

# Manual de Identidad para Interfaces



# TRAZABILIDAD HISTORICA DEL DOCUMENTO

Versión	Fecha	Descripción
V.1.0.1	19/02/2025	Entrega final de la primera versión del documento entregada al área de ingeniería.
V.1.1	15/09/2025	Actualización de Criterios



# INTRODUCCIÓN

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Caltech en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca Caltech contribuirá a que logremos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma. Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de Caltech una gran marca.



# PERFIL DE MARCA

Calltech, empresa latinoamericana con 26 años de experiencia, líder en innovación, diseño, desarrollo e implementación de soluciones de software para comunicaciones unificadas, colaboración, omnicanalidad con redes sociales, chatbots, grabación de llamadas y pantallas, gestión de audiencias con transcripción automática, operadora automática, IVR, tarificación telefónica y Webphone en Google Chrome.

Cuenta con experiencia en diferentes sectores de la economía como: salud, banca, gobierno, contactcenter y operadores telefónicos garantizando siempre la calidad del servicio.



# VISIÓN

Ser reconocidos en Latinoamérica para el año 2030 como el mejor socio de negocios para el desarrollo de soluciones tecnológicas en el sector de la Teleinformática, mediante la innovación, el mejoramiento continuo y la aplicación de estándares de calidad, aceptados internacionalmente.



# MISIÓN

Somos una empresa orientada a establecer relaciones de negocios de largo plazo, con base en escuchar las necesidades de nuestros clientes, permitiéndoles cumplir sus objetivos mediante la utilización de soluciones tecnológicas en Teleinformática, desarrolladas por nuestro equipo de trabajo. Estamos comprometidos en hacer de nuestros productos las soluciones acertadas para las necesidades del mercado Latinoamericano, aspirando a ser líderes en el segmento de mercado elegido, garantizando el desarrollo constante de la empresa y de cada uno de sus colaboradores.

# MARCA PRINCIPAL



## LOGO DE MARCA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Calltech se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El logo Calltech es un Isologo, compuesto de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar para su uso correcto.



# COLORES DE MARCA

## USO LOGO PRINCIPAL:

- **Uso recomendado:** Esta es la versión principal del logotipo y debe utilizarse en la mayoría de los casos, especialmente sobre fondos blancos o de colores muy claros.

## USO LOGO AZUL:

- **Uso recomendado:** Esta versión se utiliza cuando se requiere una variante en color del logotipo principal sobre fondos blancos o muy claros.

## USO LOGO BLANCO:

Sobre fondo gris

- **Uso recomendado:** Se utiliza en interfaces con esquemas de color oscuros o neutros, donde el fondo es gris (HEX: #676767) para mantener armonía visual.

## USO LOGO BLANCO:

Sobre fondo azul

- **Uso recomendado:** Se emplea en interfaces donde el fondo predominante es azul (HEX: #0e5e9e), asegurando un alto contraste y legibilidad.



HEX: #0e5e9e  
R:14 G:94 B:158

HEX: #C4292  
R:196 G:41 B:43

HEX: #676767  
R:103 G:103 B:103



HEX: #0e5e9e  
R:14 G:94 B:158



HEX: #676767  
R:103 G:103 B:103

HEX: #FFFFFF  
R:255 G:255 B:255



HEX: #0e5e9e  
R:14 G:94 B:158

HEX: #FFFFFF  
R:255 G:255 B:255

# PALETA DE COLORES

Nuestra paleta de colores nos muestra los colores y las variantes permitidas, con su respectivo código HEX ó color web, son el total 11 colores que tienes disponibles para suplir las diferentes necesidades y dar organización a la producción de la interfaz.

## Primario

La paleta de colores primarios se utiliza en todos los elementos interactivos. como CTA, enlaces, entradas, estados activos, etc.



## Secundarios

La paleta de colores secundarios se utiliza en algunos elementos interactivos. como CTA, enlaces, entradas, estados activos, etc.



## Neutrales

Estos colores se utilizan como colores secundarios de apoyo en fondos, colores de texto, separadores, modelos, fondos de tabla, etc.



# ACTIVOS de Marketing



# ACTIVOS DE MARKETING

En este apartado encontrarás todos los recursos gráficos y visuales necesarios para el correcto diseño de las interfaces de la marca. Estos activos incluyen los logotipos oficiales de Calltech y de sus soluciones complementarias, así como imágenes, íconos y elementos visuales que garantizan coherencia en la identidad visual.

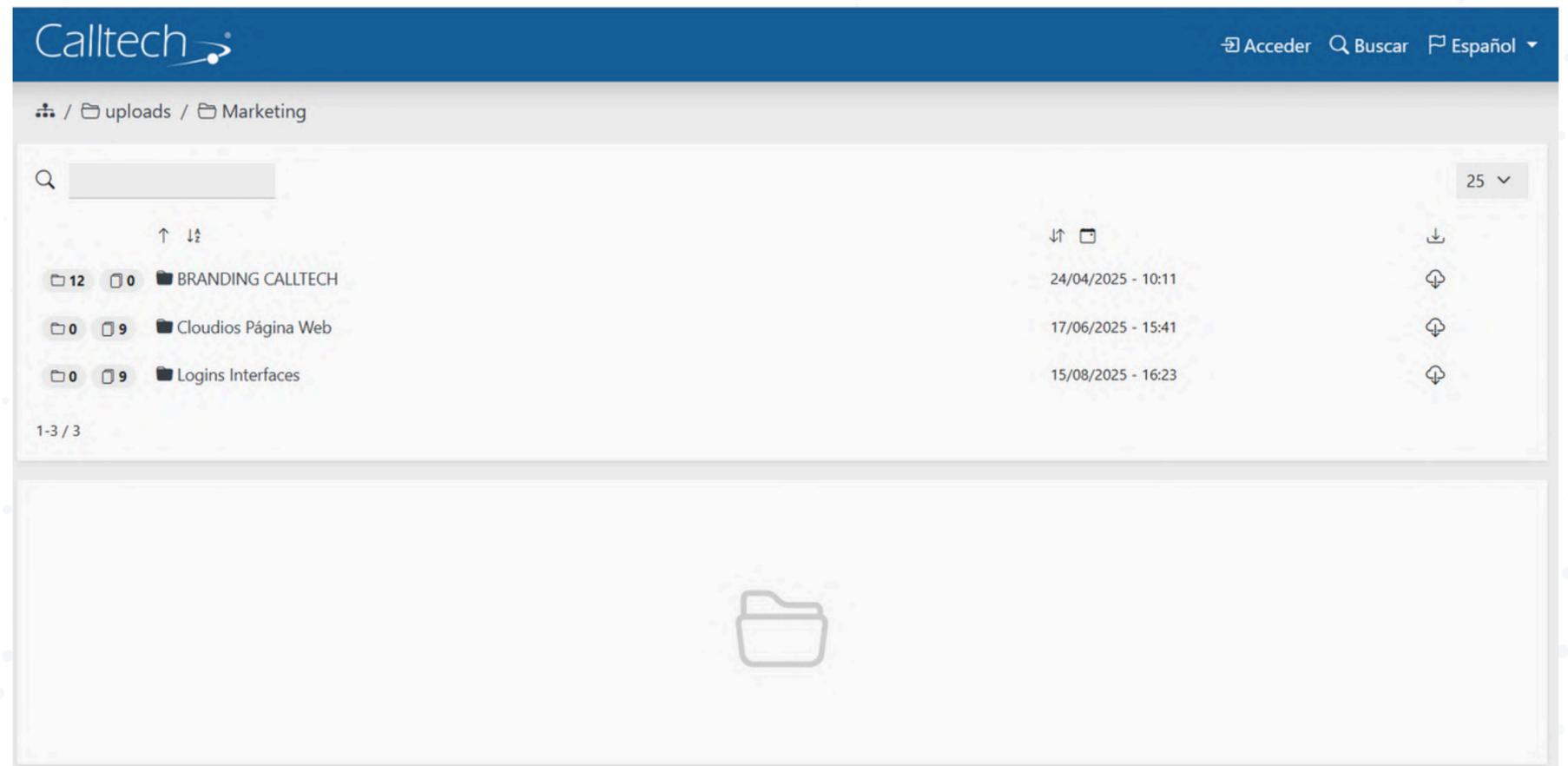
En caso de requerir alguno de estos recursos, puedes acceder al siguiente enlace para descargar o vincular directamente las imágenes necesarias para el desarrollo de tus diseños.

<https://www.calltechsa.com/area-marketing/>

Todos los archivos se encuentran disponibles mediante URL, lo que facilita su integración en el desarrollo de interfaces.

Si llegas a necesitar un recurso adicional que no se encuentre en esta carpeta, por favor comunícate con el área de Marketing a través del correo indicado.

Solicitar recursos a [brand@calltechsa.com](mailto:brand@calltechsa.com) en caso de ser necesario.



# FUENTE TIPOGRÁFICA PARA INTERFACES

Con base en las opciones de la tipografía Montserrat presentadas, se establecen los siguientes casos de uso para garantizar coherencia y claridad en las interfaces:

## Montserrat Regular (Tipografía para Párrafos):

- Uso principal: Texto descriptivo, párrafos informativos y contenido detallado.
- Tamaños sugeridos: Entre 12 px y 16 px para una lectura cómoda en interfaces web.
- Aplicación: Secciones explicativas, mensajes de ayuda, información de soporte y texto complementario en tarjetas o ventanas emergentes.

## Montserrat SemiBold (Tipografía para Subtítulos):

- Uso principal: Subtítulos, encabezados secundarios y elementos que necesiten resaltar sin competir con los títulos principales.
- Tamaños sugeridos: Entre 14 px y 18 px, dependiendo de la jerarquía visual.
- Aplicación: Encabezados de secciones, subtítulos en formularios y etiquetas destacadas en tablas o gráficos.

## Montserrat Bold (Tipografía para Títulos):

- Uso principal: Títulos principales, encabezados de secciones importantes y elementos clave que requieran captar la atención del usuario.
- Tamaños sugeridos: Desde 20 px en adelante, según el nivel de importancia.
- Aplicación: Encabezados principales en pantallas, títulos en tarjetas, botones destacados y mensajes de alerta críticos.

Estas especificaciones buscan asegurar un diseño limpio, jerarquizado y funcional, optimizando la experiencia del usuario a través de una tipografía consistente y bien aplicada.

Tipografía  
Párrafos

Aa

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Tipografía  
Subtítulos

Aa

Montserrat SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Tipografía  
Títulos

Aa

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

# TAMAÑOS PARA TITULOS

Seguir los lineamientos establecidos para los tamaños de los títulos garantiza una jerarquía visual clara, mejora la experiencia del usuario y asegura la consistencia en el diseño. Cada tamaño está diseñado para adaptarse a su propósito, evitando sobrecarga visual y facilitando la lectura.

- **Título Grande:** Se utiliza para encabezados principales o elementos que deben captar la atención del usuario de inmediato, como títulos de secciones o páginas. Es ideal para destacar información clave.
- **Título Mediano:** Perfecto para subtítulos o encabezados secundarios que complementan el contenido principal, estructurando la información de manera organizada.
- **Título Pequeño:** Adecuado para títulos menores o detalles específicos, como etiquetas de secciones, módulos o encabezados de menor prioridad.

El uso adecuado de estos tamaños asegura que los usuarios puedan navegar de manera intuitiva y procesar la información de forma eficiente.

## Título grande

Tamaño fuente: 28px | altura línea 32 px | Espacio entre letras 0%

Título  
Grande

Título  
Grande

Título  
Grande

Título  
Grande

## Título mediano

Tamaño fuente: 24px | altura línea 28 px | Espacio entre letras 0%

Título  
Mediano

Título  
Mediano

Título  
Mediano

Título  
Mediano

## Título pequeño

Tamaño fuente: 20px | altura línea 24 px | Espacio entre letras 0%

Título  
Pequeño

Título  
Pequeño

Título  
Pequeño

Título  
Pequeño

# TAMAÑOS PARA ESCRITORIO

## Párrafo grande

Tamaño fuente: 22px | altura línea 28 px | Espacio entre letras 0%

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

## Párrafo mediano

Tamaño fuente: 18px | altura línea 26 px | Espacio entre letras 0%

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

## Párrafo pequeño

Tamaño fuente: 14px | altura línea 20 px | Espacio entre letras 0%

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

## Párrafo grande

Tamaño fuente: 22px | altura línea 28 px | Espacio entre letras 0%

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

## Párrafo mediano

Tamaño fuente: 18px | altura línea 26 px | Espacio entre letras 0%

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

## Párrafo pequeño

Tamaño fuente: 14px | altura línea 20 px | Espacio entre letras 0%

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

## Párrafo extra pequeño

Tamaño fuente: 12px | altura línea 18 px | Espacio entre letras 0%

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

Este manual de marca define pautas para transmitir innovación, confianza y liderazgo en telecomunicaciones, asegurando coherencia visual y verbal en diseños y mensajes que reflejan nuestro compromiso de conectar empresas y ofrecer soluciones para su éxito.

# PALETA DE COLORES DE ESTADOS

La paleta de colores presentada está diseñada para transmitir de manera clara y consistente los diferentes estados en las interfaces, facilitando la comprensión del usuario y asegurando una experiencia intuitiva

**Estado Exitoso:** Representa el cumplimiento exitoso de una acción o proceso. Los tonos verdes generan una sensación de logro y validación.

- Mensajes de confirmación o éxito en formularios.
- Indicadores de estado activo o correcto.
- Elementos que resalten resultados satisfactorios, como checkmarks o badges.

**Estado Alerta:** Indica advertencias o situaciones que requieren atención sin ser críticas. Los tonos amarillos transmiten precaución y anticipación.

- Notificaciones de advertencia.
- Indicadores de acciones pendientes.
- Mensajes que requieran acción inmediata sin urgencia extrema.

**Estado Error:** Señala un fallo o problema que requiere atención inmediata. Los tonos rojos generan alerta y urgencia.

- Mensajes de error en formularios o procesos fallidos.
- Indicadores de estado crítico.
- Validaciones que informen al usuario sobre acciones incorrectas.

**Estado Reposo:** Representa estados neutros o inactivos, donde no hay acciones relevantes asociadas. Los tonos azules y grises brindan serenidad y neutralidad.

- Elementos no seleccionados en listas o menús.
- Indicadores de estados de espera o carga.
- Fondos para información secundaria o contexto general.

Esta paleta de colores establece un estándar visual para los diferentes estados en las interfaces.

## ESTADO EXITOSO

Estos colores transmiten la sensación de acierto. Generalmente se utilizan en todos los estados de éxito.



#81cd47



#54b436



#379137

## ESTADO ALERTA

Estos colores transmiten la sensación de advertencia. Generalmente se utilizan en todos los estados de atención.



#ffd741



#ffc205



#ffab00

## ESTADO ERROR

Estos colores transmiten la sensación de negatividad. Generalmente se utilizan en todos los estados de error.



#f0666e



#dd123e



#9e0623

## ESTADO REPOSO

Estos colores se utilizarán en estados generales que no representen ninguno estado ya mencionado.



#b0c2d1



#2f70a3



#0e5e9e



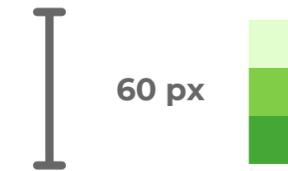
# CORRECTO DISEÑO DE LOS ESTADOS

Las notificaciones en una interfaz de usuario cumplen la función de informar a los usuarios sobre el resultado de sus acciones. Dependiendo de la situación, pueden adoptar diferentes estados para brindar una retroalimentación clara y efectiva:

- **Estado Exitoso:** Se utiliza para confirmar que una acción se realizó correctamente. Se representa con un color verde y un ícono de verificación.
- **Estado Alerta:** Indica una advertencia sobre una acción que no se completó, pero que no representa un error crítico. Se muestra en color amarillo con un ícono de advertencia.
- **Estado Error:** Señala que ocurrió un problema durante una acción, lo que requiere atención del usuario. Se destaca con un fondo rojo y un ícono de error.
- **Estado General:** Se usa para notificaciones informativas sin urgencia, como recordatorios o actualizaciones. Se muestra en color azul con un ícono de información.

Estos estados se mostrarán como ventanas flotantes al costado derecho.

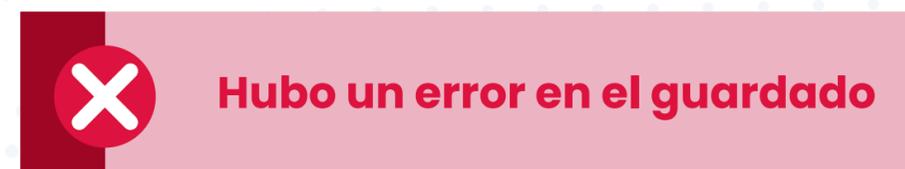
## ESTADO EXITOSO



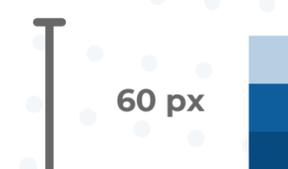
## ESTADO ALERTA



## ESTADO ERROR



## ESTADO GENERAL



# MENÚ

## Opción #1:

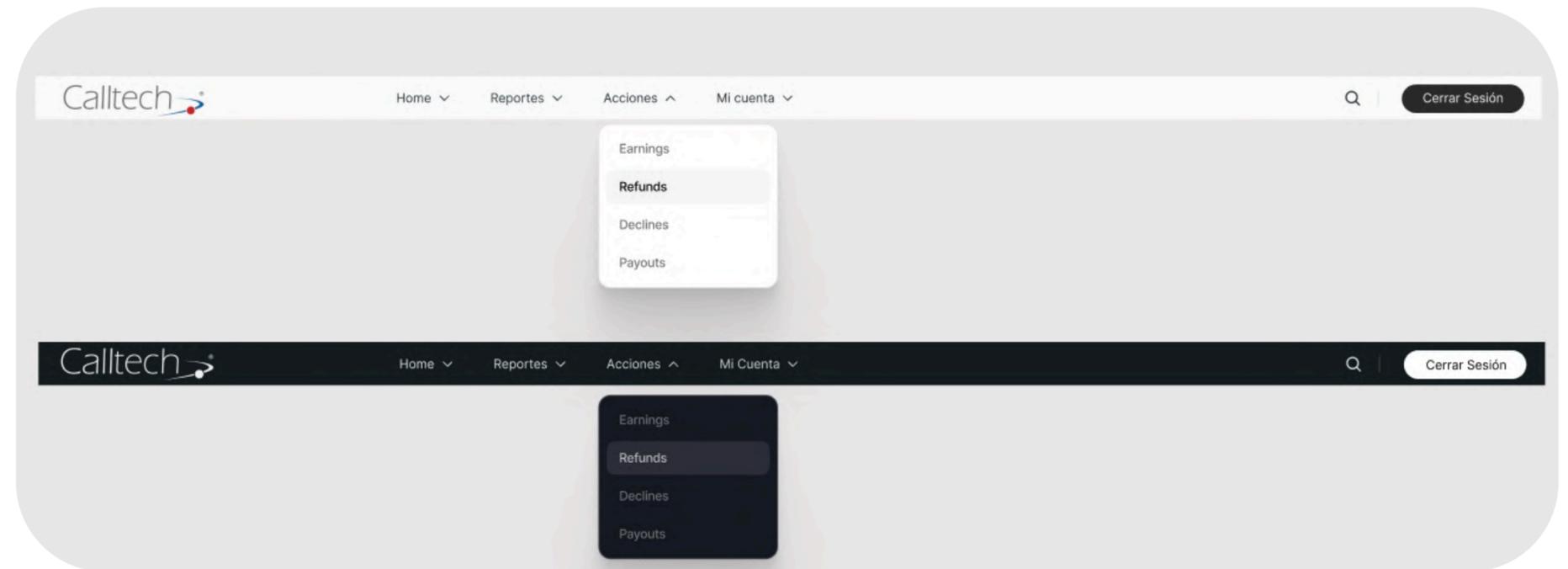
El diseño del menú debe mantener un fondo de color #f3f3f3, utilizando la tipografía **Montserrat Semibold** de 15 px en el color azul primario #0e5e9e.

Al interactuar con el menú (hover), el fondo debe cambiar como se especifica en la sección "Estados del menú" (no aplica la flecha como en la opción #2).

La lista de opciones del menú debe ser desplegable, con un fondo en color #e4e4e4 y la tipografía **Montserrat Regular** de 15 px en azul primario #0e5e9e. Al pasar el cursor sobre una opción, el texto debe subrayarse y el fondo de esa opción debe cambiar a #f3f3f3. Además, cada opción debe contar con una flecha en el costado izquierdo en color azul primario, siguiendo la referencia visual proporcionada.

De igual manera el radio del listado de opciones debe ser de 4x.

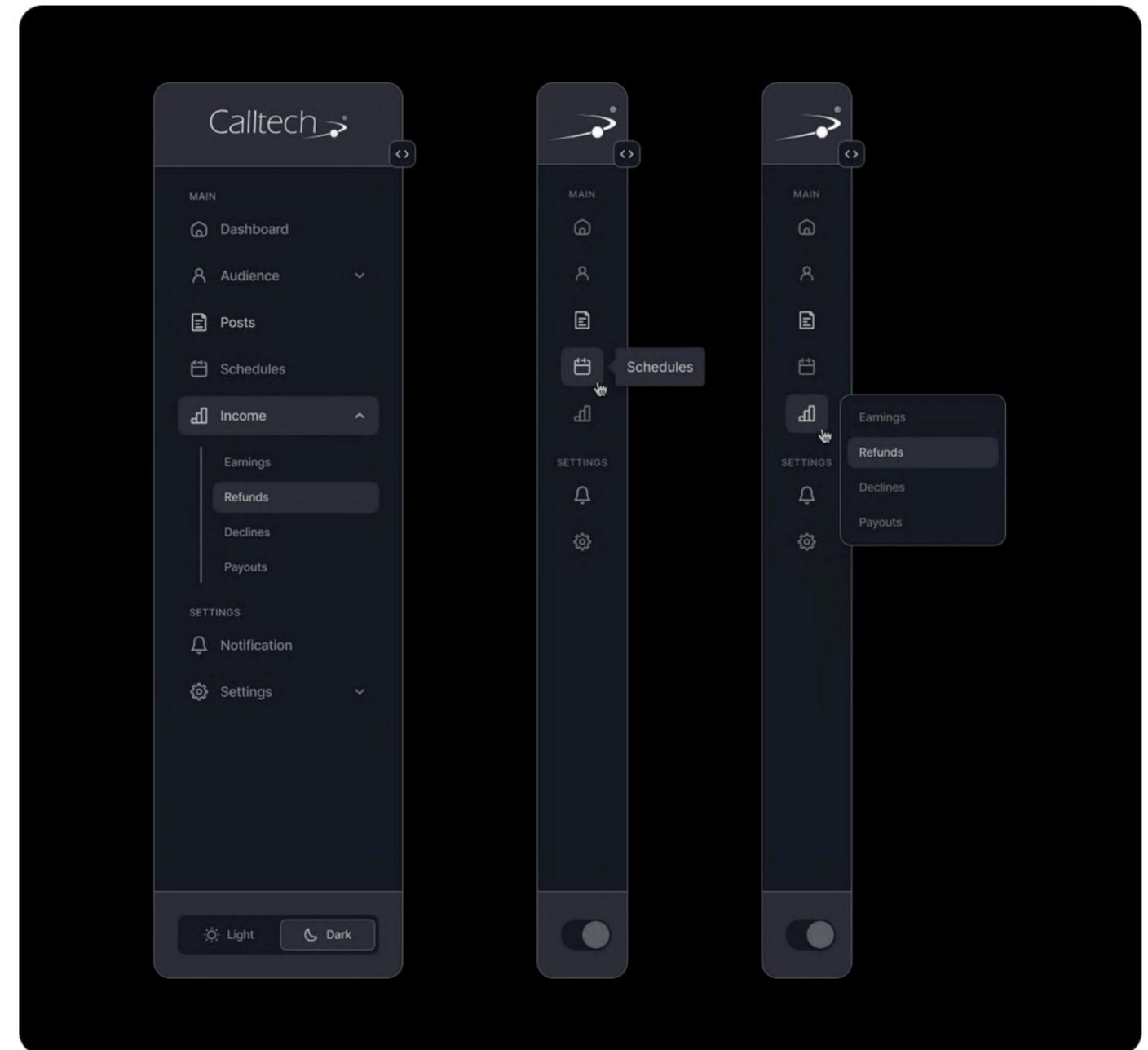
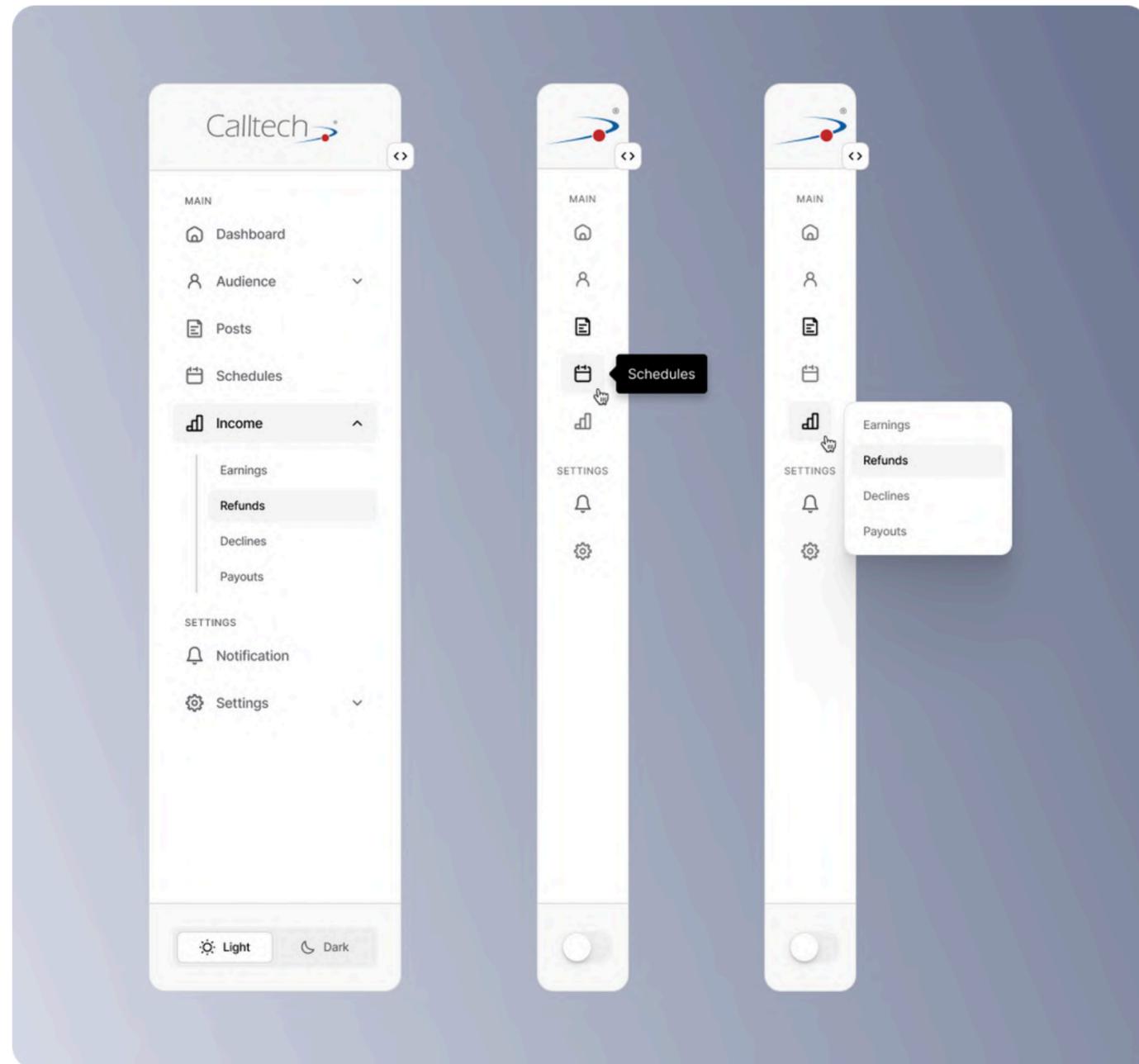
## Opción #1:



! Diseño elaborado en Figma.

## Opción #2:

⚠ Diseño elaborado en Figma.



# TEXT INPUTS

Los text inputs presentados en la imagen reflejan diferentes estados para mejorar la experiencia del usuario de forma clara y funcional. El estado normal muestra un campo vacío con un borde azul, listo para ser utilizado.

El estado deshabilitado presenta un fondo gris, indicando que el campo no está disponible para interacción. El estado de error utiliza un fondo rojo y un ícono de advertencia para señalar que el dato ingresado es incorrecto. En contraste, el estado exitoso emplea un fondo verde con un ícono de confirmación, validando que la información ingresada es correcta.

Finalmente, el estado de carga incluye un ícono animado, que comunica que se está realizando un proceso, como la validación del dato. Todos los campos mantienen un alto de **48 px** y un margen interno de **20 px**, garantizando un diseño limpio, accesible y coherente.

## Correo electronico



## Correo electronico



## Correo electronico\*



## Correo electronico



## Correo electronico



# RADIOS

Los radios presentados en la imagen representan tamaños estándar que se pueden aplicar a bordes de elementos para lograr un diseño más atractivo y coherente.

El radio pequeño (4x) es ideal para esquinas ligeramente redondeadas, brindando un toque sutil de suavidad como tarjetas de información, campos de texto o elementos de formularios donde se busca un toque moderno pero discreto.

El radio mediano (8x) proporciona una mayor curvatura, adecuado para elementos destacados que requieran una apariencia más accesible y moderna. Es perfecto para botones principales, contenedores de opciones o secciones que necesitan una apariencia amigable y accesible sin perder formalidad.

Finalmente, el radio grande (16x) ofrece esquinas notablemente redondeadas, perfecto para botones prominentes o contenedores que busquen transmitir amabilidad y calidez. Estos radios permiten mantener consistencia visual y adaptarse a las necesidades específicas de cada componente. Se utiliza en componentes más destacados como botones de llamada a la acción, banners o tarjetas de notificación, donde la intención es captar la atención y transmitir calidez o dinamismo.

Pequeña

**4x**



Mediana

**8x**



Grande

**16x**



# BOTONES

Para los botones, se han establecido indicaciones claras que garantizan uniformidad y funcionalidad, las cuales puedes visualizar en la imagen adjunta. Todos los botones están diseñados utilizando la tipografía Montserrat Semibold en tamaño 15 px.

Cada botón cuenta con un área de respeto de 8 px, un alto estándar de 40 px y un ancho mínimo de 120 px. La única excepción es el botón de estado inactivo en su estado hover, que tiene un alto de 30 px.

- **Botón primario:** Utiliza el color base #0e5e9e y un hover en #b0c2d.
- **Botón secundario:** Su fondo es #e4e4e4 y un hover de #0e5e9e.
- **Botón terciario:** Presenta un contorno de 2 a 3 px en color #0e5e9e, y en el estado hover añade un fondo en #f3f3f3.
- **Hipervínculo:** Debe estar subrayado y ser del color primario #0e5e9e, mientras que en hover cambia a #676767.
- **Botón de estado inactivo:** Utiliza un fondo #e4e4e4 y letras en #a6a6a6.

**Nota:** Se recomienda no frecuentar el uso de los iconos dentro de los botones, solo en casos los cuales sea estrictamente necesario.

## Botón primario:



## Botón secundario:



## Botón terciario:



## Hipervínculo:



## Botón estado inactivo:



# ESTADO DE LOS BOTONES

Los botones en una interfaz de usuario pueden adoptar diferentes estados según la interacción del usuario y el flujo de la aplicación. Cada estado tiene una función específica para mejorar la experiencia y proporcionar retroalimentación visual.

- **Estado de Carga:** Indica que la acción del usuario ha sido recibida y que el sistema está procesando la solicitud. Suele representarse con un efecto de carga o animación.
- **Estado Alternado:** Representa una opción de activación o desactivación, similar a un interruptor. Se usa para cambiar entre dos estados de forma clara.
- **Estado Activo:** Se muestra cuando un botón ha sido activado y confirma que la acción ha sido procesada. Destaca visualmente para indicar su estado actual.

## ESTADO DE CARGA

Se toma en consideración que, a veces, la interfaz de usuario carga mucho más rápido que la funcionalidad, es allí en donde un estado de carga que le indique a los usuarios más impacientes que su acción ha sido recibida correctamente.



## ESTADO ALTERNADO

Es como usar un interruptor de luz que nos refleja ambos estados (encendido y apagado). Este estado le permite al usuario elegir entre dos condiciones, como activar o desactivar una función.



## ESTADO ACTIVO

cuando un botón este en activación, se debe sombrear del color principal de la marca. Le informa al usuario que el botón ha recibido la acción que ha ingresado.



# USO CORRECTO DE LOS BOTONES

Para garantizar un diseño funcional y atractivo, es importante seguir ciertas recomendaciones generales al trabajar con botones:

**Consistencia:** Utiliza un diseño coherente en todos los botones para que los usuarios puedan identificar fácilmente su función. Esto incluye mantener colores, tipografías y estilos similares según el tipo de botón (primario, secundario, etc.).

**Jerarquía visual:** Los botones deben ser diseñados para guiar al usuario. Los botones primarios deben destacar más que los secundarios o terciarios, utilizando colores más llamativos o tamaños más grandes.

- **Tamaños adecuados:** Asegúrate de que los botones sean lo suficientemente grandes para facilitar la interacción, especialmente en dispositivos móviles. Un tamaño mínimo de 40 px de alto es ideal para garantizar la accesibilidad.
- **Espaciado y área de respeto:** Incluye suficiente espacio alrededor de los botones para evitar clics accidentales. Mantén un área de respeto adecuada, como 8 px, para que los botones no se vean saturados.
- **Accesibilidad:** Utiliza contrastes de colores apropiados entre el texto y el fondo del botón para garantizar la legibilidad, incluso para personas con dificultades visuales. Además, los textos deben ser claros y específicos sobre la acción que realizan.
- **Estados visuales:** Diseña botones que incluyan estados visuales como "hover", "activo" o "desactivado" para proporcionar retroalimentación inmediata al usuario sobre su interacción.
- **Evita sobrecargar:** Como se mencionó anteriormente, evita incluir demasiados íconos o texto en un botón. La simplicidad es clave para un diseño efectivo.

## NO LO SOBRECARGUES

Si se usa muchos íconos en una sola etiqueta, puede ser confuso para el usuario y, además, no es una buena práctica UI.



## TEXTO E ÍCONOS

Los iconos, junto con el texto, se utilizan para dar otra pista visual sobre el propósito del botón y comunicar el significado. Una buena regla general es comenzar con el ícono en lugar de mostrarlo después de la etiqueta.



## ALINEACIÓN

Asegúrese de que el texto quede centrado correctamente en el botón.



## COMPOSICIÓN

Cuando son dos botones juntos en un mismo apartado, se debe diferenciar uno del otro.

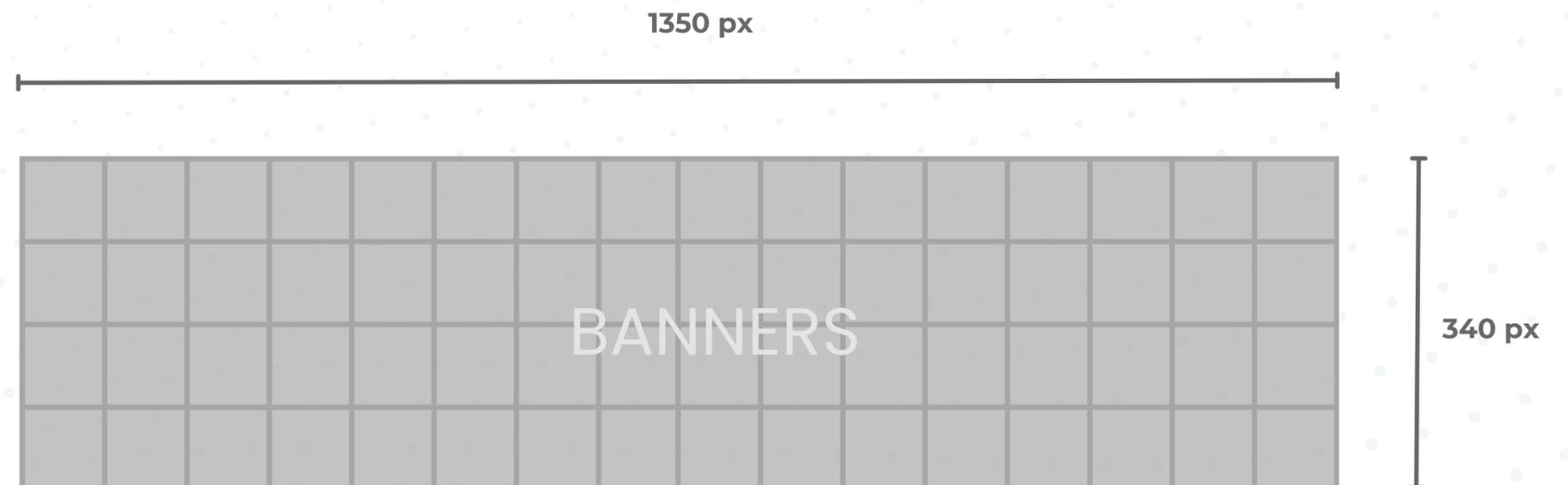


# BANNERS

Las dimensiones recomendadas para el banner principal son **1350 px de ancho y 340 px de alto**. Estas medidas han sido propuestas para garantizar una visualización adecuada y consistente en el portal.

Es importante destacar que estas dimensiones son una recomendación y pueden ser adaptadas o modificadas según los lineamientos de imagen institucional o los manuales de identidad visual.

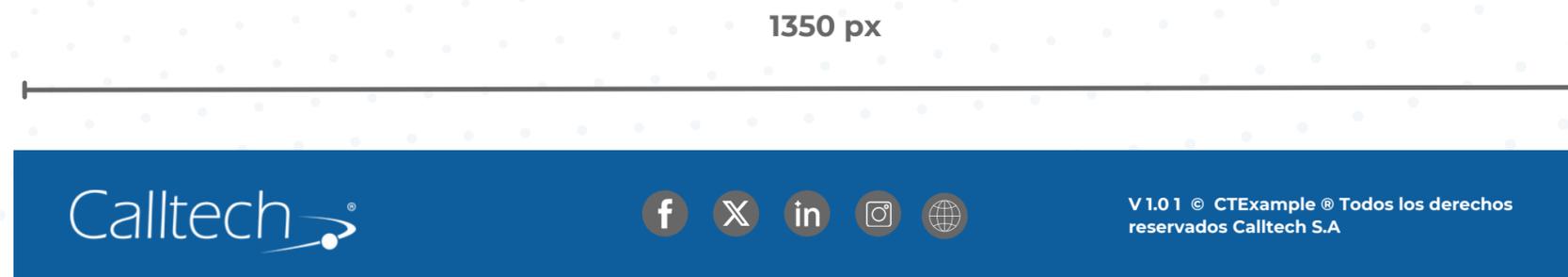
Cada entidad tiene la libertad de optar por utilizar la imagen predeterminada sugerida o desarrollar su propio diseño gráfico, de acuerdo con sus necesidades y objetivos, para desplegar imágenes en el portal. Este enfoque flexible permite mantener la coherencia visual con la identidad institucional, asegurando al mismo tiempo una experiencia de usuario óptima.



# FOOTER Y HEADER

**El header** es un componente esencial para la navegación y debe estar diseñado de manera limpia y funcional, destacando la identidad visual de la empresa. Se recomienda utilizar el color azul primario corporativo como fondo, con una altura de 60 px que permita una correcta visualización en cualquier dispositivo. En el lado izquierdo debe estar ubicado el logotipo en color blanco para reforzar la identidad de la marca. Adicionalmente, debe incorporar una barra de búsqueda que facilite a los usuarios encontrar palabras clave relacionadas con las secciones del portal. También debe incluir un ícono de notificaciones para comunicar información importante como actualizaciones, promociones, recordatorios de renovación y otros mensajes relevantes para los usuarios. Finalmente, se debe disponer un indicador del idioma actual, con la posibilidad de cambiarlo según las necesidades del usuario.

**El footer** cumple una función estratégica al proporcionar información relevante y enlaces de interés para los usuarios. Debe tener un diseño organizado y profesional, utilizando como fondo el azul corporativo y texto en blanco para garantizar una lectura clara.



# NOTIFICACIONES

La opción de Notificaciones permite a los usuarios mantenerse informados en tiempo real sobre eventos importantes dentro de la plataforma. Desde recordatorios de facturas pendientes hasta mensajes personalizados, esta funcionalidad asegura que la información clave esté siempre accesible.

Características principales:

- **Alertas en tiempo real:** Recibe notificaciones instantáneas sobre eventos relevantes.
- **Organización clara:** Cada notificación muestra la información más importante, incluyendo fecha y detalles clave.
- **Personalización:** Mensajes adaptados a las necesidades del usuario, como recordatorios de consumo y saludos personalizados.
- **Vigencia de notificaciones:** Todas las alertas tienen una duración de 28 días para asegurar su relevancia y evitar acumulaciones innecesarias.

Con esta herramienta, los usuarios pueden gestionar mejor sus actividades dentro de la plataforma, optimizando su experiencia de uso.



Buscar... 🔍 🔔 ESP

**Te recordamos que tienes una factura pendiente por firmar.** 10/02/2025

A tu correo se envió una factura el día 8 de febrero, recuerda firmarla.

**Ya llevas 1000 horas de consumo, te quedan \$#%& a fecha de hoy...** 30/01/2025

En caso de ser necesario ampliar el número de horas puedes comunicarte al (601) 635 6535 ext 911

**¡Un muy feliz cumpleaños a ti!** 15/01/2025

Calltech quiere desearte un muy feliz cumpleaños NOMBRE DE LA PERSONA esperamos que tengas un magnifico día.

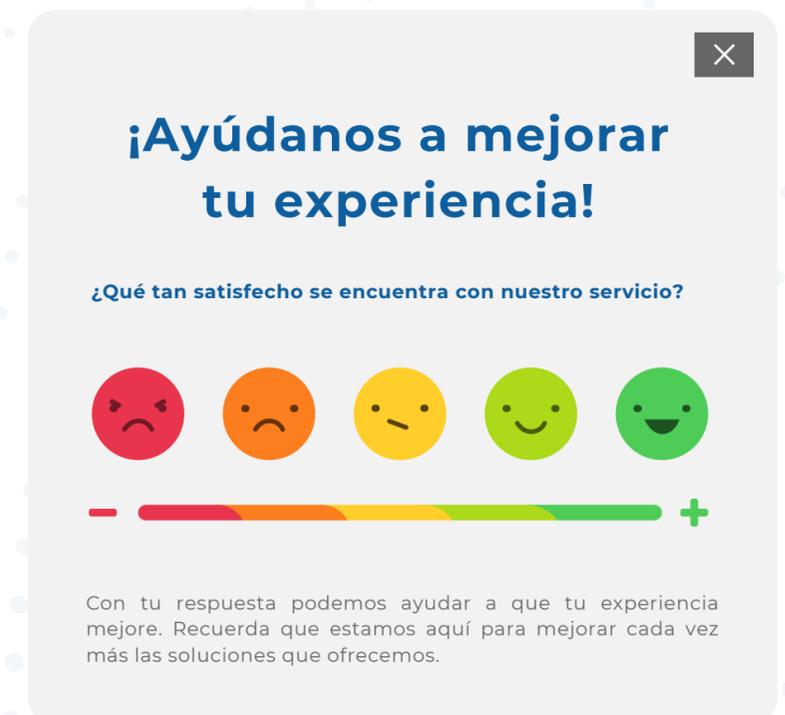
**Nuestras notificaciones tienen vigencia de 28 días**

# POP-UP

Los pop-ups son una herramienta clave en la experiencia del usuario dentro de una plataforma, ya que permiten destacar información relevante sin interrumpir por completo la navegación. Se utilizan para notificaciones, confirmaciones, alertas o anuncios importantes, garantizando que el usuario tome acción de manera eficiente.

## Indicaciones para el Diseño de Pop-ups:

- **Título llamativo:** Debe captar la atención del usuario de inmediato y estará diseñado con la fuente Montserrat Bold para mayor impacto visual.
- **Elemento visual:** Acompañado de una imagen o icono representativo que refuerce el mensaje del pop-up y facilite su comprensión.
- **Texto explicativo:** Debe ser claro, conciso y proporcionar la información necesaria para que el usuario tome una decisión informada.
- **Botón de cierre ("X"):** Para mejorar la usabilidad, debe estar diseñado en color gris con un borde de 4px, asegurando que el usuario pueda cerrar el pop-up fácilmente sin generar confusión.



# LOGIN GENERAL

El diseño del login general está diseñado para garantizar una experiencia de usuario uniforme, funcional y visualmente atractiva en la mayoría de las implementaciones, con excepciones en casos específicos donde se requieran adaptaciones puntuales con un diseño más minimalista.

La interfaz del login está dividida en dos secciones principales. En el lado izquierdo se presenta una imagen ilustrativa, la cual puede ser modificada por otra manteniendo el mismo estilo y en caso de que sea el logueo de una solución en específico incluir el logo dentro del mismo diseño de la imagen. En la esquina superior izquierda se encuentra el logotipo de Calltech, garantizando la coherencia con la identidad corporativa. Debajo, se han incorporado íconos de redes sociales oficiales, como Facebook, X, LinkedIn e Instagram, que permiten a los usuarios acceder rápidamente a nuestras plataformas digitales.

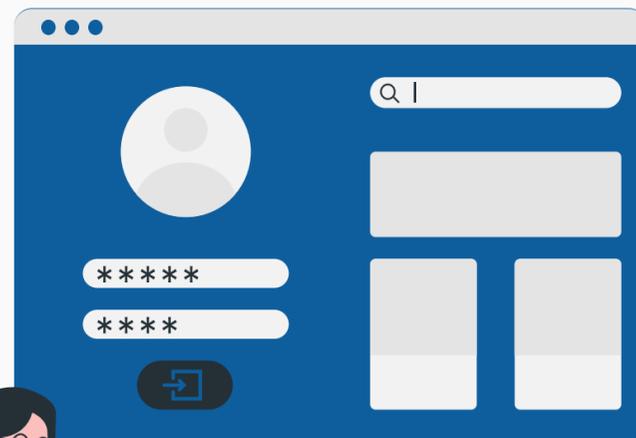
En el lado derecho se ubica el formulario de inicio de sesión, que contiene los campos "Nombre completo", "Correo electrónico" y "Contraseña". Este diseño busca la simplicidad y claridad, asegurando que los usuarios puedan interactuar fácilmente con los elementos. Los botones principales son "Ingresar", para quienes acceden por primera vez, y "Ya tengo usuario", para los usuarios que ya cuentan con un perfil registrado. Además, se incluye el enlace "Olvidé mi contraseña", que facilita la recuperación de credenciales en caso de ser necesario.

El diseño del login utiliza un sombreado sutil que aporta profundidad al diseño, asegurando un contraste visual óptimo que mejora la legibilidad de los elementos. Este login general será la interfaz estándar para la mayoría de los proyectos y plataformas, manteniendo siempre un diseño adaptable según las necesidades específicas de cada implementación.

Solicitar recursos a [brand@calltechsa.com](mailto:brand@calltechsa.com) en caso de ser necesario.



Calltech®



## ¡Bienvenidos!

Estas ingresando a CTEjemplo

Correo electrónico

Contraseña



Ingresar

No tengo usuario

[Olvide mi contraseña](#)

En esta parte del diseño, en la parte superior izquierda se debe colocar el logo de Calltech (o solución que se este trabajando), lo logos de la redes sociales en la parte inferior central.

Por último debe ir acompañado de una imagen en el centro priorizando estilos sobrios o la mascota corporativa.

Siempre se debe mostrar el mensaje de bienvenida.

Este espacio para colocar el nombre de la solución a la cual se está ingresando.

# LOGIN MINIMALISTA

El diseño de esta interfaz de login está orientado a proporcionar una experiencia funcional y clara, con un enfoque minimalista que asegura su adaptabilidad en la mayoría de las implementaciones. Este login está pensado para ser la solución estándar, salvo en casos específicos que requieran modificaciones personalizadas. La interfaz se centra exclusivamente en los elementos esenciales.

En la parte superior se encuentran dos campos: "Correo", para el ingreso del correo electrónico del usuario, y "Contraseña", que permite un inicio de sesión seguro. Ambos campos están diseñados con un estilo limpio y delimitado, asegurando la legibilidad y facilidad de interacción.

Debajo de los campos de texto, se presentan los botones "Ingresar", que permite acceder al sistema, y "No tengo usuario", para registrar un perfil nuevo en caso de que el usuario no cuente con credenciales. También se incluye el enlace "Olvidé mi contraseña" como un mecanismo rápido para la recuperación de acceso.

En la parte inferior de la interfaz se incorporan íconos de redes sociales oficiales, como Facebook, LinkedIn e Instagram. Esto no solo refuerza la presencia digital de la marca, sino que también conecta a los usuarios con nuestras plataformas de manera accesible.

El diseño general mantiene un fondo limpio con detalles sutiles que aportan un toque moderno y profesional. Este enfoque garantiza una experiencia de usuario efectiva y estética en todos los proyectos en los que se implemente este login.

## Correo

## Contraseña



[Olvide mi contraseña](#)



## Nombre completo

## Correo

## Contraseña



[Olvide mi contraseña](#)



## Nombre completo

## Correo

## Contraseña



[Olvide mi contraseña](#)



Esta opción es viable para casos en específico. El Login General es el diseño principal para las interfaces.

**De implementarse, consultar primero el caso de uso.**

# FONDO DE LOGIN GENERAL

Este diseño de login aplica para cuando no se dirige a una solución en específico sino que se estandariza con el branding de la marca principal.

En dado caso que se desee estandarizar todos los logins de un solo diseño este será el que aplique.



# LOGIN EN MOVIL

Este diseño de login para dispositivos móviles ha sido optimizado para ofrecer una experiencia intuitiva y alineada con la identidad visual de la marca.

## Características del diseño:

- Estética limpia y moderna: Se utilizan elementos gráficos alineados con la imagen corporativa, incluyendo el fondo con patrones geométricos inspirados en el logo.
- Experiencia fluida: La interfaz está diseñada para facilitar la navegación y el acceso rápido a las opciones de inicio de sesión y registro.
- Accesibilidad y usabilidad: Botones bien definidos, campos de entrada intuitivos y opciones de autenticación con terceros (Microsoft, Google, y otras plataformas).
- Consistencia visual: El uso de colores y tipografía corporativa refuerza la identidad de la empresa, brindando un diseño coherente en todos los dispositivos.

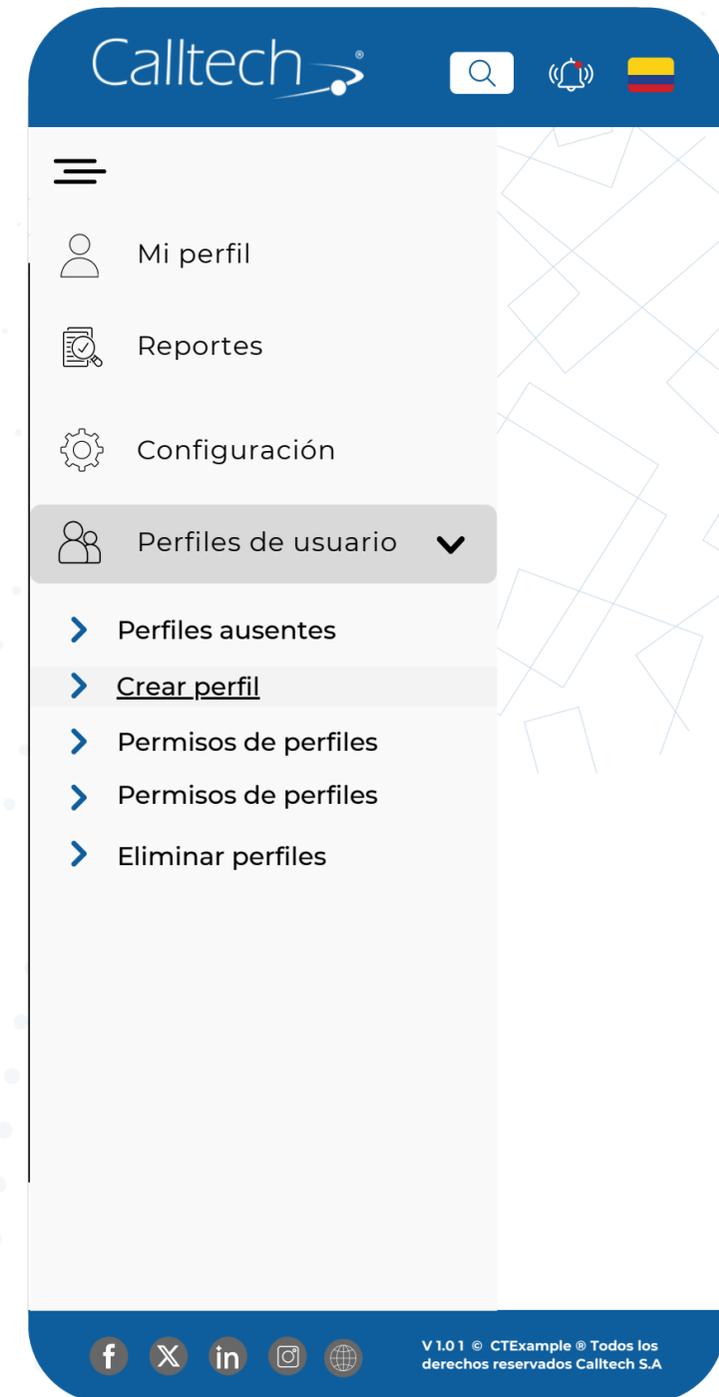
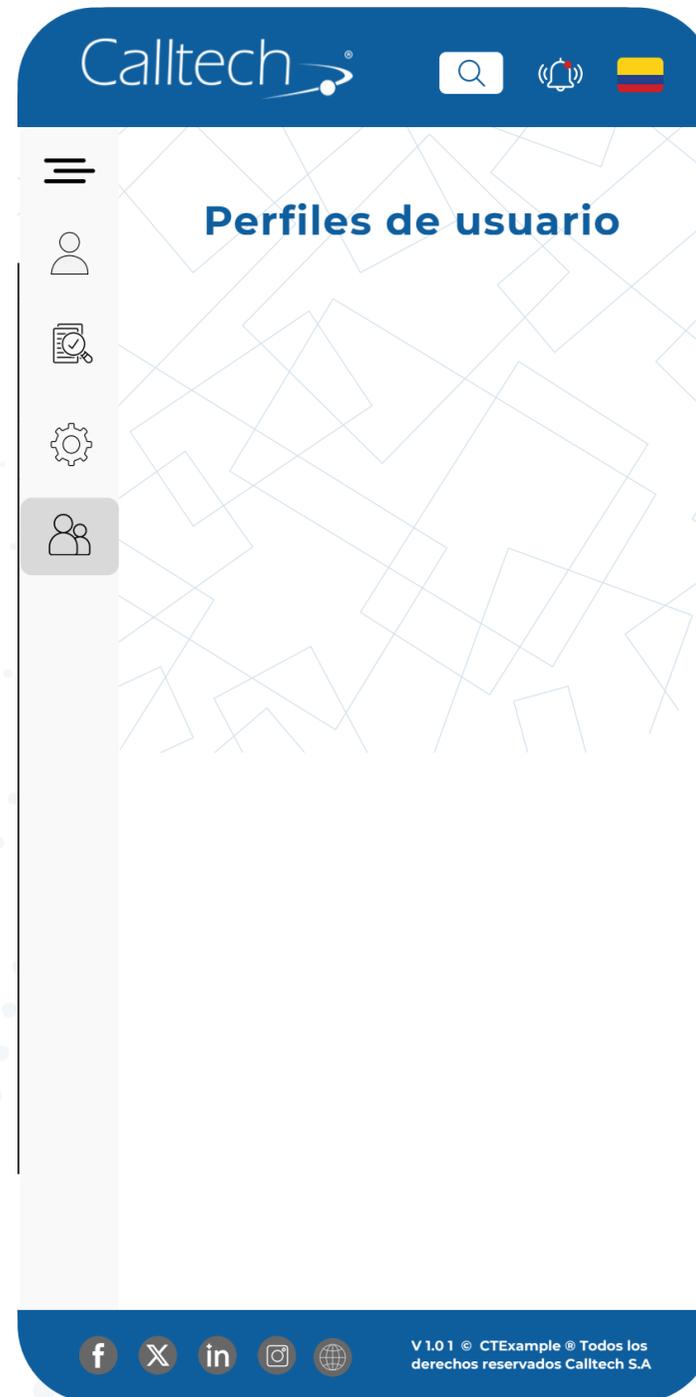
Este login no solo permite un acceso seguro y eficiente, sino que también fortalece la presencia digital de la marca, brindando a los usuarios una experiencia visualmente atractiva y fácil de usar.



# MENÚ EN MOVIL

El diseño del menú en la versión móvil tiene dos estados principales:

- **Menú compacto (cerrado):**
  - Se visualizan únicamente los íconos de las secciones principales.
- **Menú expandido (abierto):**
  - Se despliega el listado completo de opciones dentro de cada categoría.
  - Las subopciones dentro de cada categoría se presentan con una ligera variación en el fondo para diferenciarlas.



# TABLAS DE DATOS

Pendiente texto...



Correo	Nombre Completo	Fecha
brand@calltechsa.com	Daniela Rosas	07/01/2025

# BARRA DE PAGINACIÓN

La barra de paginación es un elemento clave en la navegación de una plataforma, ya que permite a los usuarios moverse fácilmente entre diferentes secciones o páginas sin perder el contexto de su ubicación. Un diseño visualmente atractivo no solo mejora la estética de la interfaz, sino que también optimiza la experiencia del usuario al hacer que la navegación sea más intuitiva y accesible.

## Claves para un Diseño Eficiente:

- Claridad y legibilidad: Los números de página y los botones de navegación deben ser fácilmente identificables.
- Contraste adecuado: Colores bien definidos para resaltar la página actual y los botones de avance/retroceso.
- Tamaño adecuado: Botones con un tamaño óptimo para garantizar su accesibilidad, incluso en pantallas táctiles.
- Animaciones sutiles: Efectos suaves al pasar el cursor o hacer clic pueden mejorar la experiencia sin distraer.

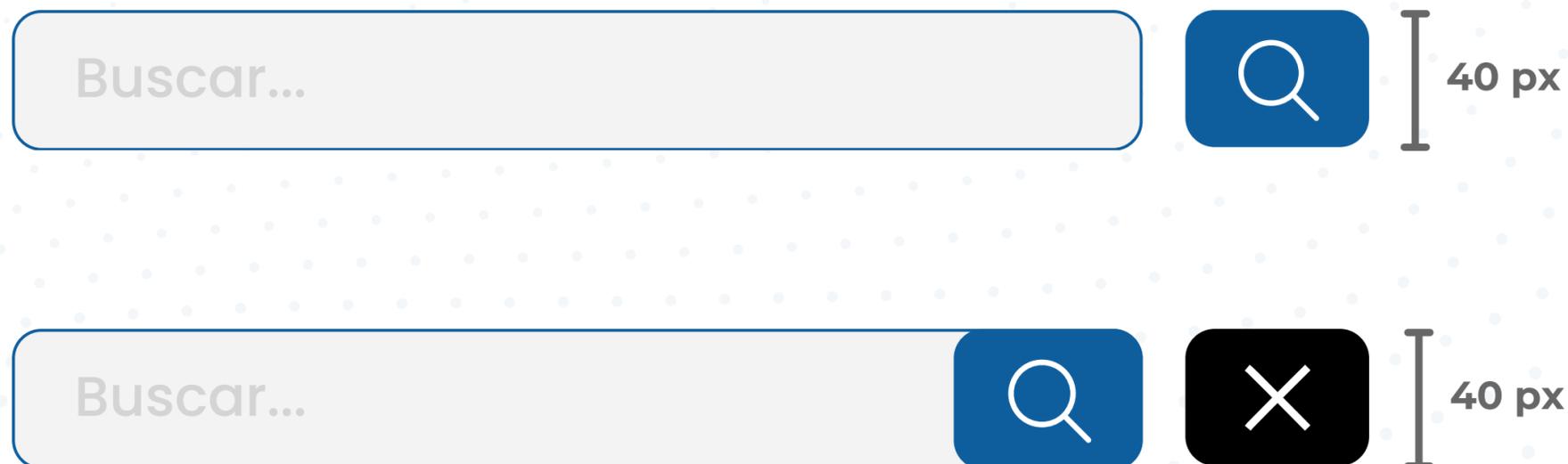


# BARRA DE BUSQUEDA

La barra de búsqueda es un elemento esencial en cualquier interfaz, ya que permite a los usuarios encontrar rápidamente la información o funcionalidad que necesitan sin tener que navegar extensamente por la plataforma. Una búsqueda eficiente mejora la experiencia del usuario, reduce el tiempo de interacción y aumenta la accesibilidad del sistema.

## Aspectos Claves para un buen diseño:

- Ubicación visible: Debe estar en una zona de fácil acceso dentro de la interfaz.
- Uso del color primario de la marca: Para mantener coherencia con la identidad visual y resaltar la barra dentro del diseño.
- Botón de cierre ("X") en gris oscuro (#676767): Facilita la eliminación del texto ingresado sin distracciones.
- Sugerencias o autocompletado: Ayudan al usuario a encontrar resultados de manera más rápida y precisa.
- Ícono de búsqueda: Representado con una lupa para una identificación inmediata.



# ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

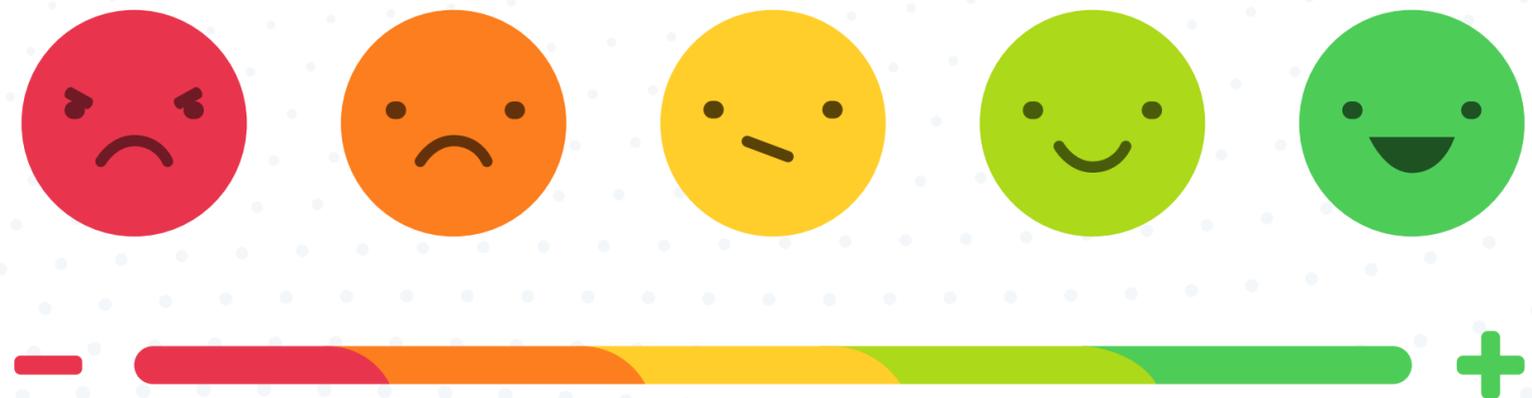
Implementar una encuesta de satisfacción en las interfaces es fundamental para conocer la percepción de los usuarios sobre el servicio o la plataforma. Esta retroalimentación permite identificar oportunidades de mejora, optimizar la usabilidad y garantizar una experiencia más eficiente y agradable.

## ¿Por qué es importante?

- Detecta áreas de mejora: Permite identificar problemas o dificultades en la navegación.
- Fomenta la fidelización: Los usuarios valoran cuando su opinión es tomada en cuenta.
- Optimiza la toma de decisiones: Basada en datos reales para implementar mejoras efectivas.
- Incrementa la usabilidad: Ajustando la interfaz según las necesidades y expectativas del usuario.

Para que una encuesta sea efectiva, debe ser clara, breve y estar ubicada en un punto estratégico dentro de la plataforma.

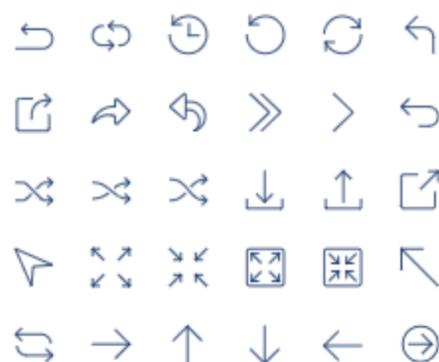
## ¿Qué tan satisfecho se encuentra con nuestro servicio?



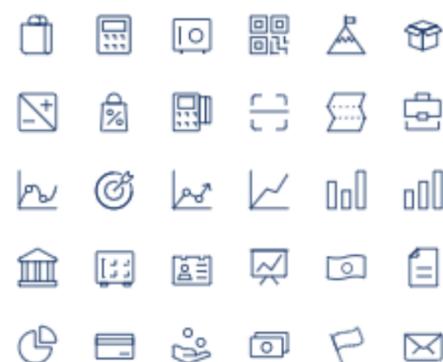
# ICONOS



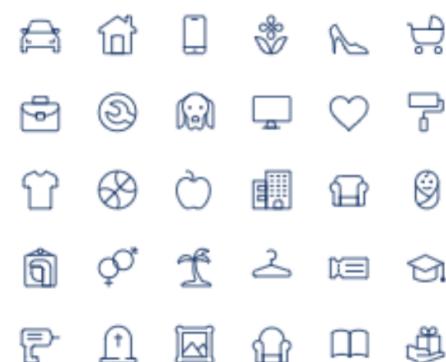
ARROWS LINE ICONS



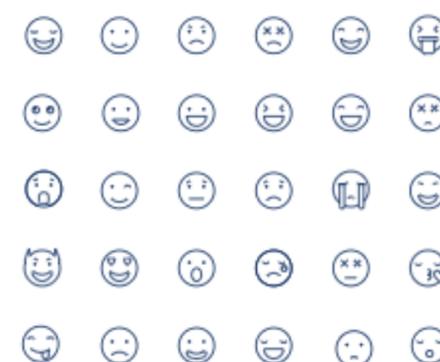
BUSINESS LINE ICONS



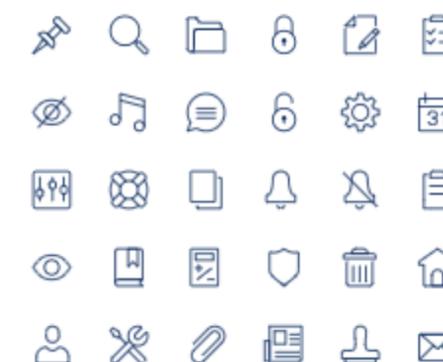
ADS CATEGORIES LINE ICONS



EMOTICONS LINE ICONS



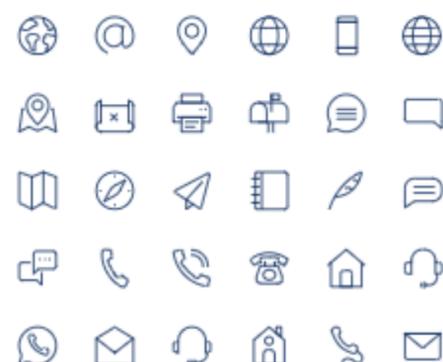
GENERAL LINE ICONS



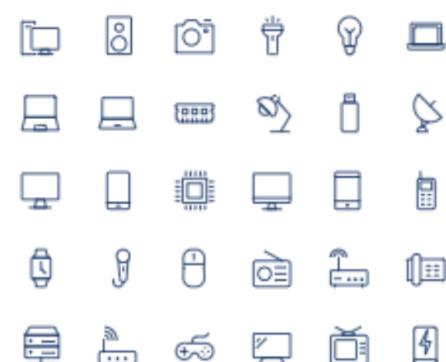
FURNITURE LINE ICONS



CONTACT LINE ICONS



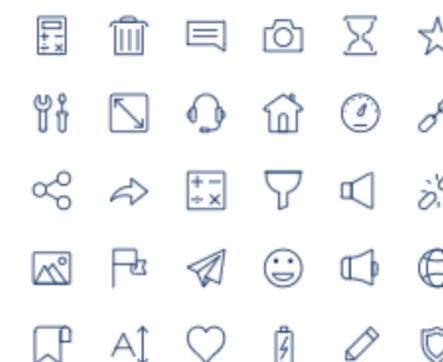
DEVICES LINE ICONS



FOOD LINE ICONS



GENERAL LINE ICONS



 Al momento de incluir iconos se debe trabajar con iconos sin relleno, únicamente iconos en línea sutil.

MARCAS DE SERVICIOS

# CO-BRANDING

Involucración de dos o más marcas para desarrollar la imagen de las interfaces.



# Logo By Calltech



En caso de priorizar los logos de las soluciones por el de Calltech, debera usarse este logo.



# MARCAS

Las marcas de los productos Calltech se conforman de la misma arquitectura. Yaco, es la una excepción, es un isologo con tipografía propia.

Yaco 

CTiContRol 

CTLog 

CTLogPlus 

CTWebRTC 

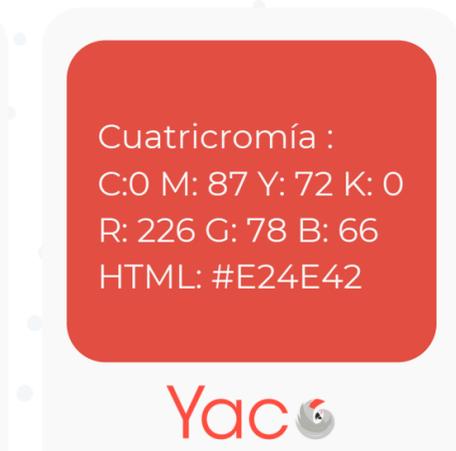
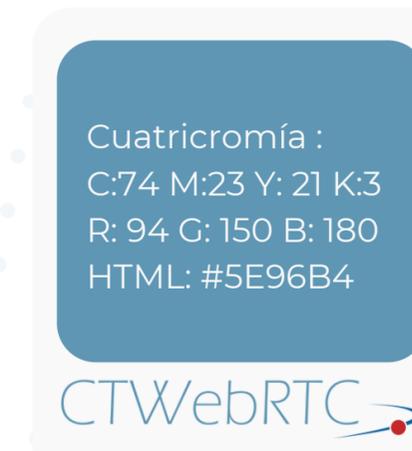
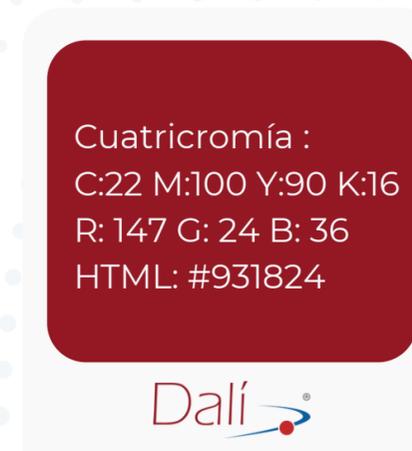
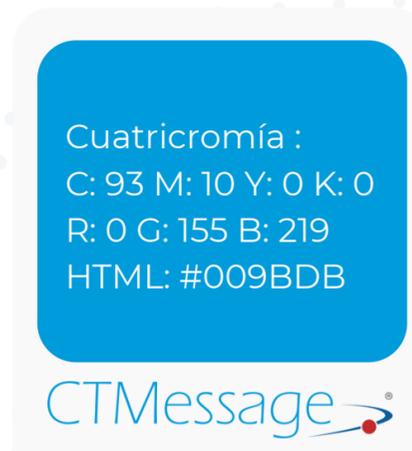
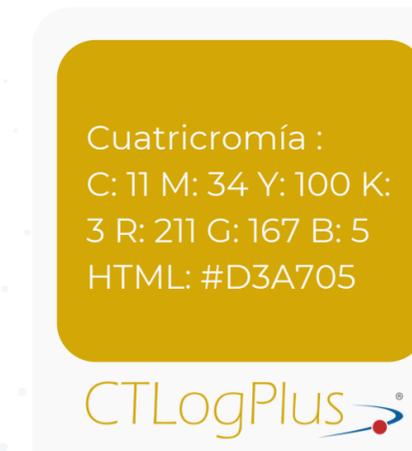
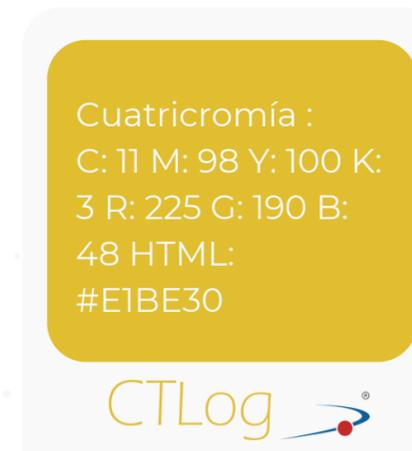
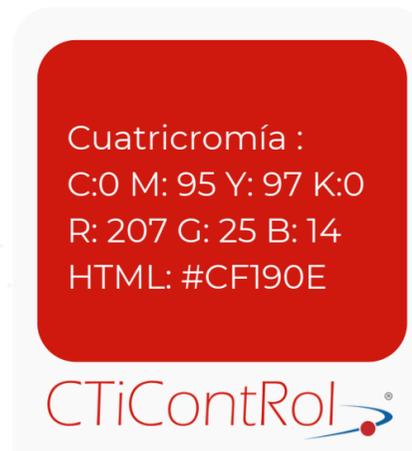
Dalí 

CTMessage 

CTMail 

# PALETA DE COLORES DE LAS MARCAS

Las marcas de los servicios Calltech conforman una misma estructura, comparten los mismos colores del símbolo de la marca principal y cada uno cuenta con un color en cuatricromía diferente para su logotipo. Por ninguna circunstancia los colores de estos deben ser alterados.



# MANUAL DE USO PARA

# FONDO DEL LOGIN

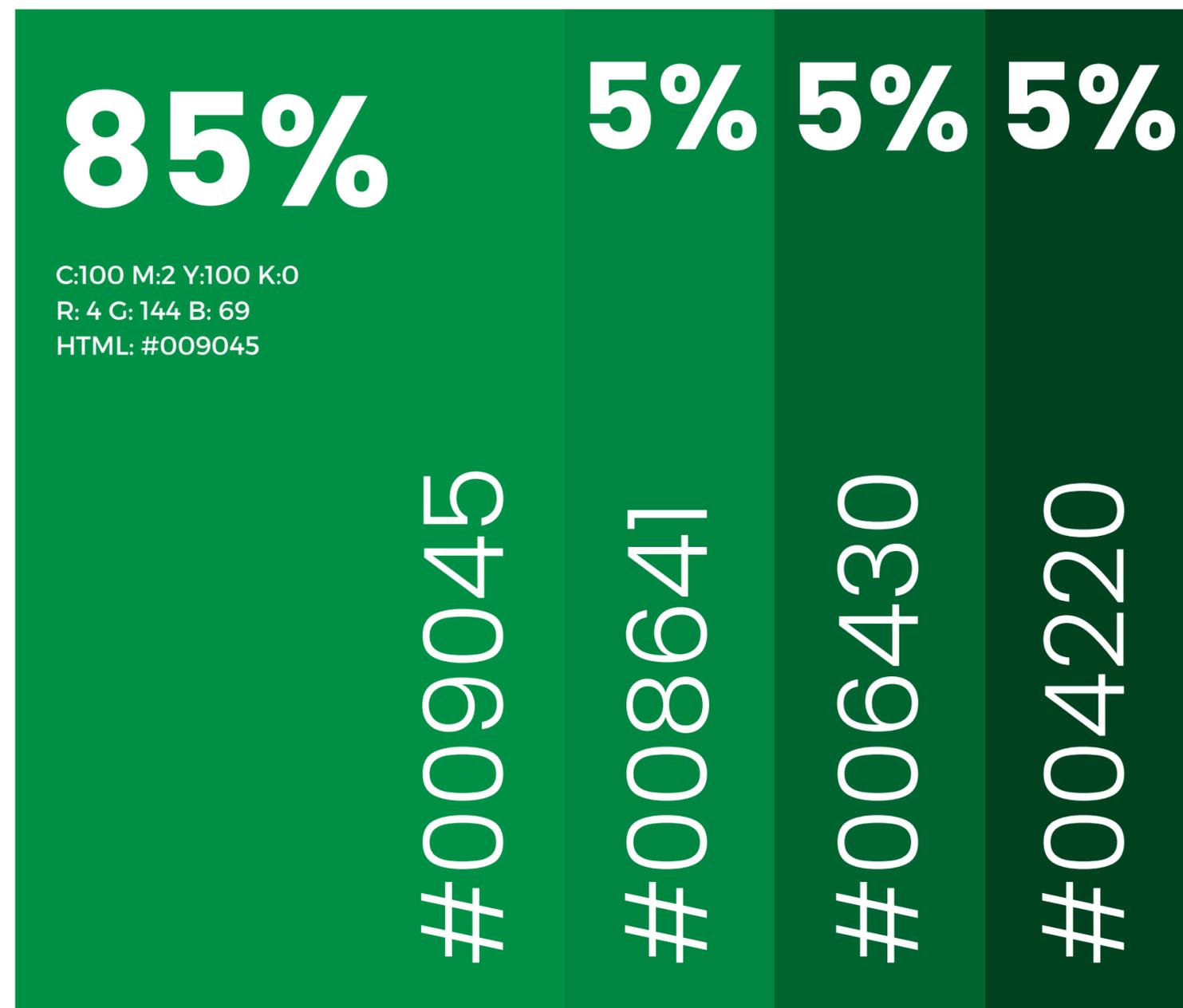
⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de CTMail es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.



# MANUAL DE USO PARA

## FONDO DEL LOGIN

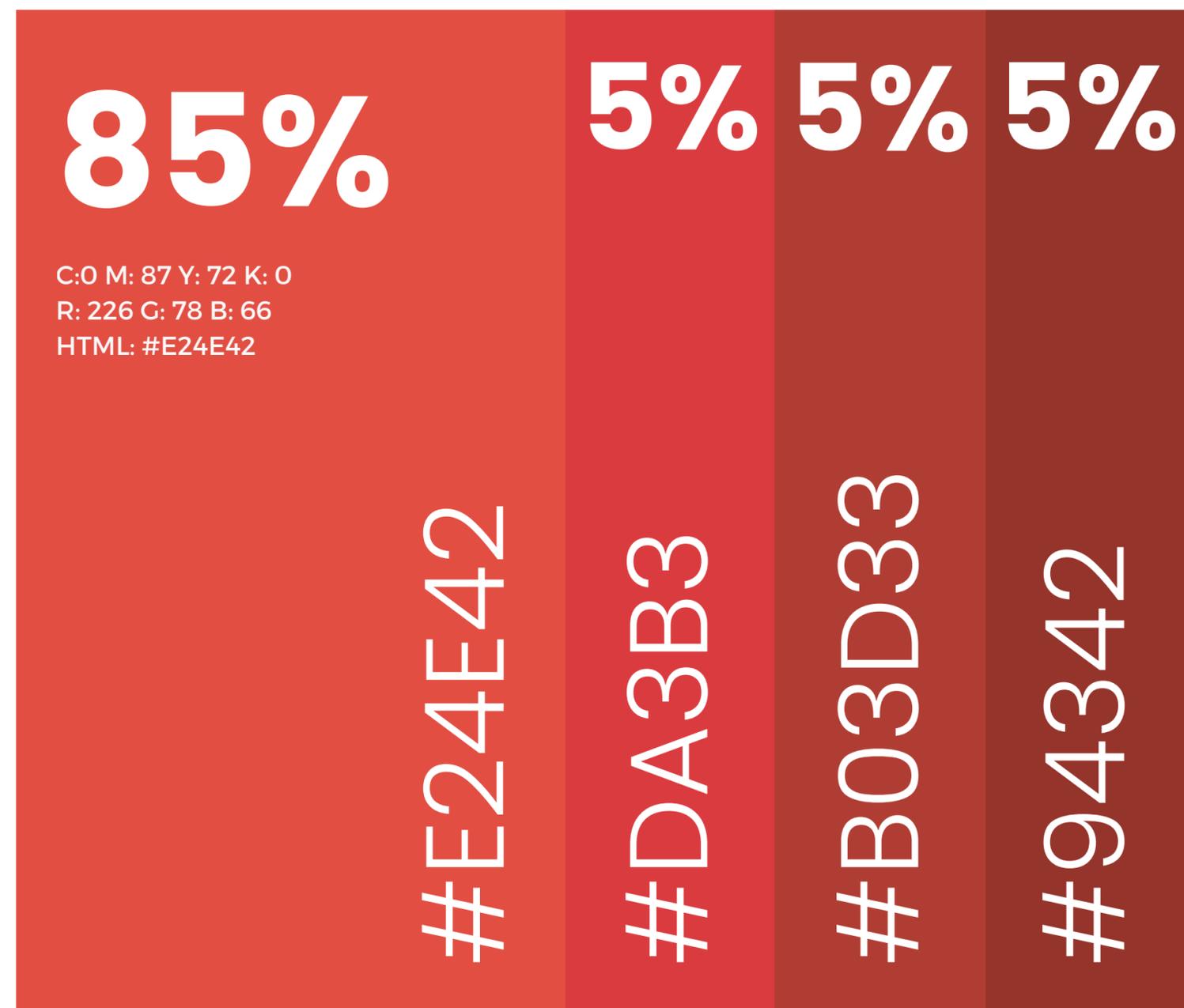
⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de Yaco es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.



# MANUAL DE USO PARA

# FONDO DEL LOGIN

⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de CTiContRol es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.



# MANUAL DE USO PARA

# FONDO DEL LOGIN

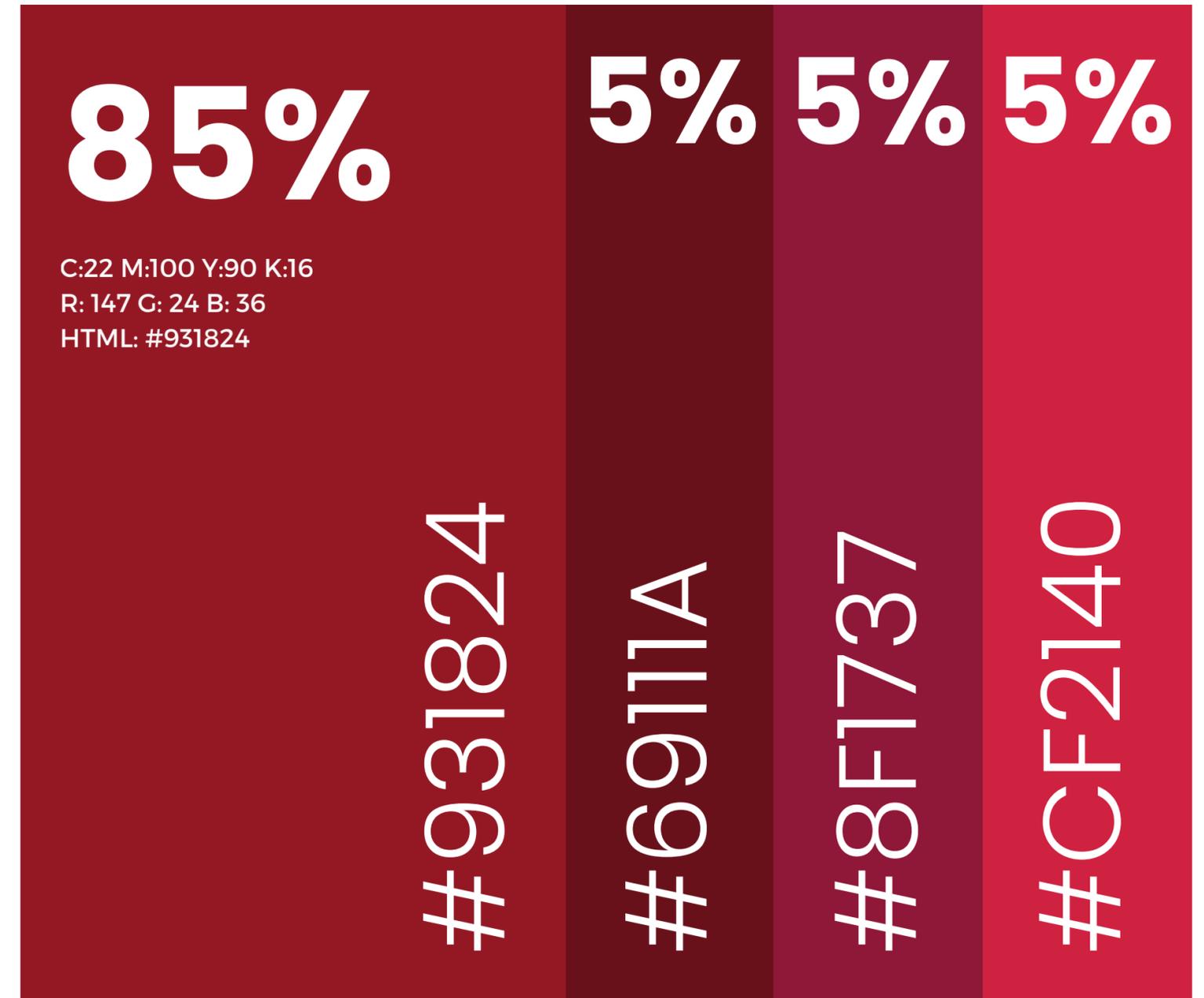
⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de Dalí es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.



# MANUAL DE USO PARA

# FONDO DEL LOGIN

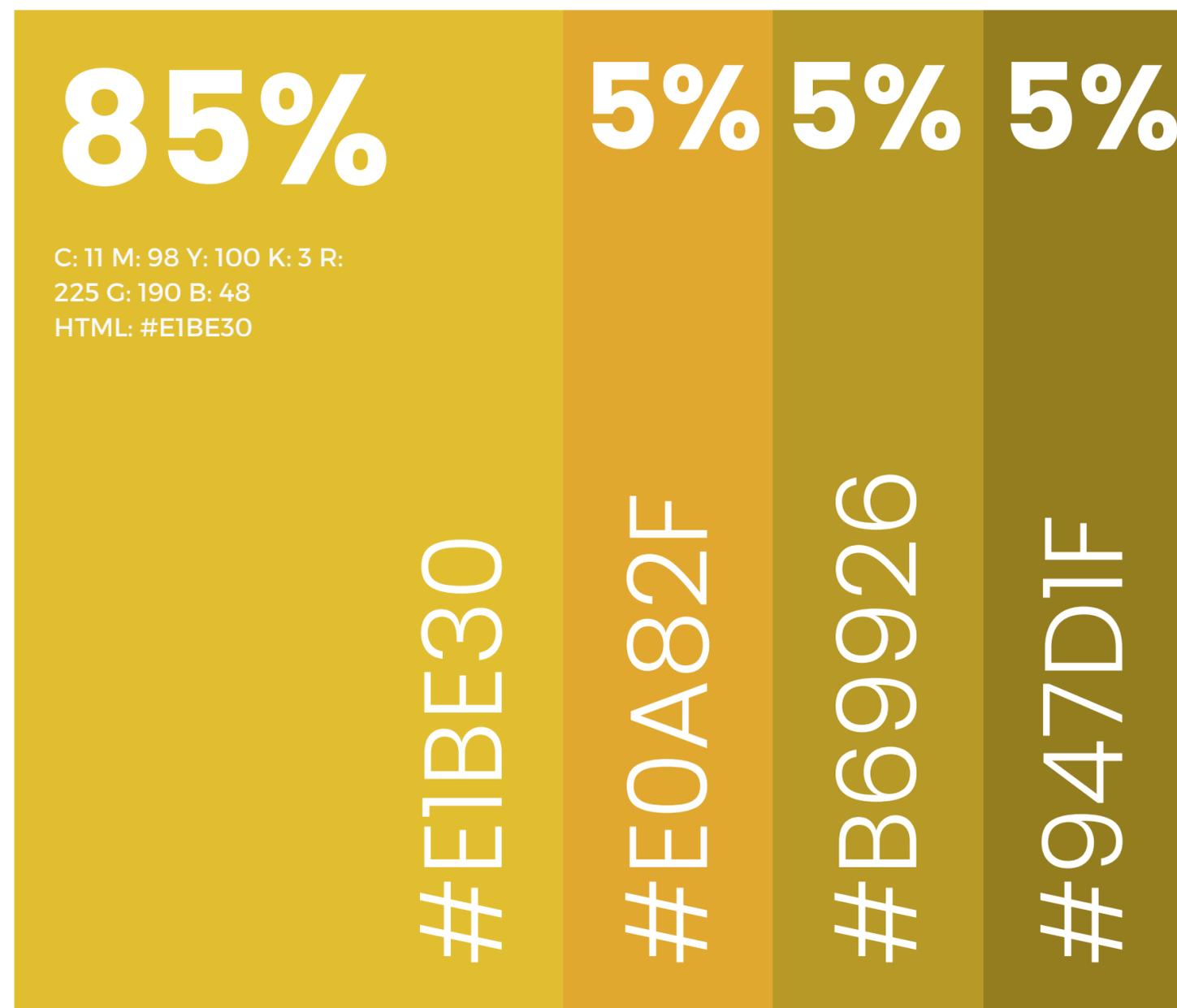
⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de CTLog es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.



# MANUAL DE USO PARA

# FONDO DEL LOGIN

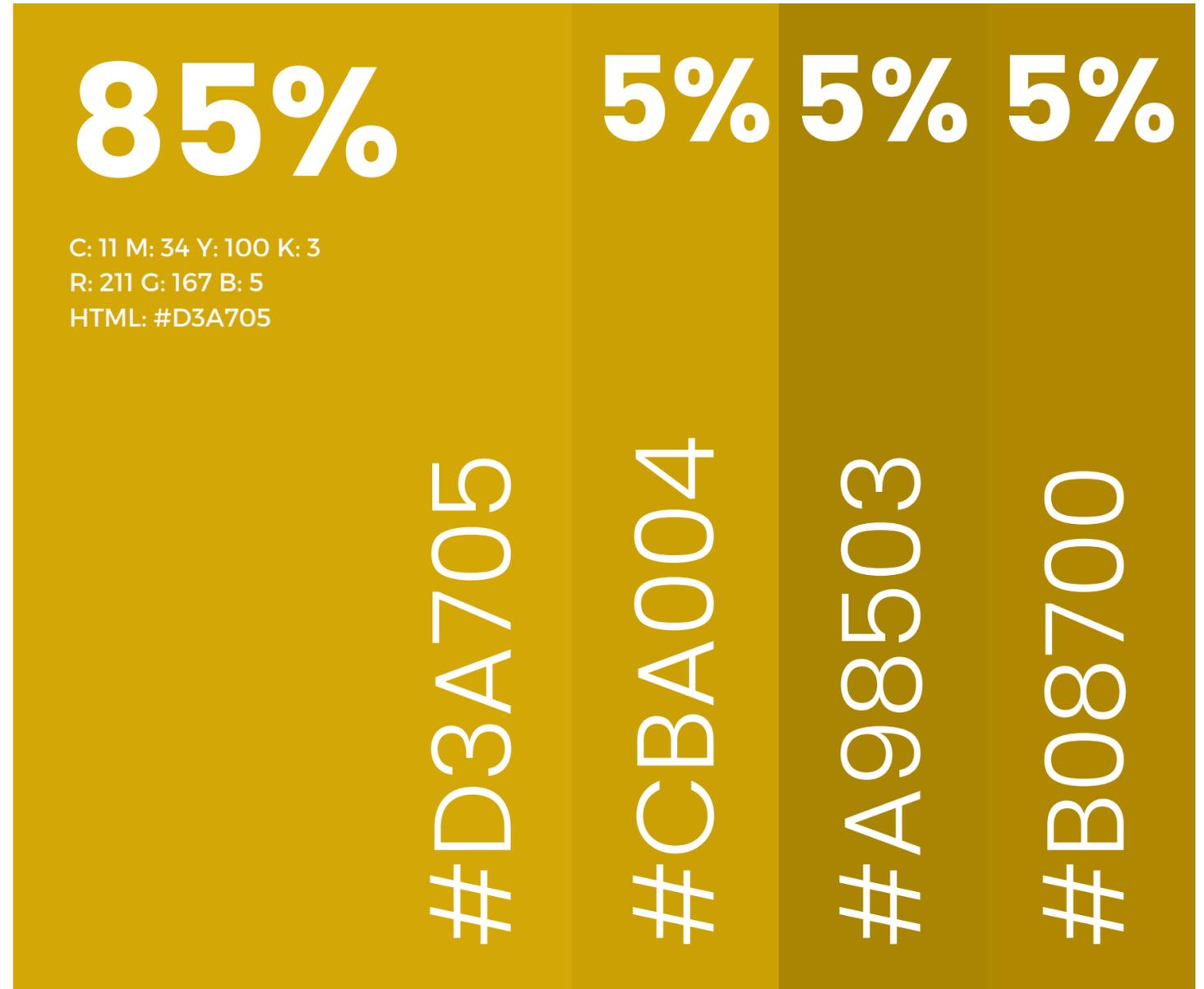
⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de CTLogPlus es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.



# MANUAL DE USO PARA

# FONDO DEL LOGIN

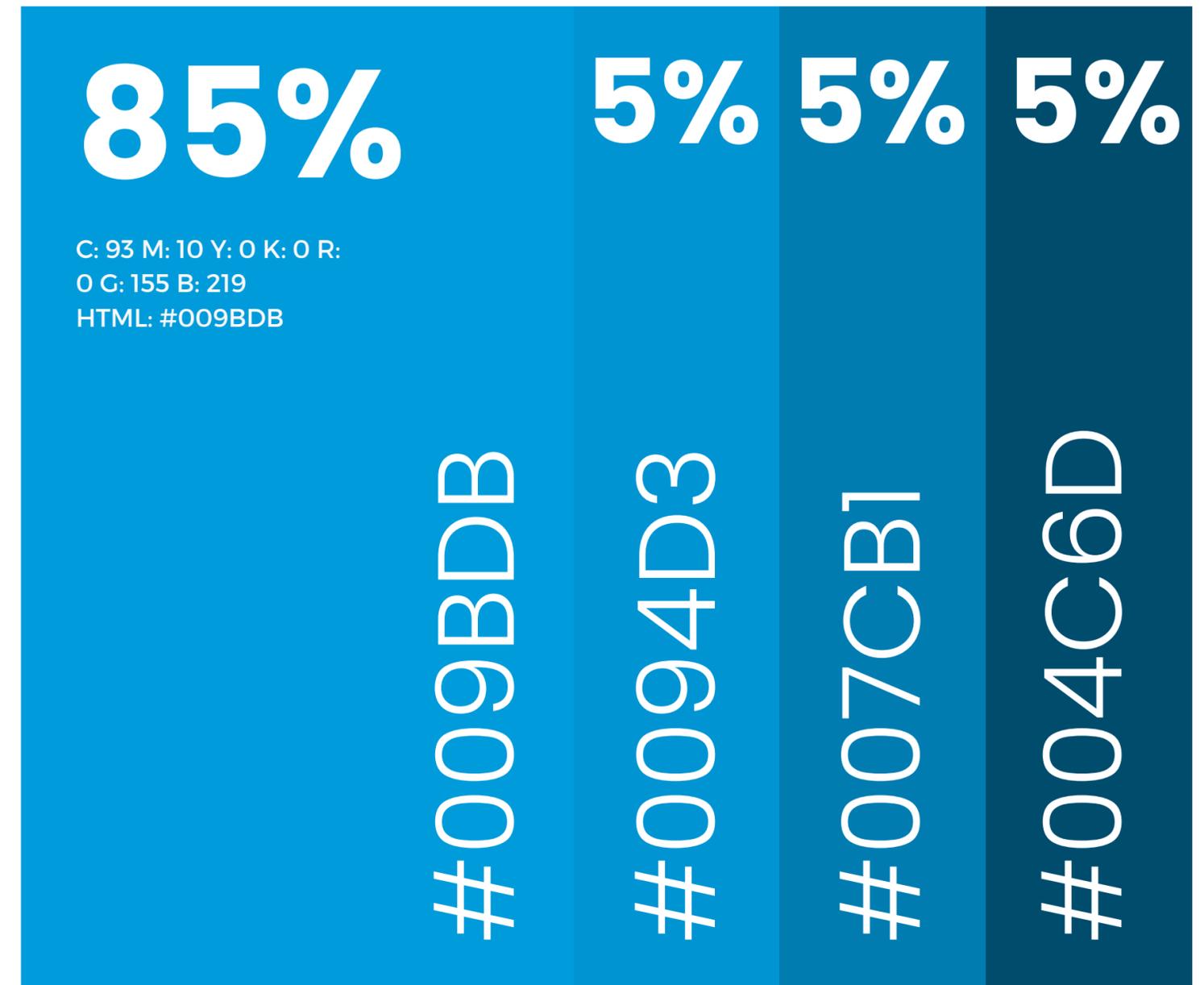
⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de CTMessage es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.



# MANUAL DE USO PARA

# FONDO DEL LOGIN

⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de CTWebRTC es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.

85%

C:74 M:23 Y: 21 K:3 R:  
94 G: 150 B: 180 HTML:  
#5E96B4

#5E96B4

5%

#5A90AD

5%

#48738B

5%

#365769

# MANUAL DE USO PARA

# FONDO DEL LOGIN

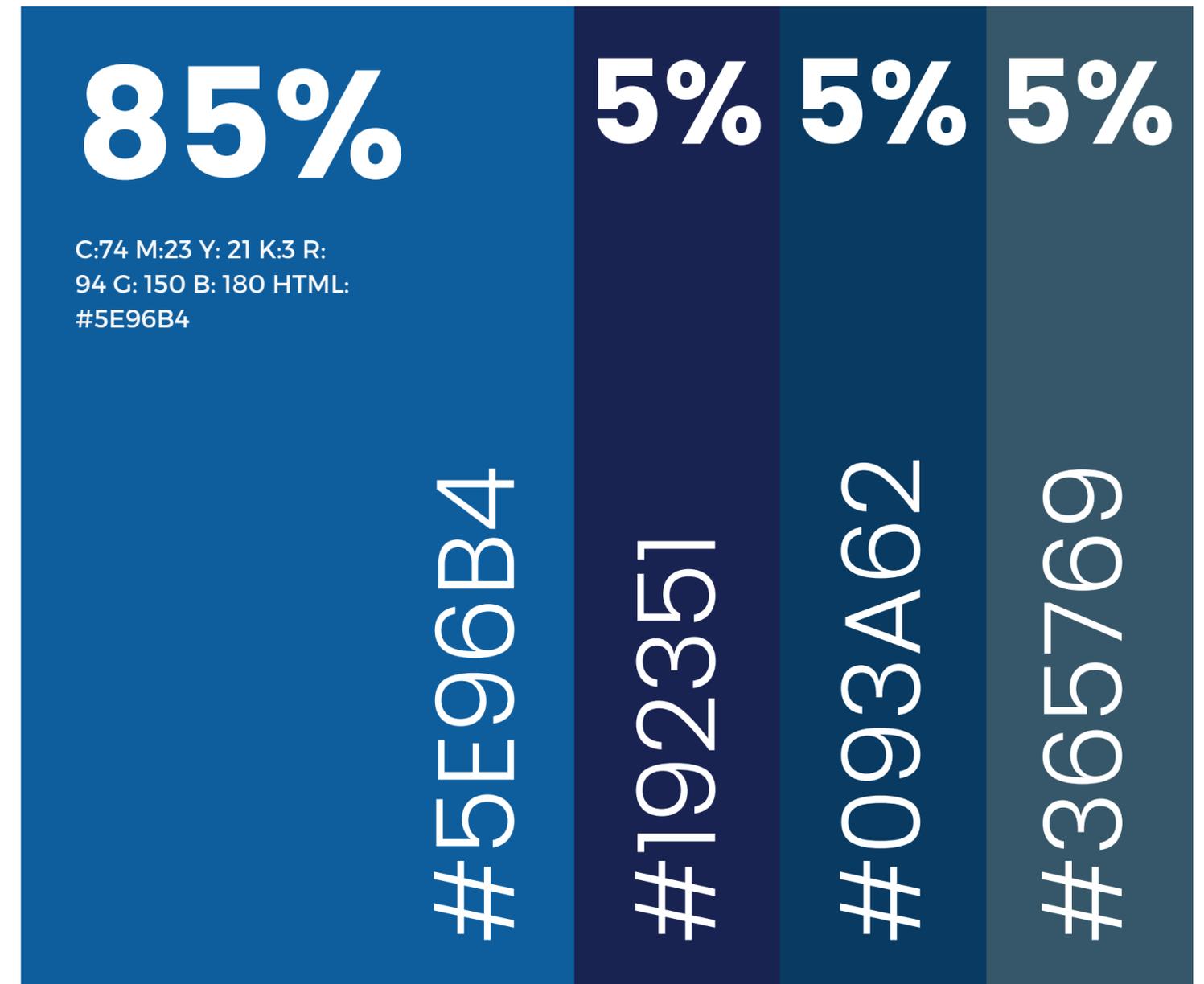
⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de CTPlatform es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

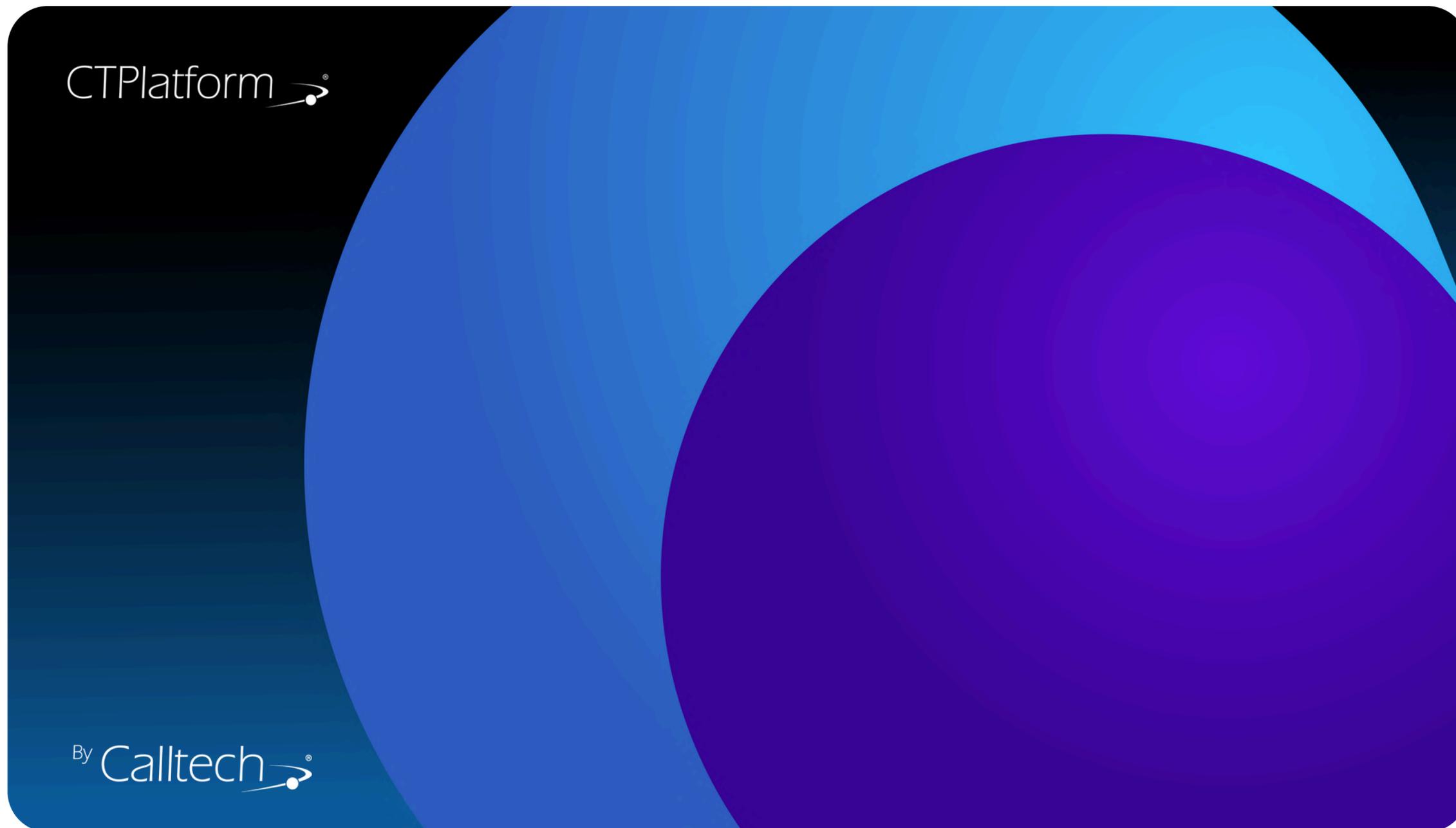
Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.



# MANUAL DE USO PARA

# FONDO DEL LOGIN

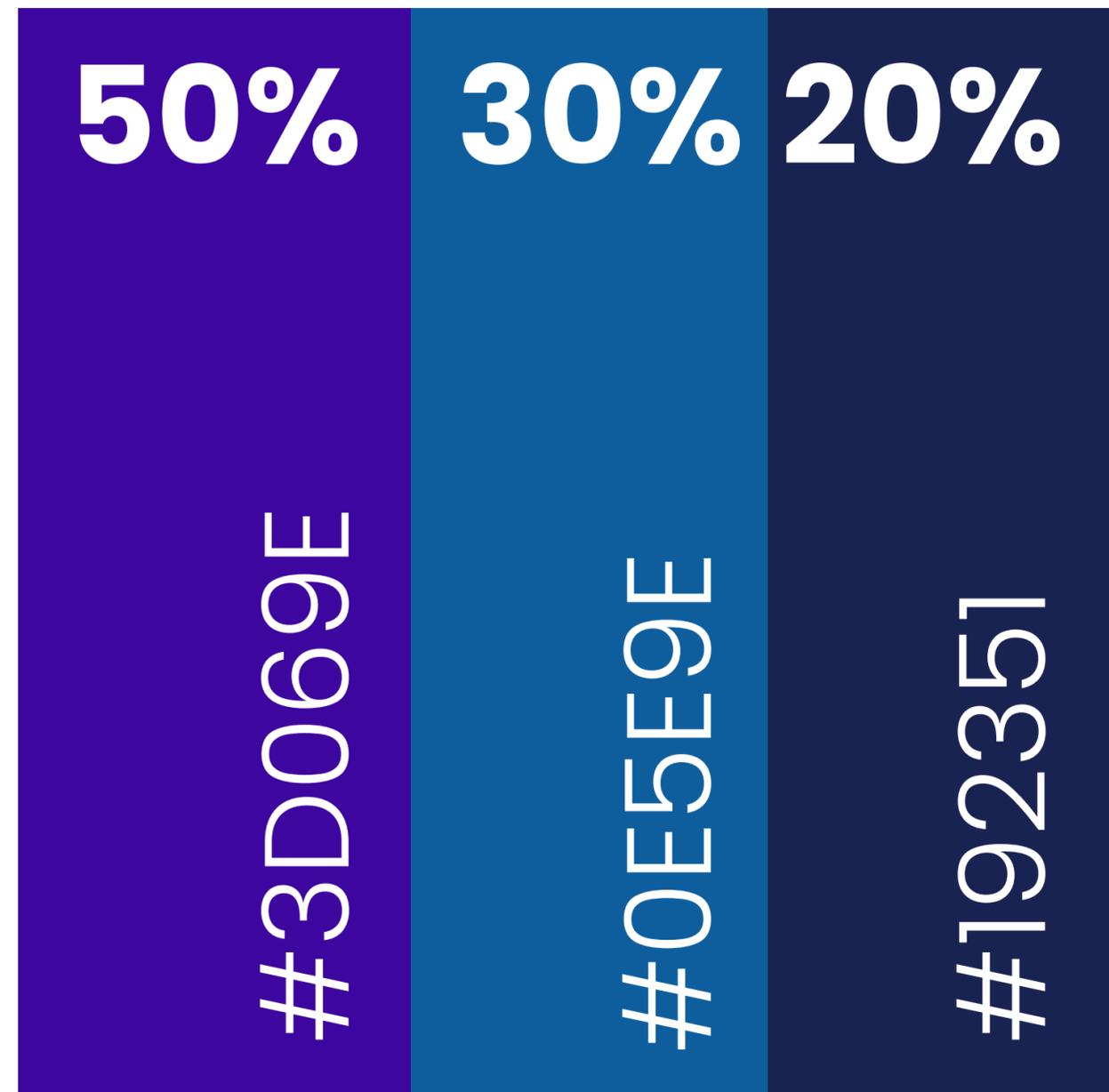
⚠ Coloque los logos por aparte en caso de ser necesario. Recuerde que estos recursos están en **Activos de Marketing** de la página web.



# COLORES

El **color principal** de CTPlatform x Webex es el eje de la identidad visual . Este tono se aplicará en los elementos más visibles y fundamentales, como fondos, iconos principales, botones, y otros elementos de interacción clave. Su uso constante crea una apariencia cohesiva y reconocible, reforzando la marca a través de una identidad visual uniforme y clara.

Los **colores auxiliares** complementan el color principal y aportan dinamismo a la interfaz. Se utilizan en degradados para crear profundidad, en jerarquía visual para diferenciar secciones, categorías y en retroalimentación visual. Además, ayudan a equilibrar el diseño, evitando la saturación y manteniendo una apariencia moderna y profesional.



# Gracias