

# AZAHAR

## Manual de Identidad de Marca

Sistema visual para una app GTD (Getting Things Done)



v1.0 · 25/12/2025

Este documento define el uso correcto del logotipo, color, tipografía, iconografía, tono y componentes UI para asegurar consistencia en todos los puntos de contacto.

# Contenido

Referencia rapida de secciones incluidas en el manual.

- |                                |                                     |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Panorama de marca           | 7. Ilustracion e imagen             |
| 2. Sistema de logotipo e icono | 8. Tono de voz y microcopy          |
| 3. Color (claro y oscuro)      | 9. Componentes UI                   |
| 4. Tipografia                  | 10. Accesibilidad                   |
| 5. Grid, espaciado y forma     | 11. Entrega de assets y exportacion |
| 6. Iconografia                 | 12. Gobernanza y mantenimiento      |

**Nota:** Este documento describe un sistema base. Si el producto evoluciona (nuevos canales o piezas), ampliar el manual con aplicaciones específicas (social, campañas, impresos).

# 1. Panorama de marca

## **Proposito**

Ayudar a las personas a mantener claridad mental y control diario mediante una experiencia GTD rápida, minimalista y agradable.

## **Personalidad**

Calma, confiable, precisa, sin ruido. Productiva sin ser agresiva.

## **Valores**

- Claridad: la interfaz reduce fricción y carga cognitiva.
- Control: todo tiene un sitio (inbox, acciones, calendario, referencia).
- Ritmo sostenible: prioriza progreso diario y revisiones semanales.
- Consistencia: lenguaje y componentes repetibles en todas las pantallas.

## **Publico objetivo**

Profesionales y personas con muchas tareas que buscan un sistema GTD simple y visualmente calmado.

## 2. Sistema de logotipo e icono

El ícono de app es el elemento principal de marca. Debe mantenerse siempre con sus bordes redondeados, degradados suaves y sombras sutiles.



### Versiones permitidas

- Primaria: ícono completo (recomendado para app stores y marketing).
- Reducida: tarjeta interior simplificada a 2-3 filas, sin texto fino (para 16-24 px).
- Monocroma: una tinta (blanco o negro) solo cuando sea imprescindible (grabados, serigrafía).

### Zona de seguridad (clear space)

Mantener un margen libre alrededor del ícono equivalente al grosor del borde exterior (aprox. 1/8 del ancho del ícono).

### Tamaño mínimo

- Digital: 24 px (recomendado), 16 px solo con versión reducida.
- Impresión: 10 mm de alto (recomendado).

### Usos incorrectos

- No rotar ni inclinar.
- No cambiar los colores de los degradados por otros no definidos en la paleta.
- No eliminar sombras o brillos si eso rompe la lectura sobre el fondo.
- No añadir contornos externos ni efectos agresivos (neon, glow duro).

### 3. Color

La paleta combina calma (azules), energía controlada (amarillo) y colores funcionales para estados GTD.

#### Paleta principal (modo claro)

 <b>Brand Accent</b> #F6C45C Amarillo dorado suave	 <b>Brand Blue</b> #4F6FD8 Azul profundo suave
 <b>Surface</b> #F9FAFF Blanco caliente	 <b>Done</b> #FF9F43 Naranja acción
 <b>Planning</b> #F29BC2 Rosa planificación	 <b>Time</b> #6FAEF5 Azul tiempo
 <b>Inbox</b> #8E8EDC Violeta organización	 <b>Text Primary</b> #2F2F3A Gris texto primario
 <b>Divider</b> #DADDF0 Separadores	

#### Paleta principal (modo oscuro)

 <b>Background</b> #0F1424 Background principal	 <b>Surface</b> #171C2F Surface / tarjetas
 <b>Elevated</b> #1F2540 Surface elevada	 <b>Text Primary</b> #E8EBF8 Texto principal
 <b>Text Secondary</b> #B5BAD6 Texto secundario	 <b>Text Disabled</b> #6F7390 Deshabilitado
 <b>Accent</b> #E6B44E Accent marca	 <b>Done</b> #FFB65C Done / Complete
 <b>Planning</b> #E3A1C6 Planning / Someday	 <b>Time</b> #7DB7F0 Time / Waiting
 <b>Inbox</b> #9A9AE8 Inbox / Reference	 <b>Divider</b> #2A3050 Dividers



## Degrados oficiales

Principal (hero / icono): #F6C45C -> #6FAEF5 -> #4F6FD8

Tareas (accent rows): #FF9F43 -> #F29BC2 -> #6FAEF5 -> #8E8EDC

## Accesibilidad

En UI, mantener contraste minimo WCAG AA: 4.5:1 para texto normal y 3:1 para texto grande.

En modo oscuro, usar texto principal #E8EBF8 sobre superficies #171C2F o mas oscuras.

## 4. Tipografia

La marca prioriza tipografías de sistema para garantizar rendimiento y coherencia multiplataforma.

### Recomendada

- iOS/macOS: SF Pro (System).
- Android: Roboto / Google Sans (según disponibilidad).
- Web: Inter como alternativa principal; fallback a system-ui.

### Jerarquia

Rol	Tamano	Peso	Uso
H1	24-28	Bold	Titulares de pantalla
H2	18-20	Semibold	Secciones y modales
Body	14-16	Regular	Tareas y texto principal
Meta	12-13	Regular	Fechas, labels, ayuda
Micro	10-11	Regular	Badges, contadores, tablas

### Reglas

- Evitar mayúsculas sostenidas en texto largo.
- Limitar el ancho de linea a 60-80 caracteres en desktop.
- Usar interlineado generoso (1.3-1.5) para sensación calmada.

## 5. Grid, espaciado y forma

El sistema visual se apoya en esquinas redondeadas y espacios consistentes para transmitir orden.

### **Escala de espaciado (8-pt)**

Usar incrementos de 8 px como base: 4, 8, 16, 24, 32, 40, 48. Para micro-ajustes: 2 px.

### **Radios**

- Tarjetas: 16 px
- Botones: 12 px
- Badges/chips: 999 px (pill)
- Icono de app: radio grande (estilo iOS).

### **Sombras**

- Sombra suave, sin negro puro (usar azul oscuro con baja opacidad).
- Evitar sombras duras que aumenten la sensacion de ruido.

## 6. Iconografia

Los iconos representan conceptos GTD: Inbox, Next Action, Calendar, Waiting, Reference. Deben ser simples, geometricos y amigables.

### Estilo

- Trazo uniforme (2 px a 24 px).
- Esquinas redondeadas y formas rellenas cuando sea posible.
- Evitar detalles finos; priorizar legibilidad a 16-20 px.

### Set recomendado

- Inbox: bandeja / caja de entrada.
- Next action: check / rayo suave.
- Calendar: calendario simple.
- Waiting: reloj.
- Projects: carpeta.
- Reference: libro / archivo.

### No hacer

- No mezclar estilos (outline vs filled) en la misma vista.
- No usar iconos con perspectiva o sombras propias.

## 7. Ilustracion e imagen

Cuando se use ilustracion (marketing, onboarding), debe seguir la misma sensacion: degradados suaves, volumen ligero y formas redondeadas.

### Fotografia (si aplica)

- Escenas luminosas, ordenadas, con espacios negativos.
- Evitar saturacion alta y contrastes duros.
- Preferir paletas frias con acentos calidos.

### Ilustracion

- Degradados pastel y luz difusa.
- Iconos y tarjetas como elementos narrativos (listas, calendarios).
- Evitar estilos cartoon agresivos o con lineas negras.

## 8. Tono de voz y microcopy

El lenguaje debe sentirse humano, directo y calmado. La app acompaña, no regaña.

### Principios

- Claro: frases cortas, verbos de acción.
- Respetuoso: sin urgencias innecesarias.
- Orientado a sistema: hablar de capturar, procesar, organizar, revisar, hacer.

### Ejemplos

**Bien:** "Captura rápido. Lo decides después."

**Evitar:** "Estás atrasado. Hazlo ya."

### Estados GTD

- Inbox: "Sin procesar" / "Por aclarar".
- Next: "Siguiente acción".
- Waiting: "En espera".
- Someday: "Algun día".
- Review: "Revisión semanal".

## 9. Componentes UI

Estos componentes garantizan consistencia en la experiencia.

### Botones

- Primario: relleno con Accent (claro: #F6C45C; oscuro: #E6B44E) y texto oscuro (#2F2F3A).
- Secundario: contorno suave (Divider/Border) y fondo transparente.
- Destructivo: usar rojo solo cuando sea necesario; mantenerlo sobrio.

### Tarjetas de tarea

- Fila con icono de contexto a la izquierda y texto alineado a baseline.
- Separadores suaves; evitar lineas negras.
- Estados: Done reduce saturacion y muestra check.

### Chips/etiquetas

- Pill con fondo 10-15% del color de estado.
- Texto siempre con contraste AA.

### Inputs

- Altura 44 px minimo en mobile.
- Borde suave y focus visible (anillo en azul tiempo).

## 10. Accesibilidad

La consistencia visual debe ir acompañada de accesibilidad real.

- Contraste: WCAG AA como minimo (4.5:1).
- Tap targets: 44x44 px minimo (iOS HIG) y 48x48 px recomendado (Material).
- No depender solo del color para estados: combinar con iconos y texto.
- Soportar Dynamic Type / tamaños de fuente del sistema.
- Animaciones: respetar la preferencia 'reducir movimiento'.

# 11. Entrega de assets y exportacion

Para evitar inconsistencias, centralizar exports y nombres de archivo.

## Formatos

- SVG: iconos y logotipos (sin efectos raster).
- PNG: app icons y previews (con transparencia cuando aplique).
- PDF: piezas vectoriales para imprenta.
- Lottie/MP4: animaciones (si aplica).

## Naming

```
azahar_logo_primary.svg  
azahar_icon_app_1024.png  
azahar_colors_v1.json
```

## App icon sizes (referencia)

- iOS App Store: 1024x1024 PNG.
- iOS home: multiples (20-180 px) derivados del master.
- Android Play: 512x512 (high-res) + adaptative icon layers (foreground/background).

## 12. Gobernanza y mantenimiento

Una identidad profesional necesita reglas de actualización.

- Owner: una persona responsable de aprobar cambios (PM/Brand/Design).
- Versionado: cambios se registran como v1.0, v1.1, etc. con notas.
- Fuente única: Figma como master + repositorio de assets (Git/Drive).
- QA visual: checklist antes de publicar nuevas pantallas o campañas.

### Checklist rápido

- Estoy usando los colores oficiales (claro/oscuro) sin desviaciones.
- El icono y los radios respetan el sistema.
- El contraste del texto es AA.
- Los iconos tienen el mismo estilo y grosor.
- El tono del copy es calmado y directo.

### Contacto

Para dudas o ampliaciones del sistema, definir un owner de marca/diseño y centralizar requests en el repositorio de diseño.