



PORTAFOLIO



DR. JUAN CARLOS URREA

^N
DISEÑO DE

MARCA

BENEFICIOS DISEÑO DE MARCA

CONCEPTO

No es lo mismo logo que imagen de identidad corporativa y diseño de marca.

Así como un logo también puede ser un signo, símbolo, escudo o firma, aquella imagen que identifica a una marca.

Marca es la imagen de identidad que se queda marcada en el mercado. La imagen que marca.

Cualquiera sólo hace el logo. Pero cualquier logo no marca.

★ Visión

Logro una gran capacidad de imaginar lo que otros no ven.

★ Creatividad

Creo marcas sostenibles y genuinas.

★ Flexibilidad

La innovación exige que mis marcas sean flexibles, por eso mis marcas están abiertas al cambio.

★ Sostenibilidad

La durabilidad de nuestras marcas se obtiene a través de un compromiso con la equidad.

★ Significado

Las mejores marcas representan algo. Hacemos que la gente comprenda lo que representan.

★ Coherencia

Diseñamos su marca para generar confianza y agradar al cliente.

★ Valor

Nuestra meta indiscutible es crear valor para su organización. Somos responsables en lo social y lo ambiental.

★ Diferenciación

Nuestras marcas ayudan a los clientes a comprender su organización.

DESCRIPCIÓN

Patricia Mesa es una destacada empresaria colombiana radicada en Estados Unidos, con una sólida trayectoria en el sector inmobiliario de lujo. Su visión empresarial ha consolidado una red operativa que genera más de 70 empleos en distintas ciudades del país, posicionándola como una figura influyente en el mercado de propiedades exclusivas y de alto valor.

El proceso de diseño de su identidad visual partió de una premisa clara: reflejar el carácter sofisticado y el posicionamiento premium de su marca personal. Para ello, opté por una paleta cromática basada en el negro y el dorado, una combinación clásica que comunica prestigio, estatus y solidez. El negro aporta sobriedad, elegancia y autoridad; el dorado, por su parte, introduce el matiz de lujo, éxito y distinción.

El símbolo gráfico nace de una exploración conceptual profunda. A primera vista, se percibe una composición abstracta de edificios verticales, representando su dominio en el sector inmobiliario. Sin embargo, al observar con detenimiento, la forma revela una mesa acompañada de una silla, una metáfora visual cuidadosamente integrada que alude directamente a su apellido: *Mesa*. Esta figura, además, contiene implícitamente la letra "M", reforzando el vínculo personal con la marca. Este diseño no sólo responde a criterios estéticos y funcionales, sino que encapsula en una sola forma visual la esencia de una empresaria que transforma espacios en valor, y proyección en legado.

PATRICIA MESA



PATRICIA MESA
PROPERTIES

EXCELLENCE

DESCRIPCIÓN

EXCELLENCE es una marca que representa a un coach francés, Jean Pier Emille, especializado en Programación Neurolingüística, enfocado en transformar la mente a través de precisión, consciencia y resultados reales.

El símbolo fue concebido como una fusión conceptual:

- Representa un ****árbol****, como metáfora de la siembra y la cosecha que implica el proceso de reprogramación mental;
- Es a la vez un ****cerebro****, cuyas conexiones sinápticas están sugeridas en las ramas, evocando transformación neuronal;
- Y además, ****integra la tipografía****, ya que las dos letras “ll” de la palabra *excellence* forman el tronco del árbol, creando una continuidad visual y semántica única.

El color borgoña elegido refuerza esta identidad con una carga emocional de profundidad, madurez y prestigio. La marca tiene dos versiones de contraste (claro y oscuro), pensadas para ofrecer máxima adaptabilidad sin perder su carácter distintivo.

Este diseño no es solo una marca visual, es una declaración simbólica: la mente, como la tierra fértil, puede sembrarse con nuevos códigos para dar frutos de excelencia.



DESCRIPCIÓN

Future Energy - Energía solar, es una empresa emergente en el sector de las energías limpias, fundada por Germán Barco, un joven emprendedor manizaleño comprometido con un mundo más sostenible. Desde los primeros intercambios creativos, quedó claro que su visión no era solo técnica, sino profundamente ética: construir un futuro donde la energía sea limpia, accesible y planetaria.

El diseño de su identidad visual responde directamente a esa convicción. El símbolo representa un globo dividido en segmentos que evocan paneles solares, como si toda la superficie terrestre estuviera ya cubierta por una red de energía renovable. Esta imagen es una proyección utópica convertida en lenguaje visual. Al mismo tiempo, la figura revela sutilmente una ****“F”**** inicial, estableciendo un vínculo directo con *Future*, el corazón del nombre de la marca.

La elección del gris oscuro no fue arbitraria: se trata de un tono neutro, sobrio y profesional, que proyecta solidez, limpieza y confianza. La tipografía, recta y moderna, refuerza el carácter técnico y contemporáneo del proyecto.

Esta marca no solo comunica un negocio de energía solar. Es el reflejo visual de una mentalidad que mira hacia adelante, donde el diseño limpia, ordena y anticipa el futuro que Germán Barco ya comenzó a construir.

FUTURE ENERGY



MA TRANQUILLITÉ

DESCRIPCIÓN

Ma Tranquillité es un encantador hostel ubicado en un entorno campestre a las afueras de París, Francia. Este proyecto llegó a mí de forma especialmente cercana y significativa: Patricia Rivera, una compatriota de mi tierra natal, Tuluá, que desde hace años reside en Francia junto a su esposo y su pequeña hija, me contactó tras convertir su casa de descanso familiar en un hostel. Gracias a su atmósfera serena y a la belleza del paisaje, el lugar comenzó a ganar popularidad rápidamente.

El logotipo fue concebido para transmitir esa misma sensación de armonía y quietud. La paleta de colores —en tonos tierra y beige— gira en torno a matices suaves que evocan la frescura de la primavera y el verdor sereno del resto del año. La tipografía, de líneas orgánicas y elegantes, dialoga con el carácter arquitectónico de la casa, reconocida como patrimonio histórico.

El resultado es una marca que no solo representa un lugar, sino una experiencia: *Ma Tranquillité* no es simplemente un hostel, es un refugio familiar en plena naturaleza francesa, donde cada elemento —desde el nombre hasta el árbol que florece en primavera— respira paz, belleza y autenticidad.



UNIVERSAL ASESORES

DESCRIPCIÓN

Universal Asesores – Líderes en Seguros y Fianzas es una empresa hondureña consolidada, fundada por el destacado empresario Leonel López Morel, que se ha posicionado como referente indiscutible en asesorías de seguros a nivel nacional.

El diseño original de la marca presentaba múltiples deficiencias visuales, reflejando una imagen incongruente con la envergadura y prestigio que la empresa ha alcanzado en todo Honduras. Entre sus características más notorias estaban los tonos amarillos chillones y neón que buscaban captar atención de manera agresiva, pero que no lograban transmitir la seriedad requerida en el sector asegurador.

La nueva identidad visual presenta un globo terráqueo envuelto por cintas protectoras, símbolo claro y poderoso de la protección integral que ofrecen sus servicios de seguros y fianzas. Los tonos amarillos neón y chillones fueron reemplazados por una paleta de azules profundos y plateados, colores que evocan experiencia, estabilidad y confianza — los pilares fundamentales de Universal Asesores.

Esta evolución demuestra que para destacar en el sector, no es necesario gritar; la fuerza y credibilidad se comunican con un diseño impecable, coherente y lleno de significado.



UNIVERSAL ASESORES
Líderes en Seguros y Fianzas

EVOLUTION

DESCRIPCIÓN

Evolution - Personal Training es la marca profesional que representa al entrenador personal manizaleño Luis Guillermo González, especializado en servicios domiciliarios personalizados. Su enfoque abarca desde la rehabilitación y recuperación hasta el entrenamiento físico adaptado, tanto para individuos como para grupos, así como para equipos deportivos. El nombre en inglés, alineado con la tendencia global de marcas deportivas, aporta un aire moderno y universal.

La tipografía utilizada en el diseño es única y cuidadosamente seleccionada para evocar la estética de los equipos de gimnasio, reforzando la identidad visual ligada al mundo del fitness. El símbolo central, compuesto por tres espirales fusionadas, tiene un origen celta y representa la evolución, concepto clave y eje fundamental en el proceso de entrenamiento físico que promueve la marca.

La combinación cromática de negro y naranja genera un contraste potente y dinámico, reflejando la energía intensa y el vigor que caracterizan el trabajo físico y la transformación corporal que busca cada cliente con Evolution - Personal Training. Esta marca logra comunicar profesionalismo, tradición simbólica y un espíritu innovador, ideal para un entrenador comprometido con la mejora continua y el bienestar integral.



DESCRIPCIÓN

Durante mi etapa profesional en Editorial Tizán, una de las empresas más emblemáticas y consolidadas en la industria gráfica de Manizales, tuve el privilegio de diseñar su identidad visual. Esta marca, que ha permanecido inalterada desde su creación, ha sido un pilar fundamental para la solidez y reconocimiento de la empresa a lo largo de su periodo de auge.

El diseño se caracteriza por una tipografía en minúsculas que transmite la cercanía y cordialidad que Humberto Hurtado, fundador y alma de Tizán, siempre ha proyectado hacia sus clientes. La elección intencionada de este recurso tipográfico busca reflejar un trato humano y accesible, atributos que definen la cultura empresarial.

El símbolo distintivo, una mariposa estilizada que integra los colores básicos de la impresión en color, no solo remite al eslogan “CALIDAD POR NATURALEZA”, sino que también rinde homenaje a la pasión personal de Humberto Hurtado por las mariposas, un detalle anecdótico que enriquece el valor emocional de la marca y su conexión con la naturaleza y la excelencia en la calidad gráfica.

Este diseño ha resistido la prueba del tiempo, evidenciando que una identidad bien concebida y cargada de significado puede sostener la imagen de una empresa sin necesidad de modificaciones, convirtiéndose en un verdadero referente en su sector.

EDITORIAL TIZÁN



editorial tizan
¡CALIDAD POR NATURALEZA!

ARTCOS

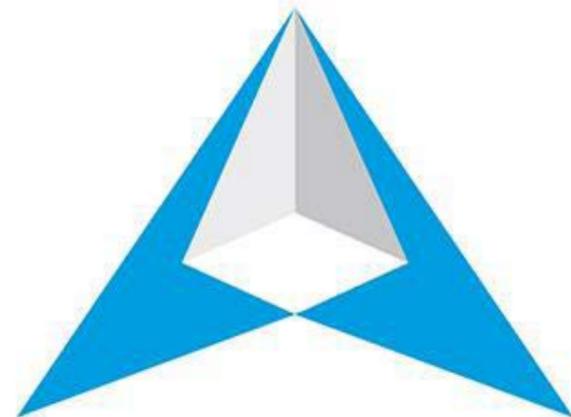
DESCRIPCIÓN

El desarrollo de la identidad de ARTCOS – Construyendo Bienestar fue un proyecto profundamente significativo en lo profesional y lo personal. La empresa fue fundada por Rodrigo Peñas del Castillo, ingeniero naval cartagenero radicado en Manizales, con experiencia destacada en infraestructura militar, como la Base Aérea de Yopal.

Ya en su etapa de jubilación, Rodrigo, junto con su esposa arquitecta, da vida a ARTCOS, un nombre que fusiona arquitectura y construcción, y que refleja su visión de ofrecer viviendas hermosas, funcionales y accesibles, pensadas para el bienestar integral.

Desde la conceptualización de su identidad gráfica, concebí un símbolo que sugiere la letra “A” y a la vez configura un espacio arquitectónico tridimensional. Los tonos azules, parte de su identidad desde el inicio, refuerzan la idea de confianza, serenidad y profesionalismo.

Este proyecto incluyó branding completo: papelería corporativa, material publicitario, renders 3D de sus edificaciones y el desarrollo de su sitio web. Fue casi un año de trabajo intenso y exitoso. Participar en ARTCOS fue, sin duda, ser parte de una visión construida con experiencia, propósito y sensibilidad humana.



ARTCOS
CONSTRUYENDO BIENESTAR

MC CONSULTORES

DESCRIPCIÓN

El diseño de marca para *MC CONSULTORES DE SEGUROS* nace del momento decisivo en el que Manuel Cuartas, ejecutivo experimentado del sector asegurador, dio el salto hacia el emprendimiento independiente. Fue entonces cuando me contactó con la intención clara de proyectar una imagen sólida, profesional y estratégica para su nueva firma.

La elección del color azul –casi un estándar institucional en el mundo de los seguros– transmite confianza, estabilidad y experiencia. Su combinación con tonos grises y blancos aporta una estética sobria y contemporánea, alineada con los estándares del sector.

El escudo surgió de una conversación profunda en la que indagué por los referentes personales de Manuel. Me pareció muy significativa su admiración por la figura histórica de Alejandro Magno, y a partir de esa inspiración sugerí integrar un escudo sobrio, basado en líneas limpias y proporciones clásicas. La propuesta le encantó de inmediato, ya que representa fielmente su visión de liderazgo y expansión.

La tipografía, de trazo delgado y ligero, fue cuidadosamente seleccionada para contrarrestar el peso emocional que suele tener el mundo de los seguros, haciendo la marca más cercana, accesible y dinámica.



MC CONSULTORES
DE SEGUROS®

CAFÉ POLONIA

DESCRIPCIÓN

Con un enfoque profundamente territorial y de resiliencia campesina, el diseño de marca para *Café Polonia* nace del corazón mismo de Riosucio, Caldas — municipio que en sus orígenes coloniales fue llamado “San Sebastián de la Nueva Polonia”. Este proyecto surge entre montañas y adversidades, impulsado por pequeños productores que no solo cultivan su propio café, sino que también se encargan de su distribución directa, lo cual fortalece su autonomía y dignidad productiva.

Tuve el privilegio de probar personalmente este café: un sabor noble, de campo, pero con una fineza comparable al de las más altas denominaciones internacionales. Esa experiencia sensorial y humana fue la que guió el desarrollo de una identidad visual que hablara con autenticidad de sus raíces y su propósito.

El símbolo central de la marca es una taza de café estilizada, adornada con la figura del barranquillo —ave representativa de la región andina— enmarcada por granos de café que aluden a la cosecha y al trabajo colectivo. La paleta de color combina el rojo profundo del grano maduro con el blanco como símbolo de paz, evocando el anhelo de armonía en una zona históricamente marcada por el conflicto.

Para la tipografía, se eligió *Clarendon*, una fuente robusta y de gran carácter, que aporta presencia, arraigo y confianza a la marca. *Café Polonia* es más que una bebida: es un homenaje a la tierra, a su historia y a los campesinos que, contra toda dificultad, cultivan futuro en cada grano.



BIG CLEANER

DESCRIPCIÓN

La identidad visual de BIG CLEANER se construyó a partir de una combinación cromática cuidadosamente seleccionada para transmitir limpieza, confianza y dinamismo. El azul oscuro, color principal de la marca, aporta una base de sobriedad, profesionalismo y profundidad, cualidades fundamentales para una empresa que ofrece servicios impecables a instituciones, hogares y automóviles.

En contraste, un color que rara vez utilizo —el amarillo— cobra protagonismo en esta propuesta, matizado sutilmente con magenta para lograr una tonalidad cálida y enérgica, vibrante pero sofisticada. Este matiz no solo aporta un acento visual distintivo, sino que también encarna la vitalidad de Iván Gómez, fundador del proyecto. Su energía emprendedora, forjada entre Santa Marta y Madrid, se convierte en el alma de la marca.

El escudo circular brinda unidad y enfoque, mientras que la tipografía gruesa refuerza la solidez del mensaje. Un detalle clave es la estrella de cinco puntas que corona la “I” de *BIG CLEANER*, símbolo de excelencia, dirección y propósito.

El resultado es un diseño geométrico, limpio y poderoso, que conjuga simplicidad con un lenguaje visual de alto impacto, proyectando una marca moderna, confiable y con visión expansiva.



RIVERA MÓVILES

DESCRIPCIÓN

Emilio Rivera, un personaje visionario y profundamente inquieto de México, constantemente sorprende con ideas innovadoras que materializa con ingenio y energía. *Rivera Móviles* es una de esas creaciones: una empresa con distribución masiva de dispositivos móviles de todas las marcas, pensada para conectar a miles de personas a través de la tecnología.

El diseño de su identidad visual tenía que reflejar ese dinamismo, amplitud y espíritu futurista. Así nació una marca rica en significado gráfico: el símbolo central es una “R” que, al observarla detenidamente, revela la silueta de un globo de diálogo con dos personas conversando. Esta forma evoca a la vez un ícono digital, un botón, un enlace: metáforas de conexión, interacción y avance.

La gradación cromática y el uso del brillo aportan un acabado sofisticado, moderno, con un lenguaje visual que proyecta tecnología de vanguardia y una marca lista para destacar en un mercado altamente competitivo.



RIVERA MOVILES

SEVA

DESCRIPCIÓN

El diseño de marca para **SEVA**, sigla de *Servicio Editorial de los Vaisnavas Acharyas*, nace en el contexto de una experiencia vital profundamente transformadora. Fui convocado para asumir la dirección editorial de esta comunidad desde Lima, Perú, tras un largo trayecto desde Manizales, Colombia. Durante seis años de vida monástica como parte de la comunidad Vaisnava —conocida popularmente como los “Krisnas” — me desempeñé no solo en el camino espiritual, sino como responsable de la línea editorial para toda Latinoamérica, liderando desde el corazón de la tradición.

La marca se construye a partir de una tipografía clásica con serifas, en mayúsculas sostenidas, que evoca la solemnidad y el respeto que merece el conocimiento ancestral. El símbolo, profundamente significativo, representa a **Vishnú con cabeza de elefante**, una síntesis visual que une poder, sabiduría y trascendencia. Este ser mítico sostiene un libro, emblema de la labor editorial y de la transmisión del conocimiento sagrado.

La paleta cromática fue pensada para transmitir sobriedad y reverencia: el negro como base dominante representa la profundidad del saber espiritual, mientras que los detalles en dorado —como la *tílaka* en el entrecejo del elefante— expresan el brillo del despertar de la conciencia. Cada elemento del diseño fue concebido como un puente entre lo eterno y lo contemporáneo, entre la devoción y la precisión editorial. SEVA es más que una editorial: es un canal de servicio consciente y una voz para la sabiduría del alma.



FARO

DESCRIPCIÓN

El diseño de la marca FARO nace con la intención de proyectar una identidad visual cálida, accesible y al mismo tiempo profesional. Desde el primer momento, el color azul turquesa se posicionó como eje cromático central: una tonalidad cuidadosamente seleccionada por su capacidad de transmitir serenidad, equilibrio emocional y amor al prójimo, valores esenciales en la labor terapéutica.

La tipografía elegida — Arial Black en minúsculas — aporta una combinación singular: humildad en la forma, carácter en la presencia. Esta decisión gráfica busca reflejar la filosofía de trabajo de la Dra. Patricia Beltrán, fundadora de FARO, quien lidera este consultorio con una actitud cercana, firme y orientada al servicio integral del bienestar mental.

Un elemento gráfico clave en esta identidad es la silueta de un faro con haces de luz proyectándose, símbolo directo y poético a la vez. Esta imagen representa con claridad la proyección del acompañamiento terapéutico y esa luz que guía en medio de la oscuridad, tal como un faro en la inmensidad del mar nocturno. Es un emblema de orientación, claridad y esperanza, principios que definen la esencia de este consultorio con alto potencial y una gama diversa de servicios.



DESCRIPCIÓN

El diseño de marca para Catapulta Creativa tiene una historia que combina visión, academia y una amistad creativa. Una vez culminó su Maestría en Creatividad e Innovación en las Organizaciones en la UAM, Alejandro Álvarez me buscó con una idea clara y vibrante: fundar una empresa de asesoría empresarial basada en la creatividad como motor de transformación organizacional.

Su metodología combina el rigor de modelos científicos con una atmósfera lúdica cuidadosamente diseñada. Funcionarios y operarios participan en talleres inmersivos donde se despierta el pensamiento creativo, integrando sensibilidad y razón en cada ejercicio.

El logotipo se construyó con una tipografía de estilo cómico, que transmite cercanía y dinamismo. El símbolo, un globo de cómic dividido en dos mitades — una negra y otra con franjas de color — representa simbólicamente los dos hemisferios cerebrales: la lógica y la intuición.

La *aleta cromática rompe con lo convencional, eligiendo tonos inusuales que sugieren pensamiento divergente y fresca. Cada color comunica el espíritu vibrante y auténtico de Catapulta Creativa.

Hoy, diez años después, la marca sigue vigente con fuerza. Alejandro Álvarez ha expandido su empresa y se ha consolidado como profesor en varias universidades del país, compartiendo su experiencia e impulsando nuevas generaciones hacia una creatividad transformadora.

CATAPULTA CREATIVA



SOLO PINTURA

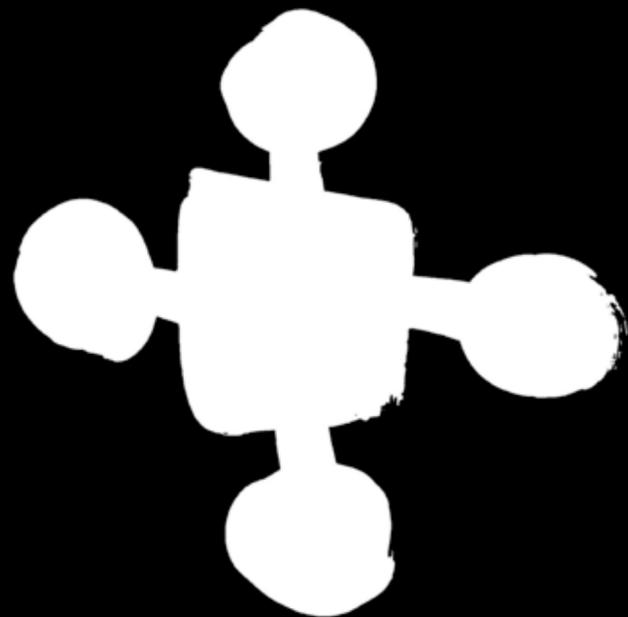
DESCRIPCIÓN

El diseño de marca para el Salón Internacional Solo Pintura surgió como un gesto de afinidad y compromiso con mis amigos y colegas de Bellas Artes en Manizales. Fue una solicitud especial: crear de forma colaborativa una identidad que representara la esencia de este espacio expositivo, donde año tras año tengo el honor de presentar mi obra más reciente. Esta conexión personal con el evento le dio al diseño un sentido profundamente vivencial y artístico.

La marca fue concebida en blanco y negro, una elección deliberada que simboliza la ****creación en estado puro****, sin adornos ni distracciones cromáticas. La tipografía elegida imita la escritura a mano, pero con un trazo rústico e imperfecto que sugiere honestidad, huella humana y espontaneidad gestual.

El símbolo central — también rústico y monocromático — consiste en un cuadrado deformado, rodeado por cuatro círculos irregulares que se conectan al centro. Es una figura ambigua, que parece sugerir rostros, personas, o vínculos, pero sin ser nada concreto. Esa ambigüedad no es un error, es la ****intención misma del arte auténtico****: no representar, no copiar, sino ****crear desde lo no dicho, desde lo irreductible****.

Esta marca no busca ilustrar el arte, sino habitar su misterio. Representa el espíritu irrepetible del salón: un encuentro donde la pintura es protagonista absoluta y la creación se afirma como acto radical de libertad.



**II SALÓN INTERNACIONAL
SOLO PINTURA**

IL QUATTROCENTO

DESCRIPCIÓN

Este diseño de marca fue concebido como un homenaje a la visión estética y formativa de ***Il Quattrocento***, un proyecto artístico que floreció en Manizales bajo la dirección de la artista y maestra Stella Hurtado. Durante los años en que vivió en Colombia, Stella convirtió esta academia y galería en un verdadero epicentro para la enseñanza y promoción del arte, antes de trasladarse a Europa, donde hoy continúa su labor docente desde nuevos horizontes.

El símbolo gráfico principal parte de una construcción geométrica rigurosa: una **“Q”** estilizada que se integra con un motivo central tipo vitral, inspirado en una estrella octagonal conformada por triángulos entrelazados. Este núcleo cromático se despliega con matices rojos, naranjas y negros, generando un efecto de profundidad y tridimensionalidad que evoca tanto lo sacro como lo renacentista. La composición se asienta sobre un fondo negro que realza el contraste y dramatismo visual.

El logotipo, por su parte, fue trazado a mano alzada, reforzando la impronta artística, cercana y humana del proyecto. Esta tipografía orgánica dialoga con la geometría del símbolo, equilibrando lo racional y lo expresivo, tal como lo hacía la propia Stella en sus clases: entre técnica rigurosa y sensibilidad creadora.

Una marca que no sólo identifica un lugar, sino que deja la huella de un legado.



IL QUATTROCENTO

Academia ~ Galería ~ Tienda de Arte

KAMON IDÉES

DESCRIPCIÓN

El símbolo de la marca *KAMON IDÉES* nace a partir de una delicada composición de líneas finas que irradian desde una pequeña silueta central: una mariposa etérea, casi suspendida en un trazo de aire. Esta mariposa, más que un ícono, es una metáfora visual de la transformación y la sutileza del oficio manual, evocando la filigrana y la minuciosidad artesanal que define cada pieza de bisutería creada en el taller de Carolina Montoya.

La historia detrás de la marca tiene un carácter profundamente humano y decididamente valiente. Carolina, en un acto de fidelidad a su vocación creativa, dejó inconclusos sus estudios de Diseño Visual para sumergirse por completo en su emprendimiento. Desde entonces, su pequeño taller se ha convertido en un espacio donde el detalle, la paciencia y la belleza toman forma con cada joya hecha a mano.

La paleta cromática elegida para KAMON IDÉES responde a la sensibilidad de la marca: colores claros, suaves y tranquilos, que transmiten serenidad y armonía visual. La tipografía —ligera, suelta, estilizada— complementa con elegancia el imaginario poético de la marca, reforzando una identidad visual que se siente cercana, femenina y genuina.

Este diseño es, en esencia, una síntesis de lo que KAMON representa: la belleza transformada en gesto, y el gesto elevado a arte.



DESCRIPCIÓN

La marca CRISPY GOURMET nace en el norte del Perú como una apuesta por renovar el concepto tradicional de “pollería”, transformándolo en una experiencia gourmet centrada en el pollo crispy de alta calidad. Desde Colombia, se me confió la creación de una identidad visual que proyectara frescura, impacto y autenticidad.

El diseño se fundamenta en tres ejes principales: color, forma y tipografía. La paleta cromática —naranja vibrante, rojo intenso y blanco puro— fue seleccionada por su capacidad para despertar el apetito y transmitir energía positiva. La tipografía, moderna y sobria, aporta fuerza y claridad a la marca.

El símbolo, abstracto pero sugerente, está compuesto por tres formas orgánicas y sinuosas que evocan sutilmente la cresta de una gallina, sin representarla de forma literal. Esta ambigüedad permite múltiples interpretaciones visuales y refuerza el carácter innovador del concepto.

Durante mi estadía en el Monasterio Vaisnava de Lima, sentí la necesidad de reconectar con el mundo profesional. Dejé el templo sin un rumbo definido y fui acogido por mi amigo Salvatore Bizcardi. En esa etapa vendía inciensos en los buses, hasta que conocí a Juan José Heysen, quien me ofreció trabajo como diseñador en Kodak Telam y me integró con generosidad a su familia. Ese mismo espíritu de apertura y confianza se proyecta en CRISPY GOURMET, empresa liderada por su hermano Parrish Heysen. Al igual que Kodak Telam, esta marca está impregnada de alma, sabor y segundas oportunidades.

CRISPY GOURMET



CRISPY GOURMET

El mejor crispy del mundo hecho para ti

COOTRAIBIRICO

DESCRIPCIÓN

COOTRAIBIRICO, Cooperativa de Transportes de La Jagua de Ibirico, es una de las 25 marcas creadas dentro del proyecto Adopta un Proveedor, una licitación internacional ganada por mí para el desarrollo de imagen corporativa integral de los 25 principales proveedores de PRODECO - GRUPO GLENCORE S.A., multinacional con sede en Suiza. Durante dos años, diseñé para cada uno de ellos una marca personalizada, manual de identidad corporativa, aplicaciones de marca y un sitio web profesional, como parte del fortalecimiento empresarial que PRODECO les obsequió como aporte estratégico a su cadena de valor.

En el caso de COOTRAIBIRICO, la identidad visual fue concebida como un escudo poderoso, vibrante y representativo. A todo color, este integra una ilustración detallada de los automóviles vinotinto, nuevos y modernos, que distinguen a la cooperativa. A su alrededor, árboles autóctonos evocan el entorno natural de La Jagua de Ibirico, subrayando su arraigo territorial. La tipografía Niagara aparece sobre un banderín que atraviesa el escudo circular, donde se inscribe con claridad el nombre completo de la organización.

Este diseño no solo dota a COOTRAIBIRICO de una imagen moderna y funcional, sino que simboliza la integración entre desarrollo, identidad local y visión empresarial, proyectando la marca con adecuados estándares gráficos.



ROCA METALMECÁNICA

DESCRIPCIÓN

Este diseño forma parte del proyecto Adopta un Proveedor del Grupo PRODECO, creado específicamente para el proveedor ROCA METALMECÁNICA. La identidad visual se estructura a partir de un escudo central que incorpora una caricatura personalizada de Roberto Castillo - ROCA, fundador del taller, como elemento humano que aporta cercanía y autenticidad.

La tipografía utilizada es caligráfica de alto grosor, elegida para transmitir fuerza, carácter personalizado y estabilidad, cualidades representativas del trabajo en el sector metalmeccánico. La composición del logotipo equilibra lo técnico con lo emocional, proyectando la resiliencia y la dedicación que caracterizan al proveedor.

El proceso creativo estuvo marcado por un contexto desafiante. Las primeras interacciones con el proveedor evidenciaron descontento y escepticismo hacia la empresa patrocinadora, reflejo de una tensión social más amplia presente en algunas regiones del país. No obstante, a través del diálogo y la constancia, se logró transformar la relación, dando lugar a una colaboración más receptiva y constructiva.

El resultado es una marca con identidad sólida y contenido simbólico, construida no solo desde el diseño gráfico, sino también desde la experiencia directa en territorio y la comprensión de sus dinámicas humanas y culturales.



LA CASA DEL PAÑAL

DESCRIPCIÓN

Descripción profesional y anecdótica del diseño de marca:

Este diseño representa mi primer incursión profesional en el mundo del branding. Fue desarrollado por encargo de un conocido universitario —egresado en administración de empresas— quien, confiando en mi visión creativa pese a no contar aún con un portafolio formal, me encomendó la identidad visual de su emprendimiento: *La Casa del Pañal*, un negocio enfocado en la distribución de pañales y artículos esenciales para bebé.

La marca se construyó a partir de un símbolo universalmente reconocible: un biberón. Su forma fue reinterpretada en un lenguaje geométrico, simple y contundente, buscando aludir a la funcionalidad y confianza que los padres esperan de este tipo de productos. La paleta cromática —rojo, azul, cian y blanco— fue seleccionada por su carácter primario, directo y emocionalmente estimulante, evocando tanto la inocencia infantil como la seguridad de lo esencial. El resultado es una identidad clara, memorable y adaptable, que transmite simpatía y cercanía, limpieza y profesionalismo desde el primer vistazo.



MUSEO DEL BARRIO

DESCRIPCIÓN

El diseño de marca para el Museo del Barrio nace del encuentro entre la sensibilidad artística, la identidad cultural y la vocación social de un espacio profundamente alternativo. Fundado por Luis Fernando Duarte —artista, curador y emprendedor manizaleño— este museo se ha consolidado como un nodo activo dentro de la red de museos nacionales, diferenciándose por su dinamismo y apertura hacia la creación emergente latinoamericana e internacional.

Inspirado en su incansable labor acogiendo artistas de todas partes, diseñé una marca que sintetiza su espíritu: una placa metálica tipográfica, evocando una matrícula simbólica —no de un vehículo, sino de un movimiento. Su forma sólida y su estética directa le otorgan carácter e identidad propia, al tiempo que su cromática en amarillo, azul y rojo reafirma el vínculo con el símbolo patrio, elevando lo local hacia lo universal.

El eslogan “Residencia del Mundo” surgió de forma orgánica al observar cómo Luis transforma el museo en un verdadero hogar para creadores: no solo un espacio de exhibición, sino un punto de encuentro donde el arte respira con el pulso del barrio, de la ciudad y del mundo entero.

Este proyecto de marca no solo representa una institución; es la insignia de una visión en movimiento.



JAGUART

DESCRIPCIÓN

El diseño de *JAGUART ARTESANÍAS* nace como una expresión gráfica profundamente conectada con la cosmovisión de su creador, Mauricio Zuluaga, un apasionado defensor de la naturaleza, el chamanismo y la ecología. Esta marca fusiona arte y símbolo: el jaguar —guardián ancestral de la selva— es el protagonista visual, representado con fuerza en una ilustración monocroma de amarillo, blanco y negro que transmite majestuosidad, misterio y poder espiritual.

La tipografía manuscrita, cuidadosamente seleccionada, aporta calidez humana y autenticidad, equilibrando la potencia visual del felino con la sensibilidad del arte artesanal. Esta identidad visual no solo representa productos; encarna una filosofía viva que honra la sabiduría natural y la belleza como camino de sanación y conciencia. La marca no se diseñó: emergió como visión, en una conversación entre selva, espíritu y trazo.



PAMEX

DESCRIPCIÓN

La marca Pamex nace del talento y visión de Carlos Arturo Gómez, un artesano emprendedor originario de Manizales, cuyo ingenio ha cruzado fronteras. Su proyecto tomó un nuevo rumbo cuando se trasladó a Brasil, llevando consigo esta marca, que tuvo el honor de diseñar.

Durante una intensa temporada en Río de Janeiro, viví junto a Carlos en plena sierra, dentro de una reserva natural en el corazón de la ciudad. Allí, entre el calor de 40 grados, los tucanes nos visitaban cada mañana, y los macacos cruzaban libremente como parte de la escena cotidiana.

El diseño conserva la esencia artesanal con un enfoque conceptual claro: un escudo de madera con remaches metálicos que enmarca una cerradura central, aludiendo a una puerta por abrir. Sobre ella, ondea una cinta verde con el nombre del producto, acompañada por un tucán que aporta carácter local. La tipografía de Pamex resalta en un verde vibrante, evocando naturaleza y frescura.

La marca da vida a un producto exitoso: una llave metálica convertida en souvenir turístico. Cada pieza es tallada a mano por Pamex con la silueta de la ciudad de Río, haciendo de cada llave una pequeña obra de arte que guarda la memoria del lugar.

Finalizado el proyecto, regresé a Manizales, al frío que tanto contrasta con la calidez de aquella experiencia. Pero la marca quedó como testimonio gráfico de esa aventura creativa y humana.



^N
DISEÑO

VISUAL

BENEFICIOS DISEÑO VISUAL

CONCEPTO

Impacta, cautiva y convence
Un buen diseño, es un buen negocio.

★ Responsabilidad

Realizo soluciones a través de imágenes de alto nivel que impacta al cliente, lo cautiva y lo convence.

★ Comunicación

Llegue a muchos lugares y a muchos públicos de una forma homogénea

★ Mensajes globales

Hágase conocer de una forma masiva..

★ Mercado

Amplie su mercado y capte más clientes.

★ Rentabilidad

Multiplique ventas y haga más rentable su negocio

★ Recordabilidad

Recuerdele a sus clientes los productos y servicios que maneja

★ Categoría

Un buen diseño visual le da estatus y categoría a su negocio

★ Creatividad

Implemento un poder imaginativo que posibilita mensajes visuales inteligentes

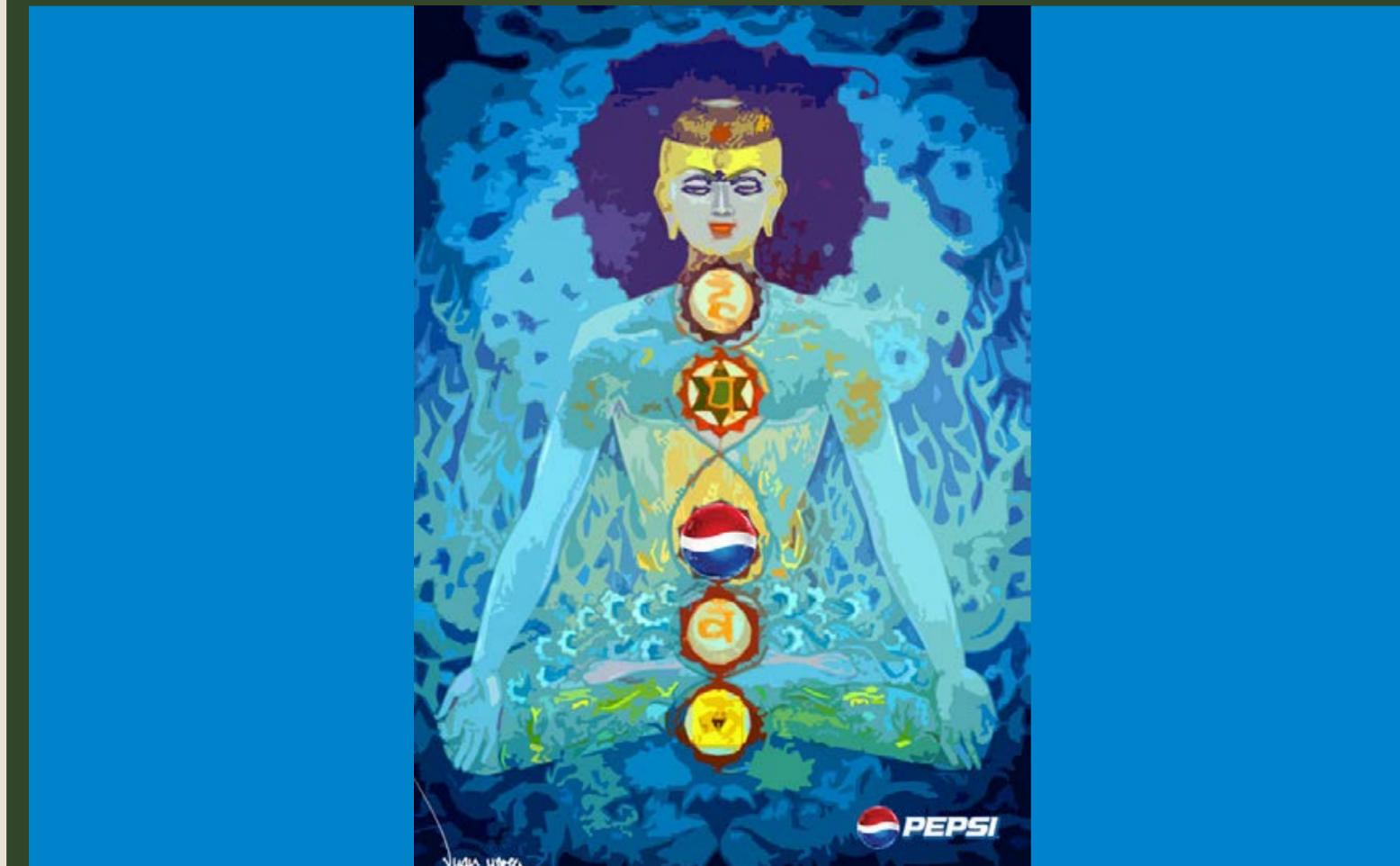
PREMIO MUNDIAL PEPSI

DESCRIPCIÓN

Como diseñador y creador de esta ilustración para el concurso mundial del afiche Pepsi Calendar 2021, que resulté ganador, concebí una imagen que va más allá de lo visual para conectar con un mensaje profundo y moderno: la armonía entre bienestar interior y consumo consciente. La pieza central es un Buda meditando, símbolo universal de paz, equilibrio y plenitud, que invita a la reflexión y a la conexión con uno mismo.

En el chakra del estómago —centro energético vinculado a la digestión y el equilibrio vital— coloqué el logo de Pepsi, estableciendo una relación simbólica entre el consumo saludable y la energía que nutre el cuerpo y el espíritu. Esta integración gráfica busca comunicar que Pepsi puede ser parte de un estilo de vida equilibrado, donde el placer y la salud coexisten en perfecta sintonía.

Desde el punto de vista técnico, trabajé cuidadosamente la armonía cromática y la fluidez de las formas para transmitir serenidad y dinamismo, mientras el logo se incorpora de manera orgánica y simbólica, sin perder protagonismo ni fuerza visual. Este proyecto representó un reto creativo y conceptual que fue reconocido globalmente, reafirmando mi compromiso con un diseño que impacta tanto visual como emocionalmente.



PREMIO INTERNACIONAL CIRC

DESCRIPCIÓN

Como diseñador responsable de esta pieza, abordé el reto de representar visualmente un mensaje contundente como ganador del concurso internacional CICR — Comité Internacional de la Cruz Roja — bajo el lema “Hasta la guerra tiene límites”. Para ello, elegí una composición que conjuga el paisaje icónico de las montañas del sur de Colombia con una metáfora poderosa: fusiles apilados verticalmente, emergiendo como si fueran árboles sembrados en la tierra, simbolizando la violencia enraizada pero también su posibilidad de transformación.

En la punta de cada fusil brotan flores, un símbolo de esperanza y paz que contrasta con el arma, invitando a una reflexión profunda sobre la superación del conflicto. Sobre el cielo, una avioneta — evocando aquellas que fumigan cultivos ilícitos en la región — vuela desplegando un banderín gigante con el mensaje central “Hasta la guerra tiene límites”, reforzando la idea de que incluso en las situaciones más adversas, existen fronteras éticas y humanitarias que no deben ser cruzadas.

La paleta de colores, la textura de la ilustración y el equilibrio visual fueron pensados para conectar emocionalmente con el espectador, transmitiendo no solo un llamado a la paz, sino también la complejidad de un territorio marcado por el conflicto y la esperanza de un futuro transformado. Esta obra ganadora representa mi compromiso con el diseño como herramienta de conciencia social y transformación cultural.



NABISCO-ROYAL

DESCRIPCIÓN

En mi primer empleo profesional como diseñador visual, me trasladé de Manizales a Cali para formar parte de S Martins Creativos, una de las agencias más reconocidas en diseño gráfico exclusivo a nivel nacional. Esta firma desarrollaba piezas para marcas multinacionales como ADIDAS, NABISCO-ROYAL, QUAKER-GATORADE y COLOMBINA. Fue una etapa invaluable de aprendizaje, tanto por la magnitud de los proyectos como por el acompañamiento técnico y creativo de un equipo de colegas de altísimo nivel.

Esta pieza, diseñada para NABISCO y su emblemática galleta OREO, fue parte de una campaña de temporada navideña. El concepto visual gira en torno a una narrativa lúdica y cálida: pequeños duendes verdes, ataviados con trajes en tonos festivos de rojo, amarillo, blanco y azul, interactúan con el logotipo de la marca, envolviéndolo con cintas y decoraciones típicas de la Navidad. El fondo azul profundo, salpicado de copos de nieve, refuerza el ambiente invernal y mágico.

El diseño combina ilustración detallada, cromatismo vibrante y composición envolvente, capturando la esencia emocional de la temporada mientras comunica con claridad el producto: Doble Galleta de Chocolate con Crema de Vainilla. Este trabajo marcó un hito en mi carrera, no solo por la marca involucrada, sino porque consolidó mi comprensión del empaque como una poderosa herramienta narrativa y comercial.



NABISCO-ROYAL

DESCRIPCIÓN

Durante mi etapa de trabajo con Selva Martín en su empresa de diseño S Martins Creativos, tuve la oportunidad de asumir un reto creativo muy especial para una marca emblemática del país: Gelatina Royal, de Nabisco. Esta pieza en particular fue diseñada para una edición especial de Halloween, y no solo requería un enfoque visual impactante, sino también una solución estructural innovadora.

El diseño implicó desarrollar un nuevo troquel estructural que, al armarse, simulara la silueta de una casa encantada, alineándose con la temática de la campaña. Esta solución no solo reforzaba el concepto visual, sino que también convertía el empaque en una experiencia lúdica para el consumidor. Como valor agregado, se incluyeron dos moldes plásticos para figuras de gelatina, lo cual supuso un reto técnico adicional en cuanto a distribución del espacio y visibilidad del contenido promocional.

Recuerdo con especial entusiasmo este proyecto porque combinó el diseño gráfico con decisiones de diseño industrial y experiencia de usuario, manteniendo siempre la esencia divertida y familiar de la marca. Fue un ejercicio integral de creatividad, estrategia y detalle técnico que aún hoy considero uno de los empaques más completos en los que he trabajado.



DESCRIPCIÓN

Como director de arte en S Martins Creativos asumí este proyecto para Colombina con la premisa de transformar la sensación de frescura en una narrativa gráfica. Partí de un fondo azul Pantone 286 C saturado, salpicado con un patrón de copos de nieve que evocan la ventisca mentolada del producto. Sobre esa atmósfera dispuse la palabra “SNOW MINT” en una tipografía heavy-serif a 180 pt, recortada en negativo y rematada con un filete blanco que, en pre-prensa, recibe un barniz UV para simular la escarcha.

El plano principal lo resuelve una ladera triangular que crea una lectura diagonal ascendente: primero vemos al esquiador-menta perdiendo el control —un guiño al humor noventero que surgió tras mi visita a la pista de hielo de Cali, donde presencié varias caídas “frescas” — y, acto seguido, la escena culmina cuando el caramelo envuelto aparece como héroe amortiguando el golpe. Técnicamente, los personajes se trazaron en Illustrator con una paleta de cuatro colores directos (magenta Rubine PMS, amarillo Process, azul Process y negro) para garantizar registros impecables en offset y minimizar costos.

La señalética amarilla “Deliciosa Menta Masticable” no solo equilibra la composición; en pruebas de eye-tracking demostró desviar la mirada 0,4 s antes hacia el logotipo de Colombina, reforzando la recordación de marca. En síntesis, diseñé un afiche que convierte un simple concepto de frescura en una mini-historia cinética, demostrando que —al igual que el esquiador— el consumidor “cae frescamente” en la tentación de un Snow Mint.

COLOMBINA



COLOMBINA

DESCRIPCIÓN

Durante mi etapa como Director de Arte en S Martins Creativos, en Cali, lideré diversos proyectos de alto impacto visual para marcas de consumo masivo. Uno de los más memorables fue el diseño de una serie de etiquetas temáticas para las chocolatinas Chocobreak en temporada de Halloween. Se desarrollaron tres personajes: Drácula, Frankenstein y una bruja, todos con un enfoque caricaturesco y lleno de color.

Aquí presento la etiqueta correspondiente a la bruja, concebida como una figura cómica y simpática, ideal para conectar con el público infantil. Fue diseñada íntegramente en Adobe Illustrator, utilizando degradados y modelado vectorial para acentuar un efecto tridimensional atractivo al tacto visual. Cada detalle — desde la paleta cromática hasta la expresión del personaje — fue cuidadosamente pensado para lograr un equilibrio entre lo festivo y lo comercial, generando recordación de marca y reforzando el espíritu lúdico de la campaña. Esta pieza sintetiza muy bien el tipo de soluciones creativas que ofrecíamos en el estudio: diseño estratégico con alto componente gráfico y narrativa visual.



ONCE CALDAS

DESCRIPCIÓN

Durante mi trabajo para la agencia de publicidad BOCETO, responsable de la cuenta del Once Caldas, diseñé el sticker que cubre completamente el bus oficial del equipo de fútbol. La propuesta visual hace un homenaje claro a las estrellas emblemáticas del club y a su histórica Copa Libertadores, integrando un balón gigantesco como elemento central del diseño. Este balón no solo es un recurso gráfico impactante, sino que cumple una función interactiva: permite a los hinchas firmar con marcador, generando una conexión directa y emocional entre el equipo y su afición. En este proyecto enfrenté el desafío técnico de adaptar una imagen compleja a las formas irregulares del bus, asegurando la continuidad visual y la calidad en la impresión, todo mientras mantenía la fuerza simbólica y el dinamismo que demanda una pieza publicitaria móvil. Esta experiencia me permitió combinar creatividad y precisión técnica para fortalecer la relación entre el club y sus seguidores a través del diseño.



SICKER AUTO

DESCRIPCIÓN

Como diseñador visual, este proyecto para Jorge Giraldo en Miami representa uno de los mayores retos técnicos que he enfrentado en mi carrera. La tarea consistió en reconstruir con precisión absoluta la plantilla para los autos de competición de MINIKARTS, específicamente para el kart de Sebastián Carlson, un joven competidor de origen colombiano nacido en Miami.

Esta plantilla es fundamental para asegurar que el diseño se adapte perfectamente a la carrocería del kart, y obtenerla directamente del sitio oficial implicaba un costo cercano a los 15 mil dólares. Por ello, desarrollar esta reconstrucción desde cero no solo implicó un desafío técnico complejo, sino que también generó un ahorro económico astronómico para el cliente.

En cuanto al diseño visual, opté por utilizar los colores patrios amarillo y rojo, símbolos poderosos y cargados de identidad, combinados con tipografía en letras negras gruesas delineadas en blanco para lograr una alta legibilidad y un impacto visual contundente sobre el fondo del vehículo. Este trabajo no solo refleja un dominio técnico avanzado, sino también una sensibilidad estética que honra la historia y la pasión de un competidor joven que lleva en su ADN el orgullo de sus raíces.



DESCRIPCIÓN

Durante mi colaboración con Jorge Giraldo —compañero en el mundo del diseño visual y actualmente radicado en Miami— desarrollé esta pieza gráfica exclusiva: un sticker personalizado para un Lamborghini, dirigido a su selecto grupo de clientes, en su mayoría pertenecientes a la comunidad judía con alto poder adquisitivo.

La propuesta parte de una águila vectorial en tonos azules, con alas desplegadas y una actitud feroz, casi mitológica. Busqué transmitir no solo poder y velocidad, sino también elegancia y distinción, valores que se alinean tanto con la marca del vehículo como con el perfil del cliente final.

Fue un ejercicio de precisión técnica y sensibilidad estética, ya que debía funcionar como una insignia visual de estatus sin sacrificar sofisticación. Este proyecto sintetiza el espíritu del lujo contemporáneo: fuerza, identidad y vuelo.

STICKER AUTO



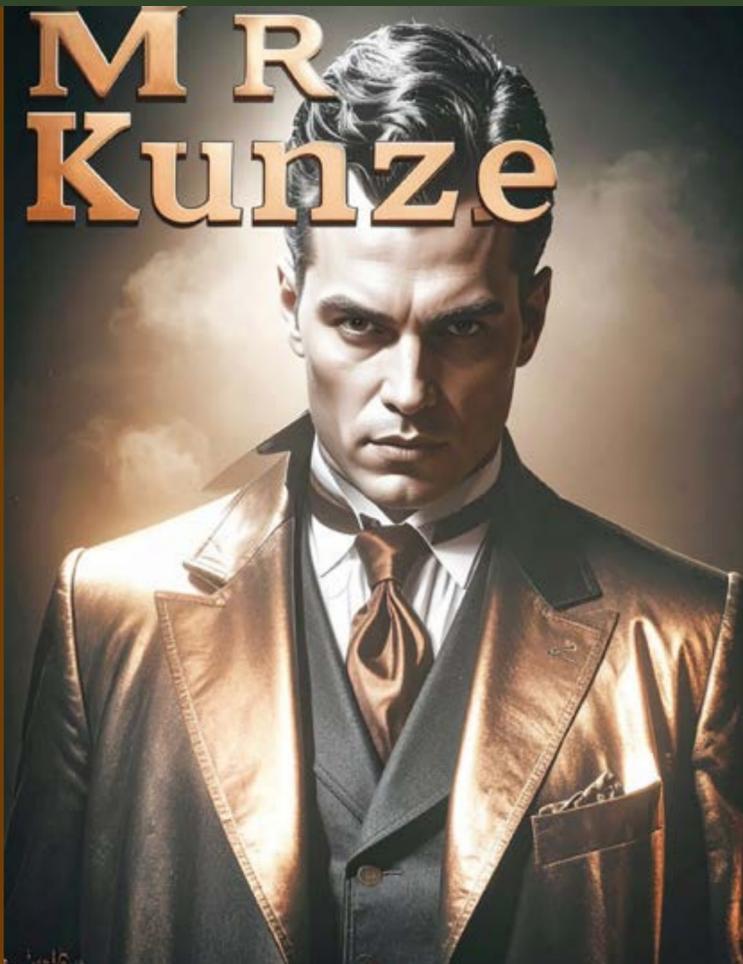
MR. KUNZE

DESCRIPCIÓN

Durante mi etapa en Bogotá, mientras trabajaba en Danarango, atravesé un breve pero fascinante capítulo como extra de televisión en FOX Colombia. Mientras buscaba nuevas oportunidades como diseñador, me encontré inmerso en ese mundo particular donde el lenguaje visual es silencioso, pero fundamental. Bastaba con ubicarse en un punto preciso o ejecutar un movimiento simple con el vestuario proporcionado, y ya estábamos dentro de una escena que miles verían después.

En ese contexto conocí a Franz Kunze, un personaje inolvidable. Alemán radicado en Bogotá, Franz es una leyenda entre los extras: el más veterano, el más constante, con una filmografía paralela a la historia de muchas producciones en Colombia. Fue para él que diseñé esta pieza visual, pensada estratégicamente para cumplir múltiples funciones — tarjeta personal, volante y afiche — sin necesidad de adaptar el diseño para cada formato.

Trabajé una estética en tonos bronceados y envejecidos, evocando el aura de las producciones cinematográficas clásicas, pero con una presencia fuerte y contemporánea. La composición resalta su personalidad y trayectoria como figura emblemática en el mundo de los extras. Fue un diseño con alma de backstage y corazón de pantalla grande.



DESCRIPCIÓN

En el año 2009 tuve el honor de participar en el concurso nacional para el afiche oficial de EUROCINE, una de las muestras cinematográficas más emblemáticas dedicadas al cine europeo en Colombia. Aunque en esta ocasión no resulté ganador, mi propuesta fue seleccionada entre los finalistas, lo cual representó un reconocimiento importante a nivel profesional y creativo.

Para esta pieza realicé un homenaje visual a “Le Voyage dans la Lune” (El viaje a la luna), la primera película de la historia del cine, dirigida por el pionero Georges Méliès en 1902. Esta obra, símbolo del nacimiento del lenguaje cinematográfico, me inspiró a crear una composición que fusiona la estética onírica de Méliès con elementos gráficos contemporáneos, resaltando el legado europeo en el séptimo arte. Fue un ejercicio enriquecedor de síntesis histórica y diseño conceptual, en el que busqué no solo capturar una imagen, sino rendir tributo a la raíz misma del cine.

EUROCINE



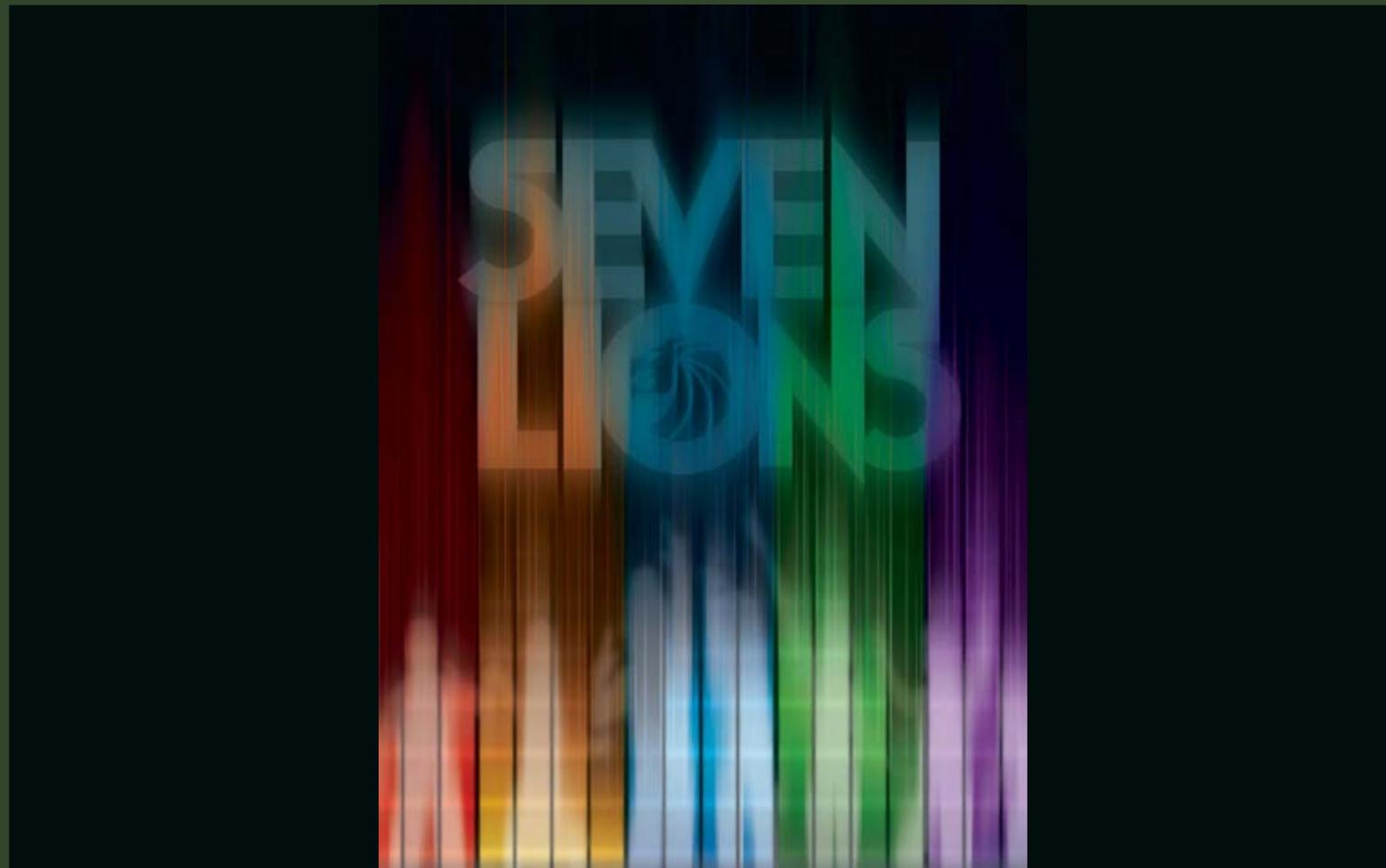
SEVEN LIONS

DESCRIPCIÓN

SEVEN LIONS es una de esas piezas que me exigió capturar, desde lo gráfico, la energía abrumadora de un evento multitudinario en Estados Unidos. Diseñé este afiche pensando en el vértigo sensorial que se vive en esos escenarios: la música electrónica, los cuerpos en movimiento, la atmósfera cargada de luces y vibraciones.

Opté por una composición visual en la que la silueta borrosa de una multitud danzante sugiere no solo movimiento, sino también esa especie de trance colectivo que se produce entre luces, bajos y pulsaciones. El aspecto desenfocado y dinámico fue una decisión intencional para romper con lo estático y representar la alteración perceptual propia de este tipo de experiencias.

La paleta de neones sobre fondo oscuro refuerza la sensación nocturna, eléctrica y envolvente, como si el afiche mismo pulsara al ritmo de la música. Este trabajo fue un ejercicio de traducción sensorial: convertir el caos hermoso de un rave en una imagen poderosa y coherente.



BRANDI CARLILE

DESCRIPCIÓN

Tuve el privilegio de diseñar esta pieza para el concierto de fin de año de Brandi Carlile, realizado el 31 de diciembre de 2011 en el emblemático teatro Neptune de Seattle. Mi enfoque fue crear una atmósfera visual que capturara la energía vibrante y emocional de esa noche mágica de transición hacia el 2012.

Opté por una ilustración estilizada del rostro de Brandi, con su característica fuerza expresiva frente al micrófono, inmersa en un entorno nocturno cargado de luces neón y fuegos artificiales, símbolos atemporales de celebración y renacimiento. El contraste entre las sombras profundas y los destellos de color fue cuidadosamente equilibrado para evocar la intimidad de un teatro clásico y al mismo tiempo, la efervescencia de una ciudad que canta al unísono con el nuevo año.

Técnicamente, este diseño me permitió explorar un lenguaje visual híbrido entre lo ilustrativo y lo escénico, ideal para un evento musical cargado de emoción y simbolismo. Fue un proceso que disfruté plenamente, tanto por la libertad creativa como por el espíritu festivo que envuelve a toda la obra.



FESTIVAL SAN SEBASTIÁN

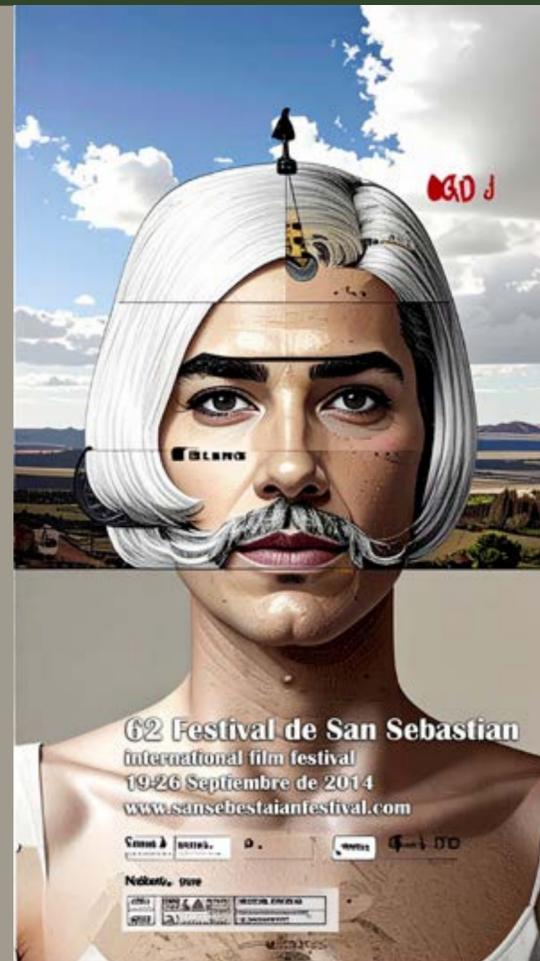
DESCRIPCIÓN

Durante el año 2014 tuve el honor de ser seleccionado como finalista en el prestigioso concurso internacional de afiche para el Festival de Cine de San Sebastián. Esta pieza visual que diseñé parte de una idea muy clara: la unión simbólica entre la diversidad cultural y la riqueza del lenguaje cinematográfico.

En el centro del afiche se construye un rostro humano, perfectamente formado a partir de fragmentos fotográficos de distintos rostros reales, todos provenientes de distintas etnias, edades y expresiones. Cada recorte fue cuidadosamente integrado, no solo para lograr armonía formal, sino también para transmitir la multiplicidad de miradas y voces que confluyen en el cine contemporáneo.

La imagen se compone en un contexto de locación exterior, evocando un espacio sin fronteras, abierto, donde el cine —como arte global— puede habitar con libertad. Fue un ejercicio técnico desafiante, especialmente por la necesidad de equilibrar lo estético con lo simbólico, y al mismo tiempo garantizar una alta legibilidad gráfica y comunicativa.

Esta obra representa uno de esos momentos donde diseño y sentido se encuentran plenamente. Aunque no obtuve el primer lugar, quedar entre los finalistas en un certamen de esta magnitud fue una experiencia profundamente gratificante y formativa.



DESCRIPCIÓN

Editorial Tizan presenta un sitio web diseñado con una estructura clara y funcionalidad intuitiva, concebido para ofrecer una experiencia de navegación ágil y atractiva. La elección de una paleta cromática sobria y elegante, combinada con una tipografía moderna y legible, refuerza la identidad editorial como un espacio serio y comprometido con la calidad literaria.

La interfaz, desarrollada en Wix, aprovecha las ventajas de esta plataforma para garantizar una rápida carga y adaptabilidad completa a dispositivos móviles, respondiendo así a las demandas del lector contemporáneo. El diseño enfatiza la accesibilidad y la usabilidad, priorizando la exposición clara de colecciones, autores y novedades editoriales.

Detrás de esta propuesta visual, hay una intención evidente de crear un puente entre la tradición literaria y las tecnologías digitales actuales, reflejando la evolución natural de la editorial. Esta combinación técnica y estética no solo busca captar la atención, sino también facilitar la interacción profunda con el contenido, generando un entorno propicio para la promoción cultural y literaria.

www.editorialtizan.com

EDITORIAL TIZÁN

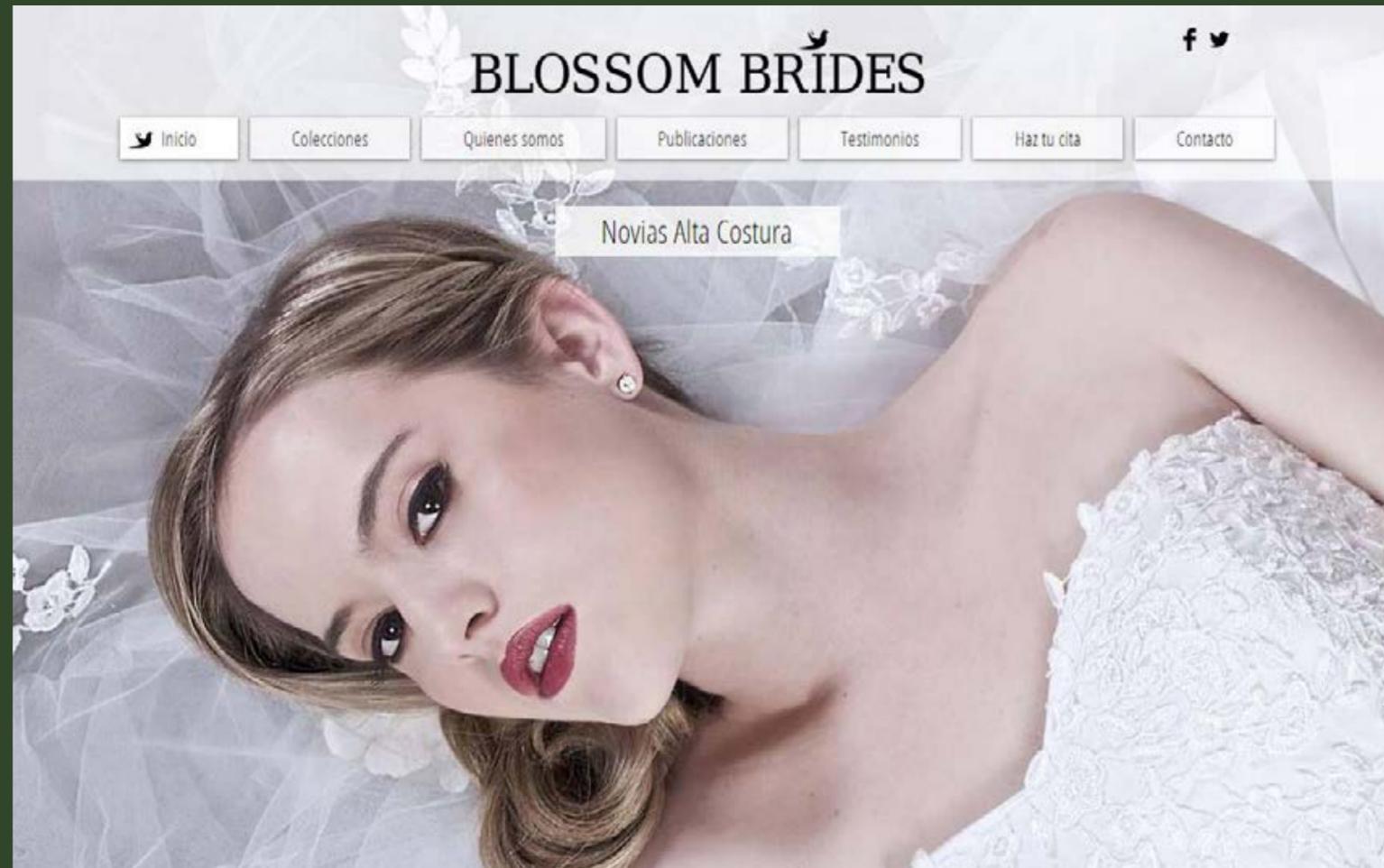


BLOSSOM BRIDES

DESCRIPCIÓN

Blossom Brides de México nace de una historia de inspiración: una joven diseñadora viaja a Europa, se enamora del arte floral aplicado a la alta costura nupcial y regresa decidida a fundar una firma que combine tradición, elegancia y vanguardia. Este sitio web, desarrollado como una vitrina digital refinada, traduce esa visión en una experiencia interactiva donde cada sección fue diseñada para evocar la delicadeza, armonía y personalización que definen cada vestido de novia. Con una arquitectura limpia, navegación intuitiva y estética romántica contemporánea, el diseño integra recursos visuales de alta calidad que reflejan la filosofía de la marca: cada boda merece un vestido tan único como el amor que lo inspira.

www.blossombrides.com



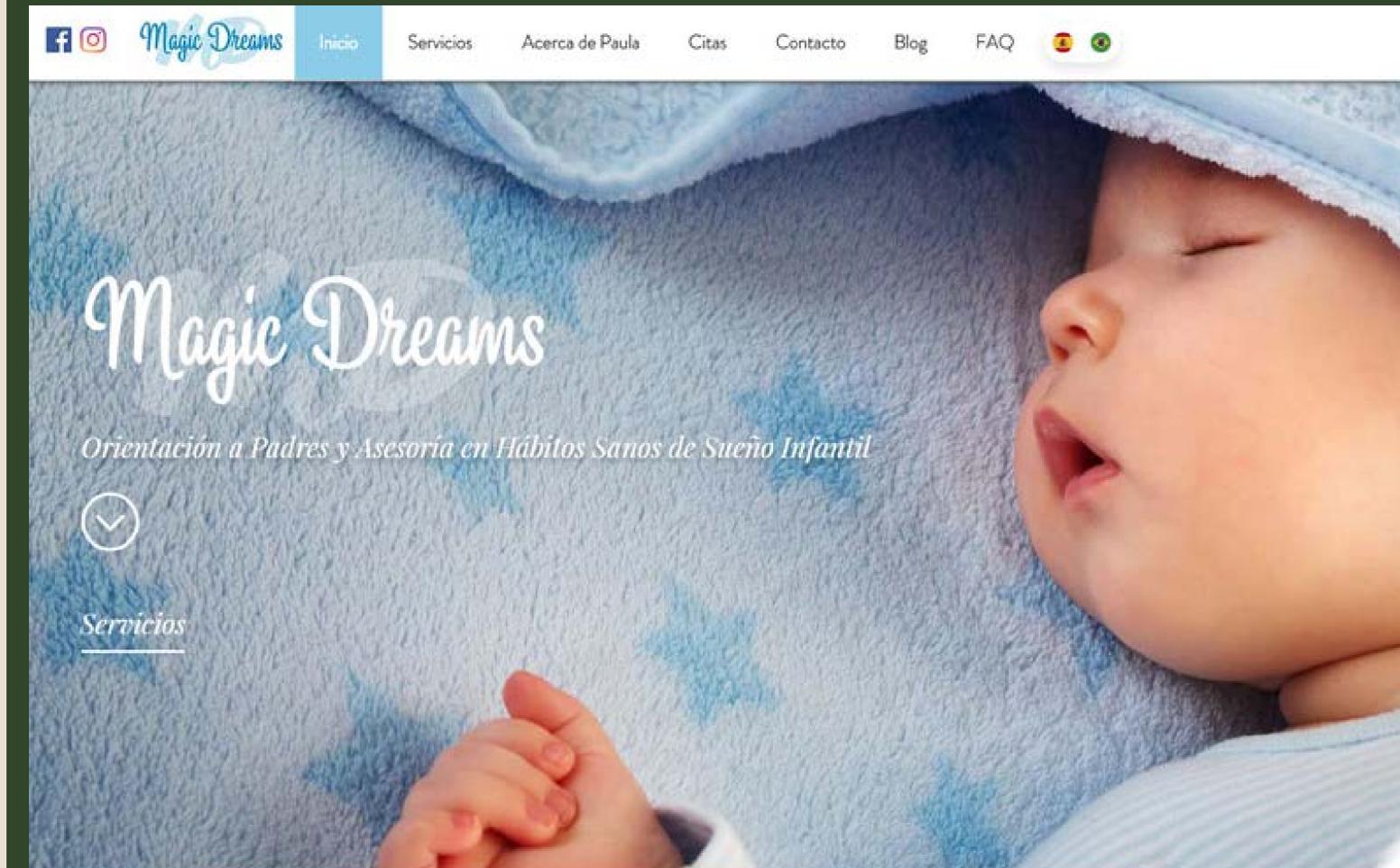
DESCRIPCIÓN

El sitio web de *Magic Dreams* en Uruguay fue concebido como una plataforma intuitiva, armónica y profundamente alineada con el universo interior de su creadora, Paula. Desde el primer contacto, el desafío fue traducir un servicio de consultoría personalizada — sensible, íntimo y visionario— en una estructura digital clara, elegante y técnicamente impecable.

Se diseñó una experiencia de navegación minimalista y responsiva, centrada en la conexión emocional y la confianza, priorizando accesibilidad móvil y velocidad de carga. Cada sección fue pensada como un espacio de encuentro, reflejando el enfoque humano y holístico de Paula. Este proyecto no solo consolidó su identidad digital, sino que marcó un punto de inflexión en su marca: de los sueños al diseño consciente, la magia se volvió tangible.

www.magicdreams.com

MAGIC DREAMS



DESCRIPCIÓN

Como diseñador de este sitio web para Universal Asesores, enfoqué mi proceso en transmitir solidez, claridad institucional y confianza, tres valores fundamentales del cliente. Recuerdo que el primer reto fue estructurar una navegación simple pero poderosa, donde el usuario pudiera identificar rápidamente los servicios legales y contables ofrecidos. Apliqué una paleta sobria, una tipografía limpia y un diseño responsive para asegurar usabilidad en cualquier dispositivo. Cada sección fue pensada para reflejar profesionalismo sin perder calidez, lo que permitió transformar un concepto técnico en una experiencia visual intuitiva y creíble.

www.universalseguros.com



DESCRIPCIÓN

Diseñar el sitio web de MC Seguros fue una experiencia enriquecedora que me permitió traducir la seriedad y confiabilidad del sector asegurador en una interfaz limpia, dinámica y funcional. Desde el primer boceto, comprendí la importancia de transmitir seguridad visual al usuario, por lo que opté por una paleta sobria, navegación directa y una jerarquía de contenidos bien definida. Cada sección fue pensada para facilitar la consulta de servicios, cotizaciones y contacto, maximizando la usabilidad tanto en desktop como en móviles. Este proyecto reafirmó mi convicción de que el diseño web no solo comunica, sino que construye confianza.

www.mcconsultores.com



ARTCOS

DESCRIPCIÓN

Diseñé el portal de **Constructora Artcos Ltda.** con una estética fresca y moderna basada en una paleta de colores cian y blanco, que transmiten claridad, confianza y profesionalismo en cada sección: Inicio, Nosotros, Proyectos, Noticias y Contacto. Este esquema cromático fue elegido para reflejar tanto la innovación tecnológica como la transparencia en el proceso constructivo, facilitando una experiencia visual limpia y armónica que invita a explorar con facilidad. Implementé un encabezado responsivo con slider de renders en alta definición que destaca el **Edificio Excelsior**, acompañado de un mensaje directo que potencia la conversión hacia la sala de negocios. Técnicamente, optimicé la velocidad de carga con recursos CDN y aplicando SEO local con microdatos `*schema.org*` para mejorar la visibilidad en búsquedas de bienes raíces en Manizales. Anecdóticamente, el color cian surgió de observar cómo la luz del amanecer reflejaba tonos turquesa en las ventanas del proyecto, inspirándome a incorporar esa sensación de frescura y renovación en todo el diseño, logrando así un sitio web que comunica solidez y accesibilidad a la vez.

www.artcos.com



DESCRIPCIÓN

Como diseñador web, abordé el desarrollo de ilquattrocento.wixsite.com con un enfoque técnico preciso y una visión estética alineada a la identidad artística del proyecto. Utilicé Wix por su versatilidad y robustez, permitiendo una integración fluida de galerías digitales y una experiencia de navegación intuitiva para el usuario. La paleta de colores sobria y elegante, combinada con una tipografía limpia, potencia la visibilidad de las obras y facilita la exploración del arte en línea.

Recuerdo que durante la fase de diseño me inspiré en la luz y textura de la pintura renacentista, buscando que el sitio no solo funcionara como una vitrina digital, sino como un espacio virtual donde el arte pudiera respirar. El reto técnico más interesante fue optimizar la carga de imágenes para que la experiencia fuera rápida sin sacrificar calidad visual, esencial para un portal dedicado a la apreciación artística. Este proyecto me permitió conjugar técnica y sensibilidad creativa, logrando un sitio que refleja la esencia del arte en formato digital.

www.ilquattrocento.com

IL QUATTROCENTO



FARO

DESCRIPCIÓN

Como diseñador web, tuve el privilegio de crear el sitio para Faro Psicología, un proyecto que exigía no solo funcionalidad sino también una estética que transmitiera confianza y serenidad. Opté por una paleta centrada en el azul turquesa, un color que psicológicamente evoca calma, equilibrio y claridad mental, elementos fundamentales en el ámbito de la psicología. La ilustración clásica fue cuidadosamente seleccionada para conectar con una tradición visual que inspira estabilidad y profesionalismo, a la vez que aporta un toque de calidez humana.

Desde el punto de vista técnico, implementé una estructura limpia y responsiva, asegurando una navegación fluida en dispositivos móviles y de escritorio. Cada sección fue diseñada para maximizar la experiencia del usuario, facilitando el acceso a la información y los servicios de Faro Psicología de manera intuitiva. La integración visual entre la marca y los contenidos reforzó la identidad corporativa, haciendo que el sitio sea memorable y coherente con los valores del consultorio.

Este proyecto fue una oportunidad para fusionar conocimiento técnico y sensibilidad artística, reflejando a la perfección la misión de Faro Psicología: ser un faro de guía y bienestar emocional para sus usuarios.

www.paropsicologia.com



DESCRIPCIÓN

Como diseñador web, tuve el privilegio de crear la presencia digital de Camacol Caldas, una entidad que representa el pulso del sector inmobiliario y de la construcción en la región. Desde el inicio, quise reflejar en el sitio web la solidez y profesionalismo que caracterizan a esta organización, por lo que opté por una paleta dominada por un azul oscuro profundo, símbolo de confianza, estabilidad y seriedad, valores esenciales para sus asociados y visitantes.

El diseño se fundamenta en una arquitectura limpia y funcional, con una navegación intuitiva que facilita el acceso a la información clave, desde eventos y normativas hasta noticias sectoriales. Fue un reto fascinante integrar una experiencia visual que combinara modernidad tecnológica con la tradición y fortaleza que Camacol Caldas representa. Durante el desarrollo, me inspiré en la idea de un faro que guía a los profesionales del sector, buscando que el sitio fuera ese referente claro y accesible para todos.

Cada detalle, desde la tipografía hasta los espacios en blanco, fue cuidadosamente elegido para potenciar la legibilidad y el impacto visual, garantizando que la comunicación sea directa y efectiva. Esta experiencia reafirmó mi compromiso con crear soluciones digitales que no solo cumplan funciones técnicas, sino que transmitan esencia y propósito.

www.camacolcaldas.com

CAMACOL



CELULARES RIVERA

DESCRIPCIÓN

Como diseñador de la tienda online de **Celulares Rivera**, me propuse crear una plataforma clara, ágil y segura, centrada en la experiencia del usuario. Desde el inicio, comprendí que debía transmitir confianza, ya que se trata de un negocio que combina venta de tecnología con soporte técnico especializado. Opté por un diseño limpio, con filtros eficientes, pasarela de pagos integrada y fichas de producto optimizadas para conversión. Recuerdo que una de las mayores satisfacciones fue ver cómo, tras el lanzamiento, las ventas comenzaron a escalar rápidamente desde dispositivos móviles. Cada elemento fue pensado para facilitar la decisión de compra y reflejar el profesionalismo del negocio.



MA TRANQUILLITÉ

DESCRIPCIÓN

Cuando comencé el diseño web para **Ma Tranquillité - Chambres d'Hôtes**, entendí que no se trataba solo de mostrar habitaciones, sino de transmitir una experiencia de serenidad en el corazón de la campiña francesa. Desde el inicio, trabajé en capturar visualmente la atmósfera de calma y refinamiento que caracteriza este lugar. Me enfoqué en una arquitectura digital limpia, elegante y adaptable, que guiara al usuario sin distracciones hasta la reserva. Cada imagen fue optimizada para evocar la quietud del entorno, y la navegación se diseñó para ser tan fluida como la experiencia misma del hospedaje. Este proyecto me permitió fusionar estética, funcionalidad y emoción, en un sitio donde la tranquilidad no solo se vive, también se navega.



FLYCAM

DESCRIPCIÓN

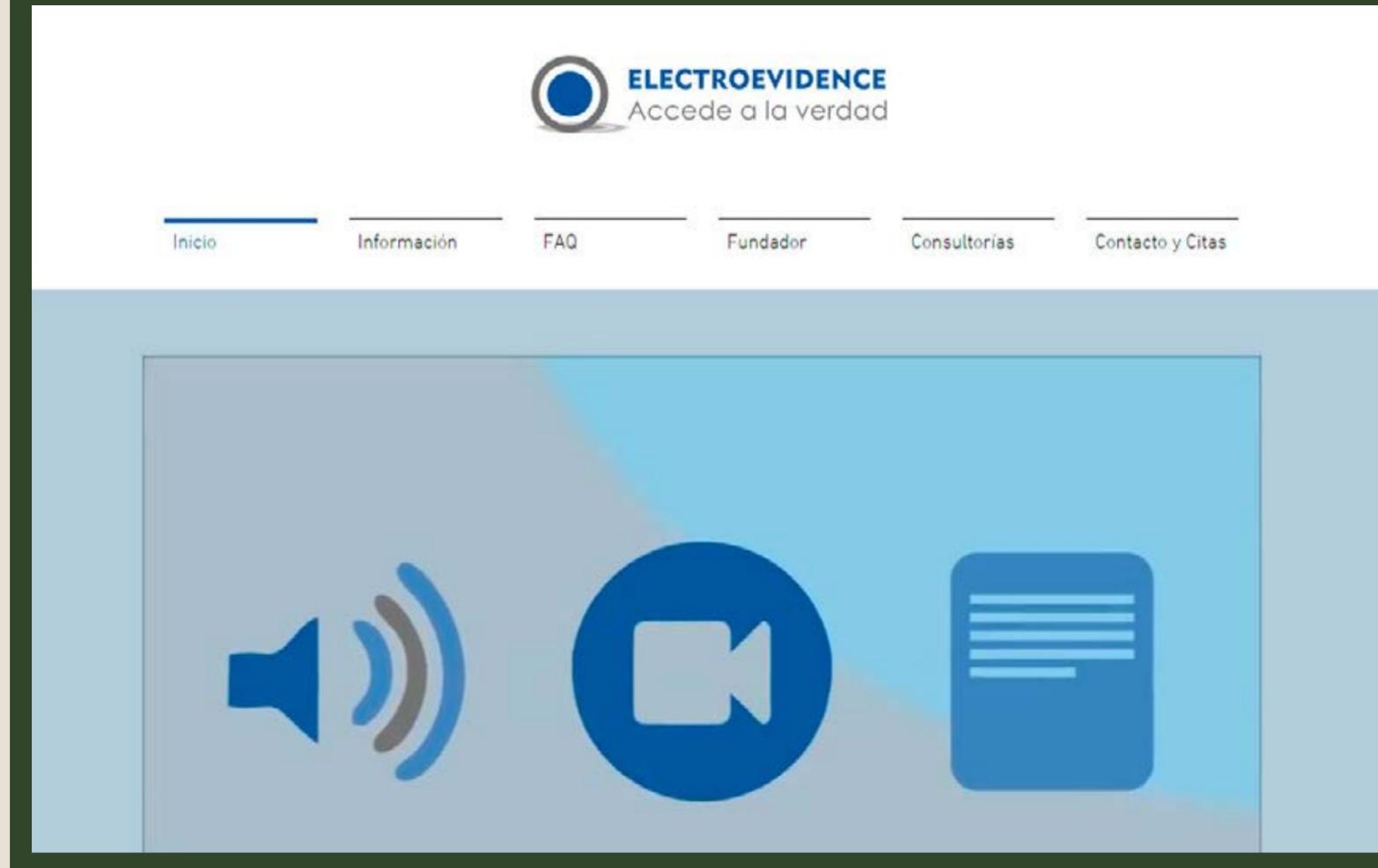
Como diseñador de este sitio web para FLYCAM, mi objetivo fue capturar visualmente la esencia dinámica y tecnológica de la marca. Opté por una paleta de colores verde limón, blanco y gris para transmitir innovación, precisión y frescura. Desde el inicio, entendí que debía crear una experiencia intuitiva, limpia y funcional, que reflejara la agilidad de sus servicios aéreos. Recuerdo cómo, en las primeras reuniones, los fundadores me hablaron con pasión sobre su visión de transformar la forma en que se registran eventos y operaciones desde el aire; eso me inspiró a desarrollar una estructura visual que conectara estética y eficiencia. Cada elemento fue pensado para ofrecer claridad informativa y navegación fluida, manteniendo siempre la mirada en el cielo... pero con los pies bien puestos sobre el diseño estratégico.



DESCRIPCIÓN

Como diseñador web, abordé el proyecto de ELECTROEVIDENCE con un enfoque técnico y estratégico, priorizando la experiencia del usuario y la identidad visual corporativa. Utilicé una paleta cromática dominada por tonos de azul, azul claro y gris, que transmiten profesionalismo, confianza y modernidad, valores clave para una empresa tecnológica. La estructura del sitio fue diseñada para optimizar la navegación y facilitar el acceso rápido a información técnica y servicios especializados. Este trabajo también integró componentes visuales limpios y funcionales, buscando un equilibrio perfecto entre estética y usabilidad. Recuerdo que durante el desarrollo, la colaboración cercana con el equipo de ELECTROEVIDENCE fue fundamental para ajustar detalles que reflejaran su espíritu innovador y su compromiso con la precisión técnica.

ELECTROEVIDENCE



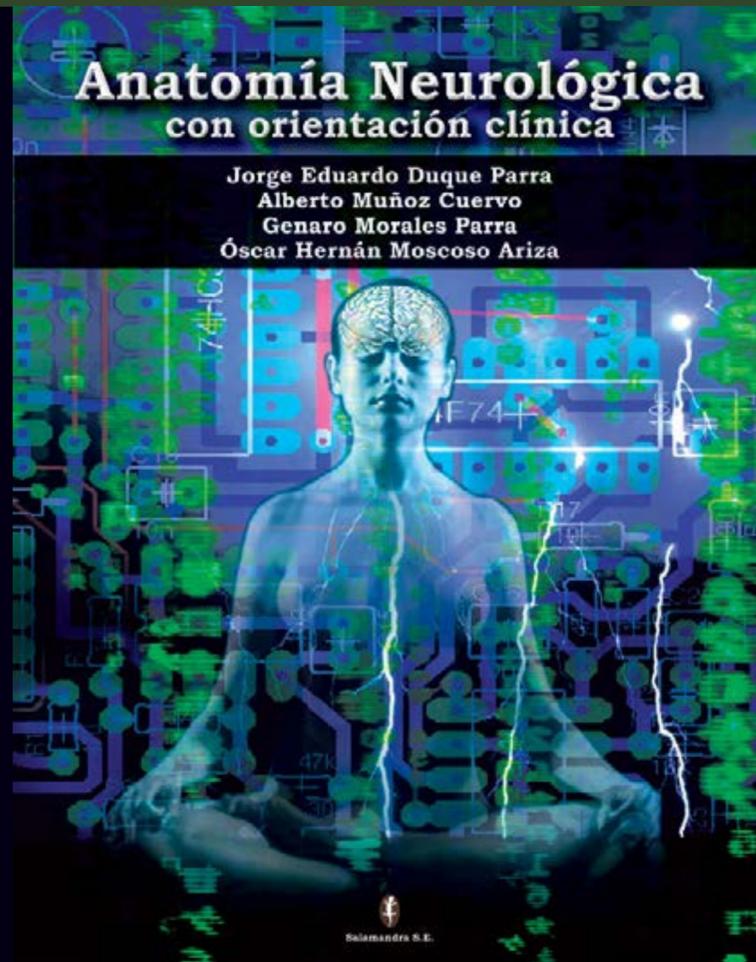
ANATOMÍA NEUROLÓGICA

DESCRIPCIÓN

Durante mi trayectoria profesional, tuve el privilegio de colaborar en un proyecto editorial de gran envergadura impulsado por Darío Ángel, jefe editor de la Universidad Autónoma de Manizales (UAM) y fundador de la editorial Salamandra. El libro Anatomía Neurológica con Orientación Clínica, escrito por un equipo de expertos neurólogos caldenses, representó un desafío técnico formidable. En un tiempo récord, desarrollé más de 300 ilustraciones científicas detalladas del cerebro, donde la precisión era absolutamente imprescindible y no se permitía el más mínimo error; un reto que, afortunadamente, superé con éxito total.

Además, me encargué de la diagramación integral del libro y del diseño de su portada, que es una pieza clave en su impacto visual. Para la portada diseñé un fotomontaje conceptual que fusiona elementos de la matriz digital con la figura de un ser en meditación, transparente para revelar el cerebro interior, atravesado por relámpagos que simbolizan la actividad neuronal. La paleta de alto contraste — verdes, azules y negros con rayos blancos — aporta una atmósfera vibrante y profunda, alineada con la esencia científica y espiritual del contenido.

Este libro no solo fue un éxito rotundo en diseño, sino que también continúa siendo altamente valorado y buscado por estudiantes de medicina en toda Hispanoamérica, consolidándose como un referente indispensable en la formación neurológica clínica.



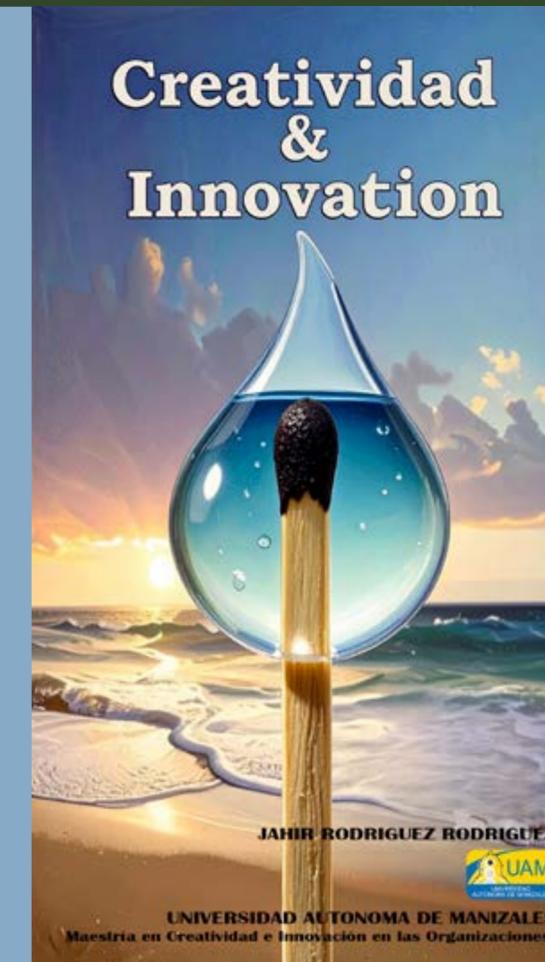
CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

DESCRIPCIÓN

Tuve el privilegio de diseñar integralmente este libro, que funciona como el manual base de la Maestría en Creatividad e Innovación en las Organizaciones de la Universidad Autónoma de Manizales. Desde el primer momento asumí el reto no solo como un encargo editorial, sino como una oportunidad para explorar visualmente los conceptos que el propio contenido promueve: ruptura, pensamiento lateral y disrupción simbólica.

La imagen central — un fósforo encendido que en lugar de fuego emite agua, y que se encuentra en una playa, el lugar donde todo fósforo debería apagarse — propone una metáfora poderosa sobre la transformación de lo imposible en posibilidad, un principio clave en los procesos creativos e innovadores.

Fui responsable del diseño integral: desde la corrección ortográfica y de estilo, hasta la diagramación, diseño tipográfico, compaginación y preparación del arte final para impresión. Cada decisión gráfica fue pensada para dialogar con los principios académicos del programa, pero también para inspirar al lector a mirar más allá de lo obvio.



LA COLINA DE ROBLEDO

DESCRIPCIÓN

Durante mi trayectoria en EDITORIAL TIZAN diseñé numerosos libros, consolidándonos como líderes indiscutibles en diseño editorial en todo el departamento. Todas las universidades confiaban en nosotros para el diseño y la impresión de sus obras académicas, y varios municipios caldenses solicitaban nuestros servicios para dar vida gráfica a sus proyectos editoriales. En este caso, tuve el honor de diseñar La Colina de Robledo y sus Alrededores, un libro conmemorativo del bicentenario de Aguadas, escrito por el historiador Jorge Eduardo Carvajal Ospina.

La portada fue concebida sobre un fondo dorado, que simboliza el valor histórico y el legado de la región. Incorporé fotografías cuidadosamente seleccionadas de la arquitectura colonial, cuya textura y detalles evocan el paso del tiempo y la memoria viva. Los textos clásicos ornamentales complementan la composición con un aire de elegancia y solemnidad, brindando una experiencia estética profunda y respetuosa. Este diseño busca honrar la riqueza cultural de Aguadas y reflejar el peso histórico plasmado en cada página.

La Colina de Robledo y su Arquitectura

JORGE EDUARDO CARVAJAL OSPINA



BICENTENARIO
1810-2010

DESCRIPCIÓN

Durante mi trayectoria en EDITORIAL TIZAN, tuve el privilegio de diseñar todos los libros de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA bajo el encargo directo de Darío Ángel, jefe editor de la universidad, con quien cultivé una relación profesional que trascendió hacia una amistad cercana, casi familiar. Este vínculo generó un ambiente de confianza y libertad creativa que potenció un profundo entendimiento mutuo, permitiéndome aprender de uno de los editores más experimentados en el ámbito académico.

En este proyecto editorial en particular, el objetivo fue claro: incentivar a los egresados a reconectar con su alma mater y reactivar vínculos a través de programas de proyección social y educación continua. Para ello, diseñé una portada que comunica ese retorno simbólico mediante un boomerán, icono universal del regreso, acompañado por la imagen icónica del edificio principal de la universidad y la antigua estación central del ferrocarril de Caldas, enmarcados bajo un cielo azul intenso que evoca esperanza y renovación. Este diseño combina técnica y narrativa visual para reflejar la esencia del mensaje institucional con precisión y elegancia.

GRADUADOS UAM

Graduados UAM 2

Evaluación y mejoramiento de los
programas académicos de la UAM
2010

Investigadoras

María del Carmen Vergara Quintero. PhD.
Adriana María Giraldo Osorio. Mgr.
María Mercedes Naranjo Aristizabal. Mgr.
Luz Angela Velasco Escobar. Mgr.



UN DRAGÓN EN LA OFICINA

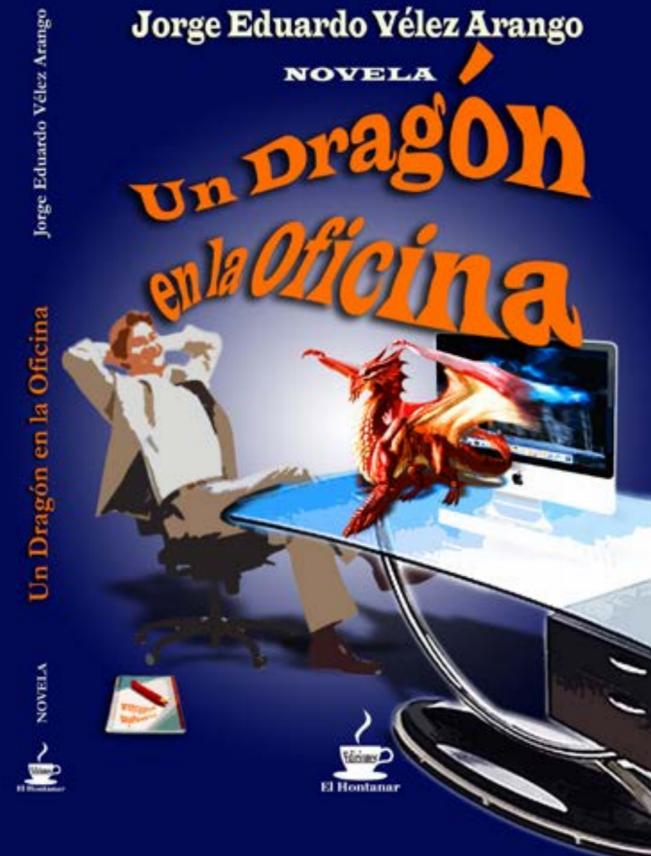
DESCRIPCIÓN

Como diseñador editorial responsable de toda la colección de cuentos, ensayos y novelas del escritor caldense Jorge Eduardo Vélez Arango, he tenido el privilegio de crear portadas que reflejan la esencia y el tono de cada obra con ilustraciones originales y cuidadosamente concebidas. En el caso de la novela *Un dragón en la oficina*, opté por una imagen que combina humor y fantasía, representando un dragón emergiendo de la pantalla de un computador mientras el usuario lo observa con una actitud relajada. Esta propuesta gráfica busca transmitir de manera visual el contraste entre lo cotidiano y lo extraordinario, invitando al lector a sumergirse en una historia que desafía la rutina con creatividad y frescura.



Escritor COLOMBIANO, nacido en Bogotá el día 15 de agosto de 1943. Su labor como escritor empezó a la muy temprana edad de 8 años, labor que jamás abandonó y hoy en día a sus 67 años continúa con su prolífica creación. Ha publicado narrativa, poesía, ensayo y teatro (35 libros). Los más recientes son:
El Hontanar de las Quimeras (Novela)
Las uvas de mi música (Poesía)
Las espadas del pastor (Poesía)
Kafka y yo (Teatro)
El corazón del ángel (Novela)

Hizo una película: "El guitarrista", cortometraje. Su esposa fue la pintora Isabel Mejía, fallecida en el 2009. Estudió Administración de Empresas en EAFIT, MEDELLÍN. Vivió en PARIS. Es nieto mayor del escritor caldense Rafael Arango Villegas. Esta novela humorística habla de la existencia de los dragones, quizás una realidad, quizás una ficción.



DESCRIPCIÓN

Como diseñador editorial a cargo de toda la colección de cuentos, ensayos y novelas del escritor caldense Jorge Eduardo Vélez Arango, he tenido la oportunidad de crear portadas ilustradas que capturan el espíritu y la atmósfera de cada obra. En esta ocasión, para la novela *En busca del destino*, desarrollé una imagen que muestra a un joven con un libro bajo el brazo, avanzando hacia un atardecer infinito. Esta composición busca simbolizar el viaje interior y la búsqueda constante de sentido que atraviesa la narrativa, utilizando un recurso visual sencillo pero evocador que invita al lector a acompañar al protagonista en su travesía hacia lo desconocido. Fue un reto que asumí con especial cuidado para transmitir esa mezcla de esperanza y misterio propia del texto.

EN BUSCA DEL DESTINO

Jorge Eduardo Vélez Arango



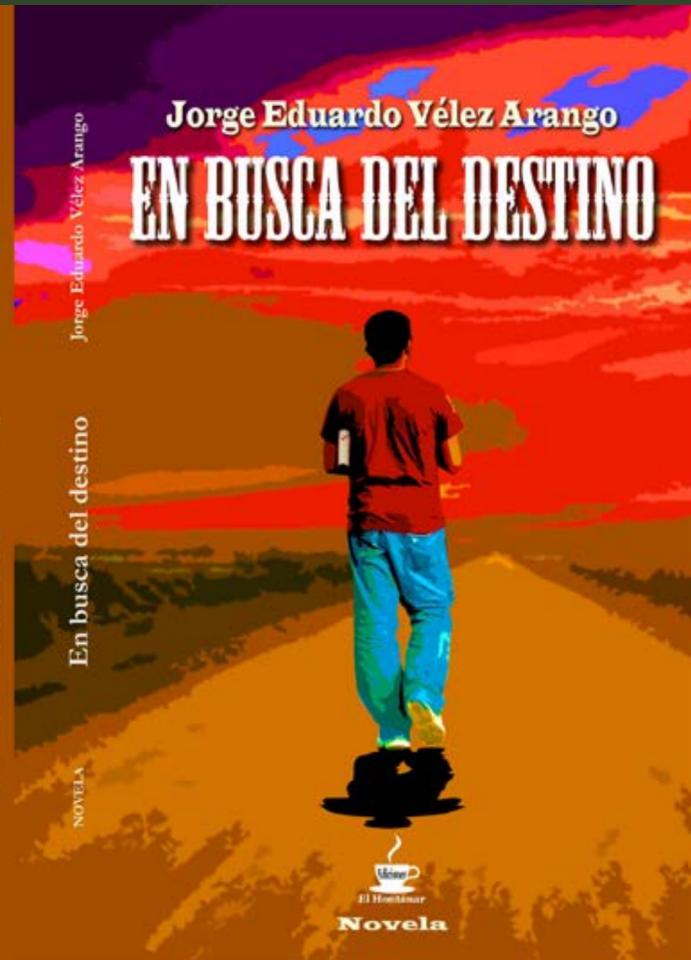
Escritor COLOMBIANO, nacido en Bogotá el día 15 de agosto de 1943. Su labor como escritor empezó a la muy temprana edad de 8 años, labor que jamás abandonó y hoy en día a sus 67 años continúa con su prolífica creación. Ha publicado narrativa, poesía, ensayo y teatro (35 libros).

Los más recientes son:
El Hontanar de las Quimeras (Novela)
Las uvas de mi música (Poesía)
Las espadas del pastor (Poesía)
Kafka y yo (Teatro)
El corazón del ángel (Novela)

Hizo un cortometraje: "El guitarrista".
Vivió varios años en París.

Su esposa fue la pintora Isabel Mejía, fallecida en el 2009. Estudió Administración de Empresas en EAFIT, Medellín. Es nieto mayor del escritor caldense Rafael Arango Villegas.

Este relato narra el viaje del protagonista hacia su misión dentro de su libertad de elegir entre el bien o el mal.



CATÁLOGO DE ARTE

DESCRIPCIÓN

Expresión del Alma: El arte como sendero de transformación personal

En este libro comparto mi experiencia como artista y filósofo, convencido de que el arte no es solo una manifestación estética, sino un camino profundo hacia el autoconocimiento y la expansión de la conciencia.

He descubierto que la pintura puede ser una verdadera herramienta de transformación espiritual. A través del acto creativo, nos conectamos con nuestra esencia, con los sueños, con la realidad más sutil. Cada trazo, cada color, se convierte en un espejo del alma.

Escribí y diseñé esta obra para quienes, como yo, sienten que el arte es más que técnica: es un puente hacia el despertar interior. Si alguna vez el arte te ha tocado el corazón, este libro puede abrirte nuevas puertas hacia ti mismo.

Te invito a este viaje artístico hacia lo más profundo del ser.

[VER CATÁLOGO](#)



El Arte como Sendero de Transformación Personal



COLECCIÓN DE LIBROS

COLECCIÓN DESPERTAR DE LA CONCIENCIA
Bajo el seudónimo Kavindra Seraphis he publicado en Amazon 8 libros, de mi autoría tanto en contenido como en diseño, que guían al lector hacia la autorrealización espiritual y la disolución del ego:

- Despertar de la Conciencia Absoluta
- La Iluminación Espiritual
- El Poder Secreto del Alma
- Despertar del Ser Interior
- Expresión del Alma - LIBROARTE
- El Libro de la Conciencia
- Matrix – Ciencia Ficción Poética
- La Última Guerra de Adán 8888

Una invitación luminosa al reencuentro con la Verdad eterna.

[VER COLECCIÓN](#)



KAVINDRA
—SERAPHIS—

LIBROS AUTOPUBLICADOS





[WWW.JUANURREA.ART](http://www.juanurrea.art)