2) Qué resuelve (breve) 3) Cómo encaja en el ecosistema (sistemas, automatización) 4 ) Enlace al sitio

### 1 1 . 5 Contacto

**Bloques:** - Mensaje institucional corto - Formulario - Correo - (Opcional) LinkedIn

---

## 1 2 ) Footer (requerido)

- Marca: "Corporación Paguro SAS"
- Enlaces: Inicio / Visión / Pagureo / Pagurai / Contacto
- Enlaces externos: Pagureo / Pagurai
- Legal: Privacidad / Términos
- Datos mínimos (si se decide): NIT y ciudad

---

## 1 3 ) Accesibilidad y estándares

- Contraste AA mínimo.

- Tipos legibles.
  - Botones 4 4 px.
  - Navegación por teclado.
- 

## 1 4 ) Reglas de coherencia (Checklist)

Antes de aprobar cualquier sección/pieza:

- ¿Está dominio tranquilo o suena a ventilar? ¿Es en 5 segundos?
- ¿Aumenta percepción arquitectura?
- ¿Evita clichés corporativos?
- ¿Mantiene el 8 0 / 2 0 (neutros/acento)?

Si falla 2 o más, se rediseña.

---

## 1 5 ) “Prompt base” para IA (para generar componentes/copy/UI)

Úsalo tal cual como encabezado en prompts internos:

Estás diseñando la web institucional de Corporación Paguro SAS (holding en Bogotá). No se venden servicios. El objetivo es proyectar autoridad, arquitectura empresarial, automatización y excelencia estructurada, con tono sobrio, minimalista y doctrinal. Estética oscura, alto contraste, tipografía geométrica sans-serif, mucho aire, animaciones sutiles. Usar paleta oficial: # 0 0 0 0 0 0 , # EE 7 2 2 4 , # E 7 2 1 7 5 , # C 0 1 C 8 3 , # 0 3 6 0 AB (8 0 % neutros, 2 0 % acentos). Evitar clichés corporativos y fotos stock de gente. Mostrar ecosistema núcleo→sistemas→marcas y links claros a Pagureo y Pagurai. Botones: rectángulos redondeados 8 - 1 2 px, primario azul o naranja, hover sutil. Copy: frases cortas, verbos fuertes, cero hype.

---

## 1 6 ) Notas de implementación (opcional)

- Priorizar SVG para diagramas.
  - Optimizar imágenes (WebP).
  - Performance: LCP rápido, fuentes locales si posible.
  - SEO: títulos sobrios, metadescipciones claras.
- 

**Estado:** v 1 — Base institucional. **Siguiente iteración sugerida:** definir wireframes por página + sistema de componentes (Design System) + biblioteca de imágenes de referencia.