Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

5. Plan de inversión entregado

- **KIT DE EMPAQUES DE ALTA CALIDAD**

TAMAÑO S	PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	ANCHO	LARGO	FUELLE	CANTIDAD SOLICITADA
1	MIX FRUTAS DESHIDRATADAS	Descripción del producto: Bolsa doy pack ffa 9 Con zipper Tipo de impresión: Digital Impresión: Digital (CMYK) Estructura: Metalizado con acabado mate (C32NNO+P30LAO	19 cm	25 cm	9 cm	500
2	MIX FRUTAS DESHIDRATADAS		16 cm	24 cm	9 cm	750
3	MIX FRUTAS DESHIDRATADAS		12 cm	17	SIN FUELLE	1000
EMPAQUE PLASTICO CON VENTANILLA PERSONALIZADA CON ZIPPER						
4	GRANOLA FRUTAS DESHIDRATADAS + CACAO	Bolsas transparentes con acabado mate	16 cm	24 cm	8 cm	500

- **DESARROLLO DE PAGINA WEB**

Alcance del Proyecto
Página Web Tipo Landing Page / Módulo de compras + Diseño empaque
WEB:
- Diseño visual alineado con la identidad de la marca FRUTANNA.
- Diseño responsivo compatible con desktop, tablet y móvil (web).

Soporte y Garantía
- Soporte técnico por 30 días posteriores a la entrega
- Corrección de errores técnicos incluidos
- No incluye cambios estructurales posteriores

No Incluye
- Fotografía profesional
- Mantenimiento mensual (se puede convenir)
- Costos de pasarela de pago
- Publicidad digital

6. Declaración de Recibo a Satisfacción

La señora **EUGENIA PAREDES SARRIA**, en calidad de representante legal de FRUTANNA SAS, manifiesta que ha recibido a cabalidad y a satisfacción los bienes y servicios correspondientes al incentivo otorgado, declarando paz y salvo por este concepto. Igualmente se compromete a destinarlos exclusivamente al fortalecimiento empresarial del emprendimiento, conforme al Plan de Inversión aprobado y a los lineamientos del Programa Popayán INN.

7. Soportes

Hacen parte integral de la presente acta las facturas y documentos soporte que evidencian la entrega de los bienes y servicios correspondientes al capital semilla.

8. Firmas

Para constancia se firma la presente acta en la fecha y lugar anteriormente indicados.

Firma: _____

Emprendedora / Representante Legal
Nombre: EUGENIA PAREDES SARRIA
C.C.: 25.277.691

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

ACTA DE ENTREGA DE INCENTIVO Y RECIBO A SATISFACCIÓN

Acta No. 03
Lugar: Popayán, Cauca
Fecha: 30 Diciembre de 2025

1. Marco del Convenio

La presente acta se suscribe en el marco del CONVENIO DE ASOCIACIÓN No. 20251800039337, mediante el cual las partes aunaron esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para el desarrollo del programa de fortalecimiento del tejido emprendedor y empresarial, en el marco del proyecto denominado: "FORTALECER ACCIONES PARA FOMENTAR EL DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA CIUDAD DE POPAYÁN". Así mismo, se deja constancia de que existe disponibilidad de recursos económicos que respaldan la ejecución del mencionado convenio.

2. Información del Emprendimiento

Nombre de la empresa: **MAMÁ LOMBRIZ S.A.S**
Representante legal: **CAROLINA CEDEÑO GOMEZ**
Documento de identidad: **C.C. No. 1061692355**

3, Objeto del Acta

Mediante la presente acta se deja constancia de la entrega y recibo a satisfacción del incentivo correspondiente al capital semilla otorgado en el marco del Programa Popayán INN, como estrategia para el fortalecimiento empresarial y el desarrollo de capacidades productivas y comerciales de los emprendimientos participantes.

4. Valor del Incentivo

El incentivo otorgado corresponde a capital semilla por un valor total de QUINCE MILLONES DE PESOS M/CTE ($15.000.000). Dicho incentivo fue entregado en especie, de conformidad con el Plan de Inversiones aprobado dentro del programa, y su ejecución se encuentra respaldada mediante las facturas y soportes correspondientes que evidencian la entrega efectiva de los bienes y servicios destinados al fortalecimiento de la empresa **MAMÁ LOMBRIZ S.A.S**

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

5. Plan de inversión entregado

#	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	U. M.	CANTIDAD
1	01	PROCESADOR DE ALIMENTOS 750W	C62	1.00
2	02	BANDEJA ACERO ALUMINIZADO 60X40X3 CM	C62	7.00
3	03	HORNO ELÉCTRICO DOBLE 3600W	C62	1.00
4	04	MESA DE TRABAJO ADOSADA (MURAL) 1.00x0.60Mts	C62	1.00
5	05	ESPATULA CHEF MANIJA PLASTICA 20 CM	C62	1.00
6	06	ESPATULA RASPADORA PLASTICA 35 CM	C62	1.00

Declaración de Recibo a Satisfacción

La señora **CAROLINA CEDEÑO GOMEZ**, en calidad de representante legal de **MAMÁ LOMBRIZ S.A.S,** manifiesta que ha recibido a cabalidad y a satisfacción los bienes y servicios correspondientes al incentivo otorgado, declarando paz y salvo por este concepto. Igualmente se compromete a destinarlos exclusivamente al fortalecimiento empresarial del emprendimiento, conforme al Plan de Inversión aprobado y a los lineamientos del Programa Popayán INN.

6. Soportes

Hacen parte integral de la presente acta las facturas y documentos soporte que evidencian la entrega de los bienes y servicios correspondientes al capital semilla.

7. Firmas

Para constancia se firma la presente acta en la fecha y lugar anteriormente indicados.

Firma:

Emprendedora / Representante Legal
Nombre: CAROLINA CEDEÑO GOMEZ
C.C.1061692355

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

BECA UNIVERSITARIA

El proceso de entrega de la beca universitaria inició con la verificación del cumplimiento de los requisitos establecidos en la convocatoria y la posterior emisión de la Resolución de Otorgamiento, acto administrativo que formaliza la asignación del beneficio. Una vez expedida y notificada la resolución, se dejó constancia oficial del emprendimiento ganador [Nombre del emprendimiento ganador] y del beneficiario [Nombre del beneficiario], quien fue seleccionado por su mérito, compromiso y proyección académica. Este procedimiento garantizó transparencia, legalidad y trazabilidad institucional en la asignación del incentivo educativo.

Posteriormente, tras la firma del acta de aceptación y compromiso por parte del beneficiario, se activó la ruta académica correspondiente. El estudiante se dirigió a realizar su proceso de matrícula en el programa de [Carrera elegida] en la Uniautónoma del Cauca, cumpliendo con los lineamientos administrativos y académicos establecidos por la institución. Este paso consolidó formalmente el acceso al beneficio y aseguró su vinculación como estudiante regular.

Finalmente, la beca fue otorgada para iniciar el primer semestre académico del año 2026-1, marcando el comienzo de una nueva etapa de formación profesional para [Nombre del beneficiario]. La entrega de este incentivo no solo representa un apoyo financiero, sino una apuesta institucional por el fortalecimiento del talento, el crecimiento personal y la proyección empresarial vinculada al emprendimiento [Nombre del emprendimiento ganador], contribuyendo así al desarrollo educativo y territorial.

Nombre completo: DANIEL EDUARDO CANTILLO CERÓN
Documento de identidad: 1.061.814.287
Programa académico: Finanzas y Negocios internacionales
Semestre de inicio: 2026-1

Además de la beca otorgada al emprendimiento ganador, durante el proceso institucional también se evaluó la posibilidad de ampliar el alcance del beneficio, identificando perfiles académicos con alto potencial y compromiso. En este contexto, se consideró pertinente proyectar el otorgamiento de una segunda beca a **Camila Carvajal**, identificada con documento de identidad No. 1058549639, residente en Popayán, estudiante del Colegio INEM del municipio y actualmente cursando su último año de bachillerato.

Esta decisión responde al interés de fortalecer las oportunidades de acceso a la educación superior para jóvenes del territorio que demuestran liderazgo, proyección y vocación de crecimiento. La iniciativa busca no solo facilitar el ingreso a la formación profesional, sino también sembrar bases sólidas para el desarrollo de

capacidades emprendedoras desde etapas tempranas, entendiendo que la educación es un motor clave para la transformación social y económica local.

Apoyar a jóvenes desde la academia permite consolidar un ecosistema donde el conocimiento, la innovación y el emprendimiento se articulan de manera estratégica. De esta manera, se reafirma el compromiso institucional de seguir incentivando el emprendimiento en el municipio de Popayán, promoviendo que nuevas generaciones encuentren en la educación superior una plataforma para construir proyectos de vida sostenibles y con impacto territorial.





INFORME FINAL

DISEÑO DE MARCAS PARA EL PROYECTO POPAYÁN INN

1. DATOS GENERALES DEL RESPONSABLE DEL PROCESO

Nombre completo: Johan Sebastián Domínguez Moreno
Documento de identidad: Cédula de Ciudadanía No. 1061749350
Lugar de expedición: Popayán
Profesión: Diseñador Gráfico
Rol dentro del proyecto: Responsable del proceso de diseño gráfico y comunicación visual

1.1 Rol y responsabilidad dentro del proyecto

El diseñador gráfico Johan Sebastián Domínguez Moreno asumió la responsabilidad de planificar, coordinar y ejecutar el componente de diseño gráfico y comunicación visual dentro del proyecto POPAYÁN INN, iniciativa desarrollada en articulación entre la Alcaldía de Popayán y Uniautónoma del Cauca.

Su participación se orientó al fortalecimiento visual y comunicativo de los emprendimientos beneficiarios, mediante la implementación de procesos estructurados de diagnóstico, conceptualización, desarrollo creativo y entrega de productos gráficos y audiovisuales. Este proceso se llevó a cabo considerando las necesidades particulares de cada emprendimiento, su contexto comercial y las proyecciones de posicionamiento de marca dentro del mercado local.

Dentro de sus responsabilidades principales se incluyeron:

- Analizar el estado inicial de las marcas y herramientas de comunicación de los emprendimientos participantes.
- Formular lineamientos conceptuales y estratégicos para el desarrollo o mejora de las identidades visuales.
- Diseñar y desarrollar propuestas gráficas que respondieran a criterios de funcionalidad, coherencia visual y pertinencia con el sector económico de cada emprendimiento.
- Realizar adaptaciones técnicas de logotipos existentes cuando los beneficiarios decidieron conservar su identidad visual.
- Desarrollar productos audiovisuales orientados a fortalecer la promoción comercial de los emprendimientos.
- Organizar y entregar los archivos finales en formatos adecuados para su implementación en diferentes medios de comunicación y promoción.

Este rol implicó también un proceso constante de articulación institucional y acompañamiento a los emprendedores, garantizando que los resultados obtenidos respondieron tanto a los objetivos del proyecto como a las necesidades reales de los beneficiarios.

2. INTRODUCCIÓN

El proyecto POPAYÁN INN es una iniciativa impulsada por la Alcaldía de Popayán, en articulación con Uniautónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento del ecosistema emprendedor y empresarial de la ciudad mediante estímulos académicos y económicos dirigidos a emprendedores y pequeñas unidades productivas.

Este programa fue concebido como una estrategia de apoyo al desarrollo económico local, promoviendo espacios de formación, acompañamiento técnico y fortalecimiento de capacidades empresariales, con el propósito de mejorar la competitividad, sostenibilidad y proyección comercial de los negocios participantes.

Dentro de este marco, el diseño gráfico y la comunicación visual se reconocieron como herramientas fundamentales para el desarrollo empresarial, ya que una identidad de marca clara, coherente y profesional permite a los emprendimientos:

- Diferenciarse en el mercado.
- Comunicar con mayor claridad su propuesta de valor.
- Fortalecer la confianza y percepción del público objetivo.
- Mejorar sus estrategias de promoción y posicionamiento.

En el contexto actual, donde los entornos comerciales están cada vez más influenciados por la comunicación visual y los medios digitales, el diseño se convierte en un factor estratégico para el crecimiento de los emprendimientos. Una identidad visual bien estructurada no solo cumple una función estética, sino que actúa como un instrumento de comunicación que refleja la esencia, valores y propósito de la marca.

En respuesta a estas necesidades, el proyecto incorporó un componente especializado de diseño gráfico y comunicación visual, orientado a mejorar o desarrollar las identidades de marca de los emprendimientos beneficiarios y proporcionarles herramientas gráficas y audiovisuales que facilitaran su proyección comercial.

El presente informe tiene como finalidad documentar los procesos realizados con diez (10) emprendimientos participantes, describiendo la metodología aplicada, los criterios de intervención utilizados y los entregables desarrollados durante la ejecución del proyecto POPAYÁN INN.

Asimismo, este documento constituye un registro técnico del trabajo realizado, evidenciando el aporte del diseño gráfico como herramienta de apoyo al fortalecimiento empresarial y al desarrollo del ecosistema emprendedor de la ciudad de Popayán.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1 Objetivo general

Desarrollar y documentar los procesos de diseño gráfico y comunicación visual realizados con diez (10) emprendimientos beneficiarios del proyecto POPAYÁN INN, con el fin de fortalecer su identidad de marca y sus herramientas de promoción, en el marco de la articulación institucional entre la Alcaldía de Popayán y Uniautónoma del Cauca.

Este objetivo se orientó a consolidar estrategias visuales que permitieran mejorar la forma en que los emprendimientos comunican su propuesta de valor, fortaleciendo así su capacidad de posicionamiento en el mercado y su interacción con los diferentes públicos.

3.2 Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico del estado inicial de marca y comunicación visual de los emprendimientos participantes: este proceso permitió identificar el nivel de desarrollo de cada marca, sus fortalezas visuales, oportunidades de mejora y necesidades comunicativas, lo cual facilitó la toma de decisiones sobre el tipo de intervención requerida en cada caso.

Diseñar o mejorar la identidad visual de los emprendimientos que lo requerían, de acuerdo con sus necesidades y decisiones estratégicas: este objetivo buscó generar propuestas gráficas que representaran de manera coherente la esencia de cada emprendimiento, contribuyendo a una comunicación más clara y profesional de sus productos o servicios.

Realizar adaptaciones técnicas de logotipo para el emprendimiento que decidió conservar su identidad de marca: en este caso, el proceso se orientó a optimizar aspectos técnicos del logotipo existente, garantizando su correcta aplicación en distintos formatos y contextos de uso.

Desarrollar un video promocional para el emprendimiento que ya contaba con una identidad visual consolidada: la producción audiovisual tuvo como finalidad fortalecer las estrategias de promoción y visibilidad del emprendimiento, aprovechando el potencial del formato audiovisual para comunicar su propuesta comercial.

Entregar piezas gráficas y audiovisuales funcionales que apoyen la comunicación y proyección comercial de los emprendimientos beneficiarios: los productos desarrollados fueron concebidos como herramientas prácticas que los

emprendedores puedan utilizar en sus procesos de promoción, difusión y posicionamiento.

Documentar de manera clara y estructurada cada uno de los procesos desarrollados durante el proyecto: la sistematización de los procesos permite evidenciar la metodología aplicada, los resultados obtenidos y el impacto del diseño gráfico como herramienta de fortalecimiento empresarial.

4. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

El componente de diseño gráfico y comunicación visual del proyecto POPAYÁN INN se desarrolló mediante una metodología flexible, aplicada y centrada en el usuario, adaptada a las características particulares de cada emprendimiento beneficiario.

Dado que los emprendimientos participantes presentaban diferentes niveles de desarrollo empresarial y de madurez de marca, el proceso metodológico fue diseñado para responder a dichas condiciones, permitiendo intervenciones diferenciadas según las necesidades identificadas en cada caso.

El proceso metodológico se estructuró en cuatro fases principales, que permitieron organizar el trabajo de manera progresiva, desde el diagnóstico inicial hasta la entrega final de los productos desarrollados.

4.1 Diagnóstico inicial

En esta fase se realizó un acercamiento individual con cada emprendimiento, con el objetivo de comprender su contexto, características y necesidades comunicativas.

Durante este proceso se analizaron aspectos como:

- Estado actual de la identidad visual.
- Existencia o ausencia de logotipo e imagen de marca.
- Tipo de productos o servicios ofrecidos.
- Público objetivo al que se dirige el emprendimiento.
- Canales de comunicación utilizados.
- Expectativas del emprendedor respecto al proceso de diseño.

Este diagnóstico permitió establecer una **línea base** que facilitó la definición de estrategias de intervención acordes con la realidad de cada emprendimiento.

4.2 Definición estratégica

A partir de la información recopilada durante el diagnóstico, se procedió a la **definición de los lineamientos conceptuales y visuales** que orientarían el desarrollo del proceso de diseño en cada caso.

En esta etapa se determinaron aspectos como:

- Alcance del proceso (diseño de marca, rediseño, adaptación gráfica o producción audiovisual).
- Concepto creativo asociado a la identidad del emprendimiento.
- Elementos visuales que representarían la propuesta de valor de la marca.
- Orientación estética y comunicativa de las piezas a desarrollar.

Esta fase fue clave para garantizar que las propuestas gráficas no fueran únicamente soluciones estéticas, sino herramientas estratégicas alineadas con la identidad y objetivos de cada emprendimiento.

4.3 Desarrollo creativo

En esta etapa se ejecutaron los procesos de diseño gráfico, adaptación de logotipos o producción audiovisual, aplicando criterios técnicos y creativos que respondieron a las características del sector económico y a las expectativas de cada emprendimiento.

El desarrollo creativo incluyó actividades como:

- Creación de propuestas visuales de logotipo e identidad gráfica.
- Ajustes y refinamiento de elementos visuales.
- Selección tipográfica y cromática.
- Desarrollo de aplicaciones de marca.
- Producción y edición de material audiovisual.

Durante este proceso se priorizó la construcción de identidades visuales claras, funcionales y fácilmente aplicables en diferentes medios, tanto digitales como impresos.

4.4 Entrega y socialización

La fase final consistió en la presentación y socialización de los resultados con cada uno de los emprendimientos beneficiados.

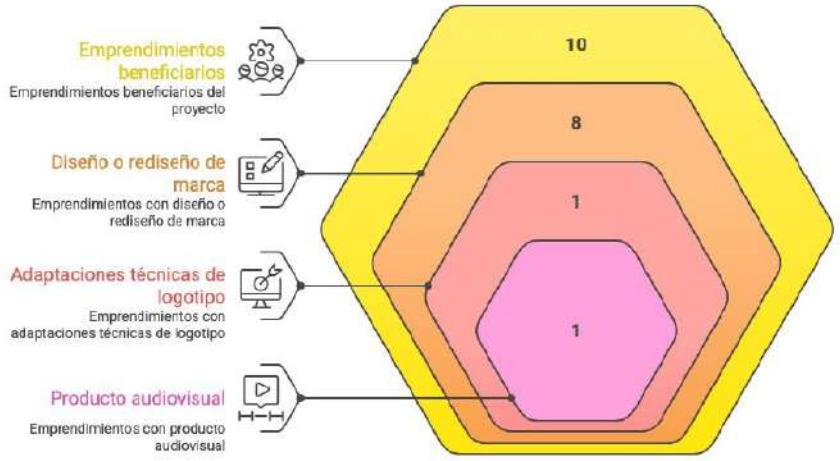
En este proceso se explicaron los elementos que conforman la identidad visual desarrollada, así como las recomendaciones para su correcta implementación en diferentes contextos de comunicación.

Cada emprendimiento cuenta con un enlace digital donde se encuentran los entregables correspondientes al proceso realizado. Estos repositorios incluyen los archivos editables, manuales de marca en formato PDF, adaptaciones de logotipo y/o material audiovisual, dependiendo del alcance definido en cada caso.

La documentación de cada proceso permite evidenciar:

- El estado inicial de la marca.
- Las decisiones estratégicas tomadas durante el desarrollo del proyecto.
- Los resultados obtenidos en términos de identidad visual o herramientas de comunicación.
- Los productos finales son entregados a los beneficiarios.

A continuación, se detalla el proceso individual de cada emprendimiento.



5.1 PROCESO DE ADAPTACIÓN DE IDENTIDAD
ESCUELA DE BALLET Y ARTES DANZARIAS ALICIA ALONSO

5.1.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: Escuela de Ballet y Artes Danzarias Alicia Alonso
Sector económico: Educación artística
Ubicación: Ciudad Jardín, Popayán
Tipo de proceso: Adaptación y optimización de identidad de marca

La Escuela de Ballet y Artes Danzarias Alicia Alonso es un emprendimiento dedicado a la formación artística en danza clásica y otras disciplinas dancísticas. Su

actividad principal se centra en la enseñanza del ballet, promoviendo el desarrollo cultural, la expresión corporal y la formación artística integral en niños, jóvenes y adultos.

Ubicada en el sector de Ciudad Jardín en la ciudad de Popayán, la institución ha consolidado un espacio formativo que fomenta la disciplina, la sensibilidad artística y el desarrollo del talento en danza. A través de sus procesos formativos, la escuela contribuye al fortalecimiento de la cultura y las artes escénicas en la región.

Como parte de su crecimiento institucional, el emprendimiento identificó la necesidad de optimizar su identidad visual, con el propósito de mejorar su aplicación en distintos medios de comunicación, fortalecer su presencia gráfica y garantizar mayor coherencia visual en sus piezas promocionales y digitales.

5.1.2 Diagnóstico inicial

Durante la fase inicial del proceso se realizó un análisis de la identidad visual existente del emprendimiento, evaluando aspectos relacionados con el símbolo marcario, la tipografía, la legibilidad y la funcionalidad del logotipo en diferentes formatos.

La marca original contaba con un símbolo representativo compuesto por dos figuras de bailarines en movimiento, lo cual comunica de forma directa la actividad artística de la escuela y su enfoque en la danza clásica.

Sin embargo, se identificaron algunos aspectos susceptibles de mejora:

- Trazos irregulares en el símbolo marcario.
- Falta de equilibrio en algunas proporciones del diseño.
- Limitaciones en la reproducción del logotipo en tamaños pequeños.
- Tipografías que podían optimizarse para lograr mayor elegancia y coherencia con el sector artístico.

A pesar de estas observaciones, se determinó que la identidad existente tenía un valor simbólico importante para el emprendimiento, por lo que se decidió mantener su esencia visual y realizar un proceso de adaptación y optimización gráfica.

Imagen de referencia – Identidad visual original



Esta imagen corresponde a la versión original de la marca utilizada por la escuela antes del proceso de optimización.

5.1.3 Objetivo del proceso

El objetivo principal del proceso fue optimizar la identidad visual existente de la Escuela de Ballet y Artes Danzarias Alicia Alonso, mediante la mejora técnica del símbolo marcario y la actualización tipográfica, respetando la esencia y reconocimiento previo de la marca.

De manera específica, el proceso buscó:

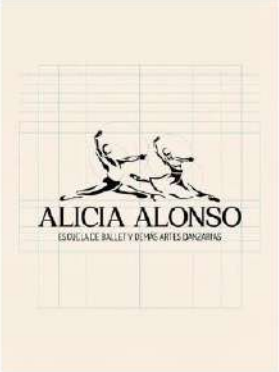
- Mejorar la calidad visual del símbolo marcario.
- Optimizar los trazos y proporciones del logotipo.
- Actualizar la tipografía para fortalecer el carácter institucional y artístico de la marca.
- Garantizar la correcta reproducción del logotipo en distintos formatos digitales e impresos.
- Generar archivos finales organizados y funcionales para su uso en comunicación institucional.

5.1.4 Proceso desarrollado

El proceso de adaptación de identidad se desarrolló mediante varias etapas orientadas a mejorar la calidad técnica y estética del logotipo existente.

Inicialmente se realizó una vectorización y reconstrucción del símbolo marcario, lo que permitió depurar los trazos y mejorar la claridad visual de las figuras de los bailarines. Este procedimiento facilitó lograr una representación más limpia, equilibrada y adecuada para su reproducción en diferentes tamaños.

Posteriormente se realizó la construcción del símbolo utilizando guías y retículas de diseño, con el objetivo de garantizar proporciones adecuadas, coherencia estructural y equilibrio visual entre los elementos gráficos.



El uso de retículas permitió establecer una estructura gráfica más precisa, asegurando la correcta alineación y proporción entre el símbolo y el logotipo.

En una siguiente fase se llevó a cabo la actualización tipográfica, seleccionando fuentes que transmitieran elegancia, equilibrio y carácter artístico. La tipografía principal utilizada fue GC Romans Flower, complementada con la tipografía Dosis, generando un contraste adecuado entre identidad institucional y legibilidad.

Posteriormente se definió una paleta cromática institucional, compuesta por tonos neutros y elegantes que refuerzan el carácter artístico y profesional del emprendimiento.

Imagen de referencia – Sistema de identidad visual



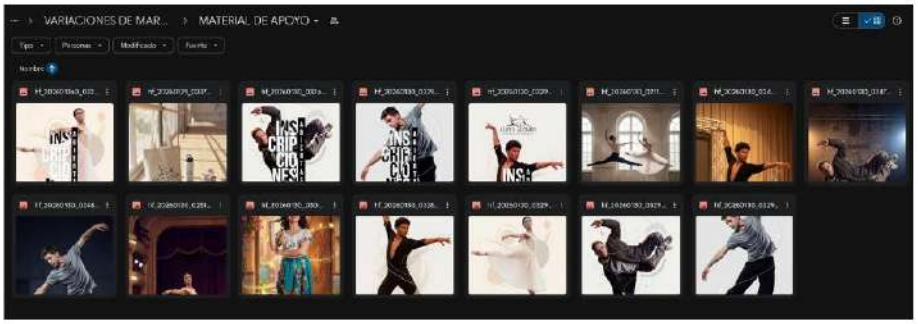
Este sistema incluye:

- Logotipo principal
- Variaciones de marca
- Símbolo marcario

- Paleta cromática
- Tipografías institucionales

Finalmente, se desarrollaron piezas de apoyo visual y aplicaciones de marca, orientadas a fortalecer la comunicación promocional del emprendimiento.

Imagen de referencia – Aplicaciones de marca



Estas piezas permiten visualizar cómo la identidad se aplica en material publicitario y contenido promocional para redes sociales o difusión institucional.

5.1.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso de adaptación, la Escuela de Ballet y Artes Danzarias Alicia Alonso logró fortalecer su identidad visual manteniendo su esencia original.

La nueva versión del logotipo presenta:

- Mayor limpieza y claridad visual.
- Mejor proporción entre los elementos gráficos.
- Tipografía más elegante y coherente con el sector artístico.
- Mayor versatilidad para aplicaciones digitales e impresas.

Además, se generaron variaciones de marca que permiten utilizar el logotipo en distintos fondos y contextos visuales.

Imagen de referencia – Variaciones de marca

Posteriormente, se realizó la entrega de los productos finales, organizados en archivos digitales que facilitan su uso en actividades de promoción, difusión y posicionamiento comercial.

4.1 ALCANCE Y ENTREGABLES DEL PROYECTO

De acuerdo con la metodología aplicada, los procesos y entregables del proyecto **POPAYÁN INN** se distribuyeron de la siguiente manera:

Ocho (8) emprendimientos desarrollaron procesos de diseño o rediseño de marca, que incluyeron:

- **Identidad visual desarrollada o fortalecida**, compuesta por logotipo, elementos gráficos y lineamientos visuales coherentes con la propuesta de valor del emprendimiento.
- **Manual de marca en formato PDF**, documento que describe el uso adecuado de los elementos visuales, garantizando la coherencia de la marca en futuras aplicaciones.
- **Archivos gráficos exportados en alta resolución**, listos para ser utilizados en diferentes medios de comunicación y promoción.

Un (1) emprendimiento solicitó únicamente adaptaciones técnicas de su logotipo, que incluyeron:

- Ajustes menores de forma y proporción.
- Optimización técnica del logotipo.
- Exportación del logotipo en alta resolución.
- Entrega de archivos finales listos para uso comercial.

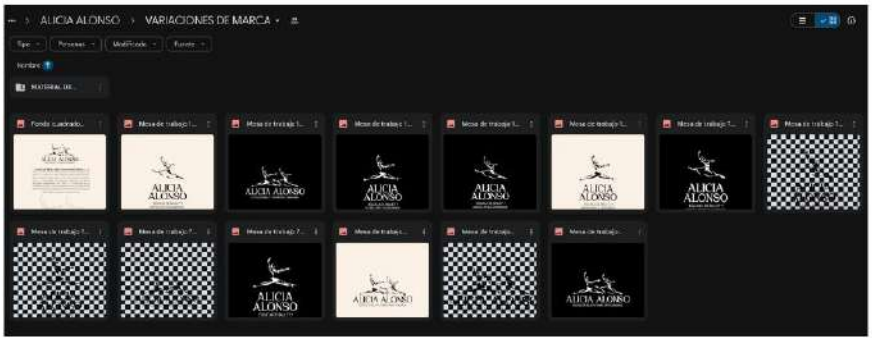
Un (1) emprendimiento recibió un proceso de producción de video promocional, sin desarrollo de identidad gráfica ni manual de marca.

Este producto audiovisual fue concebido como una herramienta de comunicación que permite presentar el emprendimiento, sus productos o servicios y su propuesta de valor de una manera dinámica y atractiva para el público.

Este enfoque de intervención permitió responder de manera precisa a las necesidades reales de cada emprendimiento, evitando soluciones estandarizadas y garantizando coherencia entre los procesos realizados y los entregables finales.

5. DESARROLLO DE LOS PROCESOS POR EMPRENDIMIENTO

En este apartado se presentan los procesos desarrollados con cada uno de los diez (10) emprendimientos beneficiarios del proyecto POPAYÁN INN.



Estas versiones garantizan la correcta aplicación del logotipo en diferentes soportes de comunicación.

Adicionalmente, el proceso incluyó una presentación del diseño al emprendimiento mediante una reunión virtual, en la cual se explicó el funcionamiento del sistema de identidad y el uso adecuado de los archivos entregados.

Imagen de referencia – Presentación del proyecto



5.1.6 Entregables

Como resultado del proceso de adaptación de identidad visual se entregaron los siguientes recursos gráficos:

- Símbolo marcario optimizado
- Logotipo con tipografías actualizadas
- Variaciones de marca para diferentes fondos

- Paleta cromática institucional
- Tipografías institucionales
- Manual básico de identidad visual
- Archivos vectoriales del logotipo
- Archivos exportados en alta resolución para uso digital e impreso
- Piezas de apoyo gráfico para comunicación promocional

Estos elementos permiten que el emprendimiento cuente con una identidad visual organizada, coherente y funcional para su implementación en diferentes medios de comunicación.

5.1.7 Enlace de entrega de material

Los archivos finales correspondientes al proceso de adaptación de identidad visual fueron organizados y entregados al emprendimiento a través de un repositorio digital que contiene los recursos gráficos necesarios para su correcta utilización.

Enlace de acceso al material entregado:

https://drive.google.com/drive/folders/122ZKxFvkw-NuorSQMv4v-iI9b3rF8wWN?usp=drive_link

En esta carpeta se encuentran los archivos editables, variaciones de marca, piezas de apoyo gráfico y el manual básico de identidad visual.

5.2 PROCESO DE ADAPTACIÓN DE IDENTIDAD Y DESARROLLO DE PIEZAS GRÁFICAS

BATTLE ARENA HOBBY CENTER

5.2.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: Battle Arena Hobby Center
Sector económico: Entretenimiento / Gaming / Cultura geek
Ubicación: Barrio Valencia, Popayán – Cra 10A # 6-67
Tipo de proceso: Adaptación de identidad visual y desarrollo de plantillas gráficas

Battle Arena Hobby Center es un emprendimiento dedicado al entretenimiento, el gaming y la cultura geek, orientado a ofrecer espacios de encuentro para jugadores y aficionados a videojuegos, juegos de mesa, competencias y actividades relacionadas con el universo gamer.

Ubicado en el barrio Valencia de la ciudad de Popayán, el emprendimiento busca consolidarse como un punto de referencia para la comunidad gamer local, promoviendo espacios de interacción social, competencia y diversión.

En este contexto, la marca ya contaba con un símbolo marcario representativo compuesto por un dragón, elemento que comunica fuerza, estrategia y fantasía, valores asociados al universo gamer y a los videojuegos de temática medieval o fantástica.

Sin embargo, el emprendimiento identificó la necesidad de fortalecer su identidad visual y mejorar su comunicación gráfica, especialmente en sus plataformas digitales y piezas promocionales.

5.2.2 Diagnóstico inicial

Durante la fase inicial del proceso se realizó un análisis de la identidad visual existente del emprendimiento, evaluando aspectos relacionados con el símbolo marcario, tipografía, composición del logotipo y coherencia visual en las piezas gráficas utilizadas por la marca.

El análisis permitió identificar que Battle Arena Hobby Center ya contaba con un símbolo marcario reconocible, representado por un dragón con alas extendidas y un elemento de fuego central, el cual transmitía adecuadamente la temática gamer y competitiva del emprendimiento.

No obstante, se evidenciaron algunas oportunidades de mejora:

- Falta de coherencia tipográfica en la marca.
- Necesidad de mejorar la composición del logotipo para mayor legibilidad.
- Ausencia de un sistema gráfico estructurado para redes sociales.
- Falta de plantillas visuales que mantuvieran una identidad consistente.

A partir de este diagnóstico se decidió conservar el símbolo marcario original, pero realizar ajustes que permitieran fortalecer la identidad visual y generar un sistema gráfico más coherente con la estética gamer.

Imagen de referencia – Identidad visual original



Esta imagen muestra la versión inicial de la marca utilizada por el emprendimiento antes del proceso de adaptación.

5.2.3 Objetivo del proceso

El objetivo del proceso fue fortalecer la identidad visual de Battle Arena Hobby Center mediante la conservación de su símbolo marcario (dragón), la propuesta de una tipografía acorde a su personalidad y la creación de plantillas gráficas inspiradas en la estética medieval y de videojuegos gamer.

De manera específica, el proceso buscó:

- Mantener el reconocimiento del símbolo marcario existente.
- Mejorar la legibilidad y composición del logotipo.
- Seleccionar tipografías que reforzarán el carácter competitivo y gamer de la marca.
- Desarrollar plantillas gráficas para redes sociales y material promocional.
- Generar archivos organizados y funcionales para uso digital.

5.2.4 Proceso desarrollado

El proceso comenzó con un análisis conceptual del universo visual de la marca, teniendo en cuenta su público objetivo y los valores asociados al mundo gamer, tales como competencia, estrategia, comunidad y diversión.

A partir de este análisis se decidió mantener el símbolo del dragón como elemento central de la identidad, debido a su alto reconocimiento entre la comunidad del emprendimiento.

Posteriormente se realizó la propuesta y selección de tipografías que transmitieran fuerza, dinamismo y carácter competitivo. Para ello se utilizaron tipografías con rasgos robustos y geométricos que evocan el estilo visual de videojuegos y competencias.

Imagen de referencia – Sistema de identidad visual





En esta etapa también se definió una paleta cromática institucional, compuesta por tonos negros y naranjas que transmiten energía, intensidad y competitividad, características comunes en el universo gamer.

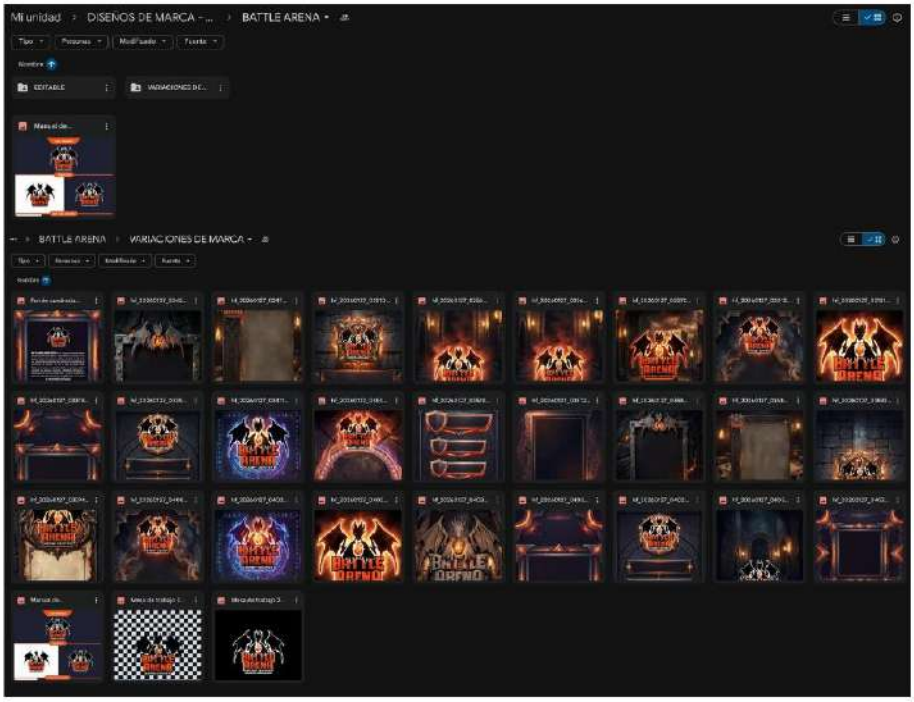
Posteriormente se realizaron ajustes en la composición del logotipo, optimizando la relación entre el símbolo del dragón y el texto de la marca, con el fin de mejorar su legibilidad y su aplicación en diferentes formatos.

Imagen de referencia – Logotipo adaptado



Finalmente, se desarrollaron plantillas gráficas para comunicación digital, inspiradas en estéticas medievales, de fantasía y videojuegos, utilizando elementos visuales como fuego, metal, iluminación y marcos decorativos que refuerzan la temática de combate y arena competitiva.

Imagen de referencia – Piezas gráficas desarrolladas



Estas piezas están diseñadas principalmente para su uso en redes sociales, promoción de eventos, torneos y actividades del emprendimiento.

5.2.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso de adaptación, Battle Arena Hobby Center logró fortalecer su identidad visual sin perder el reconocimiento de su símbolo original.

El nuevo sistema gráfico presenta:

- Mayor coherencia visual entre símbolo, tipografía y colores.
- Mejor legibilidad del logotipo.
- Identidad alineada con la estética gamer y medieval.
- Mayor versatilidad para aplicaciones digitales.

Además, las plantillas desarrolladas permiten mantener una **comunicación visual consistente en redes sociales**, facilitando la creación de contenido promocional y fortaleciendo el posicionamiento del emprendimiento dentro de su comunidad.

5.2.6 Entregables

Como resultado del proceso se entregaron los siguientes recursos gráficos al emprendimiento:

- Logotipo con símbolo conservado y tipografía propuesta
- Archivos del logotipo en alta resolución
- Variaciones de marca para diferentes fondos
- Paleta cromática institucional
- Tipografías institucionales
- Plantillas gráficas para comunicación digital
- Archivos exportados para redes sociales y material promocional

5.2.7 Enlace de entrega de material



Los archivos finales del proyecto fueron organizados y entregados al emprendimiento mediante un repositorio digital que contiene los recursos gráficos desarrollados durante el proceso.

Enlace de acceso al material entregado:

https://drive.google.com/drive/folders/14lD9C7tspQ5VHZ9T2TZHY2i4QoQNhAWu?usp=drive_link

En esta carpeta se encuentran los archivos editables, variaciones de marca, plantillas gráficas y material visual utilizado para la comunicación digital del emprendimiento.

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

5.3 PROCESO DE DISEÑO DE IDENTIDAD – HELADOS DE PAILA SANDONÁ 1999

5.3.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: Helados de Paila Sandoná 1999
Sector económico: Gastronomía artesanal
Ubicación: Popayán – Barrio El Recuerdo
Tipo de proceso: Diseño y fortalecimiento de identidad de marca

Helados de Paila Sandoná 1999 es un emprendimiento gastronómico dedicado a la elaboración y comercialización de helados de paila, un producto tradicional originario del municipio de Sandoná, en el departamento de Nariño. Este tipo de helado se caracteriza por su preparación artesanal en pailas de cobre enfriadas con hielo y sal, un proceso manual que forma parte del patrimonio cultural y gastronómico del sur de Colombia.

Aunque el origen de esta preparación se encuentra en Sandoná, el emprendimiento desarrolla actualmente su actividad comercial en la ciudad de Popayán, donde busca posicionar este producto tradicional dentro de la oferta gastronómica local. La propuesta del negocio se fundamenta en rescatar y difundir la tradición de los helados de paila, manteniendo métodos de producción artesanales y resaltando el valor cultural de este tipo de preparación.

En este contexto, el emprendimiento identificó la necesidad de fortalecer su identidad visual, con el objetivo de comunicar de manera más clara su origen, su tradición y el carácter artesanal de su producto, permitiendo así mejorar su reconocimiento en el mercado y su presencia en medios digitales.

5.3.2 Diagnóstico inicial

Durante la fase inicial del proceso se realizó un análisis de la identidad visual existente del emprendimiento, evaluando aspectos relacionados con la tipografía utilizada, la composición gráfica, el uso del color y la capacidad de la marca para representar adecuadamente el producto y su tradición cultural.

Se observó que el emprendimiento utilizaba una identidad visual básica basada principalmente en texto, la cual no lograba comunicar de forma clara los elementos diferenciadores del negocio, tales como:

- El origen cultural del producto en Sandoná, Nariño.
- El proceso artesanal de elaboración del helado de paila.
- El carácter tradicional y gastronómico del emprendimiento.

Asimismo, se identificó que la marca no contaba con un sistema gráfico estructurado que permitiera su aplicación coherente en redes sociales, material promocional o piezas publicitarias.

Por esta razón se determinó la necesidad de desarrollar una identidad visual que representara gráficamente el proceso artesanal del helado de paila, resaltando su tradición y facilitando su reconocimiento por parte del público.

Figura 1. Identidad visual utilizada previamente por el emprendimiento



5.3.3 Objetivo del proceso

El objetivo del proceso fue desarrollar una identidad visual que sintetizara gráficamente el concepto del helado de paila y su proceso artesanal, resaltando el origen cultural del emprendimiento en Sandoná, Nariño, y su presencia actual en la ciudad de Popayán.

De manera específica, el proceso buscó:

- Representar gráficamente el proceso artesanal del helado de paila.
- Comunicar visualmente el origen cultural del emprendimiento.
- Desarrollar una marca clara, memorable y cercana al público.
- Fortalecer el reconocimiento del emprendimiento dentro del sector gastronómico local.
- Generar lineamientos visuales que permitieran el uso coherente de la marca en piezas promocionales y redes sociales.

5.3.4 Proceso desarrollado

El proceso de diseño se desarrolló a partir de un análisis conceptual del producto, su proceso de elaboración y los valores culturales asociados al emprendimiento. Este análisis permitió identificar los elementos más representativos del helado de paila y traducirlos a un lenguaje visual que pudiera ser fácilmente reconocido por el público.

Una de las principales decisiones de diseño fue sintetizar gráficamente la forma de la paila y el movimiento del helado durante su preparación, creando un símbolo que evoca el proceso artesanal de mezcla y congelación del producto. Este recurso gráfico permite representar de manera abstracta el proceso de elaboración del helado, generando una marca distintiva y fácil de recordar.

A partir de esta síntesis gráfica se desarrolló el logotipo del emprendimiento, integrando el símbolo con una tipografía orgánica y amigable que transmite cercanía, tradición y naturalidad.

Figura 2. Logotipo desarrollado para Helados de Paila Sandoná 1999

Posteriormente se definió una paleta cromática basada en colores cálidos y naturales, asociados con ingredientes frescos, frutas y procesos gastronómicos artesanales. Estos colores contribuyen a transmitir una sensación de naturalidad, frescura y autenticidad.

También se realizó la selección tipográfica, priorizando fuentes con un carácter orgánico y cercano que reforzaran la identidad artesanal de la marca.

Con estos elementos se elaboró el manual de identidad visual, el cual reúne los lineamientos necesarios para la correcta aplicación de la marca.

Figura 3. Sistema de identidad visual y manual de marca

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB





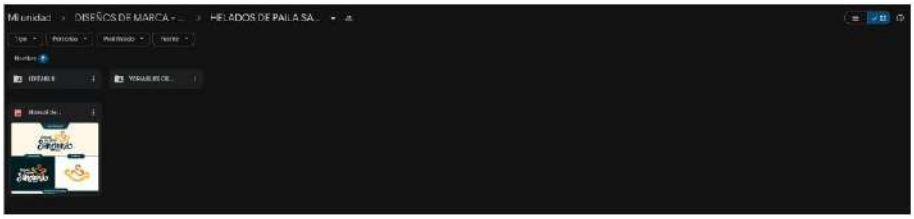
5.3.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso de diseño, Helados de Paila Sandoná 1999 obtuvo una identidad visual clara, coherente y alineada con su propuesta gastronómica.

La nueva marca permite representar visualmente el proceso artesanal del producto, así como comunicar su origen cultural y su carácter tradicional. Esto contribuye a generar una mayor conexión emocional con el público, especialmente con consumidores interesados en productos artesanales y gastronómicos con identidad cultural.

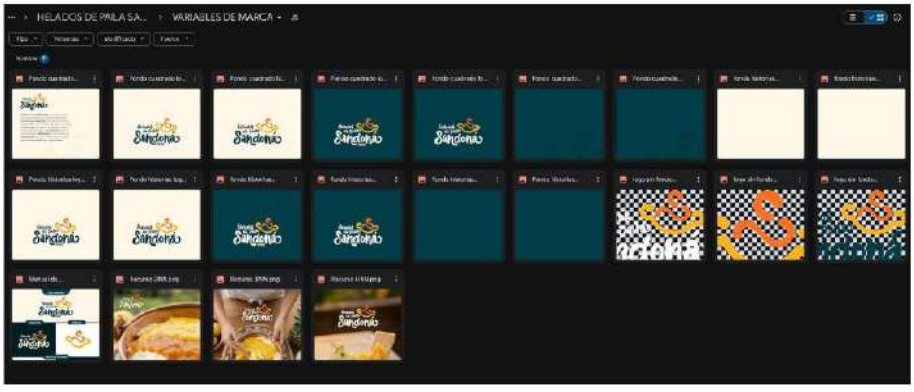
Además, el desarrollo del sistema de identidad visual facilita la aplicación de la marca en diferentes medios de comunicación, tales como redes sociales, material publicitario y piezas promocionales.

Figura 4. Carpeta de organización y entrega de archivos del proyecto



Asimismo, se desarrollaron piezas gráficas y lineamientos visuales para el uso de la marca en fotografía, priorizando la visibilidad del producto y resaltando los ingredientes naturales y el proceso artesanal del helado de paila.

Figura 5. Aplicación de la marca en material gráfico y fotografía



5.3.6 Entregables

Como resultado del proceso de diseño se entregaron al emprendimiento los siguientes recursos:

- Identidad visual desarrollada
- Logotipo y variaciones de marca
- Manual de marca en formato PDF
- Archivos gráficos y editables en alta resolución
- Recursos gráficos para aplicación de la marca
- Lineamientos visuales para uso de marca en fotografía

Estos recursos permiten que el emprendimiento cuente con una identidad visual organizada y preparada para su implementación en distintos medios de comunicación.

5.3.7 Enlace de entrega de material

Los archivos finales del proyecto fueron organizados y entregados al emprendimiento mediante un repositorio digital que contiene todos los recursos gráficos desarrollados durante el proceso de diseño de identidad.

En esta carpeta se encuentran los archivos editables, el manual de marca en formato PDF, las variaciones del logotipo, los recursos gráficos y las piezas visuales utilizadas para la comunicación digital del emprendimiento.

Enlace de acceso al material entregado

https://drive.google.com/drive/folders/18y0D0X4fvy3Wageop2TTNnp46KadkMvF?usp=drive_link

Como parte del proceso de cierre del proyecto, se realizó una reunión virtual con los representantes del emprendimiento, en la cual se presentó la propuesta final de identidad visual, se explicaron los lineamientos del manual de marca y se resolvieron dudas relacionadas con la implementación de la identidad gráfica.

Esta socialización permitió validar la propuesta y garantizar que el emprendimiento comprendiera el uso adecuado de los recursos visuales desarrollados.

Figura 6. Evidencia de reunión virtual de socialización del proyecto



5.4 PROCESO DE DISEÑO DE IDENTIDAD – CBELLA

5.4.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: CBELLA
Representante: Janeth Ospina Ramírez
Sector económico: Cosmética natural artesanal
Ubicación: Carrera 13 # 8-99, Barrio Las Américas – Popayán
Tipo de proceso: Diseño y fortalecimiento de identidad de marca

CBELLA es un emprendimiento dedicado a la elaboración de productos de cosmética natural artesanal, enfocados principalmente en el cuidado facial y el bienestar de la piel. Su propuesta se fundamenta en el uso de ingredientes naturales y procesos de producción artesanal que buscan ofrecer alternativas más saludables para el cuidado personal.

El emprendimiento surge a partir del desarrollo de una crema facial natural, creada con el propósito de ofrecer un producto accesible y efectivo para el cuidado de la piel, priorizando ingredientes naturales y procesos de elaboración cuidadosos. Con el crecimiento del proyecto, se identificó la necesidad de construir una identidad de marca más sólida, que permitiera posicionar el producto de manera más profesional dentro del mercado local.

La creación de una identidad visual estructurada se planteó como una herramienta fundamental para fortalecer la imagen del emprendimiento, mejorar su reconocimiento y facilitar su comunicación en medios digitales, envases y piezas promocionales.

5.4.2 Diagnóstico inicial

Durante la fase inicial del proyecto se realizó un análisis del estado actual de la marca y de la forma en que el emprendimiento se presentaba ante el público.

Se identificó que el emprendimiento era conocido inicialmente como Crema Facial Naturalmente Bella, un nombre que describe el producto pero que resultaba extenso y poco práctico para su posicionamiento como marca comercial. Además, la identidad visual existente no contaba con una estructura gráfica clara, lo que dificulta su aplicación en distintos medios de comunicación.

Entre los principales aspectos identificados durante el diagnóstico se encuentran:

- Falta de un logotipo estructurado y adaptable a diferentes formatos.
- Nombre demasiado largo para su recordación y posicionamiento comercial.
- Ausencia de una paleta cromática definida.
- Falta de lineamientos gráficos para envases, redes sociales y material promocional.

Estos elementos evidenciaron la necesidad de construir una identidad visual más clara, sintetizada y profesional, que permitiera fortalecer la presencia del emprendimiento dentro del mercado de cosmética natural.

5.4.3 Objetivo del proceso

El objetivo del proceso fue desarrollar una identidad de marca sólida bajo el nuevo nombre CBELLA, que fortaleciera la percepción de profesionalismo, confianza y cercanía, resaltando el carácter natural y artesanal del producto.

De manera específica, el proyecto buscó:

- Crear una marca más breve y fácil de recordar.
- Comunicar visualmente el concepto de belleza natural.
- Fortalecer la confianza del consumidor en el producto.
- Construir una identidad visual coherente para envases, redes sociales y piezas promocionales.
- Mejorar la proyección comercial del emprendimiento dentro del sector de cosmética natural.

5.4.4 Proceso desarrollado

El proceso de diseño se desarrolló a partir del análisis del producto, su público objetivo y los valores definidos por el emprendimiento, entre los cuales destacan confianza, naturalidad, bienestar, cercanía e innovación.

Como primera acción se planteó la definición de un nuevo nombre de marca, buscando mayor síntesis y recordación. De este proceso surgió el nombre CBELLA, una denominación breve que conserva el concepto de belleza natural y facilita su posicionamiento dentro del mercado.

Posteriormente se desarrolló el símbolo marcario, el cual representa el cuidado femenino y la naturalidad. El símbolo integra la silueta estilizada de un rostro femenino, acompañado de elementos orgánicos que evocan naturaleza, bienestar y armonía.

A partir de este símbolo se construyó el logotipo principal de la marca, el cual combina el símbolo con una tipografía elegante que transmite profesionalismo y confianza.

Figura 1. Logotipo desarrollado para la marca CBELLA



Posteriormente se definió una paleta cromática sobria y elegante, compuesta principalmente por tonos negro, blanco y dorado. Esta combinación cromática permite transmitir una sensación de elegancia, calidad y cuidado personal, elementos asociados al sector de la cosmética.

Asimismo, se realizó la selección tipográfica, priorizando fuentes con un carácter refinado que reforzaran la percepción de profesionalismo y delicadeza de la marca.

Todos estos elementos fueron recopilados en el manual de identidad visual, documento que establece los lineamientos para el uso correcto de la marca.

Figura 2. Sistema de identidad visual y manual de marca





5.4.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso, el emprendimiento obtuvo una **identidad visual coherente, moderna y alineada con su propuesta de valor**.

La nueva marca CBELLA permite comunicar de manera más clara el concepto de belleza natural y cuidado personal, proyectando una imagen más profesional y confiable frente a los consumidores.

La identidad desarrollada facilita la aplicación de la marca en diferentes medios, tales como:

- envases de producto
- redes sociales
- material promocional
- fotografía publicitaria

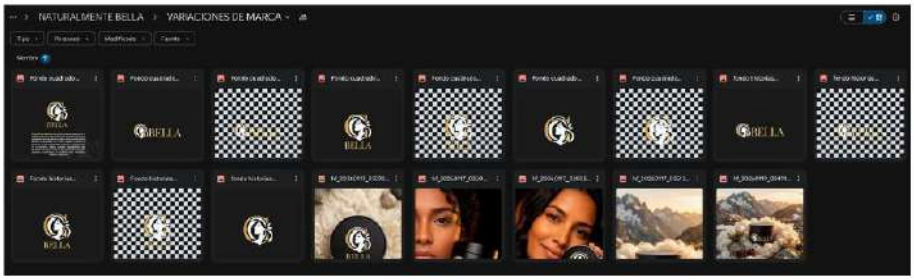
Además, se organizaron los archivos del proyecto en una carpeta digital para facilitar su acceso y uso por parte del emprendimiento.

Figura 3. Carpeta de organización y entrega de archivos del proyecto



También se desarrollaron piezas visuales de apoyo que muestran cómo la marca puede aplicarse en envases de productos y fotografías promocionales.

Figura 4. Aplicaciones visuales y material gráfico de la marca



5.4.6 Entregables

Como resultado del proceso se entregaron al emprendimiento los siguientes recursos:

- Identidad visual desarrollada
- Logotipo principal y variaciones de marca
- Manual de marca en formato PDF
- Archivos gráficos y editables en alta resolución
- Recursos visuales para aplicación en envases y comunicación digital

Estos recursos permiten que el emprendimiento implemente la marca de forma organizada y consistente en distintos medios.

5.4.7 Enlace de entrega de material

Los archivos finales del proyecto fueron organizados y entregados al emprendimiento mediante un repositorio digital que contiene todos los recursos gráficos desarrollados durante el proceso de diseño de identidad.

En esta carpeta se encuentran los archivos editables, el manual de marca, las variaciones del logotipo y las piezas visuales utilizadas para la comunicación digital del emprendimiento.

Enlace de acceso al material entregado

https://drive.google.com/drive/folders/1GTHGEptoZBuM9YW7bl27WqdvN0qTLN-U?usp=drive_link

Como parte del proceso de cierre del proyecto, se realizó una reunión virtual con los representantes del emprendimiento, en la cual se presentó la propuesta final de identidad visual y se explicaron los lineamientos del manual de marca, así como las recomendaciones para su correcta implementación.

Figura 5. Evidencia de reunión virtual de socialización del proyecto



5.5 PROCESO DE DISEÑO DE IDENTIDAD – PIPIÁN POSTRES

5.5.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: Pipián Postres
Representante: Ginna Marley Ruiz
Sector económico: Gastronomía saludable
Ubicación: Popayán – Variante Norte, sector Entrepinos
Tipo de proceso: Diseño y fortalecimiento de identidad de marca

Pipián Postres es un emprendimiento gastronómico dedicado a la elaboración de postres saludables preparados a partir de frutas naturales y con un contenido reducido de azúcar. Su propuesta busca ofrecer alternativas de postres que

permitan disfrutar de sabores dulces manteniendo un enfoque de bienestar y alimentación consciente.

El emprendimiento surge como una iniciativa orientada a promover hábitos de consumo más saludables sin renunciar al placer de los postres tradicionales. A través de preparaciones frescas y naturales, Pipián Postres busca posicionarse dentro del sector gastronómico local como una opción que combina sabor, calidad y cuidado personal.

En este contexto, el emprendimiento identificó la necesidad de fortalecer su identidad visual con el fin de comunicar de forma más clara su concepto de gastronomía saludable, mejorar su reconocimiento en el mercado y proyectar una imagen más profesional y organizada.

5.5.2 Diagnóstico inicial

Durante la fase inicial del proceso se realizó un análisis de la identidad visual que utilizaba el emprendimiento antes del desarrollo del proyecto de diseño. Este diagnóstico permitió identificar que, aunque el emprendimiento contaba con una propuesta clara a nivel de producto, la marca no presentaba una identidad gráfica estructurada que facilita su posicionamiento y recordación.

La identidad visual previa presentaba un diseño básico que cumplía una función identificadora, pero no contaba con elementos gráficos definidos que representarán adecuadamente el concepto del emprendimiento. Asimismo, se evidenció la necesidad de mejorar la legibilidad del logotipo, la coherencia visual y la capacidad de la marca para adaptarse a distintos formatos de comunicación.

En este sentido, se identificó la oportunidad de desarrollar una identidad visual más clara, cercana y reconocible, que transmite los valores del emprendimiento y conectara con un público interesado en productos naturales y opciones de alimentación más conscientes.

Figura 1. Identidad visual utilizada por el emprendimiento antes del proceso de diseño



5.5.3 Objetivo del proceso

El objetivo del proceso fue desarrollar una identidad visual clara, fresca y cercana para Pipián Postres, que representara el equilibrio entre tradición y salud, fortaleciendo su posicionamiento dentro del sector de gastronomía saludable en la ciudad de Popayán.

De manera específica, el proyecto buscó:

- mejorar la claridad y legibilidad de la marca;
- construir una identidad visual coherente con el concepto de postres saludables;
- generar una imagen cercana y amigable que conectara con el público objetivo;
- facilitar la aplicación de la marca en medios digitales, envases y piezas promocionales;
- fortalecer el reconocimiento y la recordación del emprendimiento.

5.5.4 Proceso desarrollado

El proceso de diseño se desarrolló a partir del análisis del producto, el público objetivo y los valores que caracterizan al emprendimiento, tales como salud, honestidad, cercanía y calidad. A partir de este análisis se definió que la marca debía transmitir una estética fresca, alegre y accesible.

Como primer paso se desarrolló el **logotipo principal**, priorizando una tipografía de carácter orgánico y amable que reflejara cercanía y naturalidad. El diseño incorpora elementos gráficos asociados al universo del postre artesanal, como la representación estilizada de una crema o topping, reforzando la relación visual con el producto.

Figura 2. Logotipo desarrollado para la marca Pipián Postres



Posteriormente se definió una paleta cromática cálida y vibrante, compuesta principalmente por tonos rojos y claros que evocan sensaciones de sabor, energía y apetito. Estos colores contribuyen a generar una marca visualmente atractiva y fácil de reconocer.

También se realizó la **selección tipográfica**, optando por una fuente de carácter amable y orgánico que refuerza la personalidad cercana de la marca.

Todos estos elementos fueron organizados dentro de un **manual de identidad visual**, el cual establece los lineamientos necesarios para la correcta aplicación del logotipo, el símbolo, la paleta cromática y la tipografía.

Figura 3. Manual de identidad visual de la marca Pipián Postres





5.5.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso, Pipián Postres obtuvo una identidad visual coherente, atractiva y alineada con su propuesta gastronómica saludable. La nueva marca permite comunicar de manera más clara el concepto del emprendimiento, manteniendo un tono cercano, alegre y accesible.

La identidad desarrollada facilita la aplicación de la marca en distintos contextos de comunicación, tales como redes sociales, señalización del negocio, envases y piezas promocionales.

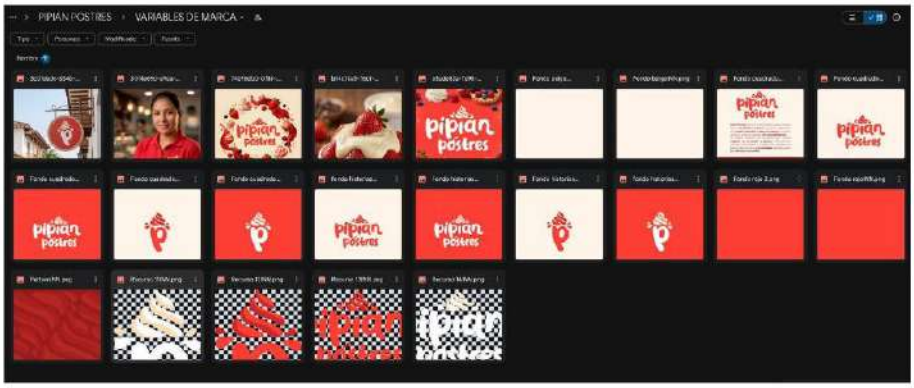
Como parte de los resultados del proyecto, los archivos finales del diseño fueron organizados en una carpeta digital estructurada, con el fin de facilitar su acceso y uso por parte del emprendimiento.

Figura 4. Carpeta digital de organización y entrega de archivos del proyecto



Asimismo, se desarrollaron aplicaciones visuales que muestran el potencial de la marca en diferentes contextos de uso, tales como señalización del establecimiento, uniformes, envases y fotografías promocionales del producto.

Figura 5. Aplicaciones visuales y material gráfico de la marca Pipián Postres



5.5.6 Entregables

Como resultado del proceso se entregaron al emprendimiento los siguientes recursos:

- identidad visual desarrollada;
- logotipo principal y variaciones de marca;
- manual de marca en formato PDF;
- archivos gráficos y editables en alta resolución;
- aplicaciones visuales para comunicación digital y promoción del emprendimiento.

Estos recursos permiten al emprendimiento implementar su marca de manera consistente en diferentes medios de comunicación.

5.5.7 Enlace de entrega de material

Los archivos finales del proyecto fueron organizados y entregados al emprendimiento mediante un repositorio digital que contiene todos los recursos gráficos desarrollados durante el proceso de diseño de identidad.

En esta carpeta se encuentran los archivos editables, el manual de marca, las variaciones del logotipo y las aplicaciones visuales desarrolladas para la marca.

Enlace de acceso al material entregado

https://drive.google.com/drive/folders/1HqUPzD2AORPMqGvG-JUR9yVC_zGpF7NE?usp=drive_link

Como parte del cierre del proceso, se realizó una reunión virtual con los representantes del emprendimiento, en la cual se presentó la propuesta final de identidad visual y se explicaron los lineamientos del manual de marca para su correcta implementación.

Figura 6. Evidencia de reunión virtual de socialización del proyecto



5.6 PROCESO DE DISEÑO DE IDENTIDAD – RAÍCES VIVAS

5.6.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: Raíces Vivas
Sector económico: Cosmética natural / cuidado capilar
Ubicación: Popayán, Cauca – Barrio Modelo
Tipo de proceso: Diseño y fortalecimiento de identidad de marca

Raíces Vivas es un emprendimiento enfocado en el desarrollo de productos naturales para el cuidado capilar, elaborados a partir de ingredientes botánicos como romero, ortiga, jengibre, sábila y otros extractos naturales reconocidos por sus beneficios para el fortalecimiento y crecimiento del cabello.

El emprendimiento surge como una alternativa orientada al cuidado personal consciente, promoviendo el uso de productos elaborados con ingredientes naturales y procesos artesanales. Su propuesta busca ofrecer soluciones accesibles que contribuyan al bienestar capilar sin recurrir a químicos agresivos, conectando con consumidores interesados en alternativas naturales para el cuidado del cabello.

En este contexto, el emprendimiento identificó la necesidad de fortalecer su identidad visual con el fin de proyectar una imagen más profesional, coherente y reconocible dentro del mercado local de cosmética natural.

5.6.2 Diagnóstico inicial

Durante la etapa inicial del proyecto se realizó un análisis de la identidad visual que utilizaba el emprendimiento antes del proceso de diseño. Este diagnóstico permitió identificar que, aunque el producto tenía una propuesta clara en términos de ingredientes naturales y beneficios capilares, la marca no contaba con una identidad visual consolidada que representara adecuadamente estos valores.

La identidad previa presentaba un diseño básico que cumplía principalmente una función informativa, destacando los ingredientes del producto, pero sin desarrollar una construcción visual que facilitara el reconocimiento de marca o su aplicación en diferentes contextos comerciales.

Asimismo, se identificaron oportunidades de mejora en aspectos como la claridad del nombre comercial, la coherencia gráfica y la capacidad de la marca para proyectar una imagen más atractiva y confiable dentro del mercado de cosmética natural.

En este sentido, se evidenció la oportunidad de desarrollar una identidad visual que transmitiera naturalidad, bienestar, confianza y conexión con el origen botánico de los productos.

Figura 1. Identidad visual utilizada por el emprendimiento antes del proceso de diseño



5.6.3 Objetivo del proceso

El objetivo del proceso fue desarrollar una identidad visual coherente, elegante y representativa para Raíces Vivas, que comunicara de manera clara el concepto de cuidado capilar natural y artesanal, fortaleciendo su posicionamiento dentro del mercado de cosmética natural en la ciudad de Popayán.

De manera específica, el proyecto buscó:

- construir una identidad visual clara y profesional;
- transmitir los valores de naturalidad, bienestar y cuidado consciente;
- facilitar la aplicación de la marca en envases y comunicación digital;
- mejorar la recordación y reconocimiento del emprendimiento.

5.6.4 Proceso desarrollado

El proceso de diseño se desarrolló a partir del análisis del producto, el perfil del público objetivo y los valores del emprendimiento, tales como naturalidad, honestidad, accesibilidad y bienestar personal.

A partir de este análisis se definió que la marca debía proyectar una estética elegante y orgánica, capaz de comunicar el origen natural de los productos y su enfoque en el cuidado capilar consciente.

Como primer paso se desarrolló el logotipo principal, acompañado de un símbolo gráfico inspirado en la naturaleza y en la idea de origen y vitalidad. El símbolo representa una figura femenina estilizada rodeada por líneas orgánicas que evocan raíces, crecimiento y conexión con la naturaleza, conceptos directamente relacionados con el cuidado capilar natural.

Figura 2. Logotipo desarrollado para la marca Raíces Vivas



Posteriormente se definió la paleta cromática, compuesta principalmente por tonalidades verdes y neutras asociadas a lo botánico, lo natural y lo orgánico. Estos colores permiten transmitir frescura, bienestar y conexión con la naturaleza.

Asimismo, se realizó la selección tipográfica, optando por una fuente elegante y orgánica que refuerza la estética natural de la marca y mejora su legibilidad en distintos soportes.

Todos estos elementos fueron organizados dentro de un manual de identidad visual, el cual establece los lineamientos necesarios para la correcta aplicación del logotipo, el símbolo, la paleta cromática y la tipografía.

Figura 3. Manual de identidad visual de la marca Raíces Vivas





5.6.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso, Raíces Vivas obtuvo una identidad visual sólida y coherente que representa de manera adecuada su propuesta de cuidado capilar natural. La nueva marca comunica de forma clara los valores del emprendimiento y mejora su presentación frente al público.

La identidad desarrollada permite proyectar una imagen más profesional, confiable y atractiva dentro del mercado de cosmética natural. Además, facilita la

implementación de la marca en envases, piezas promocionales y comunicación digital.

Como parte de los resultados del proyecto, los archivos finales del diseño fueron organizados en una carpeta digital estructurada, facilitando su acceso y uso por parte del emprendimiento.

Figura 4. Carpeta digital de organización y almacenamiento de los archivos del proyecto



Asimismo, se desarrollaron aplicaciones visuales que permiten visualizar el potencial de la marca en envases de producto y piezas promocionales, fortaleciendo la coherencia visual de la identidad.

Figura 5. Aplicaciones visuales de la marca Raíces Vivas



5.6.6 Entregables

Como resultado del proceso se entregaron al emprendimiento los siguientes recursos:

- identidad visual desarrollada;
- logotipo principal y variaciones de marca;
- manual de marca en formato PDF;
- archivos gráficos y editables en alta resolución;
- lineamientos visuales para envase y comunicación digital.

Estos elementos permiten al emprendimiento implementar su identidad de manera consistente en diferentes medios de comunicación.

5.6.7 Enlace de entrega de material

Los archivos finales del proyecto fueron organizados y entregados al emprendimiento mediante un repositorio digital que contiene todos los recursos gráficos desarrollados durante el proceso de diseño de identidad.

En esta carpeta se encuentran los archivos editables, el manual de marca, las variaciones del logotipo y las aplicaciones visuales desarrolladas para la marca.

Enlace de acceso al material entregado

https://drive.google.com/drive/folders/1oC_u2Nc3gRRuik-aAT1VMpwi3eKrGGl4?usp=drive_link

Como parte del proceso de cierre del proyecto, se realizó una reunión virtual con los representantes del emprendimiento, en la cual se presentó la propuesta final de identidad visual y se explicaron los lineamientos de uso de la marca.

Figura 6. Evidencia de reunión virtual de socialización del proyecto



5.7 PROCESO DE ADAPTACIÓN DE IDENTIDAD Y AMPLIACIÓN DE SISTEMA GRÁFICO – RUTA DEL MAÍZ

5.7.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: Ruta del Maíz / Grano Ancestral
Representante: María Mónica Tobar Mauna
Sector económico: Turismo comunitario de naturaleza y gastronomía tradicional
Ubicación: Sitio Cajete y espacio Grano Ancestral – Popayán
Tipo de proceso: Adaptación de identidad visual y desarrollo de sistema gráfico

Ruta del Maíz es un proyecto comunitario orientado al turismo cultural, gastronómico y educativo, que busca visibilizar los saberes tradicionales asociados al maíz como alimento ancestral y elemento fundamental de la identidad cultural del territorio caucano.

El proyecto se desarrolla en el sector de Cajete, en Popayán, y se articula con el espacio Grano Ancestral, donde se realizan experiencias gastronómicas, talleres, recorridos y actividades educativas relacionadas con la cultura del maíz. A través de estas experiencias, el emprendimiento promueve la valoración del conocimiento tradicional, la soberanía alimentaria y el reconocimiento del maíz como símbolo cultural y espiritual.

Debido a la diversidad de actividades que desarrolla el proyecto —entre ellas turismo comunitario, talleres educativos, producción gastronómica y actividades culturales— surgió la necesidad de fortalecer su identidad visual para facilitar su aplicación en distintos espacios de comunicación.

5.7.2 Diagnóstico inicial

Durante la fase inicial del proceso se realizó un análisis de la identidad visual existente del proyecto Ruta del Maíz. Se identificó que el emprendimiento ya contaba con una marca previamente desarrollada y reconocida dentro de su comunidad, razón por la cual se decidió conservar la estructura general del logotipo y su concepto visual original.

Sin embargo, el diagnóstico permitió identificar oportunidades de mejora en aspectos gráficos y funcionales de la identidad visual. En particular, se evidenció que las ilustraciones internas del símbolo del maíz presentaban oportunidades de optimización en términos de claridad, consistencia visual y capacidad de reproducción en diferentes tamaños y soportes.

Asimismo, se identificó la necesidad de contar con un sistema gráfico más flexible, que permitiera adaptar la marca a los diferentes escenarios en los que el emprendimiento desarrolla sus actividades, tales como señalización del territorio, comunicación institucional, piezas educativas, material promocional y experiencias gastronómicas.

Figura 1. Identidad visual utilizada por el emprendimiento antes del proceso de adaptación

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

Ruta del Maíz
Experiencia turística

5.7.3 Objetivo del proceso

El objetivo del proceso fue optimizar la identidad visual existente de Ruta del Maíz mediante la mejora gráfica del símbolo del maíz y el desarrollo de un sistema ampliado de variaciones de marca, que permitiera una aplicación más versátil y coherente en las distintas actividades del proyecto.

De manera específica, el proceso buscó:

- mejorar la claridad gráfica del símbolo marcario;
- optimizar la legibilidad de las ilustraciones internas del logotipo;
- fortalecer la coherencia visual de la marca;
- desarrollar un sistema flexible de variaciones de marca;
- facilitar la aplicación de la identidad visual en diferentes contextos del proyecto.

5.7.4 Proceso desarrollado

El proceso de adaptación de identidad se desarrolló a partir del análisis del uso real de la marca en sus diferentes contextos de aplicación, tales como turismo comunitario, gastronomía tradicional, actividades educativas y señalización territorial.

A partir de este análisis se definieron intervenciones puntuales orientadas a mejorar la funcionalidad de la marca sin alterar su esencia conceptual.

Como primera acción se realizó la conservación de la estructura general del logotipo, respetando su composición original y su relación con la identidad cultural del proyecto. Posteriormente se trabajó en la mejora y depuración de las ilustraciones internas del símbolo del maíz, logrando una mayor claridad visual y coherencia en los trazos.

Estas mejoras permitieron optimizar la reproducción del símbolo en diferentes escalas y soportes, garantizando su correcta visualización tanto en aplicaciones digitales como en piezas impresas.

Figura 2. Logotipo optimizado de la marca Ruta del Maíz



De manera complementaria, se desarrolló un sistema ampliado de variaciones de marca, que permite adaptar el logotipo a diferentes contextos de comunicación. Estas variaciones facilitan su aplicación en la señalización del territorio, productos gastronómicos, talleres educativos y material institucional.

Todos los elementos gráficos fueron organizados dentro de un manual de identidad visual, donde se establecen los lineamientos para el uso correcto del logotipo, el símbolo, la paleta cromática y las diferentes variaciones de marca.

Figura 3. Sistema de identidad visual y manual de marca de Ruta del Maíz





5.7.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso, Ruta del Maíz fortaleció su identidad visual manteniendo su esencia original y su vínculo con el territorio y los saberes ancestrales asociados al maíz.

La marca optimizada presenta una mayor claridad gráfica y mejores condiciones de reproducción en diferentes tamaños y soportes. Asimismo, el sistema ampliado de variaciones de marca permite una aplicación más versátil y funcional en los distintos escenarios en los que se desarrolla el proyecto.

Los archivos finales del proyecto fueron organizados en una carpeta digital estructurada, lo que facilita su acceso y uso por parte del emprendimiento.

Figura 4. Carpeta digital de organización y almacenamiento de los archivos del proyecto



Adicionalmente, se desarrollaron aplicaciones visuales que muestran el potencial del sistema gráfico en distintos contextos, tales como material promocional, señalización, indumentaria y piezas comunicativas del proyecto.

Figura 5. Aplicaciones visuales del sistema gráfico de Ruta del Maíz



5.7.6 Entregables

Como resultado del proceso se entregaron al emprendimiento los siguientes recursos:

- símbolo marcario optimizado;
- sistema ampliado de variaciones de marca;
- archivos gráficos y editables en alta resolución;
- lineamientos de uso para diferentes aplicaciones.

Estos elementos permiten al emprendimiento implementar su identidad visual de manera consistente en diferentes contextos de comunicación.

5.7.7 Enlace de entrega de material

Los archivos finales del proyecto fueron organizados y entregados al emprendimiento mediante un repositorio digital que contiene todos los recursos gráficos desarrollados durante el proceso de adaptación de identidad.

En esta carpeta se encuentran los archivos editables del logotipo, las variaciones de marca, los recursos gráficos y los materiales desarrollados para su aplicación en diferentes contextos.

Enlace de acceso al material entregado

https://drive.google.com/drive/folders/1cnHarz7spidellemFmgLxdR9rhKU37JT?usp=drive_link

Como parte del cierre del proyecto, se realizó una reunión virtual con los representantes del emprendimiento, en la cual se socializó el proceso desarrollado, se presentaron las variaciones de marca y se explicaron los lineamientos para su correcta aplicación.

Figura 6. Evidencia de reunión virtual de socialización del proyecto



5.8 PROCESO DE DISEÑO DE IDENTIDAD – TRÉBOL INSPIRA

5.8.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: Trébol Inspira
Representante: María del Carmen Gallego Burbano
Sector económico: Jardinería, agricultura urbana y experiencias verdes

Ubicación: Popayán, Cauca
Tipo de proceso: Diseño y fortalecimiento de identidad de marca

Trébol Inspira es un emprendimiento enfocado en la promoción de prácticas relacionadas con la jardinería, la agricultura urbana y la conexión consciente con la naturaleza. Su propuesta se orienta al desarrollo de experiencias que integran el conocimiento agrícola, el bienestar personal y la relación con los espacios verdes.

El emprendimiento proyecta ofrecer diferentes servicios relacionados con el mundo vegetal, tales como asesorías en jardinería, diseño de espacios verdes, venta de plantas ornamentales, experiencias educativas y actividades orientadas al aprendizaje y disfrute de la naturaleza.

En este contexto, se identificó la necesidad de desarrollar una identidad visual sólida que permitiera representar la visión integral del emprendimiento, facilitando su posicionamiento en el mercado local y su crecimiento hacia nuevas líneas de servicio.

5.8.2 Diagnóstico inicial

Durante el diagnóstico inicial se realizó un análisis de la identidad visual que utilizaba el emprendimiento antes del proceso de diseño. Se identificó que el proyecto contaba con una marca previa asociada principalmente al concepto de paisajismo, la cual comunicaba parcialmente su relación con la naturaleza.

Sin embargo, se evidenció que la identidad visual existente presentaba limitaciones en cuanto a su capacidad de representar la visión ampliada del emprendimiento, la cual busca integrar múltiples servicios relacionados con la jardinería, el aprendizaje agrícola y las experiencias sensoriales en torno a los espacios verdes.

Asimismo, se identificó la oportunidad de desarrollar una marca más contemporánea, coherente y adaptable, que permitiera proyectar al emprendimiento hacia nuevas áreas de crecimiento y fortalecer su reconocimiento ante diferentes públicos.

Figura 1. Identidad visual utilizada por el emprendimiento antes del proceso de diseño



5.8.3 Objetivo del proceso

El objetivo del proceso fue desarrollar una identidad visual sólida y coherente para Trébol Inspira, que representara el conocimiento agrícola, la conexión con la naturaleza y la experiencia sensorial asociada a los espacios verdes.

De manera específica, el proceso buscó:

- construir una identidad visual moderna y profesional
- representar los valores de crecimiento, bienestar y armonía con la naturaleza
- crear una marca adaptable a diferentes servicios del emprendimiento
- facilitar su aplicación en productos, espacios físicos y comunicación digital

5.8.4 Proceso desarrollado

El proceso de diseño se desarrolló a partir del análisis del concepto del emprendimiento, su proyección futura y los valores que caracterizan la propuesta de Trébol Inspira, entre los cuales destacan el crecimiento personal, la conexión con la naturaleza, el aprendizaje y el bienestar.

Como parte del proceso creativo se definió el nombre de marca Trébol Inspira, el cual evoca ideas de equilibrio, vida y crecimiento. El trébol funciona como símbolo de prosperidad, naturaleza y renovación, elementos que se relacionan directamente con el propósito del emprendimiento.

Posteriormente se desarrolló el símbolo marcario, representado a través de una figura vegetal estilizada que integra la forma del trébol dentro de una estructura geométrica sencilla y armoniosa. Este símbolo busca transmitir la idea de crecimiento natural, bienestar y conexión con el entorno.

Figura 2. Logotipo desarrollado para la marca Trébol Inspira



A continuación, se definió la paleta cromática, compuesta principalmente por tonalidades verdes que evocan naturaleza, equilibrio y frescura. Estos colores permiten posicionar visualmente a la marca dentro del universo de la jardinería y la agricultura urbana.

También se realizó la selección tipográfica, optando por una fuente elegante y contemporánea que transmite profesionalismo y claridad, manteniendo una estética limpia y equilibrada.

Todos estos elementos fueron organizados dentro de un manual de identidad visual, el cual establece las normas para el uso correcto del logotipo, el símbolo, la paleta cromática y la tipografía de la marca.

Figura 3. Manual de identidad visual de la marca Trébol Inspira



5.8.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso de diseño, Trébol Inspira obtuvo una identidad visual clara, coherente y proyectable, capaz de representar de manera efectiva su enfoque en la naturaleza, el conocimiento agrícola y el bienestar asociado a los espacios verdes.

La nueva identidad fortalece la presencia visual del emprendimiento y facilita su adaptación a diferentes contextos de aplicación, como productos de vivero, señalización de espacios verdes, material promocional y comunicación digital.

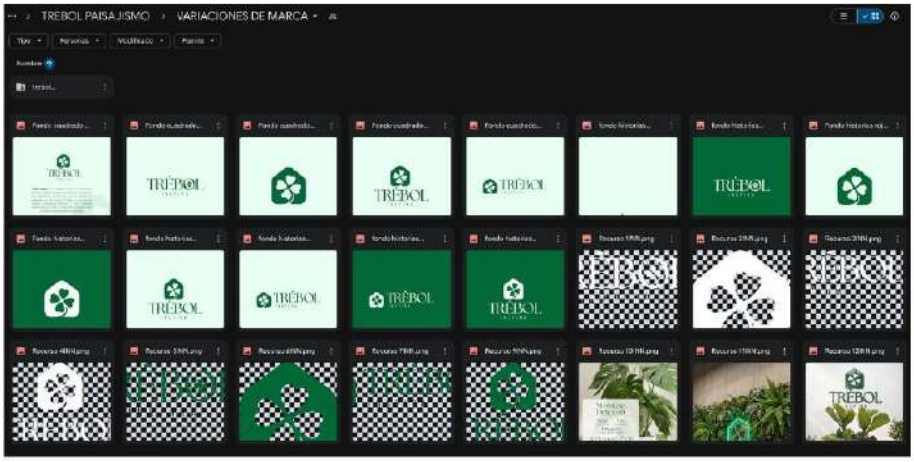
Los archivos finales del proyecto fueron organizados dentro de una carpeta digital estructurada, lo que permite al emprendimiento acceder fácilmente a los recursos gráficos desarrollados.

Figura 4. Carpeta digital de organización y almacenamiento de los archivos del proyecto



Asimismo, se desarrollaron diferentes **aplicaciones visuales de la marca**, que permiten visualizar su uso en piezas promocionales, señalización, espacios de vivero y material gráfico relacionado con la jardinería.

Figura 5. Aplicaciones visuales de la marca Trébol Inspira



5.8.6 Entregables

Como resultado del proceso se entregaron al emprendimiento los siguientes recursos:

- Identidad visual desarrollada
- Logotipo principal y variaciones de marca

- Manual de marca en formato PDF
- Archivos gráficos y editables en alta resolución
- Lineamientos visuales para aplicaciones físicas y digitales

Estos elementos permiten implementar la identidad visual de manera consistente en los diferentes espacios de comunicación del emprendimiento

5.8.7 Enlace de entrega de material

Los archivos finales del proyecto fueron organizados y entregados al emprendimiento mediante un repositorio digital que contiene todos los recursos gráficos desarrollados durante el proceso de diseño de identidad.

En esta carpeta se encuentran los archivos editables del logotipo, el manual de marca, las variaciones de marca y los recursos gráficos necesarios para su correcta aplicación.

Enlace de acceso al material entregado

https://drive.google.com/drive/folders/1kilsNXq_We139kHc1VIsyd4UEZCY360g?usp=drive_link

Como parte del cierre del proyecto se realizó una reunión virtual con los representantes del emprendimiento, en la cual se socializó el proceso de diseño desarrollado, se presentaron los lineamientos de identidad visual y se resolvieron dudas relacionadas con la aplicación de la marca.

Figura 6. Evidencia de reunión virtual de socialización del proyecto



Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

5.9 PROCESO DE OPTIMIZACIÓN Y ENTREGA DE IDENTIDAD – PET AND PET S.A.S.

5.9.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: Pet and Pet S.A.S.
Sector económico: Salud y bienestar animal
Ubicación: Popayán, Cauca
Tipo de proceso: Optimización técnica y entrega de identidad existente

Pet and Pet S.A.S. es un emprendimiento orientado al cuidado, bienestar y atención de animales de compañía. Su propuesta se enfoca en ofrecer servicios y productos relacionados con la salud animal, así como en la promoción de una relación responsable y afectiva entre las personas y sus mascotas.

En el marco del acompañamiento realizado dentro del programa **POPAYÁN INN**, se planteó inicialmente la posibilidad de fortalecer la identidad visual del emprendimiento mediante el desarrollo de una propuesta gráfica que permitiera modernizar su imagen y ampliar su potencial comunicativo.

Sin embargo, durante el proceso de socialización de la propuesta, el emprendimiento manifestó su preferencia por mantener su identidad gráfica actual, solicitando únicamente la optimización técnica del logotipo existente para mejorar su calidad y versatilidad en distintos medios de aplicación.

5.9.2 Diagnóstico inicial

Durante la fase de diagnóstico se identificó que Pet and Pet S.A.S. contaba con una identidad gráfica previamente definida y en uso dentro de sus canales de comunicación.

El logotipo original presenta una composición ilustrativa en la que se integran siluetas de diferentes animales domésticos acompañadas por elementos florales, lo cual comunica visualmente el concepto de cuidado, amor y protección hacia las mascotas.

No obstante, se evidenciaron algunas limitaciones técnicas relacionadas con la calidad del archivo original y la falta de versiones funcionales del logotipo, lo que dificultaba su correcta reproducción en distintos formatos y aplicaciones.

A partir de este diagnóstico se planteó inicialmente una propuesta de fortalecimiento visual que buscaba simplificar la identidad gráfica y mejorar su adaptabilidad.

5.9.3 Propuesta de rediseño de identidad (no implementada)

Como parte del proceso de acompañamiento se desarrolló una propuesta gráfica alternativa que buscaba modernizar la identidad visual del emprendimiento mediante una composición tipográfica más simple y adaptable.

Esta propuesta planteaba una marca más sintética, en la que la representación de los animales se integraba de forma gráfica dentro de la composición visual del logotipo, manteniendo la temática del bienestar animal.

Figura 1. Propuesta gráfica de rediseño de la marca Pet and Pet



Con el fin de visualizar el potencial de la propuesta, se realizaron simulaciones de aplicación de la marca en espacios físicos relacionados con el emprendimiento.

Figura 2. Simulación de aplicación de la propuesta de marca



Durante la socialización de la propuesta se explicó el proceso conceptual y gráfico utilizado para su desarrollo, así como las posibles ventajas de una identidad visual más simplificada.

No obstante, el emprendimiento decidió mantener su identidad visual original, argumentando que esta ya era reconocida por sus clientes y representaba adecuadamente la imagen de su negocio.

5.9.4 Proceso de optimización de la identidad existente

Una vez tomada la decisión de conservar la identidad gráfica original, el proceso se enfocó en realizar una **optimización técnica del logotipo existente**, sin modificar su concepto ni su composición visual.

Las acciones desarrolladas incluyeron:

- vectorización del logotipo original
- limpieza y ajuste de curvas
- organización estructural de los elementos gráficos
- generación de archivos editables
- creación de variaciones funcionales de la marca

Este proceso permitió mejorar significativamente la calidad técnica del logotipo, garantizando su correcta reproducción en diferentes formatos y tamaños.

5.9.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso, Pet and Pet S.A.S. recibió su identidad visual optimizada, con archivos gráficos funcionales y de alta calidad que permiten su correcta aplicación en diferentes contextos de comunicación.

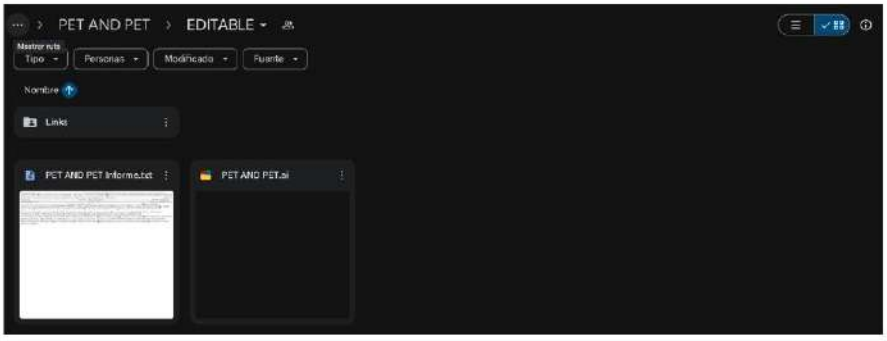
Los archivos finales fueron organizados dentro de una estructura digital que facilita su acceso y uso por parte del emprendimiento.

Figura 3. Carpeta de organización de archivos del proyecto



Asimismo, se entregaron los archivos editables del logotipo optimizado.

Figura 4. Archivos editables de la marca



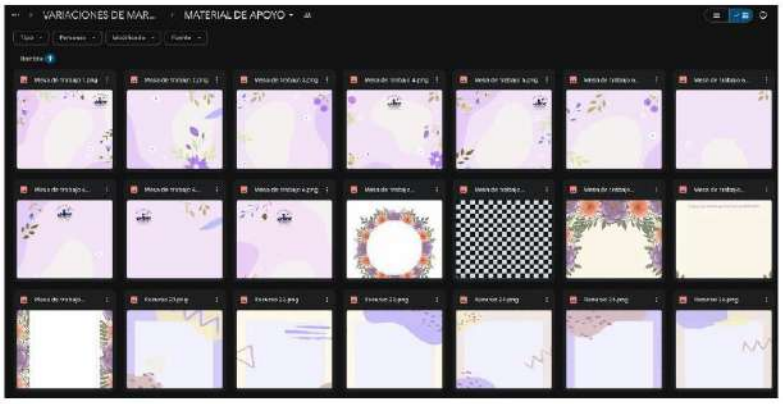
También se desarrollaron diferentes **variaciones del logotipo** para facilitar su aplicación en distintos formatos y piezas gráficas.

Figura 5. Variaciones del logotipo de Pet and Pet



Adicionalmente, se generó un conjunto de **recursos gráficos de apoyo** para la producción de piezas digitales y promocionales.

Figura 6. Material gráfico de apoyo de la marca



5.9.6 Entregables

Como resultado del proceso se entregaron los siguientes recursos:

- logotipo original optimizado en alta resolución
- variaciones de la marca para diferentes usos
- archivos gráficos editables finales
- material gráfico de apoyo

Estos recursos permiten al emprendimiento mantener su identidad visual actual con una calidad técnica adecuada para su implementación en medios digitales e impresos.

5.9.7 Enlace de entrega de material

Los archivos finales del proyecto fueron organizados dentro de un repositorio digital que contiene todos los recursos gráficos desarrollados durante el proceso.

Enlace de acceso al material entregado

https://drive.google.com/drive/folders/19C6jWUXyRV5TO_MpbOSkIggYd54D-902?usp=drive_link

5.9.8 Enlace de propuesta gráfica no implementada

La propuesta de rediseño conceptual de la marca fue igualmente organizada dentro de un repositorio digital como evidencia del proceso creativo realizado.

Enlace de acceso a la propuesta gráfica

https://drive.google.com/drive/folders/1glLZG-0NXanx9o3cGav9n_kP30TIFq36?usp=drive_link

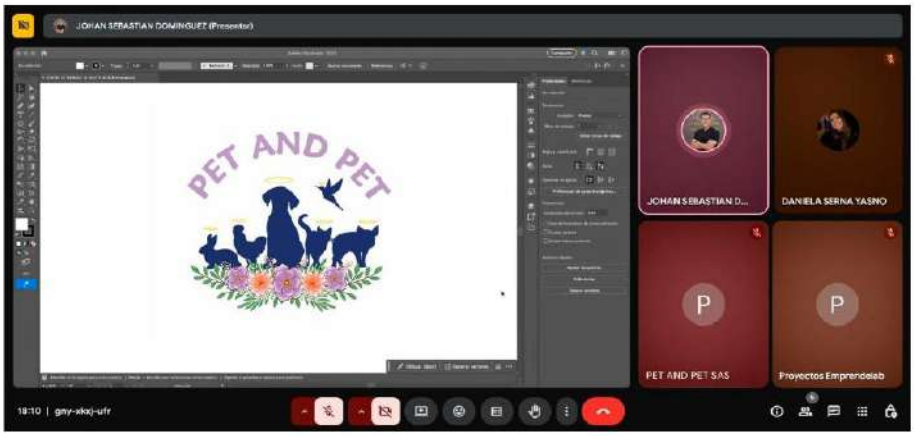
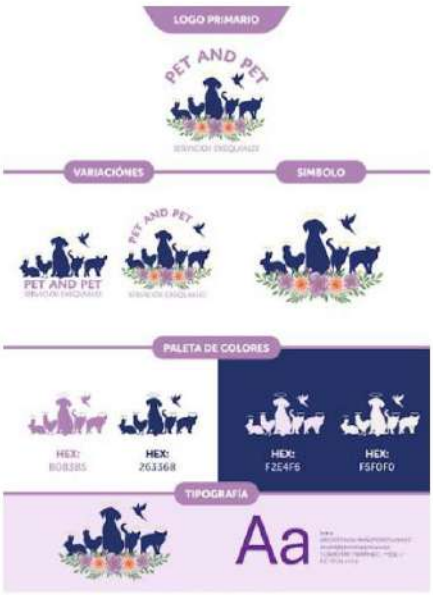


Figura 7. Socialización virtual del proceso de diseño

No obstante, el emprendimiento decidió mantener su identidad visual original, argumentando que esta ya era reconocida por sus clientes y representaba adecuadamente la imagen de su negocio.


LOGO PRIMARIO
PET AND PET
VARIACIÓNES
SIMBOLO
PALETA DE COLORES
HEX:
HEX:
HEX:
HEX:
TIPOGRAFÍA
Aa


SERVICIOS EXEQUIALES
CREMACIÓN
ATENCIÓN INMEDIATA
PLAN DE AFILIACIÓN



5.10 PROCESO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL – PARA ELLOS · CUIDADO PERSONAL

5.10.1 Información general del emprendimiento

Nombre del emprendimiento: Para Ellos · Cuidado Personal
Sector económico: Comercialización de productos de cuidado personal masculino e insumos para barbería
Ubicación: Popayán, Cauca
Tipo de proceso: Producción de material audiovisual promocional

Para Ellos · Cuidado Personal es un emprendimiento dedicado a la comercialización de productos especializados para el cuidado personal masculino, así como insumos

utilizados en barbería profesional. Su oferta incluye productos para el cuidado de la barba, el cabello, la piel y accesorios relacionados con el estilo masculino.

El emprendimiento se orienta principalmente a clientes interesados en el cuidado personal, barberos profesionales y personas que buscan productos especializados dentro del sector del grooming masculino.

Dentro del programa de acompañamiento desarrollado en el marco del proyecto **POPAYÁN INN**, el emprendimiento manifestó la necesidad de fortalecer su comunicación comercial mediante contenido audiovisual que permitiera mostrar su propuesta de valor y generar mayor visibilidad en redes sociales y medios digitales.

5.10.2 Diagnóstico inicial

Durante la fase de diagnóstico se identificó que Para Ellos · Cuidado Personal contaba con una identidad visual previamente definida y consolidada, la cual ya era utilizada en su establecimiento físico, redes sociales y material promocional.

Por esta razón, el proceso de acompañamiento no se enfocó en el desarrollo o rediseño de marca, sino en la creación de **contenido audiovisual estratégico** que permitiera fortalecer la comunicación del emprendimiento y mejorar su presencia digital.

Se evidenció que el emprendimiento tenía una oportunidad importante de crecimiento mediante la producción de contenido visual que mostrara:

- el ambiente del establecimiento
- la experiencia del cliente dentro del local
- el portafolio de productos disponibles
- la asesoría brindada a los clientes
- el concepto de cuidado personal masculino que promueve la marca

A partir de este diagnóstico se definió la producción de **material audiovisual promocional**, acompañado de una **sesión fotográfica profesional** que permitiera generar contenido para redes sociales y campañas digitales.

5.10.3 Objetivo del proceso

Desarrollar material audiovisual promocional que fortaleciera la comunicación comercial de Para Ellos · Cuidado Personal, permitiendo presentar de manera clara, profesional y atractiva su propuesta de valor, su portafolio de productos y la experiencia que ofrece a sus clientes.

De manera específica, el proceso buscó:

- generar contenido audiovisual para redes sociales
- mostrar el ambiente y la identidad del establecimiento

- destacar el portafolio de productos y servicios disponibles
- fortalecer la imagen profesional del emprendimiento en medios digitales.

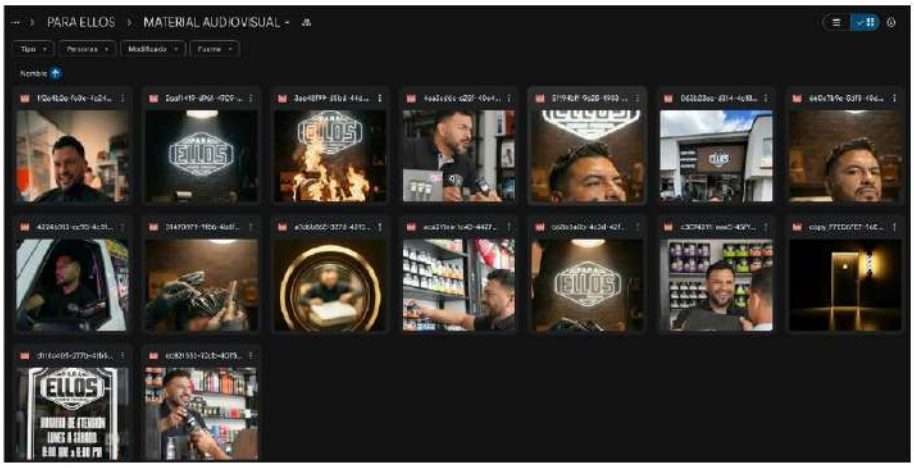
5.10.4 Proceso desarrollado

El proceso de producción audiovisual se desarrolló en varias etapas, integrando actividades de planeación, registro audiovisual, sesión fotográfica y postproducción.

Inicialmente se realizó un análisis del negocio, su público objetivo y los canales de comunicación que utiliza el emprendimiento, con el fin de definir el enfoque narrativo y visual del material audiovisual.

Posteriormente se planificó el contenido que sería registrado durante la producción, identificando escenas clave dentro del establecimiento, interacción con clientes, uso de productos y ambientación del espacio comercial.

Figura 1. Organización del material audiovisual registrado durante la producción



Durante la fase de producción se realizó una **sesión de registro audiovisual dentro del establecimiento**, capturando escenas relacionadas con:

- atención al cliente
- demostración de productos
- ambiente del local
- interacción con barberos y clientes

- detalles de los productos disponibles

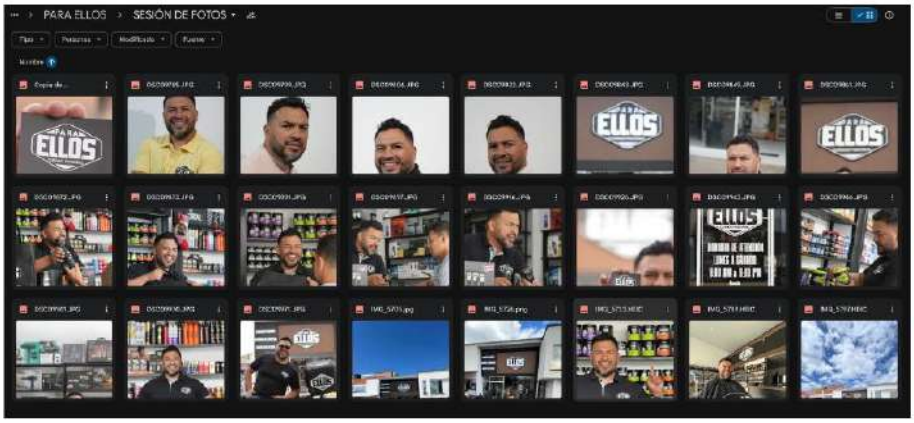
Este registro permitió capturar imágenes dinámicas que reflejan la experiencia que el emprendimiento ofrece a sus usuarios.

Sesión fotográfica
Como parte del proceso también se desarrolló una **sesión de fotografías promocionales**, orientada a generar contenido visual de alta calidad para redes sociales, publicidad digital y material promocional.

Las fotografías se enfocaron en retratar:

- al representante del emprendimiento
- el ambiente del establecimiento
- los productos disponibles
- la interacción con clientes
- detalles del proceso de cuidado personal masculino

Figura 2. Registro de fotografías realizadas durante la sesión fotográfica



Este material permitió construir una biblioteca visual que el emprendimiento puede utilizar para alimentar sus canales digitales de manera constante.

Producción del video promocional
Con base en el material registrado durante la grabación se desarrolló un proceso de edición y postproducción audiovisual, en el cual se seleccionaron las escenas más representativas para construir una narrativa visual clara y atractiva.

El video promocional busca transmitir:

- la identidad del emprendimiento
- el ambiente del establecimiento
- la calidad de los productos ofrecidos
- la experiencia que vive el cliente dentro del local

Como resultado se produjeron **dos versiones del video promocional**, adaptadas para diferentes formatos de uso dentro de plataformas digitales.

Figura 3. Archivos finales del video promocional desarrollado



5.10.5 Resultados obtenidos

Como resultado del proceso, Para Ellos · Cuidado Personal recibió material audiovisual promocional que fortalece su presencia digital y su estrategia de comunicación comercial.

Los videos producidos permiten presentar de manera clara y profesional el concepto del emprendimiento, destacando el ambiente del establecimiento, la experiencia del cliente y el portafolio de productos disponibles.

Asimismo, la sesión fotográfica generó un conjunto de imágenes que pueden ser utilizadas en publicaciones de redes sociales, piezas promocionales y material de comunicación digital.

Figura 4. Ejemplo de publicación realizada en redes sociales utilizando el material producido



5.10.6 Entregables

Como resultado del proceso se entregaron los siguientes recursos:

- dos (2) versiones del video promocional final
- material audiovisual base utilizado durante la producción
- registro fotográfico realizado durante la sesión
- clips de video y fotografías en formatos digitales
- biblioteca de contenido visual para redes sociales

Estos recursos permiten al emprendimiento contar con material visual de alta calidad para fortalecer su presencia en medios digitales y campañas promocionales

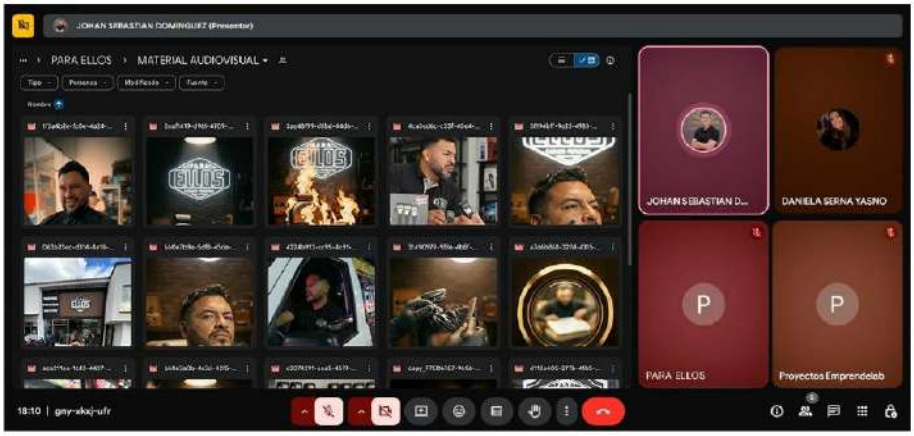
5.10.7 Enlace de entrega de material

Todos los archivos generados durante el proceso de producción audiovisual fueron organizados dentro de un repositorio digital que contiene el material fotográfico, los videos producidos y los recursos audiovisuales utilizados durante la producción.

Enlace de acceso al material entregado

https://drive.google.com/drive/folders/1DsPrkizakbmY-3wk5MsnctSmGc_uVq1R?usp=drive_link

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA
RESOLUCIÓN NÚMERO. 0407 DE 2025
(18 de diciembre)

POR MEDIO DE LA CUAL SE OTORGA UNA BECA DE PREGRADO EN EL MARCO DEL PROGRAMA "AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA EL PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRENDEDOR Y EMPRESARIAL, EN EL MARCO DEL PROYECTO - FORTALECER ACCIONES PARA FOMENTAR EL DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA CIUDAD DE POPAYÁN"

El Representante Legal de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, en uso de sus facultades legales y estatutarias, y

CONSIDERANDO QUE:

I. La Constitución Política de Colombia establece que la educación es un derecho de la persona y un servicio público con función social.

II. La Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, es una institución de educación superior que contribuye a la formación integral de personas y al desarrollo social mediante la educación, la investigación y la proyección social.

III. En el marco del programa **"AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA EL PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRENDEDOR Y EMPRESARIAL EN EL MARCO DEL PROYECTO - FORTALECER ACCIONES PARA FOMENTAR EL DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA CIUDAD DE POPAYÁN"**, se contemplan estrategias orientadas a promover el acceso a la educación superior.

IV. Como parte de dichas acciones se contempla la entrega de una beca universitaria para fortalecer el talento humano vinculado al ecosistema emprendedor de la ciudad de Popayán.

V. El señor **DANIEL EDUARDO CANTILLO CERÓN**, identificado con cédula de ciudadanía número. 1.061.814.287, ha sido seleccionado como beneficiario de una beca universitaria dentro del programa mencionado.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO. OTORGAMIENTO DE LA BECA.

Otorgar una BECA DE PREGRADO equivalente al cien por ciento (100%) del valor de la matrícula de la carrera universitaria de pregrado al señor **DANIEL EDUARDO CANTILLO CERÓN**, identificado con cédula de ciudadanía número 1.061.814.287, para cursar un programa de formación profesional de pregrado en la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca.

ARTÍCULO SEGUNDO. ALCANCE DEL BENEFICIO.

La beca cubrirá únicamente el cien por ciento (100%) del valor de la matrícula del programa de pregrado académico durante la duración del plan de estudios. Este beneficio no incluye derechos de grado ni otros costos administrativos establecidos por la institución.

ARTÍCULO TERCERO. CONDICIONES PARA LA CONSERVACIÓN DE LA BECA.

El beneficiario deberá realizar oportunamente los procesos de inscripción y matrícula en cada período académico, mantener un promedio académico igual o superior a 3.5, cumplir con el Reglamento Estudiantil de la institución y no incurrir en sanciones disciplinarias.

ARTÍCULO CUARTO. INTRANSFERIBILIDAD.

La beca otorgada mediante la presente resolución es personal e intransferible y no podrá ser cedida total ni parcialmente a otra persona.

ARTÍCULO QUINTO. PÉRDIDA DEL BENEFICIO.

El incumplimiento de las condiciones establecidas en la presente resolución o en los reglamentos institucionales podrá dar lugar a la pérdida del beneficio de la beca.

ARTÍCULO SEXTO. VIGENCIA.

La presente resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

Dada en Popayán, Cauca, a los 18 días del mes de diciembre de 2025.

RUBÉN DARÍO MANTILLA SANDOVAL
Representante Legal
Corporación Universitaria Autónoma del Cauca

DANIEL EDUARDO CANTILLO CERÓN
CC. Nro. 1.061.814.287
Beneficiario – Notificado

Revisó:

HOOVER HUGO PAREDES MOSQUERA
Secretario General y Asesor Jurídico


POPAYÁN INN



POPAYÁN INN

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

ACTA 03
DE ENTREGA DE KEY VISUAL

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa POPAYÁN INN, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.

Nombre del emprendimiento: Battle Arena Hobby Center
Representante legal / responsable: Laura Cristina Muñoz Chávez
Teléfono de contacto: 3137346981
Correo electrónico: battlearenapop@gmail.com

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

ALCANCE DE LA ENTREGA
- Marca en formato editable.
- Imágenes en formato PNG de las variantes de la marca.
- Previsualización de una pieza gráfica.
- Infografía del Manual de Uso de Marca.

ACEPTACIÓN
El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS

Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno
Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350

Quien recibe: Laura Cristina Muñoz Chávez

Firma: Laura Cristina Muñoz Chávez

POPAYÁN INN

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

ACTA 01
DE ENTREGA DE KEY VISUAL

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa **POPAYÁN INN**, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.
Nombre del emprendimiento: C Bella
Representante legal / responsable: Yanet Ospina Ramírez
Teléfono de contacto: 3233922488
Correo electrónico: janeth.suempresa@gmail.com

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

ALCANCE DE LA ENTREGA
- Marca en formato editable.
- Imágenes en formato PNG de las variantes de la marca.
- Previsualización de una pieza gráfica.
- Infografía del Manual de Uso de Marca.

ACEPTACIÓN

El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS

Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno
Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350

Quien recibe: Janeth Ospina Ramírez

Firma:

ACTA 08

POPAYÁN INN **DE ENTREGA DE KEY VISUAL**

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa POPAYÁN INN, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.

Nombre del emprendimiento: Fundación para el Desarrollo del Arte y el Deporte – Escuela de Danzas Alicia Alonso

Representante legal / responsable: Camilo Andrés Delgado Cerón

Teléfono de contacto: 3128146611

Correo electrónico: camilo.delgado.c@uniautonoma.edu.co

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

ALCANCE DE LA ENTREGA
- Marca en formato editable.
- Imágenes en formato PNG de las variantes de la marca.
- Previsualización de una pieza gráfica.
- Infografía del Manual de Uso de Marca.

ACEPTACIÓN
El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS

Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno

Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350

Quien recibe: Camilo Andrés Delgado Cerón
Firma: Delgado
1061813618

Scanned with CamScanner

POPAYÁN INN

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

ACTA 02
DE ENTREGA DE KEY VISUAL

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa POPAYÁN INN, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.

Nombre del emprendimiento: Helados de Paila Sandoná
Representante legal / responsable: Juan Camilo Calambás Solís
Teléfono de contacto: 3218948455
Correo electrónico: juancamilosolis10@gmail.com

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

ALCANCE DE LA ENTREGA
- Marca en formato editable.
- Imágenes en formato PNG de las variantes de la marca.
- Previsualización de una pieza gráfica.
- Infografía del Manual de Uso de Marca.

ACEPTACIÓN
El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS

Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno
Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350

Quien recibe: Juan Camilo Calambás Solís

Firma: _____

POPAYÁN INN

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

ACTA 10

DE ENTREGA DE KEY VISUAL

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa POPAYÁN INN, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.

Nombre del emprendimiento: Para Ellos Comercializadora

Representante legal / responsable: Angela María Lemos Bolaños

Teléfono de contacto: 3115993667

Correo electrónico: tiendaparaellos.pop@gmail.com

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

ALCANCE DE LA ENTREGA

- Material audiovisual base utilizado durante la producción.
- Registro fotográfico realizado durante la sesión.
- Clips de video y fotografías en formatos digitales.
- Biblioteca de contenido visual para redes sociales.

ACEPTACIÓN
El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS
Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno
Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350
Quien recibe: Angela María Lemos Bolaños

Firma:

POPAYÁN INN

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

ACTA 06
DE ENTREGA DE KEY VISUAL

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa POPAYÁN INN, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.

Nombre del emprendimiento: Pet and Pet S.A.S.
Representante legal / responsable: Eider Alexander Manzano Mera
Teléfono de contacto: 3006956560
Correo electrónico: petandpetsas@gmail.com

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

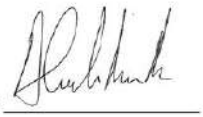
ALCANCE DE LA ENTREGA
- Marca en formato editable.
- Imágenes en formato PNG de las variantes de la marca.
- Previsualización de una pieza gráfica.
- Infografía del Manual de Uso de Marca.

ACEPTACIÓN
El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS

Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno
Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350

Quien recibe: Eider Alexander Manzano Mera

Firma: 

POPAYÁN INN

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

EMPRENDELAB

ACTA 09
DE ENTREGA DE KEY VISUAL

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa POPAYÁN INN, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.

Nombre del emprendimiento: Pipián Postres
Representante legal / responsable: Emilia Martina Ruiz Quilindo
Teléfono de contacto: 3245042826
Correo electrónico: emilia.ruiz.q@uniautonoma.edu.co

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

ALCANCE DE LA ENTREGA
- Marca en formato editable.
- Imágenes en formato PNG de las variantes de la marca.
- Previsualización de una pieza gráfica.
- Infografía del Manual de Uso de Marca.

ACEPTACIÓN
El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS

Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno
Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350

Quien recibe: Emilia Martina Ruiz Quilindo
Firma: Emilia Martina Ruiz Q
CC. 1002955890 Pqr Cauca

POPAYÁN INN

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

ACTA 04
DE ENTREGA DE KEY VISUAL

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa POPAYÁN INN, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.

Nombre del emprendimiento: Raíces Vivas
Representante legal / responsable: Miguel Eduardo Rojas Díaz
Teléfono de contacto: 3155945986
Correo electrónico: mrojas0815@gmail.com

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

ALCANCE DE LA ENTREGA
- Marca en formato editable.
- Imágenes en formato PNG de las variantes de la marca.
- Previsualización de una pieza gráfica.
- Infografía del Manual de Uso de Marca.

ACEPTACIÓN
El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS

Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno
Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350

Quien recibe: Miguel Eduardo Rojas Díaz
Firma: _____

Miguel Eduardo Rojas Díaz
CC. 1.061'711.546
Cel.: 315 594 5986

POPAYÁN INN

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

ACTA 07
DE ENTREGA DE KEY VISUAL

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa POPAYÁN INN, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.

Nombre del emprendimiento: Ruta del Maíz
Representante legal / responsable: María Mónica Tobar Mauna
Teléfono de contacto: 3108312453
Correo electrónico: monicadach@hotmail.com

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

ALCANCE DE LA ENTREGA
- Marca en formato editable.
- Imágenes en formato PNG de las variantes de la marca.
- Previsualización de una pieza gráfica.
- Infografía del Manual de Uso de Marca.

ACEPTACIÓN
El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS

Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno
Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350

Quien recibe: María Mónica Tobar Mauna
Firma: _____

POPAYÁN INN

SECRETARÍA DAFE

Uniautónoma DEL CAUCA

ACTA 05
DE ENTREGA DE KEY VISUAL

Fecha: 26 de diciembre de 2025

La presente acta se suscribe en el marco del programa POPAYÁN INN, una iniciativa articulada entre la Alcaldía de Popayán, la Secretaría DAFE y la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, orientada al fortalecimiento y acompañamiento de emprendimientos del municipio.

Nombre del emprendimiento: Trébol Paisajismo
Representante legal / responsable: María del Carmen Gallego Burbano
Teléfono de contacto: 3023705268
Correo electrónico: treboldeconatural@gmail.com

OBJETO DEL ACTA
Dejar constancia de la entrega formal del Key Visual desarrollado para el emprendimiento, como insumo estratégico para el fortalecimiento de su identidad visual y comunicacional.

ALCANCE DE LA ENTREGA
- Marca en formato editable.
- Imágenes en formato PNG de las variantes de la marca.
- Previsualización de una pieza gráfica.
- Infografía del Manual de Uso de Marca.

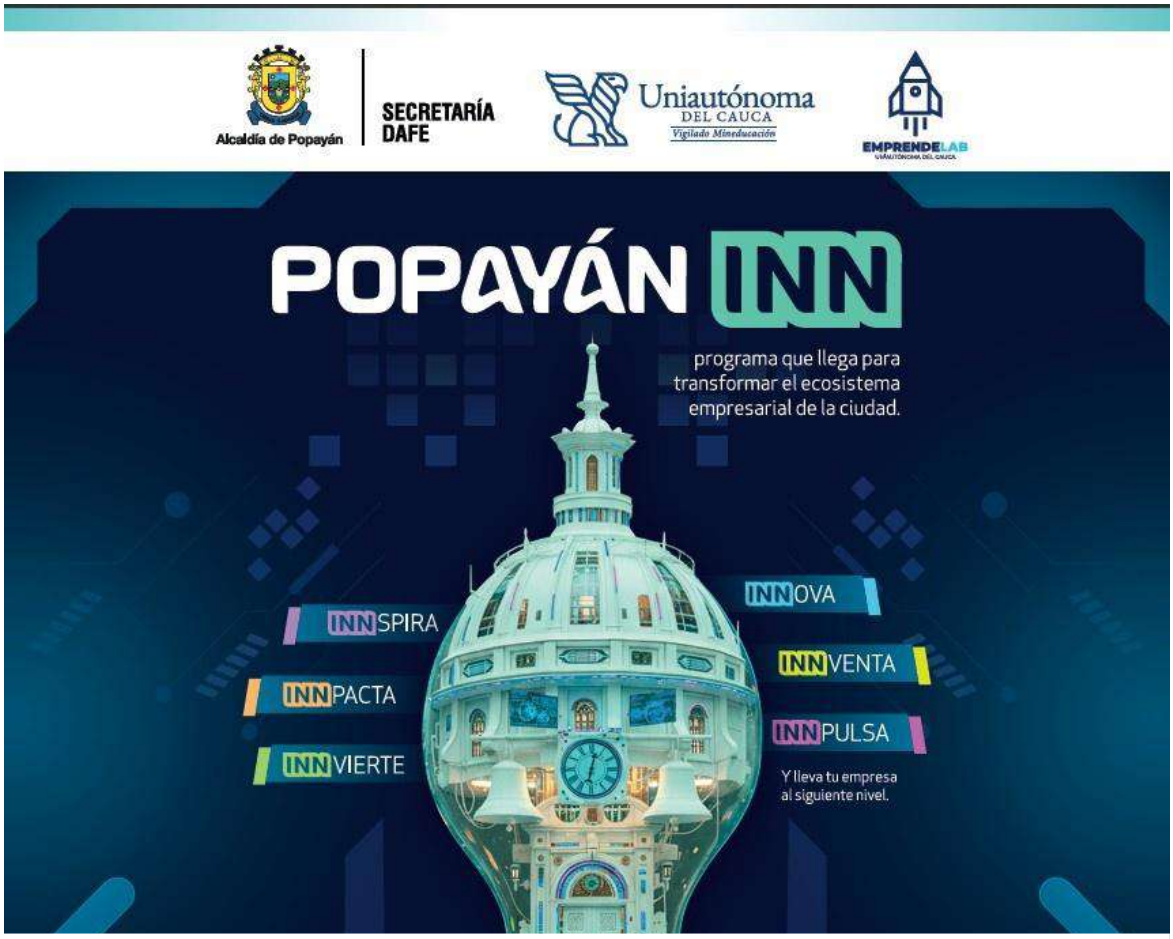
ACEPTACIÓN
El emprendimiento declara haber recibido a satisfacción los elementos descritos, en el marco del programa POPAYÁN INN.

FIRMAS

Quien entrega: Johan Sebastian Dominguez Moreno
Firma: Johan Sebastian Dominguez Moreno
1061749350

Quien recibe: María del Carmen Gallego Burbano

Firma: _____



Evidencia actividades 6.1 Entrenamiento en trabajo colaborativo, 6.2 Sesiones piloto de trabajo colaborativo, 6.3. Formación para acceder a recursos de manera conjunta.

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO ESPECIALIZADO EN EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL POPAYÁN INN: INNPULSA. INNSPIRA. INNVENTA. INNPACTA. INNOVA. INNVIERTE

FASE 6	PLAZA DE VENTAS Y CLUSTER EMPRESARIAL
DESCRIPCIÓN	En esta fase se pondrá en marcha un proceso integral orientado a la consolidación de un ecosistema colaborativo de comercialización entre los emprendimientos participantes. El objetivo es preparar a los emprendedores para trabajar de manera conjunta, desplegar estrategias colaborativas de ventas y conformar un cluster empresarial que potencie su capacidad de acceso a mercados y sostenibilidad en el tiempo.
ACTIVIDAD	Actividad 6.1 Entrenamiento en trabajo colaborativo (sesiones de trabajo para preparar a los emprendedores seleccionados en el desarrollo de ventas conjuntas). Actividad 6.2 Sesiones piloto de trabajo colaborativo (monitoreo de ejercicios piloto para el trabajo colaborativo en términos de: producción, transporte, logística o comercialización). Actividad 6.3. Formación (sesiones para acceder a recursos de manera conjunta. Ejm SECOP, Cooperación nacional/internacional).
INFORME # 6.1, 6.2 y 6.3	Informe de plan de ventas que incluye formato de asistencia y registro audiovisual.

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Diseñar e implementar un programa de entrenamiento especializado orientado al fortalecimiento empresarial y al impulso del emprendimiento en Popayán, mediante procesos de formación avanzada, apropiación tecnológica, acompañamiento estratégico y generación de capacidades para mejorar la competitividad, la sostenibilidad y la creación de empleo en empresas y emprendimientos de la región.

INTRODUCCIÓN

La importancia del trabajo colaborativo en el fortalecimiento empresarial radica en su capacidad para generar sinergias que trascienden los esfuerzos individuales y permiten construir propuestas más sólidas y competitivas. Este proceso se orientó a preparar a los emprendedores para enfrentar de manera articulada los retos del mercado, fomentando la creación de un clúster empresarial que amplifique su acceso a recursos, potencie las ventas conjuntas y garantice la sostenibilidad de sus proyectos en el tiempo. La estrategia se concibió como un espacio de aprendizaje donde la confianza mutua y la cohesión grupal se consolidaron como pilares fundamentales para la cooperación.

Durante el mes de diciembre se desarrollaron sesiones de entrenamiento en trabajo colaborativo, orientadas a fortalecer las competencias necesarias para el trabajo en equipo y la construcción de dinámicas de ventas conjuntas. Bajo la guía de un profesional especializado, los emprendedores participaron en tres encuentros diseñados para generar confianza, establecer acuerdos de cooperación y preparar a los participantes para enfrentar los desafíos del mercado de manera articulada.

Finalmente, se llevaron a cabo sesiones de formación en acceso conjunto a recursos, que brindaron a los emprendedores herramientas para aprovechar plataformas como SECOP y convocatorias de cooperación nacional e internacional. Este componente permitió diversificar las fuentes de financiación y ampliar las oportunidades de crecimiento. Todo el proceso culminó con la Plaza de Ventas, un espacio físico en un centro comercial durante el mes de diciembre, donde los emprendedores desplegaron sus estrategias colaborativas de comercialización, interactuaron directamente con los consumidores y documentaron, mediante registros fotográficos y audiovisuales, el impacto de la cooperación empresarial en un entorno real.

METODOLOGÍA

La metodología se desarrolló mediante un único encuentro virtual de aproximadamente tres horas de duración, orientado por un profesional en trabajo colaborativo y estrategias de ventas. Este espacio integró de manera estructurada componentes conceptuales y prácticos, con el propósito de fortalecer las capacidades comerciales de las emprendedoras y promover el trabajo articulado. Durante la jornada se abordaron de forma secuencial temas clave como la definición de objetivos de venta, el establecimiento de políticas comerciales, la identificación del mercado objetivo y sus necesidades, la implementación de estrategias de venta y el proceso de cierre, tomando como referencia una ruta lógica de construcción de estrategias comerciales. Combinó exposición guiada, participación activa, ejercicios prácticos y espacios de reflexión, facilitando la apropiación de los contenidos en función de la realidad de cada emprendimiento. Asimismo, se promovió el intercambio de experiencias entre las participantes como un elemento central del aprendizaje, fortaleciendo la identificación de oportunidades de colaboración y mejora conjunta. Como apoyo metodológico, se socializó una plantilla de plan de ventas que permitió organizar de manera estructurada los elementos trabajados durante la sesión.

Es importante señalar que esta metodología fue adaptada a las condiciones y disponibilidad de las emprendedoras, quienes, debido a la temporada de alta demanda comercial en el mes de diciembre, solicitaron concentrar el proceso en una sola jornada virtual. Esta decisión permitió garantizar su participación efectiva, considerando que debían atender simultáneamente procesos de producción y ventas en sus respectivos espacios comerciales.

6.1 Entrenamiento en trabajo colaborativo y ventas conjuntas	
OBJETIVO	Fortalecer las capacidades iniciales de los emprendedores para el trabajo colaborativo, mediante la generación de confianza, la definición de acuerdos básicos de cooperación y la exploración de dinámicas de ventas conjuntas.

1. Introducción al trabajo colaborativo

Previo al desarrollo del componente enfocado en la estructuración del plan de ventas, el 9 de diciembre se llevó a cabo una primera jornada orientada al fortalecimiento del trabajo colaborativo entre emprendedores. Para este espacio se realizó la invitación de los emprendedores de la playa de ventas; sin embargo, otros participantes de procesos previos también manifestaron interés en vincularse, lo que permitió ampliar la participación y enriquecer el intercambio de experiencias durante la jornada.

El encuentro inició con una introducción a los conceptos de trabajo colaborativo, abordando su importancia en contextos empresariales y su relación directa con el fortalecimiento de estrategias comerciales. A partir de esta base, se generó un espacio de diálogo en el que los participantes pudieron compartir sus experiencias, identificar intereses comunes y reflexionar sobre las oportunidades que ofrece la articulación entre emprendimientos para mejorar su posicionamiento en el mercado.

Esta jornada permitió sentar las bases para el desarrollo de los siguientes componentes del proceso formativo, facilitando la comprensión de que el trabajo conjunto no solo fortalece las capacidades individuales, sino que también abre la posibilidad de construir estrategias de venta más sólidas, ampliar la oferta de valor y responder de manera más efectiva a las dinámicas del mercado.



2. Contexto General

Posterior a la jornada inicial de trabajo colaborativo, se desarrolló un espacio de acompañamiento en modalidad virtual con la participación de los emprendedores ganadores de la Playa de Ventas, en el marco del programa Popayán Inn. Este encuentro fue orientado por un profesional especializado en dinámicas de cooperación empresarial y ventas conjuntas, y se estructuró como una jornada continua en la que se abordaron de manera integrada los contenidos previstos para este componente.

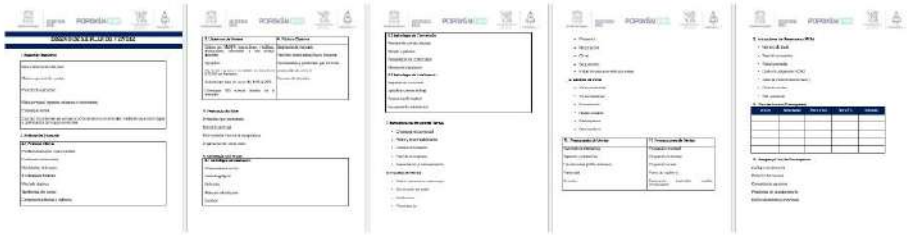
El proceso se concibió como un espacio de fortalecimiento inicial de capacidades colaborativas, con el propósito de preparar a los emprendedores para enfrentar de manera articulada los retos del mercado local y regional. A lo largo de la jornada, se trabajaron elementos clave relacionados con la confianza, la cohesión grupal y la identificación de oportunidades de trabajo conjunto, reconociendo estos factores como base para la construcción de estrategias colaborativas sostenibles.

Durante el desarrollo del encuentro, los emprendedores provenientes de distintos sectores productivos compartieron experiencias sobre las dificultades que enfrentan en sus negocios individuales, lo que permitió evidenciar puntos en común y oportunidades de articulación. En este contexto, se reflexionó sobre el potencial de las ventas conjuntas como una estrategia para ampliar la cobertura comercial, optimizar recursos en promoción y logística, y consolidar una oferta más diversa y competitiva en el mercado.

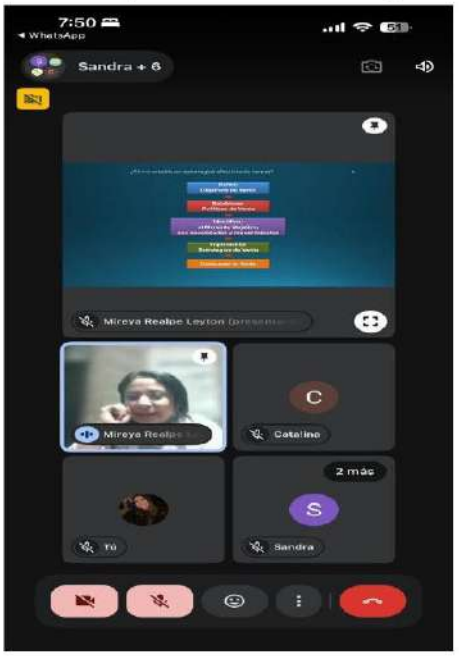
DESARROLLO

Durante el encuentro se desarrolló una jornada de trabajo integral en la que se abordaron de manera articulada los principales elementos para la estructuración de estrategias de venta. Inicialmente, se generó un espacio de interacción entre las emprendedoras que permitió reconocer sus contextos, experiencias y necesidades, facilitando un ambiente de confianza para el desarrollo de la sesión. Posteriormente, el facilitador presentó de manera guiada los temas clave relacionados con la definición de objetivos comerciales, políticas de venta, identificación del mercado objetivo y estructuración de estrategias, siguiendo una secuencia lógica orientada a fortalecer la planificación comercial.

Como parte central de la jornada, se compartió un formato de plan de ventas, el cual fue socializado y explicado paso a paso. Las emprendedoras dispusieron de un espacio práctico para diligenciar la plantilla con información real de sus negocios, aplicando los conceptos trabajados durante la sesión. Este ejercicio permitió aterrizar los contenidos a sus contextos específicos y avanzar en la organización de sus estrategias comerciales. Finalmente, se realizó un espacio de retroalimentación, en el que el facilitador revisó los avances de cada participante, brindando orientaciones y recomendaciones puntuales para fortalecer sus propuestas. La jornada concluyó con reflexiones sobre la importancia de estructurar adecuadamente los procesos de venta y la necesidad de dar continuidad a la planificación comercial de manera organizada.



El formato de "Diseño de mi plan de ventas" constituye una herramienta fundamental para la organización y fortalecimiento de la gestión comercial de los emprendedores, ya que permite estructurar de manera clara y ordenada todos los elementos necesarios para la toma de decisiones estratégicas. A través de este instrumento, los participantes pueden analizar su situación actual, definir objetivos concretos, identificar su mercado objetivo y establecer estrategias coherentes de captación, conversión y fidelización de clientes. Asimismo, el formato facilita la proyección de resultados, la definición de indicadores de desempeño y la planificación de acciones en el tiempo, lo que contribuye a una gestión más eficiente, medible y orientada a resultados. Su uso promueve una visión integral del negocio, fortalece la capacidad de planificación y permite a los emprendedores pasar de acciones comerciales intuitivas a procesos estructurados y sostenibles en el tiempo.





Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

6.2 Ejercicios piloto de trabajo colaborativo empresarial

OBJETIVO	Poner en práctica esquemas básicos de cooperación empresarial a través de ejercicios piloto en producción, logística y comercialización, con el fin de identificar aprendizajes y oportunidades de mejora.

1. Contexto General de la Sesión

Esta fase del proceso de formación se desarrolló como un espacio práctico en modalidad virtual, en el que los emprendedores pudieron aproximarse a la cooperación empresarial a partir de ejercicios aplicados a su realidad productiva. En continuidad con los temas abordados previamente, la jornada se enfocó en explorar de manera integrada aspectos relacionados con la producción, la logística y la comercialización, permitiendo reflexionar sobre cómo el trabajo conjunto puede aportar a la optimización de recursos y al fortalecimiento de sus estrategias de venta.

Durante el encuentro virtual, se promovió la participación mediante ejercicios orientados a reconocer capacidades individuales, identificar oportunidades de articulación y analizar posibles escenarios de colaboración. A lo largo de la jornada, el facilitador acompañó el desarrollo de las actividades, brindando orientaciones y retroalimentación en tiempo real, con el fin de facilitar la comprensión de los beneficios y retos asociados al trabajo colaborativo.

Las dinámicas desarrolladas permitieron evidenciar tanto el potencial de complementariedad entre los emprendimientos como algunos aspectos a fortalecer, especialmente en la organización, la coordinación de actividades y la comunicación. De esta manera, la jornada se consolidó como un espacio de aprendizaje práctico que permitió a los participantes reflexionar sobre posibles acciones conjuntas sin implicar la implementación inmediata de esquemas formales de cooperación.

Metodología

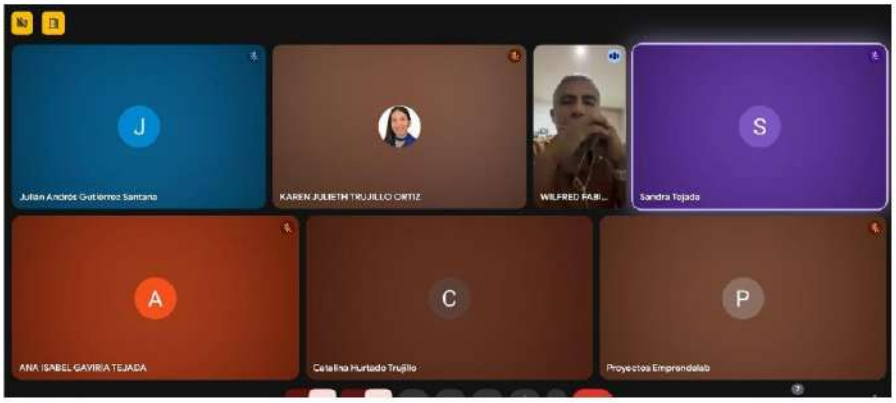
La jornada se desarrolló en un único encuentro virtual de carácter práctico, en el cual se abordaron de manera continua diferentes componentes del trabajo colaborativo, integrando ejercicios relacionados con la producción, la logística y la comercialización. La metodología combinó explicación guiada, análisis de situaciones, simulaciones y espacios de reflexión grupal, permitiendo a los emprendedores explorar de manera progresiva cómo podrían articular esfuerzos en sus actividades.

Durante el desarrollo del encuentro se realizaron ejercicios de identificación de recursos productivos, análisis general de procesos logísticos y aproximaciones a estrategias de comercialización conjunta, sin estructurarse como sesiones

independientes, sino como momentos complementarios dentro de una misma jornada. El facilitador acompañó el proceso brindando retroalimentación continua y orientando la discusión hacia la identificación de oportunidades y desafíos prácticos.

Este enfoque permitió que los emprendedores tuvieran un acercamiento aplicado al trabajo colaborativo, reconociendo beneficios potenciales como la optimización de recursos y la ampliación de oferta, así como la importancia de fortalecer aspectos como la coordinación, la definición de roles y la comunicación para futuras acciones conjuntas.

Los ejercicios propuestos permiten el desarrollo de acciones comerciales conjuntas y posibilitan mejoras en próximas intervenciones con proyectos. Las acciones priorizadas con la participación conjunta en espacios comerciales como ferias y zonas de venta en centros comerciales.





Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

6.3 Sesiones Introductorias sobre acceso conjunto a recursos	
OBJETIVO	Brindar a los emprendedores conocimientos introductorios sobre mecanismos de acceso conjunto a recursos, incluyendo contratación pública y cooperación, para ampliar sus capacidades de gestión colectiva.

1. Contexto General de la Sesión

Esta fase del proceso de formación se desarrolló como un espacio de capacitación introductoria en modalidad virtual, orientado a fortalecer las capacidades de los emprendedores en torno al acceso conjunto a recursos. En continuidad con los temas abordados previamente, la jornada permitió ampliar la comprensión sobre mecanismos institucionales y programas de apoyo que favorecen la acción empresarial colaborativa.

El encuentro fue orientado por un profesional especializado en contratación pública y cooperación nacional e internacional, quien abordó temas clave como el funcionamiento del SECOP (Sistema Electrónico de Contratación Pública), las oportunidades que ofrece para pequeñas empresas y asociaciones, y las formas en que los emprendedores pueden organizarse para participar de manera conjunta en procesos de licitación. De igual forma, se presentaron referentes de programas de cooperación nacional e internacional que promueven la asociatividad, el acceso a recursos y la participación en iniciativas colectivas.

La jornada permitió a los emprendedores reconocer que el acceso a oportunidades no depende únicamente de capacidades individuales, sino también de la posibilidad de actuar de manera organizada, lo que amplía sus opciones para acceder a contratos, financiamiento y proyectos de cooperación. Asimismo, se resaltó la importancia de avanzar en procesos de organización y articulación que les permitan proyectarse como un grupo con mayor capacidad de gestión.

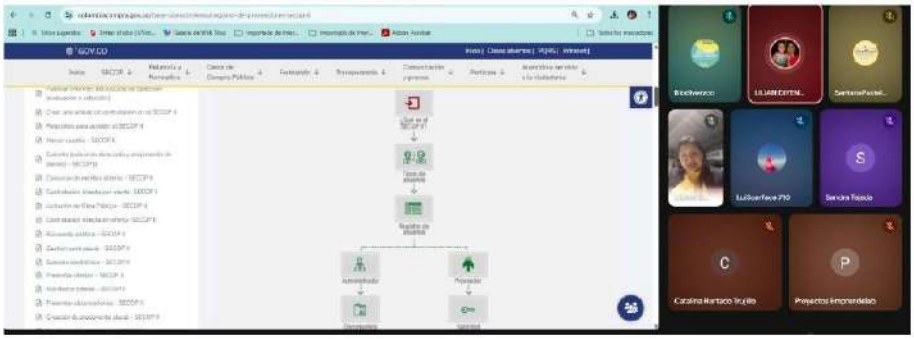
Metodología

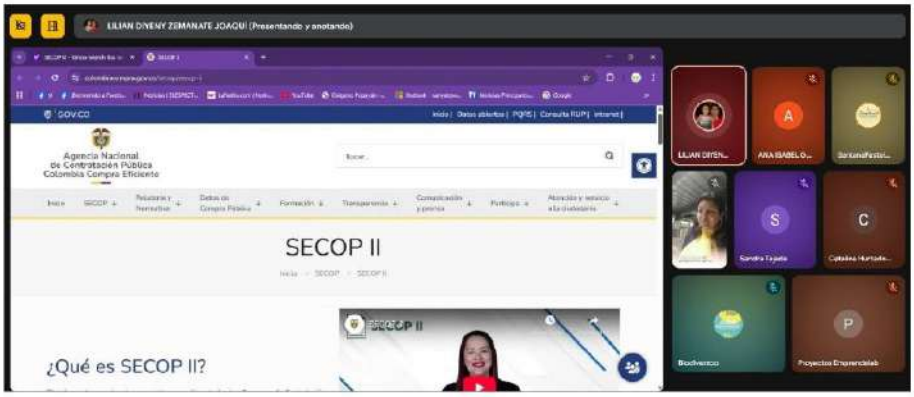
La jornada se desarrolló en un único encuentro virtual de carácter formativo, en el cual se abordaron de manera continua los contenidos previstos para este componente, integrando temáticas relacionadas con la contratación pública y la cooperación nacional e internacional. La metodología combinó exposición guiada, revisión de ejemplos, ejercicios prácticos y espacios de reflexión grupal, permitiendo a los emprendedores tener un acercamiento introductorio a estos temas.

Durante el desarrollo del encuentro se realizaron actividades como la exploración general de la plataforma SECOP, el análisis de convocatorias y la revisión de experiencias asociativas que han accedido a recursos mediante cooperación.

Asimismo, se promovieron espacios de conversación y análisis que facilitaron la identificación de oportunidades y condiciones necesarias para participar en este tipo de procesos.

Sin estructurarse como sesiones independientes, los contenidos se desarrollaron de manera integrada dentro de la misma jornada, permitiendo dar cumplimiento a los temas previstos de forma continua. El facilitador acompañó el proceso brindando orientaciones y retroalimentación, enfocando la discusión en la importancia de la organización colectiva, la claridad en los objetivos y la preparación para futuras oportunidades de participación conjunta.







MENTORIA PERSONALIZADA

Como complemento al proceso formativo, se brindó un espacio de mentoría personalizada dirigido a aquellos emprendedores que manifestaron interés en profundizar en los temas abordados, así como a quienes no lograron participar en la jornada principal. Este acompañamiento se desarrolló de manera flexible, permitiendo resolver dudas específicas, reforzar conceptos clave y orientar la aplicación práctica de los contenidos en sus emprendimientos. La mentoría facilitó una atención más individualizada, fortaleciendo la apropiación de herramientas como la estructuración de estrategias de venta, el uso de formatos compartidos y la comprensión de oportunidades relacionadas con la colaboración empresarial, garantizando así mayor continuidad en el proceso de aprendizaje.



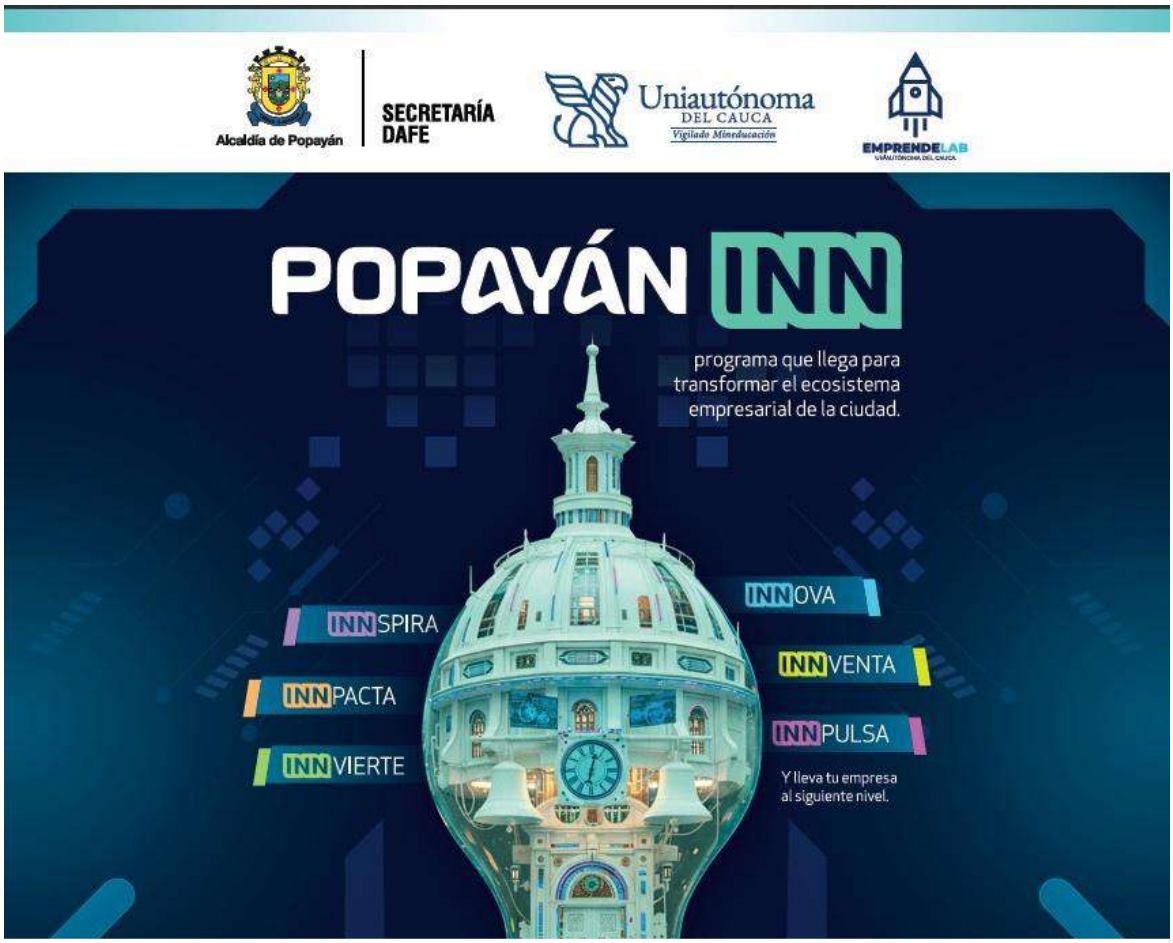
	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Unisurónoma	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 2 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Introducción al trabajo colaborativo | FUNCIONARIO PUBLICO RESPONSABLE: Ivan Camilo Arturo Tobar | LUGAR: Emprendelab | FECHA: 09 / 12 / 2025

Marque con X: Capacitación: X Taller: ___ Reunión: ___ Otro: ___ Cual ___

PONENTE: Isabel Tobar

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
13	Ana Isabel Garcia	1061792801	Gutopa	3243287276	anaisabeltejada@hotmail.com	
14	Sandra lorena Tejado	34563942	Apasco mis colores	3022873764	scilotesa2@gmail.com	scilotesa
15	Cortaliva Hurtado T.	43.259.104	Cortaliva Hurtado Accesorios	3155782448	cato.hurtado1@gmail.com	
16	Leidy Mariuxi Pérez	34326589	Bioactive 700	3155519741	bioactive700oficial@gmail.com	
17	Julian Andres Gutiérrez S.	1061778838	Santana papelería Solidaria	3153358045	santanapapeleria@g.	
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						



Evidencia actividad 6.4 Plaza de ventas



Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO ESPECIALIZADO EN EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL POPAYÁN INN: INNPULSA. INNSPIRA. INNVENTA. INNPACTA. INNOVA. INNVIERTE

FASE 6	PLAZA DE VENTAS Y CLUSTER EMPRESARIAL
DESCRIPCIÓN	En esta fase se pondrá en marcha un proceso integral orientado a la consolidación de un ecosistema colaborativo de comercialización entre los emprendimientos participantes. El objetivo es preparar a los emprendedores para trabajar de manera conjunta, desplegar estrategias colaborativas de ventas y conformar un cluster empresarial que potencie su capacidad de acceso a mercados y sostenibilidad en el tiempo.
ACTIVIDAD	Actividad 6.4 Plaza de ventas (espacio en un centro comercial durante 1 mes que permita el despliegue de una estrategia colaborativa de comercialización como prueba piloto).
INFORME #6.4	Informe con registro fotográfico del despliegue de estrategia de playa de ventas piloto.

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Diseñar e implementar un programa de entrenamiento especializado orientado al fortalecimiento empresarial y al impulso del emprendimiento en Popayán, mediante procesos de formación avanzada, apropiación tecnológica, acompañamiento estratégico y generación de capacidades para mejorar la competitividad, la sostenibilidad y la creación de empleo en empresas y emprendimientos de la región.

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

INTRODUCCIÓN

Los espacios de plaza de ventas representan una herramienta estratégica clave para el fortalecimiento empresarial, ya que permiten a los emprendedores trasladar sus propuestas de valor a escenarios reales de interacción con clientes, instituciones y aliados comerciales. Más allá de ser simples puntos de exhibición, estas plazas funcionan como laboratorios de mercado, donde se ponen a prueba las capacidades de negociación, la presentación de productos y la construcción de relaciones comerciales sostenibles.

En el marco del Programa de Entrenamiento Especializado en el Fortalecimiento Empresarial, la Fase 6 Plaza de Ventas y Cluster Empresarial se concibió como un componente esencial para consolidar un modelo colaborativo de comercialización. La iniciativa buscó que los emprendimientos participantes no solo fortalecieran sus habilidades individuales, sino que aprendieran a trabajar en red, generando sinergias y articulaciones que amplían su acceso a mercados y potencian su sostenibilidad en el tiempo.

La plaza de ventas se diseñó como un espacio físico de alta visibilidad, concebido también como una bolsa de oferentes, donde los productos y servicios de las emprendedoras pudieran ser presentados de manera profesional y atractiva. Este escenario permitió la conexión directa entre oferta y demanda, la generación de alianzas estratégicas, compras institucionales, acuerdos de distribución y nuevas oportunidades de negocio.

La experiencia piloto se materializó en el mes de diciembre, con la participación de las seis emprendedoras ganadoras del proceso de selección. El escenario escogido fue el Centro Comercial Terraplaza, considerado el más representativo del norte de Popayán. Este espacio, ubicado en una zona de crecimiento urbano, comercial y residencial, se ha consolidado como un punto de encuentro que combina oferta comercial, entretenimiento y servicios, convirtiéndose en un lugar idóneo para la visibilización de los emprendimientos y la interacción con un público diverso y de alto potencial de consumo.

De esta manera, la plaza de ventas no solo cumplió con la función de exhibición y comercialización, sino que se consolidó como un componente estratégico del programa, aportando a la construcción de un cluster empresarial que fortalece la competitividad regional y abre nuevas rutas de crecimiento para los negocios participantes.

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

ESPACIO ESTRATÉGICO

La plaza de ventas piloto se desarrolló en el Centro Comercial Terraplaza, ubicado en el norte de Popayán, una zona estratégica que combina crecimiento urbano, actividad comercial y densidad residencial. Esta ubicación fue seleccionada cuidadosamente por sus características de visibilidad y flujo de público, asegurando un aceso fácil y constante a clientes potenciales.

Terraplaza es el centro comercial más representativo del norte de Popayán, una zona estratégica donde se proyecta el crecimiento urbano, comercial y residencial de la ciudad. Concebido como un espacio de encuentro, Terraplaza combina diseño moderno, funcionalidad y una experiencia integral pensada para estar vigente y en sintonía con los cambios sociales y de hábitos de consumo . Con un área construida de 67,301 m2 y un área comercial (GLA) de 30,575 m2, el centro comercial alberga 203 unidades comerciales en 3 pisos. Para garantizar la comodidad y el acceso, Terraplaza cuenta con una infraestructura robusta de movilidad en 3 sótanos: 438 parqueaderos para vehículos, 146 para motos y 23 espacios destinados a personas con movilidad reducida, lo que refleja su compromiso con la inclusión y la accesibilidad.





- **Aspectos destacados de la ubicación**

Esta elección del lugar contribuyó significativamente al éxito de la experiencia piloto, asegurando un entorno propicio para demostración de productos, ventas directas y creación de redes de colaboración entre los emprendimientos participantes.

Accesibilidad:

El centro comercial cuenta con vías principales de acceso y transporte público, facilitando la llegada de visitantes desde distintas zonas de la ciudad.

Flujo de público

Al ser un punto de encuentro comercial y de entretenimiento, Terraplaza garantiza un tráfico constante de visitantes, incluyendo familias, jóvenes y empresarios locales.

Espacios estratégicos

La plaza de ventas se ubicó en un área de alto tránsito dentro del centro comercial, optimizando la exposición de los productos y la interacción con clientes potenciales.

Visibilidad de marca

La ubicación permitió que los emprendimientos participantes destacaran su identidad visual, gracias a los espacios amplios y a la infraestructura disponible para instalación de backings, mesas y

EMPRENDIMIENTOS SELECCIONADOS

La Plaza de Ventas en Terraplaza reunió a seis emprendimientos seleccionados, cada uno con una propuesta única que refleja la creatividad, el compromiso y la innovación presentes en el ecosistema empresarial de Popayán. Estos negocios representan distintos sectores comercio, gastronomía, agroindustria, artesanías y productos especializados y aportan una visión integral del potencial emprendedor de la región.

1. Catalina Hurtado Accesorios Artesanales

Catalina Hurtado Accesorios es un emprendimiento dedicado a la elaboración de piezas tejidas a mano en mostacillas, inspiradas en los tejidos ancestrales de diversos pueblos indígenas de Colombia. Cada accesorio combina tradición y modernidad, integrando herrajes y materiales contemporáneos con paletas de colores basadas en las últimas tendencias de moda.

- Productos: Collares, aretes y pulseras en mostacilla.
- Valor diferencial: Accesorios vanguardistas que transmiten historia y cultura, ofreciendo a las clientas piezas únicas con identidad artesanal.



2. Sandra Lorena Tejada Sarria – Granja Integral Aprisco Mis Cabritas

Aprisco Mis Cabritas es un emprendimiento familiar que transforma la leche de cabra y vaca de libre pastoreo en productos naturales y saludables como quesos, kéfir, yogures y leche pasteurizada. Su propósito es ofrecer alimentos auténticos,

digestivos y responsables, especialmente para personas con intolerancia a la lactosa o que buscan una alimentación consciente.

- Productos: Quesos semimadurados de cabra, vaca y mixtos, yogures y kéfir.
- Valor diferencial: Cada producto refleja la vida campesina y la creatividad artesanal, elaborado sin aditivos y con fermentos naturales. La propuesta rescata el trabajo rural y fomenta el consumo local.



3. Ana María Ortega Muñoz – Santana Pastelería Saludable

Santana Pastelería Saludable ofrece postres y tortas elaboradas bajo pedido, con ingredientes naturales, reducidos en azúcar y libres de aditivos. Su enfoque es

brindar opciones dulces que sean deliciosas y ligeras, pensadas para quienes desean disfrutar sin comprometer su bienestar.

- Productos: Tortas con harina integral y sin gluten, endulzadas con Stevia y alulosa, aptas para diabéticos.
- Valor diferencial: Una repostería que no sacrifica sabor, sino que lo eleva con recetas equilibradas y frescas. Cada pedido se elabora desde cero, garantizando personalización y frescura.



4. Ana Isabel Gaviria Tejada – Gutopia

Gutopia es un emprendimiento innovador que elabora alimentos naturales y fermentados para mascotas. Su propuesta combina fermentación viva, ingredientes reales y procesos conscientes, ofreciendo una experiencia premium de nutrición natural.

- Productos: Alimentos vivos y artesanales para mascotas, diseñados para mejorar la salud digestiva y el bienestar integral.
- Valor diferencial: Innovación en el sector de mascotas al aplicar la fermentación natural, diferenciándose de la comida industrial y creando productos con vida, hechos a mano y pensados desde el equilibrio entre naturaleza y ciencia.



5. Leidy Martínez Pérez – Sanmarti / Biodiverzoo

Sanmarti/Biodiverzoo es un emprendimiento que integra dos líneas de trabajo complementarias. La primera se centra en la papelería creativa y detalles personalizados para eventos corporativos, ofreciendo productos que fortalecen la identidad visual y generan experiencias memorables en el ámbito empresarial. La segunda línea está dedicada a la elaboración de accesorios artesanales tejidos a

mano en cristales Miyuki y mostacilla checa, inspirados en la riqueza natural y cultural de Colombia.

La propuesta se distingue por su capacidad de fusionar creatividad y tradición, logrando productos que transmiten identidad cultural y conexión con la biodiversidad. Cada pieza artesanal refleja un proceso cuidadoso de diseño, donde la naturaleza y la cultura se convierten en fuente de inspiración. De esta manera, Biodiverzoo atiende tanto a clientes corporativos como a consumidores que buscan accesorios exclusivos con un trasfondo cultural y artesanal.

- Líneas de negocio: Papelería creativa y accesorios artesanales.
- Valor diferencial: Integración de cultura, naturaleza y diseño en productos versátiles.



6. Luz Adriana Vidal Ruales – Delibocados Jengibre SAS

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

Delibocados Jengibre SAS es una empresa que transforma el jengibre en dulces saludables sin azúcares añadidos, ofreciendo alternativas innovadoras dentro de la gastronomía típica. Su propuesta aprovecha las propiedades naturales del jengibre digestivas, energizantes y antiinflamatorias para crear productos que combinan tradición con salud.

La empresa cuenta con tres líneas principales: gomitas de jengibre, caramelos de jengibre y jaleas de jengibre con frutas, elaboradas bajo procesos que garantizan calidad y conservación de los beneficios del ingrediente. Estos productos buscan posicionarse como una opción consciente para quienes desean disfrutar de un dulce sin comprometer su bienestar.

El valor diferencial de Delibocados Jengibre está en su capacidad de innovar a partir de lo tradicional, ofreciendo presentaciones modernas y prácticas que diversifican la oferta de productos típicos, aportando al consumo responsable y saludable.

- Productos: Gomitas, caramelos y jaleas de jengibre con frutas.
- Valor diferencial: Dulces saludables que mantienen las propiedades naturales del jengibre.



Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

STAND PLAYA DE VENTAS

Con el fin de garantizar una presentación profesional, uniforme y de alto impacto visual, cada emprendimiento participante recibió un conjunto de herramientas y elementos de apoyo que permitieron transformar su espacio en un punto de exhibición atractivo, coherente y funcional. Estas herramientas fueron seleccionadas estratégicamente para facilitar el montaje, la portabilidad y la reutilización en futuros eventos, asegurando que las emprendedoras contaran con recursos de calidad para visibilizar sus productos y fortalecer su marca.

1. Backing Ajustable Publicitario

El backing publicitario fue concebido como la pieza central de cada stand. Se trata de una estructura modular que permite exhibir gráficas de gran formato, adaptándose a diferentes espacios y necesidades. Su diseño práctico facilita el armado sin necesidad de herramientas especializadas y garantiza estabilidad durante toda la jornada.

- **Materiales:** Estructura metálica resistente, bases de soporte firmes y herrajes plásticos de alta durabilidad.
- **Incluye:** Estructura ajustable, bases de soporte, sistema de sujeción y maletín de transporte.
- **Ventajas:**
  - Montaje rápido y sencillo.
  - Portabilidad y almacenamiento práctico.
  - Reutilización garantizada: basta con cambiar la lona o banner para actualizar la campaña.
- **Aplicaciones:** Ferias, congresos, lanzamientos, activaciones de marca, conferencias y eventos corporativos.

Este elemento permitió que cada emprendimiento proyectara su identidad visual de manera clara y profesional, reforzando la recordación de marca y generando un impacto positivo en los visitantes.

2. Mesa y Mantel Personalizado

Cada emprendedora recibió una mesa acompañada de un mantel diseñado con la identidad visual de su negocio. Este conjunto fue pensado para ofrecer un espacio funcional y estético, donde los productos pudieran exhibirse de manera ordenada y atractiva.

- **Materiales:** Estructura metálica ligera y superficie laminada para fácil limpieza.
- **Ventajas:**

  - Armado rápido y práctico.
  - Fácil transporte en vehículos pequeños.
  - Coherencia visual al combinarse con el backing publicitario.

El mantel personalizado reforzó la presencia de marca del proyecto, alcaldía y secretaría DAFE, aportando uniformidad y profesionalismo al conjunto del espacio de exhibición.

Beneficios

La dotación de herramientas y elementos de exhibición entregados a las emprendedoras representó un valor estratégico fundamental para el éxito de la plaza de ventas, pues permitió que cada negocio contara con un espacio de presentación profesional, uniforme y atractivo, capaz de proyectar su identidad de manera clara y diferenciada frente al público. El backing publicitario, las mesas plegables con manteles personalizados y los materiales de soporte facilitaron un montaje ordenado y coherente, garantizando que los productos fueran exhibidos con impacto visual y que la marca de cada emprendimiento tuviera una presencia sólida y memorable. Además, la portabilidad y facilidad de armado de los equipos aseguraron que las emprendedoras pudieran trasladar y reutilizar estos recursos en futuros eventos, ampliando su alcance y reduciendo costos logísticos. La combinación de diseño, funcionalidad y personalización optimizó la experiencia de los visitantes, generando un entorno atractivo que favoreció la interacción, incrementó la recordación de marca y aumentó la probabilidad de concretar ventas, alianzas comerciales y nuevas oportunidades de negocio. En conjunto, estas herramientas no solo resolvieron necesidades prácticas de exhibición, sino que se convirtieron en un componente estratégico para fortalecer la competitividad y la sostenibilidad de los emprendimientos participantes.

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

Popayán, 17 de diciembre de 2025

Yo, Sandra Lorena Tejada Sanmia, mayor de edad, identificado(a) con cédula de ciudadanía N.° 34563942, actuando en nombre propio o en representación del emprendimiento o empresa Apnsco Mis Cabritas, manifiesto de manera libre, voluntaria y expresa que conozco, acepto y me obligo a cumplir las condiciones establecidas para la participación en la Playa de Ventas del Centro Comercial Terraplaza, en los siguientes términos:

CLÁUSULAS

PRIMERA. Cumplimiento normativo
El participante se compromete a cumplir integralmente el reglamento interno, las normas de funcionamiento, seguridad, convivencia y operación del Centro Comercial Terraplaza, así como las directrices impartidas por su administración y el equipo organizador del programa.

SEGUNDA. Uso adecuado del espacio
El espacio asignado será utilizado únicamente para los fines autorizados. El participante se obliga a conservar en buen estado las instalaciones, mobiliario y zonas comunes, absteniéndose de realizar acciones que ocasionen daños, modificaciones o deterioro. Cualquier daño ocasionado por acción u omisión será asumido en su totalidad por el participante.

TERCERA. Horario de operación
El participante se compromete a operar el stand de manera continua y obligatoria todos los días en el horario comprendido entre las 10:00 am y las 8:00 pm.

QUINTA. Manejo y retiro de mercancía
El participante declara conocer que el Centro Comercial Terraplaza no dispone de bodega ni espacios de almacenamiento, por lo cual se obliga a retirar diariamente la totalidad de la mercancía, equipos y elementos utilizados al finalizar cada jornada.

SEXTA. Responsabilidad sobre bienes y mercancía
El participante asume plena responsabilidad por la seguridad, custodia y estado de su mercancía, exonerando al Centro Comercial Terraplaza y a los organizadores de cualquier pérdida, daño o hurto.

SÉPTIMA. Incumplimiento
El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones aquí establecidas facultará a la administración del Centro Comercial Terraplaza para suspender o cancelar la participación del expositor, sin lugar a reclamación, compensación o indemnización alguna.

Nombre completo: Sandra Lorena Tejada Sanmia
Cédula de ciudadanía: 34563942
Nombre del emprendimiento / empresa: Apnsco mis cabritas
Teléfono: 3022817364

Firma: Sandra Tejada

13 de noviembre del 2025

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

Popayán, 17 de diciembre de 2025

Yo, Ana Isabel Gaviria Tejada, mayor de edad, identificado(a) con cédula de ciudadanía N.° 1061797801, actuando en nombre propio o en representación del emprendimiento o empresa Cutepia, manifiesto de manera libre, voluntaria y expresa que conozco, acepto y me obligo a cumplir las condiciones establecidas para la participación en la Playa de Ventas del Centro Comercial Terraplaza, en los siguientes términos:

CLÁUSULAS

PRIMERA. Cumplimiento normativo
El participante se compromete a cumplir integralmente el reglamento interno, las normas de funcionamiento, seguridad, convivencia y operación del Centro Comercial Terraplaza, así como las directrices impartidas por su administración y el equipo organizador del programa.

SEGUNDA. Uso adecuado del espacio
El espacio asignado será utilizado únicamente para los fines autorizados. El participante se obliga a conservar en buen estado las instalaciones, mobiliario y zonas comunes, absteniéndose de realizar acciones que ocasionen daños, modificaciones o deterioro. Cualquier daño ocasionado por acción u omisión será asumido en su totalidad por el participante.

TERCERA. Horario de operación
El participante se compromete a operar el stand de manera continua y obligatoria todos los días en el horario comprendido entre las 10:00 am y las 8:00 pm.

QUINTA. Manejo y retiro de mercancía
El participante declara conocer que el Centro Comercial Terraplaza no dispone de bodega ni espacios de almacenamiento, por lo cual se obliga a retirar diariamente la totalidad de la mercancía, equipos y elementos utilizados al finalizar cada jornada.

SEXTA. Responsabilidad sobre bienes y mercancía
El participante asume plena responsabilidad por la seguridad, custodia y estado de su mercancía, exonerando al Centro Comercial Terraplaza y a los organizadores de cualquier pérdida, daño o hurto.

SÉPTIMA. Incumplimiento
El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones aquí establecidas facultará a la administración del Centro Comercial Terraplaza para suspender o cancelar la participación del expositor, sin lugar a reclamación, compensación o indemnización alguna.

Nombre completo: Ana Isabel Gaviria Tejada
Cédula de ciudadanía: 1061797801
Nombre del emprendimiento / empresa: Cutepia
Teléfono: 3243287776

Firma: [signature]

13 de noviembre del 2025

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma del Cauca | EMPRENDELAB

Popayán, 17 de diciembre de 2025

Yo, Jeidy Martinez, mayor de edad, identificado(a) con cédula de ciudadanía N.° 34 326 589, actuando en nombre propio o en representación del emprendimiento o empresa Biodiverso, manifiesto de manera libre, voluntaria y expresa que conozco, acepto y me obligo a cumplir las condiciones establecidas para la participación en la Playa de Ventas del Centro Comercial Terraplaza, en los siguientes términos:

CLÁUSULAS

PRIMERA. Cumplimiento normativo
El participante se compromete a cumplir integralmente el reglamento interno, las normas de funcionamiento, seguridad, convivencia y operación del Centro Comercial Terraplaza, así como las directrices impartidas por su administración y el equipo organizador del programa.

SEGUNDA. Uso adecuado del espacio
El espacio asignado será utilizado únicamente para los fines autorizados. El participante se obliga a conservar en buen estado las instalaciones, mobiliario y zonas comunes, absteniéndose de realizar acciones que ocasionen daños, modificaciones o deterioro. Cualquier daño ocasionado por acción u omisión será asumido en su totalidad por el participante.

TERCERA. Horario de operación
El participante se compromete a operar el stand de manera continua y obligatoria todos los días en el horario comprendido entre las 10:00 am y las 8:00 pm.

QUINTA. Manejo y retiro de mercancía
El participante declara conocer que el Centro Comercial Terraplaza no dispone de bodega ni espacios de almacenamiento, por lo cual se obliga a retirar diariamente la totalidad de la mercancía, equipos y elementos utilizados al finalizar cada jornada.

SEXTA. Responsabilidad sobre bienes y mercancía
El participante asume plena responsabilidad por la seguridad, custodia y estado de su mercancía, exonerando al Centro Comercial Terraplaza y a los organizadores de cualquier pérdida, daño o hurto.

SÉPTIMA. Incumplimiento
El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones aquí establecidas facultará a la administración del Centro Comercial Terraplaza para suspender o cancelar la participación del expositor, sin lugar a reclamación, compensación o indemnización alguna.

Nombre completo: Jeidy Martinez Pérez
Cédula de ciudadanía: 34 326 589
Nombre del emprendimiento / empresa: Biodiverso
Teléfono: 3155519741

Firma: Jeidy Martinez

13 de noviembre del 2025

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

Popayán, 17 de diciembre de 2025

Yo, Ana Maria Ortega Muñoz, mayor de edad, identificado(a) con cédula de ciudadanía N.° 1061804119, actuando en nombre propio o en representación del emprendimiento o empresa Santana Pastelería Sald., manifiesto de manera libre, voluntaria y expresa que conozco, acepto y me obligo a cumplir las condiciones establecidas para la participación en la Playa de Ventas del Centro Comercial Terraplaza, en los siguientes términos:

CLÁUSULAS

PRIMERA. Cumplimiento normativo
El participante se compromete a cumplir integralmente el reglamento interno, las normas de funcionamiento, seguridad, convivencia y operación del Centro Comercial Terraplaza, así como las directrices impartidas por su administración y el equipo organizador del programa.

SEGUNDA. Uso adecuado del espacio
El espacio asignado será utilizado únicamente para los fines autorizados. El participante se obliga a conservar en buen estado las instalaciones, mobiliario y zonas comunes, absteniéndose de realizar acciones que ocasionen daños, modificaciones o deterioro. Cualquier daño ocasionado por acción u omisión será asumido en su totalidad por el participante.

TERCERA. Horario de operación
El participante se compromete a operar el stand de manera continua y obligatoria todos los días en el horario comprendido entre las 10:00 am y las 8:00 pm.

QUINTA. Manejo y retiro de mercancía
El participante declara conocer que el Centro Comercial Terraplaza no dispone de bodega ni espacios de almacenamiento, por lo cual se obliga a retirar diariamente la totalidad de la mercancía, equipos y elementos utilizados al finalizar cada jornada.

SEXTA. Responsabilidad sobre bienes y mercancía
El participante asume plena responsabilidad por la seguridad, custodia y estado de su mercancía, exonerando al Centro Comercial Terraplaza y a los organizadores de cualquier pérdida, daño o hurto.

SÉPTIMA. Incumplimiento
El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones aquí establecidas facultará a la administración del Centro Comercial Terraplaza para suspender o cancelar la participación del expositor, sin lugar a reclamación, compensación o indemnización alguna.

Nombre completo: Ana Maria Ortega Muñoz
Cédula de ciudadanía: 1061804119
Nombre del emprendimiento / empresa: Santana, pastelería S.
Teléfono: 3215925799

Firma:

13 de noviembre del 2025

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma DEL CAUCA | EMPRENDELAB

Popayán, 17 de diciembre de 2025

Yo, Luz Adriana Vida Ruiz, mayor de edad, identificado(a) con cédula de ciudadanía N.° 25 282 206, actuando en nombre propio o en representación del emprendimiento o empresa Delibocados Joyabar, manifiesto de manera libre, voluntaria y expresa que conozco, acepto y me obligo a cumplir las condiciones establecidas para la participación en la Playa de Ventas del Centro Comercial Terraplaza, en los siguientes términos:

CLÁUSULAS

PRIMERA. Cumplimiento normativo
El participante se compromete a cumplir integralmente el reglamento interno, las normas de funcionamiento, seguridad, convivencia y operación del Centro Comercial Terraplaza, así como las directrices impartidas por su administración y el equipo organizador del programa.

SEGUNDA. Uso adecuado del espacio
El espacio asignado será utilizado únicamente para los fines autorizados. El participante se obliga a conservar en buen estado las instalaciones, mobiliario y zonas comunes, absteniéndose de realizar acciones que ocasionen daños, modificaciones o deterioro. Cualquier daño ocasionado por acción u omisión será asumido en su totalidad por el participante.

TERCERA. Horario de operación
El participante se compromete a operar el stand de manera continua y obligatoria todos los días en el horario comprendido entre las 10:00 am y las 8:00 pm.

QUINTA. Manejo y retiro de mercancía
El participante declara conocer que el Centro Comercial Terraplazá no dispone de bodega ni espacios de almacenamiento, por lo cual se obliga a retirar diariamente la totalidad de la mercancía, equipos y elementos utilizados al finalizar cada jornada.

SEXTA. Responsabilidad sobre bienes y mercancía
El participante asume plena responsabilidad por la seguridad, custodia y estado de su mercancía, exonerando al Centro Comercial Terraplaza y a los organizadores de cualquier pérdida, daño o hurto.

SÉPTIMA. Incumplimiento
El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones aquí establecidas facultará a la administración del Centro Comercial Terraplaza, para suspender o cancelar la participación del expositor, sin lugar a reclamación, compensación o indemnización alguna.

Nombre completo: Luz Adriana Vida Ruiz
Cédula de ciudadanía: 25282206.
Nombre del emprendimiento / empresa: Delibocados Joyabar
Teléfono: 320 783 6739

Firma: Luz Adriana Vida

13 de noviembre del 2025

Alcaldía de Popayán | SECRETARÍA DAFE | POPAYÁN INN | Uniautónoma del Cauca | EMPRENDELAB

Popayán, 17 de diciembre de 2025

Yo, Catalina Hurtado Trujillo, mayor de edad, identificado(a) con cédula de ciudadanía N.° 43259104, actuando en nombre propio o en representación del emprendimiento o empresa CatalinaHurtadoAccesorios, manifiesto de manera libre, voluntaria y expresa que conozco, acepto y me obligo a cumplir las condiciones establecidas para la participación en la Playa de Ventas del Centro Comercial Terraplaza, en los siguientes términos:

CLÁUSULAS

PRIMERA. Cumplimiento normativo
El participante se compromete a cumplir integralmente el reglamentó interno, las normas de funcionamiento, seguridad, convivencia y operación del Centro Comercial Terraplaza, así como las directrices impartidas por su administración y el equipo organizador del programa.

SEGUNDA. Uso adecuado del espacio
El espacio asignado será utilizado únicamente para los fines autorizados. El participante se obliga a conservar en buen estado las instalaciones, mobiliario y zonas comunes, absteniéndose de realizar acciones que ocasionen daños, modificaciones o deterioro. Cualquier daño ocasionado por acción u omisión será asumido en su totalidad por el participante.

TERCERA. Horario de operación
El participante se compromete a operar el stand de manera continua y obligatoria todos los días en el horario comprendido entre las 10:00 am y las 8:00 pm.

QUINTA. Manejo y retiro de mercancía
El participante declara conocer que el Centro Comercial Terraplaza no dispone de bodega ni espacios de almacenamiento, por lo cual se obliga a retirar diariamente la totalidad de la mercancía, equipos y elementos utilizados al finalizar cada jornada.

SEXTA. Responsabilidad sobre bienes y mercancía
El participante asume plena responsabilidad por la seguridad, custodia y estado de su mercancía, exonerando al Centro Comercial Terraplaza y a los organizadores de cualquier pérdida, daño o hurto.

SÉPTIMA. Incumplimiento
El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones aquí establecidas facultará a la administración del Centro Comercial Terraplaza para suspender o cancelar la participación del expositor, sin lugar a reclamación, compensación o indemnización alguna.

Nombre completo: Catalina Hurtado Trujillo.
Cédula de ciudadanía: 43.259.104
Nombre del emprendimiento / empresa: Catalina Hurtado Accesorios.
Teléfono: 3155784494

Firma: Catalina Hurtado T.

13 de noviembre del 2025

	ALCALDIA DE POPAYÁN	F-DPE-01
Uniautónoma del Cauca	ASISTENCIA EVENTOS EXTERNOS	Versión: 02
		Página: 1 de 1

NOMBRE DEL EVENTO: Entrega Stand	FUNCIONARIO PUBLICO RESPONSABLE: Ivan Dario Arturo P	LUGAR: Terraplaza	FECHA: 17, 12, 2025
Marque con X: Capacitación: ___ Taller: ___ Reunión: ___ Otro: X Cual			PONENTE:

No	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	ENTIDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	FIRMA
1	Julián Andrés Galvis? Sa	1061776838	Sonora patrimo	3215925799	Jgiangt.sonora@	
2	Jeidy Martnez Pérez	39326589	Biodiverzoo	3155519741	biodiverzoo.ksenal@gmail.com	
3	Ana Isabel Fariña T	1061797801	Eutopia	3143787776	anagmirtt@udes.edu	
4	Sandra Lorena Cegadu	34563942	Aprico MIS Cabrit	3022817364	Silolera2@gmail.com	
5	Catalina Hurtado Trujillo	43.259.104	Catalinahurtado	3155184484	cato.hurtado16@gmail.com	
6	Luz Adriana Vicki Rueda	25282206	Deliberate Guy	320 780 6779	deliberate.guy.jengibre@gmail.com	
7						
8						
9						
10						
11						
12						


BIODIVE
Al estilo de





Beatriz Eugenia Dagua Escobar
Contratista
Secretaria DAFE