

**Proyecto: Fomento a la actividad productiva artesanal del  
departamento de Cundinamarca**

**Informe módulo Diseño - Imagen Gráfica (marca) –  
Asesoría en imagen gráfica**

**Asesor:  
Juan Mario Ortiz López.**

**Operador:  
Unión Temporal Nexus - Gestando**

**María Gabriela Corradine Mora**  
Profesional de Gestión  
Supervisora general del Contrato

**Laboratorio de Diseño e Innovación para Cundinamarca  
Artesanías de Colombia S.A.  
2014**





artesanías de colombia

**Aida Vivian Lechter De Furmanski**  
Gerente General

**Iván Orlando Moreno Sánchez**  
Subgerente de desarrollo  
Director de Proyecto

**María Gabriela Corradine Mora**  
Profesional de Gestión Subgerencia de desarrollo  
Coordinadora laboratorio de innovación y diseño de Cundinamarca

**Juan Mario Ortiz Lopez**  
Diseñador gráfico, Asesor en Diseño



artesanías de colombia



## TABLA DE CONTENIDO

	pág.
<b>1. Introducción</b>	1
<b>2. Descripción actividades</b>	1
<b>2.1. 4.3.2.ASESORIA EN IMAGEN GRAFICA</b>	2
2.1.1. GIRARDOT	2
2.1.2. FUSAGASUGÁ	7
2.1.3. SILVANIA	10
2.1.4. UBATÉ	13
2.1.5. COGUA	16
2.1.6. ZIPAQUIRÁ	18
2.1.7. TABIO	22
2.1.8. FÚQUENE	24
2.1.9. LA CALERA	26
2.1.10. CUCUNUBÁ	29
2.1.11. CAJICÁ	30
2.1.12. SUSÁ	32
2.1.13. TOCAIMA	34
2.1.14. SUESCA	35
2.1.15. CHÍA	35
<b>3. Resultados</b>	36
<b>4. Conclusiones</b>	36
<b>5. Limitaciones y Dificultades</b>	36
<b>6. Recomendaciones y sugerencias</b>	37



## 1. Introducción.

El siguiente informe muestra los avances y resultados en la siguiente actividad que hacen referencia al modulo de **Diseño / Imágen Grafica (marca) 4.3.2. ASESORÍA EN IMÁGEN GRÁFICA**, el informe contiene adelantos y en esta actividad también soportes fotográficos de cada una de las visitas y actividades.

**4.3.2 ASESORIA EN IMAGEN GRÁFICA** 10 de 10 municipios (sugeridos por Artesanías de Colombia) visitados en primera fase recopilando material gráfico y haciendo bocetación con los beneficiarios mas interesados con el fin de regresar a la asesoría puntual por segunda y tercera vez y así poder desarrollar la imagen de su unidad productiva, para esta actividad se recoge información y material de todos los municipios por si hay que cambiar o remplazar beneficiarios (falta de beneficiario o falta de interés por parte de los artesanos), en uno de los 10 municipios se presenta mala asistencia de artesanos lo cual indica su falta de interés con el proyecto.

Se decide hacer asesoría a 14 municipios para cumplir con la cuota de artesanos beneficiados, estos se escogen teniendo en cuenta que municipios y artesanos pueden tener mayor beneficio e interés por la actividad.

12 municipios visitados por segunda vez haciendo bocetación final (hecha por el asesor basada en la primera visita) y entrega de tres propuestas para que los beneficiados escojan su marca final, en algunos se espera que escojan el boceto ganador y de esta forma montar el arte final en formato entregable.

Dos de los municipios sugeridos no se pueden visitar con Tocaima se hace todo el proceso vía mail, el logo y sus bocetos son aprobados pero se sigue a la espera de el acta firmada donde reciben y aprueban su imagen corporativa, en Suesca a pesar de mostrar su alto interés y de hacer un par de reuniones para recolectar información, nunca envían un formato con ideas y propuestas necesarias para poder levantar los bocetos de su unidad productiva, dejándolos como opción numero uno para si se puede continuar con el proceso.

59 unidades productivas con 3 bocetos de las cuales 59 ya han aprobado (forsvs 13) 1 de las 59 no ha entregado acta, 2 unidades productivas con 3 bocetos para logo final nunca responden y al final deciden salir del proceso el trabajo se anexa sin aprobaciones, aun así se cumple con el objetivo y numero de artesanos beneficiados.

Tercera visita a 12 de 14 municipios entregando acta y cd con archivos finales.

Se anexa registro fotográfico de asistencia a los diferentes municipios además algunos bocetos de beneficiarios.

## 2. Descripción actividades.

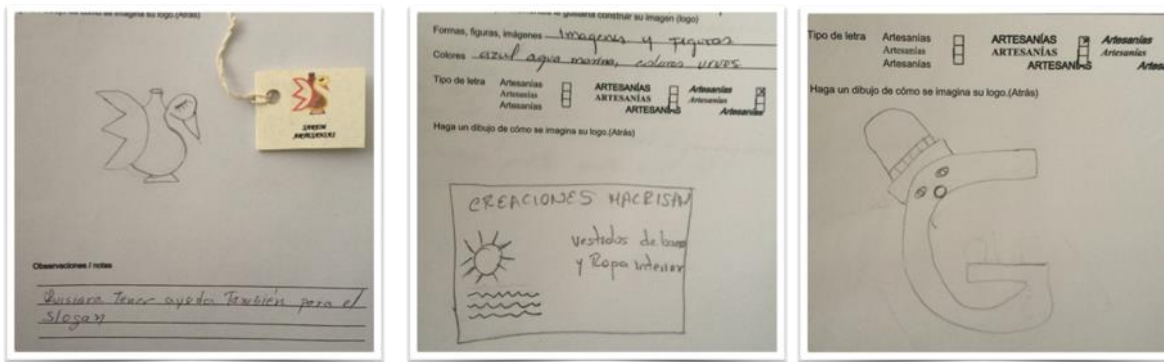
### 2.1. ASESORIA EN IMAGEN GRAFICA

Basados en el documento “**Cuestionario para artesanos**” y aprovechando la primera visita a 26 municipios se levanta información (todos) para ver que municipios realmente se encuentran en capacidad para recibir la asesoría directa, con este documento se hace que el beneficiario y el municipio muestre su motivación e interés en el proyecto para ello se les hace llenar haciendo al final un pequeño boceto que servirá como apoyo al momento de elegir los 58 artesanos o unidades productivas, se identifican varios municipios de los 10 elegidos por artesanías de Colombia, que no cumplen con las expectativas trazadas por el proyecto (falta de beneficiarios, poca asistencia), pero se encuentran otros municipios que no tenían programada segunda visita, que si están bien organizados y que valdría la pena cambiarlos por los que están mas débiles.

#### 2.2.1. GIRARDOT

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrara a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopilo material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanías de Colombia y diseñador industrial encargando del municipio).

El municipio cumple con todo para seguir adelante con el proceso posiblemente sea uno de los de mayor asistencia e interés, se podría completar cupos para la asesoría puntual con integrantes de este municipio viendo que en otros lugares faltaría gente.



Algunos bocetos de beneficiarios interesados en segunda y tercera visita, foto Juan Mario Ortiz

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 11 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las últimas ideas, se agenda entrega de bocetos, se visita por tercera vez



el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

11 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 9 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, 2 retiradas del proceso por iniciativa de los artesanos, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño de unidad ya existente:

## ASOMARTEG



## ASOMARTEG

*Logotipo escogido para unidad productiva*

Basados en ideas de la asociación y en elementos que ya tenía en el logo anterior se puede mostrar el siguiente resultado.

Replicando la forma de los pétalos de la flor del Acacio se hace una composición de tal forma que se pueden identificar los siguientes elementos: unas manos formadas por los espacios entre pétalo y pétalo que significan el trabajo de varios oficios y de varios artesanos trabajando en conjunto para lograr un objetivo en común, además partiendo de la abstracción de la flor podemos identificar tonos rojizos que identifican la planta y también el clima en que se da (colores cálidos), si bien la flor tiene un pétalo mas largo en este ejercicio (**opción recomendada**) evitamos ponerlo para conservar una simetría agradable al momento de leer nuestro logotipo con el fin de generar limpieza y sencillez, de todas formas encontramos dos opciones mas donde podemos ver una idea similar pero con diferente disposición de elementos y tipografía.

## TALLER MARGARITA



*Logotipo escogido para unidad productiva*



Basados en los elementos e ideas que ya tenían en el logotipo anterior se hizo un desarrollo donde se intenta dar mayor limpieza a la gráfica de la margarita (**se hacen tres tipos de flor para que se elija la que mas guste, adjunto van las tres flores sueltas**) además buscamos una tipografía que este de acuerdo al taller dándole movimiento y seriedad pues la elección del logo anterior no nos permitía una buena lectura ya que las letras se cruzaban con el icono de la flor, ahora sugerimos varias opciones donde podemos ver la versatilidad del artesano y la calidad de su producto, la elección de colores esta basada en la imagen corporativa anterior.

## SAREM ARTESANÍAS



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Basados en los elementos e ideas que ya tenían en el logotipo anterior se hizo un desarrollo donde se intenta dar mayor limpieza a la gráfica, se elije una letra de fácil de lectura, tomando rasgos de la letra "S" inicial de **Sarem** y haciendo una efecto de espejo con el elemento se logra un icono que en el medio que contiene lo que parece un fruto del totumo además mostrando del lado izquierdo unas alas y del lado derecho el dorso y cabeza de un pato, se hacen diferentes variaciones para que tengan de donde elegir el que mas guste y se acerque a lo que busca el artesano.

## CHAVIS CHICK



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Es un logo que ya esta bien avanzado en diseño y tiene una solución muy buena y bien ejecutada, el trabajo del rediseño se baso en hacer experimentación con tipografías menos comunes dándole un enfoque mas autentico y único, además se sugiere trabajar con otras gamas de color que no hagan ver el logo aburrido, se envían tres opciones con diferentes colores y con distintas letras con el fin que el



beneficiario escoja los elementos que mas le gustan, podría ser combinando elementos de las tres propuestas.

## NUBISART



*Logotipo escogido para unidad productiva*

En las cuatro propuestas vemos varios elementos gráficos que hacen referencia al reciclaje a lo ecológico al trabajo manual o artesanal, se destacan los colores verdes acompañados de algunas gamas cafés, se busca integrar estos elementos con el fin de darle una personalidad única a la marca, se recomienda un logo donde se ven manos trabajando y hojas que nos dan la idea de un icono de reciclaje, todo esto basado en varias ideas que el artesano nos sugirió.

## CLARISAN



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Un desarrollo desde cero llevando las ideas de la artesana, usando las iniciales de su marca como elemento principal, haciendo un relleno de colores y figuras que representan las semillas, flores, elementos naturales y materiales que utiliza para sus productos dejando ver la alta variedad que puede llegar a lograr y mostrando la alta calidad de su oficio.

## ASOMACREGYR



*Logotipo escogido para unidad productiva*



Se hace un diseño basado en las ideas de las personas encargadas de la asociación, retomando elementos que ya tenían en su logotipo anterior, se logra un desarrollo lleno de naturaleza y trazos orgánicos dándole enfoque al trabajo manual, se destacan unas manos y un par de herramientas (a la espera de las fotos de las herramientas para que sean mas fáciles de identificar) también la letra y colores elegidos nos hacen pensar en el tipo de trabajo que desarrolla la asociación, se entregan varias opciones con diferentes colores y diferentes formas de aplicar la tipografía y los elementos gráficos.

## DETELLES ALEJANDRA



*Detalles Alejandra*  
Muñequería Artesanal

Logotipo escogido para unidad productiva

Esta basado en algunos rasgos de los muñecos que me enviaron como referencia, usando colores que hacen referencia a la bandera colombiana ya que pareciera ser un vestuario típico de nuestro país como lo tienen en la tarjeta actual, se entregan 3 opciones para que hagan la elección de letras (la que mas les guste) y la disposición de los elementos.

## AHORRARTE



*Ahorrate*

¡Un peso ahorrado es un peso ganado!

Logotipo escogido para unidad productiva

Se envían los bocetos para logotipo, la idea acá es convertirlo en algo un poco mas serio conservando la ilustración del marranito pero haciendo unos cambios cromáticos y también uniendo las letras con el símbolo para que la marca sea mejor identificada, se hacen tres propuestas de color, con letras o tipografías



diferentes, dándole mayor seriedad a tu trabajo y oficio, también se propone salir del enfoque infantil para esto se eligen colores que tiene que ver mas con la materia prima y con el entorno y publico al que se ofrece el producto final.

Dos talleres retirados pero con trabajo desarrollado:

### **HUMBERTOTUMO**

Se hace un desarrollo desde cero donde se propone un nombre de marca aprovechando que es sonoro y que ya tiene un reconocimiento en el sector, se usan elementos que hacen referencia al totumo y a la versatilidad del material y de artesano para trabajar en las diferentes técnicas, se elige una gama de color tierra recomendada por el beneficiario y que va muy de la mano con el concepto de su taller, se hace un cambio en la tipografía elegida con el fin de tener mayor legibilidad y limpieza, se entregan 4 bocetos con diferentes composiciones de elementos y con leves cambios de color y de tipografía, de esta manera dejamos que el artesano haga elección de los elementos que mas le gusten e identifiquen su trabajo.

### **ASOGIRARTE**

Usando como referencia el logo anterior de la asociación y usando los mismos elementos (hoja del almendro, bandera de Girardot, vía férrea y el tren) se logro un ejercicio donde los elementos nombrados tiene mayor presencia y facilidad de identificación, los colores tomados de la bandera del municipio con un leve degrade que nos hace pensar en un atardecer y en la variedad de verdes que encontramos en el entorno, acompañado de la silueta del tren y de la vía férrea elementos que identifican a Girardot, además se presentan tres opciones mas con variaciones de color y disposición de las letras con cambios tipográficos que nos muestran diferentes formas de composición sin dejar de lado la idea inicial, el rediseño de logotipo destaca la idea inicial y la moderniza.

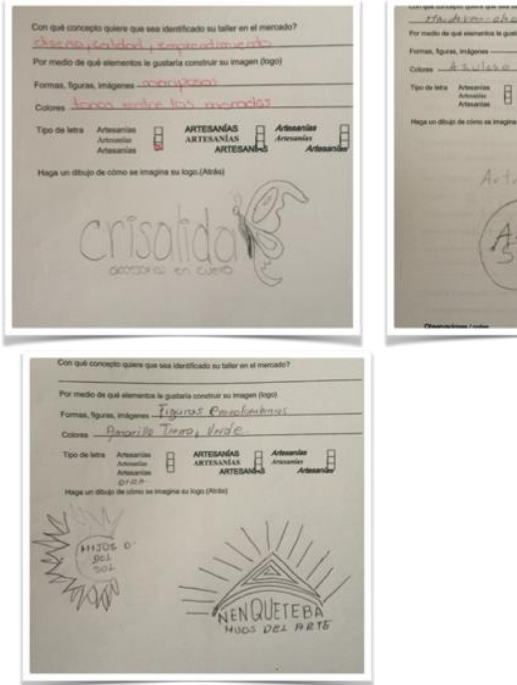
---

### **2.2.2. FUSAGASUGÁ**

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrara a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopiló material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanías de Colombia y diseñador industrial encargando del municipio). Viendo que el promedio es bajo en asistencia se evaluaría si completamos con otros municipios la totalidad de beneficiaros promedio para el municipio, se encuentra buena calidad y se proyecta la segunda visita con alguno de los beneficiarios.



artesanas años



Algunos bocetos de beneficiarios interesados en segunda y tercera visita, foto Juan Mario Ortiz

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 6 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las últimas ideas, se agenda entrega de bocetos, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

6 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 6 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño de unidad ya existente:

### PLUMAS Y COLORES DE COLOMBIA



Logotipo escogido para unidad productiva

Después de la reunión con la artesana se hace un desarrollo basado en sus ideas, donde se pueden ver tres propuestas con diferentes colores y tipografías además de algunas diagramaciones donde se combinan los elementos en diferentes

ubicaciones, las plumas son el elemento principal y se encuentran tres diferentes para que el artesano haga la elección del que mas se ajuste a sus ideas y labor.

## ARTE EN FE



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Basado en el logo desarrollado por el artesano se corrigen algunas formas para que el logo funcione mejor y sea de mayor identificación, se guardan las ideas principales pero ahora se acompaña con un recuadro que hace referencia al símbolo químico del hierro materia prima usada por el artesano para elaborar sus obras, se entregan 3 opciones con diferentes manejos tipográficos y de color, el beneficiario deberá escoger las ideas que mas se acomoden a su unidad productiva y con las que se sienta mas identificado.

## ARTESANIAS USATAMA



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Después de la reunión con la artesana se logro identificar el taller con el nombre de Artesanías Usatama haciendo referencia a un cacique chibcha importante que habitaba el terreno de Fusagasugá identificando y situando la marca en el entorno de su municipio, también se pueden identificar varios elementos que hablan de lo importante a destacar, primero la silueta de las montañas del municipio acompañado del sol y algunos espirales que tienen identificación con la cultura chibcha, se entregan 3 opciones en los cuales se pueden ver diferentes aplicaciones en cuanto a color y tipos de letras, la opción 1 se puede ver el material con el que trabaja el beneficiado haciendo una opción netamente descriptiva de su oficio.

## ARTEMER

# ARTOMER

*Velas Decorativas y Aromaticas*

*Logotipo escogido para unidad productiva*

Usando los elementos principales que desarrolla la artesana se logra un desarrollo donde se puede leer fácilmente el nombre de la empresa y donde los elementos acompañan de forma clara y contundente la letra, una “E” formada por una vela se destaca en la opción recomendada, mientras que en la opción 3 se puede ver unas manos haciendo la forma de un velón, se entregan diferentes aplicaciones con el fin que la artesana haga la elección de los elementos que mejor se acomoden a su unidad productiva mostrando diferentes tipos de letras y aplicaciones de color.

## SOFIVELAS



Desarrollo basado en el producto que hace la artesana, se buscan colores que vayan de la mano con su labor y oficio, integrando textos con elementos que acompañan la idea central como hojas, flores y texturas, se percibe un logotipo elegante y con una gran sutileza, características del oficio del artesano, se entregan 3 propuestas donde el beneficiario podrá elegir los elementos, las letras y colores que mas le gusten y se adapten a su oficio.

## ARTIRON



*Logotipo escogido para unidad productiva*

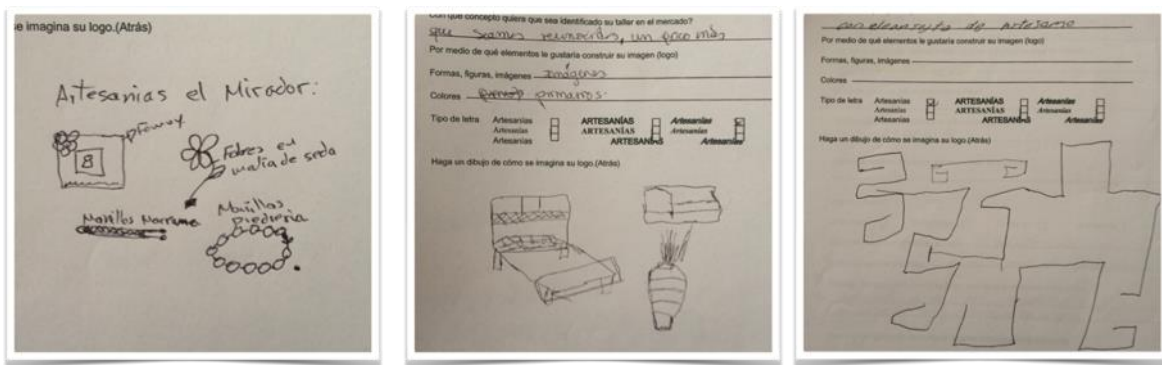
Después de la reunión con el artesano surgieron variedad de ideas que se reflejan en los bocetos entregados, encontrando elementos industriales que hacen referencia a la chatarra (materia prima, se desarrolla varias opciones donde podemos ver la variedad y flexibilidad del oficio siempre dejando a la vista la diversidad de materiales y objetos, dentro de las propuesta se entregan diferentes

opciones de tipografía y de manejo cromático, además diferentes disposiciones de elementos, para que el artesano haga la elección del que más se acomode a su unidad productiva, se hace una opción donde la letra está hecha a partir de elementos sueltos.

### 2.2.3. SILVANIA

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrará a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopilar material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanías de Colombia y diseñador industrial encargado del municipio).

Baja asistencia en la primera visita pero hay unidades productivas que merecen seguir con el proceso, queda pendiente ver si los posibles beneficiados llenan el cupo para asesoría puntual del municipio.

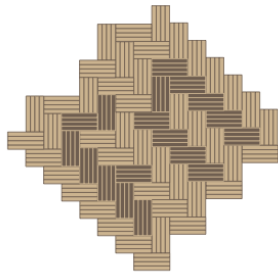


Algunos bocetos de beneficiarios interesados en segunda y tercera visita, foto Juan Mario Ortiz

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 3 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las últimas ideas, se agenda entrega de bocetos, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

3 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 3 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño de su unidad ya existente:

## FIBRAS NATURALES



**FIBRAS  
NATURALES**  
Y SINTÉTICAS DE COLOMBIA

*Logotipo escogido para unidad productiva*

Usando como referencia los tejidos que se logran con la materia prima (mimbre y rattan) se desarrolla una trama de donde se pueden identificar las iniciales de la unidad productiva, usando los colores que identifican el oficio, se entregan 3 propuestas para que el artesano haga la elección del que mas se acomode a su trabajo.

## RONE



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Esta propuesta esta basada en las ideas del artesano, se entregan 3 propuestas donde se destacan elementos “vintage” letras antiguas y formas de sello también, en 2 de las propuestas se destaca un cepillo de ebanistería herramienta usada por el beneficiario para su oficio, un rayo y flecha que identifican al artesano por su trabajo, todo desarrollado en un entorno moderno y minimalista.

## ARTE MIMBRE



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se hace un rediseño de la marca sin dejar de lado la idea inicial, los espirales iconos identificables del taller no se cambian solo se les limpia algunos trazos para que se vean mas claros y contundentes, los colores se dejan igual solo que se les da un poco mas de luz para que se vean a mayor distancia, se hacen 4 propuestas donde se explora sobre todo en las letras y en la disposición de los espirales, **opción 1:** acá podemos ver que los espirales son variados levemente y se incluye una letra que lo hace ver mas elegante, **opción 2:** se explora con movimiento en los espirales mostrando un poco de versatilidad en la marca y sobre todo el oficio del artesano, **opción 3:** podemos ver como los espirales se entrelazan haciendo unas trama que pareciera estar tejida, por ultimo la **opción recomendada** muestra como se puede jugar con la perspectiva de los elementos para generar movimiento e innovación, las 4 propuestas se acompañan dl nombre del municipio y departamento además de tipografías diferentes con el fin que el artesano escoja las que mas le interesen y se acomoden a su unidad productiva.

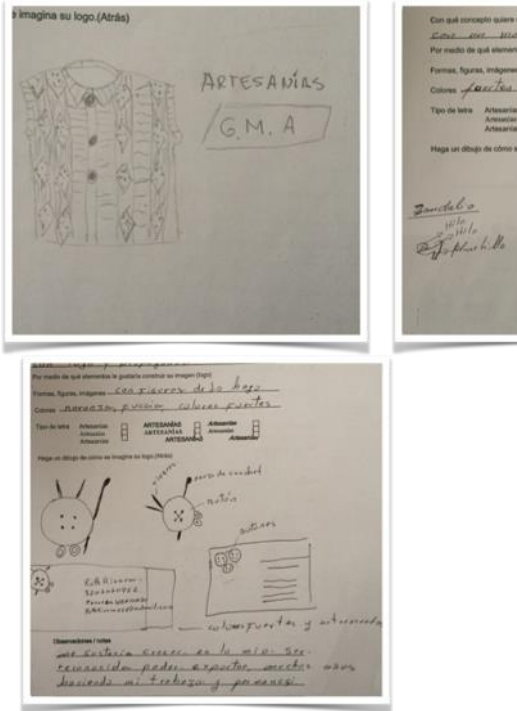
---

#### 2.2.4. UBATÉ

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrara a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopilo material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanías de Colombia y diseñador industrial encargando del municipio).

Municipio con excelente calidad en producto, seguramente seguirán adelante con el proceso de asesoría puntual viendo la alta asistencia es posible que algunas unidades productivas sirvan para llenar el cupo de otros municipios como Silvania o Cogua.





Algunos bocetos de beneficiarios interesados en segunda y tercera visita, foto Juan Mario Ortiz

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 6 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las últimas ideas, se agenda entrega de , se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

6 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 6 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño se unidad ya existente:

## TEJIDOS MAICOL



**TEJIDOS MAICOL**

Logotipo escogido para unidad productiva

Se desarrolla un logotipo lleno de elementos como la lana las agujas y la oveja, también se percibe la bandera colombiana en dos de las tres propuestas

entregadas, haciendo juego con la ilustración de una oveja creando una marca agradable y fácil de entender al público, se entregan 3 propuestas con diferentes aplicaciones de color y letras para que el artesano elija el que más se adapte a su unidad productiva.

## TEJIDOS ARIZA



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Después de tomar ideas de la artesana elegimos como icono una abstracción de la madeja de lana, con esto identificamos la materia prima con la que trabaja el beneficiario además la combinamos con los colores recurrentes en sus diseños, se entregan 3 propuestas con diferentes aplicaciones tipográficas de color y de ubicación de elementos, está pendiente que escojan los que más gusten y representen mejor a la unidad productiva.

## CALLEJÓN ARTESANAL CAMPESINO



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Usando el elemento muisca que ya tenían en su papelería y chalecos, se hace una abstracción del tunjo, con el fin de simplificar trazos y que sea de mayor comprensión para el público, se hacen 3 opciones donde se puede ver desarrollos diferentes en cuanto a diagramación letras y color, de esta forma el artesano o grupo de trabajadores pueden tener más de donde elegir elementos.

## ASARVU



Logotipo escogido para unidad productiva

Se hace un desarrollo basado en las ideas que se sacaron de la reunión con los representantes de la asociación, se puede identificar tres elementos importantes que serán los que hagan que el logotipo sea de fácil identificación, el primero es la silueta de la cabeza de la vaca icono importante para el municipio, segundo las formas sueltas y orgánicas que nos sugieren la lana materia prima utilizada por la asociación para la elaboración de algunas de sus prendas y por ultimo las agujas herramientas recurrentes en la unidad productiva, se entregan 3 opciones con diferentes letras colores y disposición de elementos para que los artesanos hagan la elección del que mas se acomode y los identifique.

## TALLER MANOS CREATIVAS



Logotipo escogido para unidad productiva

Ya había un logotipo que los artesanos usaban en su papelería pero manifestaron las ganas de cambiarlo, se hace un rediseño donde se siguen conservando elementos anteriores del logotipo para que no pierda el reconocimiento, las madejas de lana, las agujas, y ahora las manos se ven en un entorno creativo y moderno donde la marca se destaca, se entregan 3 propuestas para que los artesanos puedan hacer elección de las diferentes opciones o elementos, ya sea de una o de otra opción o ya quieran mezclar de diferentes opciones, se muestran diferentes manejos de color de letra y de disposición.

## ASONATALY

Tiro 1



reTiro 2



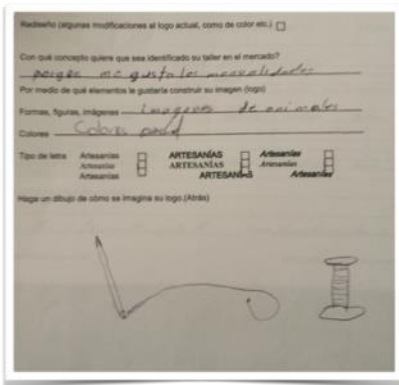
Desarrollo de tarjeta para unidad productiva

La unidad productiva ya tenía una marca muy bien desarrollada, solo se puede aportar en el arreglo de las tarjetas personales, se hacen dos propuestas, a diferencia de la que ya tenían esta tiene un lado o retiro solo para el logotipo, y por el otro iría la información, una de las dos esta basada en el diseño anterior, a la segunda opción se le hacen variaciones de color para que la marca sea más divertida aprovechando sus colores y elementos gráficos, la idea de estas dos propuestas es que los beneficiados puedan (si quieren) mezclar ideas de una con la de otra, ejemplo el retiro de la primera con el tiro de la segunda.

### 2.2.5. COGÜA

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrara a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopilo material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanías de Colombia y diseñador industrial encargando del municipio).

Asisten solo 5 personas de las cuales la mayoría pertenecen a un asociación esta se muestra interesado en la asesoría puntual, la idea sería asesorar una o dos asociaciones, sobraría cupo para otros beneficiarios que se podrían completar con otros municipios que muestran mayor interés y mayor asistencia de beneficiarios.



Algunos bocetos de beneficiarios interesados en segunda y tercera visita, foto Juan Mario Ortiz

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 2 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las últimas ideas, se agenda entrega de, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

2 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 2 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño se unidad ya existente:

### HOJAS DEL RODAMONTE



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Después de un par de reuniones con la artesana encargada del taller se logra desarrollar un nombre para la unidad productiva y partiendo de este nombre y de las ideas que entrega, se presenta un logotipo lleno de colores naturales basado en el árbol tradicional del municipio (rodamonte) se hace una abstracción y se crean varios elementos que nos ayudan a identificar y ubicar el taller en el municipio, la elección de letras se hace pensando en que se vea un logo natural y lleno de movimiento, se entregan 4 opciones para que el beneficiario haga la elección de los elementos (letras, colores, graficas, dibujos, ubicación) que mas se adapten a sus ideas iniciales.

### LOS TEJIDOS



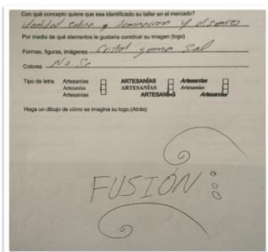
*Logotipo escogido para unidad productiva*

El desarrollo de este logotipo se basa en la abstracción de la **rana (Sie)** representativa del municipio, en el anterior logotipo tienen como referencia este elemento, para el nuevo se logra hacer una nueva abstracción mas legible donde se destacan características que identifican a la rana sin perder algunos rasgos del símbolo anterior, se acompaña de otros elementos como círculos y cintas que enmarcan el logotipo en un entorno mas elegante y entendible, se hace elección de colores y diferentes tipografías, se entregan 3 propuesta con el fin que el artesano y su asociación escojan los que mas se acomoden a sus necesidades, la idea es que puedan hacer elección o mezcla de diferentes elementos que encuentran en los bocetos.

### 2.2.6. ZIPAQUIRÁ

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrara a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopilo material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanas de Colombia y diseñador industrial encargando del municipio).

Se identifican buenos prospectos para segunda fase de asesoría puntual, la mayoría ya tiene desarrollo de imagen, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.



*Algunos bocetos de beneficiarios interesados en segunda y tercera visita, foto Juan Mario Ortiz*

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 8 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las ultimas ideas, se agenda entrega de bocetos y queda pendiente la ultima reunión para entrega de archivo final.

8 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 8 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño se unidad ya existente:



## YOARTES



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Un desarrollo basado en un diseño que ya tenían destacando algunos elementos que pueden funcionar con la nueva marca, el espiral se combina con una mano para identificar lo que hace el taller de esta manera mostramos de alguna forma el trabajo artesanal, se hacen varias propuestas haciendo cambios de elementos, cambios tipográficos y de color con el fin que el beneficiario escoja el que mas se adapte a su estilo y tipo de trabajo.

## CLAUDIA PEDROZA



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Basados en una idea que tenía la artesana se desarrolla la siguiente propuesta, tomando como punto de partida su firma llegamos a la elección de tipografías que tuvieran rasgos escritos, se eligen varias letras similares, además se hace una versión con la firma de ella como elemento de marca principal, todo esto acompañado de un elemento que nos hace pensar en el trabajo manual y sobretodo del oficio de la tejeduría, se desarrolla una abstracción de una mano que al ser duplicada nos da como resultado lo que parece ser una madeja de lana, se entregan varias propuesta para que el beneficiario escoja la adecuada para su taller.

## LAMENTO DEL GUERRERO



*Logotipo escogido para unidad productiva*



Luego de la reunión con el artesano se encuentran ciertas ideas: basados en el nombre, encontramos varios elementos que queremos resaltar, pintura rupestre, cultura quechua y trabajo manual en piedra, se integra los diferentes elemento y se logra una imagen que pareciera un pictograma de los que se encuentran en la cultura quechua, copiando rasgos y colores que nos hacen identificar el trabajo en piedra, se hace una elección de color que valla de la mano con la pintura rupestre y una elección tipográfica que al mirarla parece un pictograma desgastado o dibujado en piedra, se entregan 4 propuestas para que el beneficiario haga la elección final del logotipo para su unidad productiva.

## ARTENSAL



*Logotipo escogido para unidad productiva*

El artesano ya tenía un logotipo a partir de esta idea se mejoro la grafica simplificando algunos elementos que eran un poco confusos, se hace cambio de color pensando en lo queremos expresar con el logo (colores cálidos y de piedra, verdes y azules que identifican la sal) también se hace elección de varias tipografías que van mejor con el símbolo y dejan mayor lectura en comparación con la que ya tenían, el elemento principal es la abstracción de una mano tallando partiendo de la forma que esta nos da generamos una inicial que completándola con letras nos da la palabra ARTESAL, se envían varias opciones para que el beneficiario haga la mejor elección de colores y elementos.

## ARTEFENIX



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Un rediseño de logotipo donde se puede identificar la figura del ave fénix, a demás se puede evidenciar la silueta de una mujer formada por las alas del ave, se usan colores recomendados por el artesano pues estos ya los tenía la imagen anterior y no sería bueno darle un vuelco a su logo, se hacen tres opciones con elementos similares, la idea es que el beneficiario escoja la que mas se adapte a su empresa y no se vea tan diferente a lo que ya tenía.



## TEJILUZ



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Un desarrollo desde cero, tomamos elementos que tienen que ver con el oficio del artesano (madeja, lana, agujas) combinado con letras y otros elementos que complementan el nombre de la marca **TEJILUZ...** haciendo énfasis en la palabra **LUZ** acompañadas de elementos como el sol o los rallo de luz, se usan colores solicitados por el artesano además de hacen varias propuestas para que el artesano elija el mejor y mas conveniente para su unidad productiva.

## ACENTO



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se hace un rediseño basado en el logotipo que ya tenía el taller, en el nuevo desarrollo se pueden identificar ciertos elementos como la flor con transparencia sugiriendo que son hechos de vidrio los pétalos, además se hacen varias opciones de flores para que el beneficiario haga la elección de la que mas se acomode a su unidad productiva, también se muestran varios tipos de letras y varias aplicaciones de color, la idea es seguir con la idea inicial y que el cambio sea sutil par que se sigan conservando elementos que ya cumplen con cierta recordación.

## JIZ CASOL



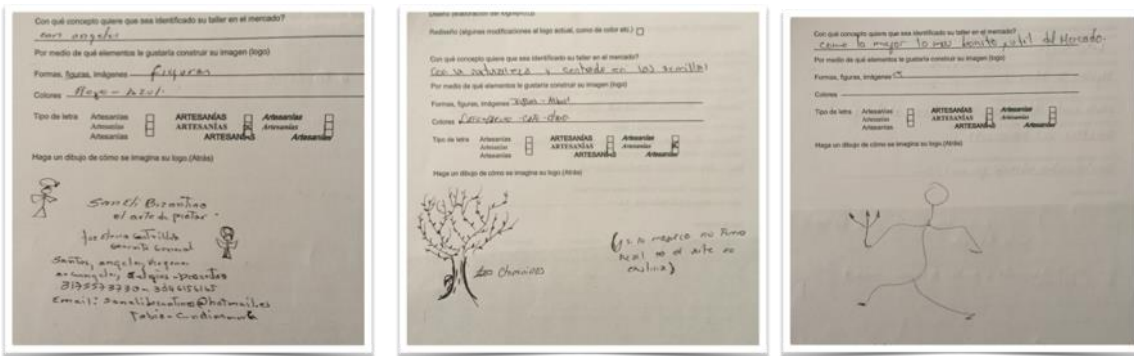
*Logotipo escogido para unidad productiva*

Usando elementos que ya tenían como el sol y el trazo que representa el punto y cadeneta también rescatando los colores para que fuera de mayor identificación con el logo anterior, ahora vemos que el sol se puede percibir mejor y la representación de punto cadeneta es mas limpia y fácil de identificar.

### 2.2.7. TABIO

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrara a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopilo material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanías de Colombia y diseñador industrial encargando del municipio).

Se identifican buenos prospectos para segunda fase de asesoría puntual, algunos ya tiene desarrollo de imagen corporativa y quieren mejorarlas, hay baja asistencia se evaluara si se puede completar el cupo de artesanos con otros municipios.



Algunos bocetos de beneficiarios interesados en segunda y tercera visita, foto Juan Mario Ortiz

Se hace segunda visita de bocetación conjunta con los artesanos, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

4 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 4 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño se unidad ya existente:

### TABIO CREA





Logotipo escogido para unidad productiva



Se hace un desarrollo basado en varias ideas que surgen de la reunión tomando como elemento principal la piedra de Juaica (lugar de inspiración para la artesanía y el arte) y varias abstracciones que se lograron de ella, unas desarrollada por ellos en sus talleres de referentes y otro desarrollo hecho para por el grafico, se intenta mostrar la diversidad de programas y objetivos de la asociación, con colores que resalten y formas que hablen de los movimientos artísticos o que denoten el trabajo manual, se entregan tres opciones donde se puede ver diferentes manejos cromáticos tipográficos y de ubicación d elementos, también se conserva en algunas de las opciones la letra “C” de la palabra crea que en el logotipo anterior se destacaba.

## CHIRRETE



Logotipo escogido para unidad productiva

Se trabaja sobre un diseño que el artesano ya tenía y estaba bastante bien desarrollado retomando elementos que pueden identificar su taller simplificando un poco los trazos de las ilustraciones y combinando de manera armónica con otros elementos, para darle mayor seriedad y solides al taller en mención se entregan varias opciones donde se pude ver los diferentes manejos tipográficos de color y de diagramación con los que se podría jugar y escoger.

## IFIGENIA



Logotipo escogido para unidad productiva

Se hace un desarrollo basado en las ideas de la artesana que surgieron en la reunión, es un manejo netamente tipográfico acompañado de un ovalo de color, se entregan 9 opciones para que se elija la tipografía, el color y la ubicación deseada, se ven diferentes manejos gráficos en cuanto a efectos para las letras y diferentes opciones para el eslogan.

## SAN ELI BIZANTINOS

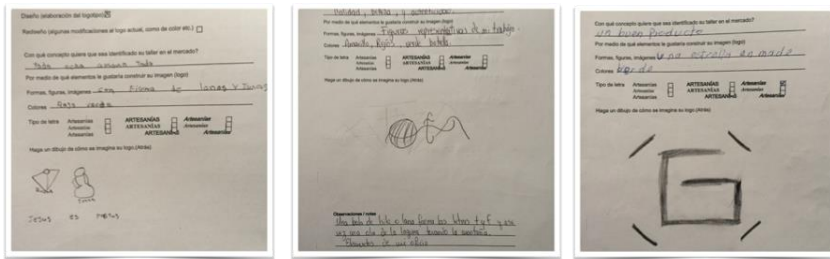


Logotipo escogido para unidad productiva

Se basa en las ideas de la artesana, se destaca la imagen de ángeles que parecieran pintados a mano representando el oficio del beneficiario, se entregan 3 propuestas con diferentes manejos cromáticos, tipográficos y de diagramación con el fin que se escoja la que mas se acomode al taller o unidad productiva.

### 2.2.8. FÚQUENE

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrara a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopilo material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanías de Colombia y diseñador industrial encargando del municipio).



Algunos bocetos de beneficiarios interesados en segunda y tercera visita, foto Juan Mario Ortiz

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 4 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las ultimas ideas, se agenda entrega de bocetos y queda pendiente la ultima reunión para entrega de archivo final.

Baja asistencia en la primera visita pero hay unidades productivas que merecen seguir con el proceso, queda pendiente ver si los posibles beneficiados llenan el cupo para asesoría puntual del municipio, se podría completar cupo con otros municipios interesados en el proyecto. Se hace segunda visita de bocetación conjunta con los artesanos, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado. 4 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 4 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a

continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño se unidad ya existente:

### TALLER LA MILAGRORASA



Logotipo escogido para unidad productiva

En este desarrollo se ven presentes varios elementos gráficos, se puede ver como elemento principal la capilla de la Milagrosa (lugar del cual se toma el nombre del taller), además se ve algunas ramas que hacen referencia a la planta de la Enea y el junco (materia prima del oficio del taller) y por ultimo elementos verdes y azules que nos hablan de la naturaleza que rodea el municipio (montañas y laguna), se hace entrega de 3 bocetos para que la beneficiada elija elementos, colores, letras y disposición de elementos.

### FLOR DE FÚQUENE



Logotipo escogido para unidad productiva

Partiendo de la abstracción hecha por la artesana de una flor representativa se logra un desarrollo lleno de color, vida y elegancia, al combinar colores y letras que van de la mano con el objetivo del logo, se hacen 3 propuestas para que el artesano escoja los elementos que mas se acomoden a su unidad productiva, la opción 1 esta formada por unos elementos que se entrelazan y sugieren un tejido, las otras dos se basan en la flor que se habla al principio.

### M&M ARTESANIAS MORENO



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se hace un desarrollo basado en el tejido del junco materia prima con que se elabora la cestería de Fuquene, se hace una abstracción donde se destacan las letras del taller ya sea por color o por ausencia de elementos, se puede ver las iniciales de la unidad productiva M&M, se entregan tres propuesta con diferentes manejos cromáticos y de letras también se presentan diferentes ubicaciones de los elementos gráficos para que el beneficiario tenga de donde escoger.

## ARTESANÍAS DE FÚQUENE



### *Artesanías de Fuquene*

*Logotipo escogido para unidad productiva*

Basándose en un diseño de tarjeta que ya tenían donde destacaban el oficio de la cestería, se toma como elemento principal un jarrón hecho en Junco, tomando de ahí sus colores característicos y haciendo una abstracción del elemento se logra un trabajo elegante y sencillo donde se ve reflejado el trabajo del artesano, se hacen 4 opciones donde se pueden ver diferente manejos de tipografías formas y color, la idea es que el beneficiario escoja o combine elementos de alguna o varias opciones para que quede con un logotipo que lo identifique.

---

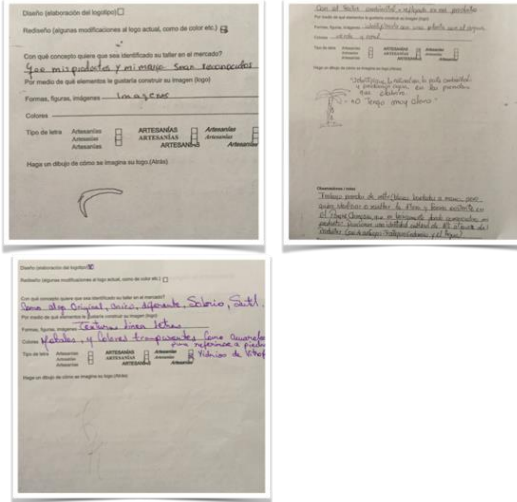
### 2.2.9. LA CALERA

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrara a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopilo material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanías de Colombia y diseñador industrial encargando del municipio).

Baja asistencia en la primera visita pero hay unidades productivas que merecen seguir con el proceso, queda pendiente ver si los posibles beneficiados llenan el cupo para asesoría puntual del municipio, se podría completar cupo con otros municipios interesados en el proyecto.



artesanas de colombia



Algunos bocetos de beneficiarios interesados en segunda y tercera visita, foto Juan Mario Ortiz

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 7 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las últimas ideas, se agenda entrega de, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

7 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 7 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño de unidad ya existente:

### SIBARITA



Logotipo escogido para unidad productiva

Se hace un desarrollo lleno de elegancia y elementos que acompañan un nombre muy bien elegido por el tipo de producto, se entregan 3 propuestas con diferentes colores, letras y diagramación, siempre destacando elementos como la vela y la llama, complementados con figuras y formas en espiral y arabescos que dan armonía al conjunto, la idea es que la artesana haga elección de la letra, colores y elementos que más le gusten para así definir su imagen para el taller artesanal.

### ATSBE JUABNA



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Basados en la artesanía figuras y geométrica que hace la artesana con su técnica se hace un desarrollo lleno de color y de formas que asemejan su trabajo, acompañado de varias opciones de tipografía y color como también disposiciones o diagramaciones para que el beneficiado escoja las opciones o elementos que mas le gustan para su unidad productiva.

## LOS TULIPANES



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Basado en los bocetos de la artesana se logra varios desarrollos llenos de color y sutileza en los trazos, se manejan formas orgánicas y transparencias par hacer referencia al trabajo y oficio del beneficiario, se entregan varias opciones para que se pueda escoger elementos de una o varias opciones combinando, quitando o añadiendo elementos, de destaca la forma de la flor y sus pétalos.

## TALLER DE LAURA JULIANA



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se hace un rediseño del logotipo que ya tenían, reestructurando los módulos que lo componían anteriormente, dándole un poco de unión para que no se vean dispersos y sueltos, se combina con las letras para que todo haga parte del logotipo y no parezcan elementos sueltos esto para darle unidad y fácil recordación, se entregan 3 opciones para que el artesano escoja las que mas de acomoden a su unidad productiva, además que pueda combinar ideas de una o varias opciones.



## ROCA ACCESORIOS



Roca  
Accesorios

*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se hace un desarrollo basado en las ideas de la artesana, se busca hacer unos trazos que parecieran aguada o pincelazo sobre unas letras manuscritas que representan las iniciales del taller, de esta forma se puede ver la sutileza del trabajo del beneficiario combinado con unos colores que tienen que ver con su oficio, se entregan 3 opciones con diferentes trazos, colores, letras para que escojan los que mas llamen la atención.

## ARTEAMERO



Arteamero  
Hecho a Mano

*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se hace un desarrollo basado en los elementos encontrados en la reunión con la artesana, se muestra un boceto lleno de colores referentes al trabajo del beneficiario, se entregan 3 opciones con elementos similares pero con diferentes letras y colores, para que escojan la que mas este de acuerdo con la filosofía del taller artesanal.

## MUJERES COLOMBIA



MC  
JOYAS DE ARTE  
Mujeres Colombia

*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se hacen 3 desarrollos mostrando todas las ideas de la artesana, se pueden ver formas de mujer espirales hondas armónicas y orgánicas, combinadas con colores

llamativos y que denotan elegancia, se muestran diferentes manejos tipográficos y de diagramación para que la beneficiaria escoja los que mas se ajusten a su unidad productiva o taller artesanal.

---

#### 2.2.10. CUCUNUBÁ

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de la asociación del municipio, nos reunimos con todos los artesanos para generar una identidad de Cucunubá, se agenda entrega de bocetos, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

1 unidad productiva asesorada con bocetos (3 mínimo) 1 aprobada vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño se unidad ya existente:

#### TEJEDURÍA CUCUNUBÁ



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se muestran tres elementos principales en los desarrollos para el logotipo, la flor de la carda, la textura del piso del municipio, y la lanzadera herramienta usada por los artesanos en el telar, esto acompañado de diferentes letras y usando colores y formas que hacen pensar en la arquitectura del municipio, todo desarrollado en un entorno moderno y fresco, se entregan 4 propuestas para que el grupo artesanal elija la que mas los identifique.

---

#### 2.1.11. CAJICÁ

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 5 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las ultimas ideas, se agenda entrega de bocetos, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

5 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 5 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño se unidad ya existente:

## RECREAR



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Usando varias ideas que surgieron de las reuniones con la artesana, logramos rescatar elemento del logotipo anterior como los colores y el tipo de letra que hace referencia a lo tejido de su producto, se incluyo un nuevo elemento; el sombrero campesino que es recurrente en sus muñecos, además se hace referencia a la material prima (yute) con el que trabaja, todo envuelto en una figura que denota el movimiento que puede mostrar con los materiales que utiliza y sugiere el cabellos de la campesina.

## MALU



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Después de hablar con el artesanos sobre sus ideas para el logotipo de su unidad productiva encontramos varios elementos que nos sugieren aspectos culturales de la cultura maya, se identifica una abstracción de lo que parece un petroglifo, acá la idea es combinar dos de estos; **el de la luna y el de la mano**, sin perder la gráfica representante de la cultura, luego se escogen colores que tengan que ver con las representaciones y por ultimo se hace la elección de letras que parecieran escritas a mano (caligráficas), se entregan tres opciones donde podemos encontrar diferentes disposiciones de letra y símbolo, diferentes manejos cromáticos y diferentes manejos tipográficos, todo para que el beneficiario encuentre el diseño que mas se acomode a sus ideas y estilo.

## TEABRIGO



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se desarrolla un logotipo basado en varias ideas reunidas con el artesano partiendo desde la creación del nombre de la unidad productiva que identifica el oficio del beneficiario, encontramos elementos que nos sugieren el tejido a dos agujas y el croché ubicando la lana y las agujas como objetos principales acompañados de tipografías que parecieran ser parte de la lana, se entregan tres opciones con diferentes ubicaciones de elementos y con diferentes manejos de letras y de color.

## NUDOS ARTEXTIL



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se hace una propuesta donde se perciben varios elementos principales, el marco del telar y los hilos cayendo hasta formar nudos que terminan en letras enunciando de cierta forma la técnica que usa la artesana para hacer sus obras, se hace elección de colores tierra y unas tipografías que nos hacen pensar en nudos y enredos, se entregan 3 propuestas con distintas ubicaciones de estos elementos con varias propuestas letras y de colores.

## ANUDADOS TAPITEX



Logotipo escogido para unidad productiva

Se hace un desarrollo donde se pueden identificar algunos elementos principales, el primero es una trama tejida que representa un tapete, dentro de este encontramos partes resaltadas en diferentes colores formando el segundo elemento (letras iniciales del taller) por ultimo se sugiere una abstracción de los anudados que conforman los tejidos de sus productos, todo acompañado de diferentes manejos tipográficos y cromáticos con el fin que el beneficiario elija el que mas se adapte a sus ideas y gustos.

#### 2.1.12. SUSAS

Se identifican dos artesanos muy interesados en el desarrollo de la marca, después de consultarlo con la unión temporal se decide que se puede trabajar con ellos queda pendiente la visita para levantar información.

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de 4 unidades productivas, se hace reunión con cada uno de ellos para hablar y bocetar las ultimas ideas, se agenda entrega de bocetos, se visita por tercera vez el municipio para hacer entrega de cd con archivos finales y acta firmada por ellos para que quede constancia del material entregado.

4 unidades productivas asesoradas con bocetos (3 mínimo) 4 aprobadas vía mail y entregadas con acta firmada, a continuación se muestra la descripción de los talleres asesorados y cual fue la idea para levantar su nuevo logo o su rediseño se unidad ya existente:

#### ARTESANÍAS CARLIN





Logotipo escogido para unidad productiva



Basándose en el boceto hecho por la artesana se propone una abstracción de la montaña conocida como “las tres tetas” localizada en sector del municipio, combinándola de manera sutil y sobria con las letras propuestas, complementándola con colores verdes que hacen referencia a la naturaleza, se entregan 3 propuestas con diferentes ubicaciones de elementos par que el artesano combine o elija los que mas le guste.

## ARTESANÍAS OLGUITA



Logotipo escogido para unidad productiva

Se hace un desarrollo basado en el boceto del artesano donde se destaca la oveja como elemento central con colores naturales que identifican al taller artesanal, además complementa el diseño algunas formas orgánicas las que hacen ver unas opciones llenas de movimiento y elegancia, se entregan 3 propuestas para que el beneficiario escoja elementos o haga cambios sobre estos.

## SUSANCESTROS



Logotipo escogido para unidad productiva

Basados en la simbología ancestral encontrada en algunas piedras se hacen abstracciones de las marcas o huellas, del el boceto del artesano se sacan muchas ideas que se ven plasmadas en las 3 opciones entregadas, haciendo juego de color forma y letras, de esta forma puede escoger la que mas lo identifique, opción 1: letras simulando petroglifos y líneas geométricas resaltando el nombre del municipio, opción 2: formas geométricas donde se destaca la inicial del taller, opción 3: formas geométricas donde se destaca nombre del municipio.

## SHEGACO



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Un desarrollo basado en el boceto presentado por la artesano donde se destaca el paisaje del municipio visto desde uno de los sitios turísticos (Piedra Colgada), acompañado de las siluetas de una oveja (materia prima del taller) se entregan 3 opciones con diferentes desarrollos gráficos de color tipográficos y de ubicación de elementos para que el beneficiario elija los que mas le gusten y si quiere combine elementos de una o varias opciones.

### 2.1.13. TOCAIMA

Después de la primera visita se identifica el interés del municipio para desarrollar un logo par el corredor artesanal, así varios de los artesanos se verán beneficiados, re toma ideas y bocetación par poder regresar a hacer entrega del logo final.

Entregado el logotipo final vía mail, pendiente a envió de acta firmada haciendo oficial la aprobación, a continuación explicamos la idea del logotipo ganador:

### PASAJE MONASTERIO



*Logotipo escogido para unidad productiva*

Se hace reunión con los artesanos que trabajan en el pasaje artesanal el monasterio con el fin de desarrollar una imagen gráfica, se levanta información y a partir de sus ideas se desarrolla el logotipo donde encontramos como eje central la capilla del monasterio, una letra "M"(iniciales de la marca) por otro lado una cinta que representa la riqueza hídrica del municipio y por ultimo las letras que dejan leer el nombre del pasaje y un slogan que habla de su oficio, se entregan 3 propuestas con diferentes aplicaciones en color tipografía y distribución de



elementos, esto para que los artesanos elijan la que mas se acomode a sus necesidades.

#### 2.1.14. SUESCA

Después de recibir algo de información en la primera actividad se hace la segunda visita para levantar la información definitiva, para hacer el logotipo definitivo de la asociación del municipio, nos reunimos con todos los artesanos para generar una identidad de Suesca, se agenda entrega de bocetos y queda pendiente la ultima reunión para entrega de archivo final.

Se hace una reunión virtual donde se genera un compromiso por parte de ellos donde quedan pendientes a enviar ideas y formato de bocetación puesto que tienen que reunirse varios para levantar la información de todo el grupo artesanal, nunca envían dicha ficha, se aplaza el trabajo con ellos y quedan como prioridad para la continuación del proyecto.

#### 2.1.15. CHIA

Basados en el primer acercamiento de los 26 municipios, se entrara a evaluar si el municipio seleccionado tendrá una segunda y tercera visita para hacer la asesoría puntual para esto de recopilo material de bocetación y queda a la espera para ver que unidades productivas califican para seguir el proceso (trabajo de la mano con artesanías de Colombia y diseñador industrial encargando del municipio). Asiste una persona a la asesoría (muy interesada en seguir con el proyecto), no hay interés del municipio se plante cambiar el municipio por otro que si muestra interés en el proyecto una opción es **Cajica** pues tienen un grupo grande con ganas de seguir con el proceso y unidades productivas que ya tienen adelantado algo de su imagen corporativa.

### 3. Resultados.

Con la asesoría se quiere mostrar a cada unidad productiva y beneficiario la importancia de una imagen bien realizada, que sepan que no es un simple logotipo; un logotipo bien realizado no es simplemente un dibujo con letras. Es necesario mantener una coherencia visual en todas las comunicaciones que una empresa realiza; folletos, papelería, páginas web, etc. La imagen corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente al público y forma parte de su identidad; de esta identidad dependerá la imagen que se formará de la organización.

A pesar de encontrar dificultades en algunos municipios, se planteara hacer remplazo de beneficiarios con municipios interesados en seguir con el proyecto.

Se entregan 3 bocetos finales a color ya desarrollados en computador con el fin de que el artesano haga elección del que mayor identificación muestre con su taller.





Se agendan visitas en cada municipio para hacer entregas de actas y firmarlas con aprobación, dejando un cd con los archivos definitivos de cada unidad productiva archivos en formatos originales y versiones en alta definición con letras e imágenes usadas en sus logotipos.

#### 4. Conclusiones.

Se asesoraron directamente a 62 unidades productivas, seleccionadas por el grupo de trabajo y teniendo en cuenta la asistencia e interés en el proyecto, también se busca beneficiar a los artesanos que mayor posibilidades tengan de promocionar su producto, para esto es necesaria una buena calidad y un excelente manejo de su oficio también que la unidad productiva beneficiada o la asociación seleccionada cumplan con ser productos artesanales y no manualidad, se entregan 61 bocetos finales, aprobados 59 vía mail, firmadas 58 actas de entrega, 2 unidades productivas se retiran del proyecto por falta de interés, 1 (Sueca) nunca entrega bocetación queda aplazado el trabajo con ellos y son tomados como prioridad para la continuidad del proyecto.

#### 5. Limitaciones y Dificultades.

Aunque en algunos municipios se identifica poca asistencia e interés la idea es cambiar beneficiarios para que sean asesorados puntualmente y sigan con el proyecto.

**Chía**, cancelada actividad por falta de quórum, se reemplazara por **Cajica**.

Se entregan los bocetos finales que estaban en el entregable pero varios de los artesanos no se han manifestado con los cambios y aprobación.

A pesar de ir entregando a tiempo los bocetos la mayoría de artesanos se demora en contestar la aprobación y cambios.

Tocaima, no entrega acta final con aprobación a pesar que el logotipo fue aprobado vía mail, es difícil contactar al encargado para hacer entrega oficial.

Suesca, nunca envía bocetación, queda aplazada su participación para la próxima fase del proyecto aprovechando que los cupos ya estaban cubiertos.

En Girardot, 2 unidades productivas se retiran del proyecto por falta de interés, a pesar de haber trabajado en sus bocetos y logos nunca se recibe retroalimentación del trabajo, los logotipos se adjuntan par que queden como evidencia del trabajo cumplido.

## 6. Recomendaciones y sugerencias.

Se recomienda evaluar que unidades productivas merecen seguir en el proyecto y así hacer asesorías puntuales, como se plantea puede que no funcione pues varios de los municipios a donde toca regresar no tienen la cantidad de artesanos para llenar el cupo, se sigue llenando el cupo con otros municipios que si están interesados y que además tienen productos excelentes para hacer de ellos una buena imagen.

Hay que ver la forma de seleccionar los 58 beneficiados para la fase de creación de marcas este trabajo y selección debería hacerse de la mano con Artesanías de Colombia, diseñador industrial del municipio y el diseñador gráfico, así se encontraría los artesanos que realmente deben seguir con el proceso, por otra parte no se debería sesgar a 10 municipios sino a los que realmente lo necesiten, se tendría que ver con la UNION TEMPORAL como cambiar los municipios a visitar pues posiblemente serían más de los 10 y se vería afectado el gasto en gastos en viáticos.

Como la mayoría de los beneficiados no han contestado sobre los bocetos es necesario el apoyo de los compañeros Diseñadores industriales para que les recuerden y si es posible les lleven a sus visitas los archivos para revisión y aprobación.

Por último se hace elección de 14 municipios finales para hacer asesoría directa se visitan 12 y se hacen entregas de actas finales con cd de archivos originales.

Viendo el interés de la mayoría de municipios y artesanos se propone seguir con el programa brindando una mayor cobertura en cada municipio y entregando mayores beneficios en la parte gráfica, ya sea papelería, manual de marca, material publicitario, asesoría para empaque y etiqueta (sugerencias hechas por varios artesanos).