



PUBLICIDAD

REDISEÑO DE MARCA DE LA  
CORPORACIÓN INCUBADORA Y  
ACELERADORA DE EMPRESAS DE  
BASE TECNOLÓGICA DE  
MANIZALES. - INCUBAR

ESTEBAN GALLEGO OCAMPO



Universidad<sup>®</sup>  
Católica  
de Manizales

Obra de Iglesia  
de la Congregación



Hermanas de la Caridad  
Dominicanas de La Presentación  
de la Santísima Virgen

VIGILADA MINEDUCACIÓN

REDISEÑO DE MARCA DE LA CORPORACIÓN INCUBADORA Y ACELERADORA  
DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA DE MANIZALES. – INCUBAR

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Publicista

Asesor

MG. María Luisa Castillo Osorio

Autor:

Esteban Gallego Ocampo

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y TEOLOGÍA

PROGRAMA DE PUBLICIDAD

MANIZALES

2023

RESUMEN.....	6
1. INTRODUCCIÓN .....	7
2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS .....	9
Descripción del problema .....	10
Análisis Situacional.....	12
Contexto de Acción.....	13
Audiencia .....	18
3. SOLUCIÓN ESTRATÉGICA .....	19
4. EJECUCIÓN .....	24
5. IMPACTO.....	31
6. CONCLUSIONES .....	33
7. BIBLIOGRAFÍA.....	35
8. ANEXOS.....	35

**Lista de tablas**

Tabla 1 *Análisis FOAR - Incubar Manizales*..... 23

## Lista de figuras

Figura 1 .....	11
Figura 2 .....	25
Figura 3 .....	25
Figura 4 .....	26
Figura 5 .....	27
Figura 6 .....	28
Figura 7 .....	29
Figura 8 .....	30

## RESUMEN

El presente estudio de caso da cuenta de la propuesta de renovación del logo de la marca de la empresa Incubar de la ciudad de Manizales, con el propósito de renovar su imagen en el marco de la celebración de su cumpleaños número 20, la construcción de esta propuesta partió del objetivo de rescatar el deseo de la empresa de querer transmitir la esencia de su marca, para llevar la incubadora a un nivel en el que los grupos objetivos la reconozcan como una empresa que fortalece el ecosistema empresarial tanto a nivel local como nacional permitiendo generar valor a la empresa sobresaliendo ante otras organizaciones.

La postulación del diseño se realizó en el marco del concurso de renovación de marca que lideró la empresa Incubar, dirigido a todos los actores que hacen parte del ecosistema del diseño, como estudiantes de universidades, agencias de publicidad, diseñadores independientes y demás personas interesadas que por sus cualidades, calidad e ingenio permitieran dar respuesta a las necesidades de la empresa, por tanto, se inició con una propuesta de diseño que reuniera todos los atributos dispuestos por la empresa.

La construcción de un logo permite identificar a una empresa o a una marca, de este modo posibilita que los clientes la reconozcan fácilmente, así mismo, generar confianza y credibilidad, en el caso de la empresa Incubar se pretendía comunicar su trayectoria, sus antecedentes y su misión.

Por tanto, se desarrolló en un primer momento un proceso investigativo a las solicitudes realizadas en el Brief, encontrando puntos clave que debían conectar con la marca y los actores directos o indirectamente relacionados; seguido de esto se inicia con el desarrollo de la marca plasmando un diseño innovador, creativo, adaptable y que respondiera a los requerimientos de Incubar; posterior a esto la marca es elegida por el equipo directivo posicionándose como el logo oficial de la empresa Incubar.

**Palabras clave:** Marca, Logo, Identidad Corporativa, Branding

## 1. INTRODUCCIÓN

La identidad de marca o identidad corporativa engloba elementos importantes para una empresa, concediendo un conjunto de valores que permiten representar el escenario en el que se desenvuelve el recurso que se vende, lo que se hace y cómo se trabaja, esto implica responder también a las necesidades de contexto construyendo una imagen que responda a sus objetivos y en la relación directa con los productos.

La marca permite la diferenciación con otro producto y el reconocimiento ante sus consumidores, de allí radica la importancia del ejercicio que realizan las empresas para mantener su identidad bajo parámetros de creatividad e innovación, manteniendo temas de diseño, formas, colores, estilos, figuras y otros elementos visuales que comunican una personalidad propia.

Es entonces que la construcción de una identidad de marca también puede ser entendida como discurso, que comunica y transmite un mensaje para los receptores que conectan con dicha marca y es precisamente lo que se buscaba con la renovación del logo de la empresa Incubar, desarrollar una imagen corporativa que mantuviera su identidad, así mismo, refleja su trayectoria y fuera posible desarrollar una propuesta que diera respuesta al mercado competitivo, a sus necesidades corporativas y a su vez se adaptara a las nuevas tecnologías.

Por tanto, se retoma el siguiente postulado de Gaitán, (2011) citado en Hoyos, B. (2016, p. 117), en su libro Branding el arte de marcar corazones: Las empresas evolucionan al ritmo de los

mercados y, especialmente, de sus consumidores; esto se refleja en su identidad gráfica y la de sus marcas (...).

Teniendo en cuenta lo mencionado, cabe aclarar que el rediseño de la marca de la empresa Incubar conservó su esencia, pero a su vez tránsito hacia una propuesta más innovadora, es decir, más vigente ante el mercado y las necesidades del cliente, de allí radica la importancia del valor de una imagen renovada, si bien busca ser más moderna y ajustarse a nuevas perspectivas, es importante conservar la trayectoria de una empresa y esto es posible a través de la imagen.

Es así que, se inició la renovación de marca de la empresa Incubar de la ciudad de Manizales teniendo en cuenta los elementos anteriormente mencionados, resaltando la importancia de conservar la trayectoria de la empresa transmitiendo su esencia para así llevar “la incubadora a otro nivel” y a su vez crear una propuesta renovadora para ellos.

Transformar la identidad de la marca de Incubar parte de entender la trayectoria de la empresa, siendo Incubar la Corporación Incubadora y Aceleradora de Empresas de Base Tecnológica de Manizales, con 20 años de experiencia en el mercado nacional, apoyando el emprendimiento y el sector empresarial en el país; estos y demás atributos son elementos que se retomaron para iniciar con el proceso de diseño y conceptualización de la marca.

Por tanto, en el desarrollo de este trabajo se mencionará el despliegue conceptual del significado de la marca, la importancia de transformar el concepto y la imagen de una empresa que se ajuste a las necesidades del mercado y de sus clientes, conservando la representación visual de la marca; así mismo, se mencionará el ejercicio práctico en la construcción de la nueva propuesta para Incubar, donde se elaboró un Manual de Marca que contenía toda la información en cuanto al logotipo, tipografía, código cromático, usos correctos e incorrectos, ejes de comunicación, papelería, iconos y aplicaciones.

Dicha construcción de marca fue realizada bajo la convocatoria “Concurso cambio de imagen”, liderada por la incubadora de empresas de Manizales Incubar y dirigida a todos los actores de ecosistema del diseño, con el objetivo de renovar su imagen y premiar la propuesta que más llegará a impactarlos y permitiera en ellos posicionarse de manera sobresaliente el generador de valor de su organización, por tanto, la propuesta aquí desarrollada fue la seleccionada y utilizada por la empresa cumpliendo con todas sus expectativas y necesidades.

## **2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS**

Para dar inicio al desarrollo del diagnóstico y análisis situacional es importante dar a conocer que es la empresa Incubar, sus enfoques y su trayectoria en el mundo empresarial y del emprendimiento, con el fin de conocer sus atributos y elementos claves para el ejercicio de la renovación de su marca, se retomará lo mencionado en el Brief de Comunicación de Incubar (2022).

La Corporación Incubadora y Aceleradora de Empresas de Base Tecnológica de Manizales. Incubar Manizales es una corporación privada sin ánimo de lucro con 20 años de experiencia en el mercado nacional, enfocada en el desarrollo de servicios que apoyan el emprendimiento y empresarismo en el país, potenciando las capacidades internas, operativas, administrativas y comerciales de las empresas, de manera que permitan incrementar las condiciones internas de las mismas en la generación de valor en cada una de sus etapas.

Promueve el fortalecimiento de los ecosistemas empresariales de ciudades intermedias a través del desarrollo o la movilización de instrumentos que se requieren y no estén presentes en el territorio. Un ejemplo de ello es la red de Ángeles Inversionistas, programas de alistamiento financiero, programas de fortalecimiento empresarial a emprendedores no atendidos anteriormente.

La red de Ángeles Inversionistas es un grupo de especialistas en el desarrollo de servicios tanto para la incubación, como para la aceleración de empresas innovadoras y de base tecnológica principalmente. Su propósito es el desarrollo, fortalecimiento y aceleración empresarial ubicadas en ciudades intermedias y para ello desarrolla un portafolio de servicios especializados que se ajustan a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

Los pilares de su intervención son un currículo adecuado al contexto y condición del talento humano en la región de influencia, el diseño de modelos de negocio escalables y que crecen de manera sostenida, la gestión del conocimiento y la innovación como soporte a la incursión en mercados globales y la movilización de oportunidades comerciales, de negocios y de financiación.

### **Descripción del problema**

Incubar siendo una empresa pionera en el sector de la innovación tecnológica y del emprendimiento posicionada en la ciudad de Manizales desde hace 20 años, tenía algunas debilidades en cuanto a su imagen corporativa como se muestra en la figura 1, no contaba con un logo que representara adecuadamente a la organización en su presente, ni en su futuro; debido a que se identificaron elementos que gráficamente no eran creativos ya que no permitían una adecuada comunicación de lo que era Incubar como empresa tecnológica y que ayuda a desarrollar los ecosistemas de empresariales, por otro lado no contaban con una imagen bien desarrollada y que no era tecnológica porque carecía de simplicidad ya que los elementos decorativos que tenía desviaban la atención, por otro lado no tenía un diferencial frente a las demás empresas de su sector por lo tanto no era fácilmente identificable, además el logo debería captar la esencia de la marca y reforzar su mensaje innovador y tecnológico para así sintetizar todo lo posible sobre su esencia y personalidad, para ello se buscaron recursos gráficos que permitieran crear una marca que capte la atención y pueda ser recordada por la gente tanto por su durabilidad en el tiempo como por su relevancia ya que es creado para que su aspecto refleje la solidez de la empresa.

Figura 1

*Antiguo logotipo de Incubar Manizales*



Fuente: Página Facebook Incubar Manizales - 22 de febrero de 2013

En este sentido, al no comunicar adecuadamente sus servicios, no lograban impactar en el cliente de tal manera que pudieran mostrar lo que desarrollaban como empresa, teniendo como data que sus clientes conocían de la marca por terceros y no directamente por los medios propios como redes sociales, página web, YouTube y redes sociales de las empresas aliadas, lo que no era un factor favorable para la empresa.

Adicional no contaban con un manual de marca, que les permitiera tener una identidad visual garantizando un correcto manejo del logotipo y su simbología, representaciones gráficas, siendo coherentes con lo que se desea transmitir por los diferentes medios en los que se expone la marca, tanto físicos y audiovisuales, de esta manera garantizar que los consumidores conectaran con valores generando recordación, distinción de la competencia, pudiendo transmitir una identidad única, identificable y perdurable en el tiempo.

En cuanto a los formatos digitales, es importante que la marca contenga características innovadoras y creativas donde el usuario acceda al servicio y pueda diferenciar su experiencia con la de otros, y precisamente con la marca de Incubar, no estaban generando resultados en el medio,

dado a que no comunicaba específicamente sus objetivos que le apuntan en su mayoría al crecimiento de las empresas y los negocios.

Por otro lado, la empresa Incubar a través de licitaciones para la adquisición de bienes utilizaban su marca como la primera cara visible de su trabajo, un factor adicional que motivó la transformación de su imagen, para lograr impactar al mercado nacional e internacional.

Es entonces, que se reconoce un problema manifestado como una necesidad por parte de una empresa con una trayectoria importante y que al reconocer el mundo competitivo en el que se desenvuelve, reconoce las transformaciones necesarias que necesita su marca, para continuar reuniendo cada uno de los elementos visuales y comunicativos que la diferencia de otras marcas.

### **Análisis Situacional**

Incubar Manizales es una corporación sin ánimo de lucro, que apoya el emprendimiento de las empresas del país, la cual ha tenido una gran trayectoria en el mercado nacional, sin embargo, la misma corporación ha manifestado que no ha comunicado adecuadamente la información de su trayectoria e historia a través del tiempo, esto a raíz de las dificultades que ha tenido su marca en transformarse en una imagen que transmita su esencia y se adapte a las necesidades de los diferentes aliados, esto debido a que se mantenían en una imagen de 20 años que nunca fue transformada, ni modificada, lo cual en un momento determinado llegó a ser ajena de la corporación, dado a que no recogía los intereses y no se visibilizaba la misión de Incubar, adicional no contaban con una persona al interior de la corporación que posibilitara esta transformación de marca o generara esta necesidad de cambiar la misma, esto se resume en que no contaban con los elementos necesarios que incorporará la identidad de la empresa y comunicará los valores de la misma, sin desconocer que la empresa ha sido pionera en procesos de formación, en el apoyo en emprendimientos, procesos de incubación empresarial, incorporación financiera y demás procesos de acompañamiento a la comunidad emprendedora que le ha permitido reconocerse en este campo de las incubadoras, tanto así, que se ha referenciado que en Manizales

hace algunos años cuando Incubar inicio no se tenían nada asociado a emprendimiento de manera formal, lo cual le ha permitido posicionarse como un programa de apoyo de emprendedores en la ciudad y a nivel nacional.

Se obtuvo información de que en el eje cafetero sólo existe la corporación Incubar Manizales, lo cual es un elemento importante para continuar fortaleciendo la idea de transformación de la marca, siendo fundamental crear una imagen que continúa posicionando a Incubar en una corporación con una trayectoria importante en el país y así mismo en una marca que se adapta a las necesidades actuales del mercado.

En el caso de Manizales, esta incubadora inició con sensibilización y pre-incubación y hoy trabaja principalmente en incubación y aceleración, llevando a las empresas al mercado y a la financiación, siendo unas de sus mayores necesidades.

Estos postulados, fueron los elementos más importantes con el cual se contó, para entender la necesidad del cambio de marca, lograr transmitir los inicios de Incubar, su desarrollo y alcance con las empresas que acompaña hasta la fecha, el conocimiento de la empresa parte de un saber contextual, que posibilita trasladar sus necesidades y anhelos en una pieza gráfica que se convertirá en el portavoz de la empresa, dotada de personalidad y de identidad.

### **Contexto de Acción**

Las incubadoras de negocio prestan servicios de apoyo a los emprendedores en el desarrollo de sus proyectos de negocio, permitiendo impulsar ideas emprendedoras que desean posicionarse al nivel empresarial, este mecanismo permiten establecer redes de apoyo e intercambio de productos para aprovechar las capacidades de un negocio y ponerlo al servicio de la comunidad, a través de entornos innovadores, donde las incubadoras se adaptan a los servicios del emprendedor y dan una gama de posibilidades para alcanzar el éxitos de las empresas.

En contextos donde las tasas de desempleo son altas, este tipo de estrategias se convierten en alternativas óptimas para impulsar el empleo, las ideas creativas e innovadoras de las comunidades, posibilitando impulsar redes de apoyo, apoyar el surgimiento de nuevas empresas, asegurar el éxito de ideas emprendedoras y minimizar riesgos en los negocios.

Como señala Bóveda, J; Oviedo, A, & Yakusik, A (2015, p.7), en el Manual de Implementación de Incubadoras de Empresas:

Las incubadoras de empresas se crean con el objetivo de apoyar en su fase de inicio a las empresas con un fuerte contenido innovador, proveyendo un conjunto de servicios y recursos. Crean condiciones específicas que disminuyen el nivel de mortandad de las empresas. El éxito de las empresas incubadas contribuirá al crecimiento económico, la creación de empleo y el bienestar de la población del país. La mayoría de las incubadoras nacen con la premisa de: • Desarrollar empresas rentables • Ayudar a crear empleos.

Es entonces, que en el ecosistema emprendedor este tipo de impulsos se convierten en soporte para desarrollar y mantener ideas de negocio, lo más importante radica en la generación de recursos y en las posibilidades de empleo, que al entenderlo a un nivel más macro contribuye al desarrollo de un territorio.

Por tanto, cabe mencionar la experiencia de INCUBAR MANIZALES, tomado de su página web [incubar.org](http://incubar.org):

Incubar Manizales como una incubadora y aceleradora de empresas de Tecnología y de Base Tecnológica, siendo una corporación privada sin ánimo de lucro con más de 19 años de experiencia en el mercado nacional, enfocada en el desarrollo de servicios que apoyan el emprendimiento y empresarismo en el país, potenciando las capacidades internas,

operativas, administrativas y comerciales de las empresas, de manera que permitan incrementar las condiciones internas de las mismas en la generación de valor en cada una de sus etapas.

Sus pilares fundamentales en la intervención son el diseño de modelos de negocio, la gestión del conocimiento y la innovación y la movilización de oportunidades comerciales y de negocios.

Cuenta con un equipo de profesionales de alto nivel y consolidación de networking que le permite desarrollar el portafolio de servicios con alto valor agregado, garantizando resultados de calidad; además cuenta con una estructura organizacional consolidada en áreas robustas soportadas en servicios de alto valor, con una Junta Directiva de alto nivel comprometida con la incubadora y desarrollo de la ciudad, y espacios físicos permiten la interacción natural de los incubados promoviendo la cooperación y colaboración. Ha logrado la articulación con la política pública local y regional en términos de emprendimiento de base tecnológica.

Si bien el foco de Incubar son las empresas en ecosistemas de ciudades intermedias, que tienen condiciones muy particulares para crecer, por las restricciones de mercado, mentalidad, sistema de financiación, entre otros, no son ajenos a una amplia competencia. Muchas de sus empresas quisieran ser aceleradas por programas en Bogotá y en otros países que hoy en día pueden atender de manera virtual, situación que fue movilizadora por la pandemia.

Estos programas están conectados con ecosistemas mundiales, muy ágiles en el proceso de acompañamiento, y con resultados relevantes de gran renombre. A pesar de esto, todos los ejemplos de éxito son empresas que se desarrollan en las ciudades capitales o de mayor relevancia en los diferentes países.

Los nombres de dichos programas o aceleradoras son, por ejemplo: créame incubadora de empresas, Rockstar, Torrenegra, Seedstars, 500 Startups, entre otras.

Así mismo son programas que cuentan con acceso a capital, cuentan con fondo de Venture capital o se articulan a ellos, generando alto valor a sus emprendedores.

El caso de Incubar Manizales se enfoca hacia una renovación a raíz de cuatro hitos:

1. Los 20 años de su creación, en el que no es fácil sostener una entidad de este tipo en Colombia y que mantiene su foco hacia el emprendimiento y fortalecimiento empresarial.

2. Participa de un proyecto financiado por el fondo de regalías de ciencia, tecnología e innovación, que tiene como propósito el fortalecimiento de la cadena de valor de la creación y aceleración de empresas de base tecnológica en Caldas. El proyecto tiene 5 componentes:

a. Fortalecimiento del equipo de trabajo: en cantidad y capacidades y conocimientos. Asesores, mentores, equipo de incubar Manizales con 5 personas adicionales.

b. Actualización del modelo de incubación y aceleración con apoyo de entidades de orden nacional e internacional.

c. Desarrollo de áreas estratégicas de servicios para corporativos como son:

i. Economía circular

ii. Emprendimiento corporativo

iii. Innovación abierta

d. Despliegue del acompañamiento a emprendedores de base tecnológica y a emprendedores de Caldas dentro de un programa para la reactivación económica.

e. Finalmente una estrategia de transformación digital, siendo una estrategia que se enfoca a una “autogestión” de las primeras etapas de acompañamiento para enfocar las asesorías a necesidades mucho más puntuales y especializadas.

3. La articulación con InfiManizales, siendo una de las entidades de su Holding para el desarrollo de una estrategia novedosa y con alto potencial de impacto en Manizales, que se enfoca hacia la innovación en la gestión pública, con tres pilares de intervención

a. Innovación

b. Proyectos y

c. Competitividad

4. Actualmente la Incubadora opera junto con Innpulsa Colombia una de las etapas de la ruta de Aldea, que se denomina Aldea Explora. Este programa busca el desarrollo y fortalecimiento de 19 incubadoras o programas de incubación en el país siendo una muestra del posicionamiento y fortaleza de la entidad.

Finalmente, se está adelantando un programa liderado desde Manizales Más para llevar al ecosistema de emprendimiento a otro nivel, basado en innovación y sofisticación de empresas. Consideramos que un actor que está preparado para responder a este nuevo reto es Incubar Manizales.

Cada una de estas experiencias y trayectorias posibilitan dotar credibilidad a la marca, haciendo de ella, como una de las más reconocidas en la ciudad, al nivel nacional y seguramente logrará impactar al nivel internacional, de allí radicó nuevamente en el trabajo desarrollado que partió desde su manual de marca.

## Audiencia

Trabajar en la transformación de una marca permite generar mayor cercanía con la audiencia, esto es aras de aumentar su credibilidad, visibilidad y asociaciones positivas con ella, donde el cliente conecte con el recurso, con la imagen, con el sentir de la empresa; de este modo termina llegando a un público más amplio, ganando audiencia, incorporando su identidad en diferentes escenarios; a continuación se mencionan los grupos de interés que ha definido la empresa, los cuales son punto principal y razón de ser con la misión de la organización:

- Emprendedores con iniciativas de negocio, emprendedores con empresas en etapa de crecimiento y aceleración, start-ups (empresas con mayor nivel de tecnología) que requieren acompañamiento para crecer, fortalecerse y escalar sus negocios y que están dispuestas a recibir inversión.
- Grupos de Investigación y oficinas de transferencia de investigación, que cuenten con resultados de investigación que tengan potencial para convertirse en nuevas empresas (spin – off) y que el emprendimiento sea un interés personal o institucional.
- Entidades públicas o descentralizadas que tengan dentro de sus planes o su política pública sea apalancar o reducir fallas de mercado relacionadas con el emprendimiento, el desarrollo y la competitividad local, regional y nacional. Entidades que cuenten no solo con metas concretas de fortalecimiento empresarial, sino con presupuesto para intervención.
- Entidades públicas o descentralizadas a quienes la innovación y el fortalecimiento empresarial es una opción para el crecimiento y desarrollo.
- Grandes y medianas empresas con intención de acelerar procesos de innovación y que consideran que por la vía del emprendimiento o de herramientas usadas en el emprendimiento es una muy buena alternativa.
- Personas mayores de 45 años que tienen conocimientos especializados por sus años de experiencia laboral y que a su retiro o estar cercano a él cuentan con un presupuesto que pueden destinar a la inversión en empresas o al desarrollo de un nuevo emprendimiento.

### 3. SOLUCIÓN ESTRATÉGICA

Se presentará la solución estratégica desarrollada para Incubar, que fue orientada a transformar la marca de la corporación, dando respuesta a las necesidades e intereses del mercado actual, en la forma que se crea una nueva imagen que comunique la trayectoria y conecte con los aliados de Incubar, de este modo mejorar el rendimiento empresarial de la corporación.

Por tanto, fue importante partir en un primer momento en comprender la situación que presentaba la corporación en relación a su marca, conociendo los intereses y necesidades de Incubar, de este modo lograr comunicar con precisión la nueva imagen de la marca, por ello y como se mencionó en este proyecto la necesidad de la corporación es de transformar la imagen de incubar, dado que llevaban 20 años con el mismo logo y consideraban necesario modificarla.

Se retomará uno de los postulados sobre el concepto de marca de Reid, Luxxon y Mavondo (2005) citado por Hoyos, R. (2016, pág. 4), en su libro Branding el arte de marcar corazones, en cuanto refiere:

La marca se ha constituido en uno de los elementos más representativos cuando se habla de marketing, tanto que se plantea que una empresa, además de estar orientada al mercado, debe estar dirigida a la marca. La orientación a la marca se da cuando las actividades de una organización giran alrededor de la creación, desarrollo y protección de una identidad y una visión de marca clara, con el objetivo de alcanzar una ventaja competitiva sostenible frente a sus consumidores. (p.4)

Como se referencia en la cita anterior, es importante mencionar que en el campo empresarial la marca se convierte en un elemento principal a la hora de mostrar los atributos, identificar los productos y los servicios que ofrece la empresa en comparación con el mercado, en el caso de Incubar fue importante que este nuevo diseño de marca, direccionará sus intereses a cada grupo

objetivo, lo diferenciará de otras corporaciones y fuera un elemento visual que integrará su visión empresarial.

Por tanto, acogiendo los puntos específicos que se solicitaron en el Brief por parte de la corporación Incubar, se inició con el segundo momento de la solución estratégica en la búsqueda de elementos y referentes que se podrían utilizar para el desarrollo de la nueva imagen, para ello se retoman los ejes de comunicación de Incubar, los cuales son: *la confianza, el apoyo, el crecimiento y la motivación*, para identificar cómo se podrían reflejar en la nueva construcción de la marca, además se retomaron palabras clave las cuales se identificaban con Incubar, siendo las siguientes: *desarrollo, fortalecimiento, aceleración, proyectos, conexión e innovación* y cómo a partir de ellas inspirar la creación de una imagen que corresponda a su identidad de manera estratégica.

Es entonces que, el cambio de una marca no implica precisamente la transformación de una identidad, al contrario, es reforzar los valores y los objetivos de la misma, conectarse con las nuevas tendencias y responder a las necesidades del mercado.

A continuación, se retomarán los postulados de Ronald Leodan, M; Benito Danilo G; Alexandra Margarita B. & Gustavo Solis M. (2020), en su artículo de investigación Importancia del branding para consolidar el posicionamiento de una marca corporativa:

Branding Estratégico (Alejandro Razak, 2019), menciona que este tipo de branding se enfoca en dar valor a los productos por medio de la marca que sea perdurable en la línea de tiempo y que ofrezca beneficios colaterales de la funcionalidad del producto. Mientras que (Soza Angie, 2019), expresa que el branding estratégico es la construcción, elaboración y ejecución de los activos de una organización. Busca crear valor a la marca desde la perspectiva del consumidor donde se le brinda un bien o servicio en base a sus beneficios que además se incluyen el comportamiento personal que son los que generan la reputación

de la organización, hacia los públicos externos como los proveedores que manejan tratos justos y que confían en la marca, finalmente a los grupos de interés que representan a la marca. A diferencia (Capriotti, 2010), el branding estratégico también se denomina corporativo, es la creación de una imagen corporativa que se desarrolla en base a la generación de valor hacia la empresa. Comenzando por delimitar la razón de existencia de la compañía, la filosofía, valores y cultura organizacional además de sus productos o servicios que vayan de la mano con los puntos antes mencionados. Que se sustenta en lo estratégico mediante la proyección de tres ejes fundamentales que son la identidad, imagen y comunicación corporativa (p.11)

Entendiendo la necesidad de Incubar en transformar su marca y posicionar sus servicios en el mercado de las incubadoras, es importante gestionar todos aquellos elementos creativos y estratégicos que componen la marca para construir su mejor versión, de este modo que sea valorada y reconocida por el consumidor quien es también un actor importante en la construcción de la identidad que tiene una empresa.

Además, es una apuesta de construcción de experiencia de marca donde se fortalece la relación de la misma con los clientes, donde los servicios que se prestan permiten potenciar la fidelización con quienes acceden a estos servicios, por tanto, transformar la imagen posibilitará mantener el compromiso con el cliente, la visión de que se desea avanzar, actualizarse con las necesidades del mercado, de ser innovadores y diferenciadores con otras empresas y esto responde en última instancia a los objetivos de Incubar quien pretende ser aceleradora de empresas potenciando capacidades en sus clientes.

Un elemento importante en la transformación de la marca es conocer la percepción de los diversos públicos objetivos de Incubar acerca de los servicios que ofrece la empresa, de este modo potenciar su identidad e imagen corporativa, entendiendo que la imagen es la proyección de la identidad de una empresa hacia el público exterior, de este modo la concepción que tienen los

clientes de la marca permiten dotar de atributos la imagen y rescatar características importantes para nutrir las estrategias de comunicación, publicidad y de todo el proceso de branding.

Por lo tanto, el posicionamiento de una marca permite comprender el lugar que ocupa un producto o servicio en el mercado y en la percepción del consumidor y esto puede ser determinado por la experiencia que vive el cliente y por la representación de la imagen, esta misma está dotada de cualidades y valores que permitirán a largo plazo mayor recordación y por ende despertará el interés de otros públicos en conocer y conectar con ella.

En este sentido, la marca debe cumplir con sus objetivos y deber ser, esto generará confianza por parte del público y garantizará su fidelización, de acuerdo a una experiencia que conecte con los servicios y metas iniciales, posteriormente se continúe utilizando los servicios y se construya una red donde se vinculen otros usuarios debido a las cualidades desarrolladas.

Es importante que las empresas manejen con claridad una estrategia de marca que vaya alineada y enlazada entre su misión, visión, identidad y valores corporativos para continuar fortaleciendo su cultura organizacional y garantizar a futuro la permanencia de la marca, logrando a largo plazo el alcance de sus objetivos en cuanto refiere la identificación y preferencia de la marca por los clientes.

En el caso de Incubar al ser una empresa enfocada en entornos corporativos y en potenciar capacidades emprendedoras de sus clientes, es importante la consolidación de una imagen que se dote de personalidad y transmite a través de todos sus actos comunicativos una proyección confiable y certera de lo que desea impactar en sus clientes.

El tercer momento se realiza un análisis FOAR (fortalezas, oportunidades, aspiraciones y resultados) de la corporación Incubar, con el fin de identificar los puntos fuertes de la corporación,

su visión y oportunidades, además de centrarse en aquellos aspectos que aportan a la búsqueda de soluciones en cuanto a su imagen corporativa y dificultades de la misma, como se muestra en la Tabla 1:

Tabla 1

*Análisis FOAR - Incubar Manizales*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p><b>Puntos fuertes del negocio y factores internos positivos:</b></p> <p>Incubar es una corporación que lleva 20 años de experiencia en el mercado nacional, enfocada en el desarrollo de servicios que apoyan el emprendimiento y empresarismo en el país, además son especialistas en el desarrollo de servicios tanto para la incubación, como para la aceleración de empresas innovadoras y de base tecnológica principalmente.</p>	<p><b>Internas y Externas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Internas:</b> Personal capacitado, experiencia y conocimiento, trayectoria, fidelización de clientes.</li> <li>● <b>Externas:</b> Crecimiento de mercados – Alianzas internacionales para mejor desarrollo e inversiones – implementación de nuevas tecnologías</li> </ul>
<b>ASPIRACIONES</b>	<b>RESULTADOS</b>
<p><b>Metas para el negocio:</b></p> <p>Incubar Manizales en el 2023 será reconocida a nivel nacional como una incubadora y aceleradora de empresas de Tecnología y de Base Tecnológica líder a nivel regional y nacional, que presta servicios de alto valor agregado, contando con redes de networking consolidadas, personal altamente calificado; garantizando resultados de calidad que</p>	<p>20 años de experiencia en el apoyo del emprendimiento y el empresarismo</p> <p>Reconocimiento a nivel nacional e internacional.</p> <p>Alianzas con distintas organizaciones, instituciones, corporaciones</p>

responden a las expectativas de sus asociados. Visión Incubar. Retomado Página web <a href="https://incubar.org/nosotros/">https://incubar.org/nosotros/</a>	
--	--

Fuente: elaboración propia (2022)

Este ejercicio permitió reconocer los atributos de la corporación y los retos que debe asumir en el campo donde se desempeña, así mismo, cada uno de estos puntos aportaron elementos importantes para la construcción de la nueva imagen.

#### 4. EJECUCIÓN

La construcción de la nueva imagen para Incubar se desarrolló en el marco de un concurso convocado por la misma corporación en el año 2022, en donde se propone celebrar su cumpleaños número 20 y por tal motivo deseaba renovar su imagen, por tanto, realizó una convocatoria abierta al público y premiar la propuesta que más llegará a impactar a los encargados de la corporación, en este sentido solicitaba una imagen que recogiera los atributos corporativos de Incubar y continuará posicionando la Incubadora como una organización sobresaliente de las otras.

Es así que, se construyó una imagen que representará los valores de Incubar, que transmite confianza y refleja su trayectoria, por tanto, el rediseño del logo se desarrolló en tres partes, que, aunque se construyó inicialmente de manera separada, a su vez se fueron complementando para lograr el objetivo inicial que es la construcción del logo INCUBAR, como se muestra en la figura 2, a cada una de las palabras se le asignó un significado, un atribuye y carácter apreciativo diferente, esto en la medida que posibilitará la construcción de un logo integral y correspondiente a los valores corporativos de la incubadora.

Figura 2

*Propuesta de Marca - Incubar*



Fuente: Manual de Marca Incubar. Julio 2022

En un primer momento se construyó el IN de inicio que significa Incluir, Innovar e Incidir que son partes fundamentales al momento de crear un emprendimiento y su desarrollo, esta parte está en gris, dado a que representa y transmite Tranquilidad, Sabiduría, Equilibrio, Calma y Sofisticación, como se muestra en la figura 3.

Figura 3

*In*



Fuente: Propuesta de Marca Incubar. Julio 2022

En la segunda parte CUBA se resaltan distintos elementos gráficos, que representan Crecimiento, Fortalecimiento, Conexiones y Gestión de Proyectos, estos puntos son fundamentales en el momento que la marca se va posicionando en el mercado, se va desarrollando en el contexto, establece redes y gestiona procesos con otros aliados, como se muestra en la figura 4.

Figura 4

*Cuba*



Fuente: Propuesta de Marca Incubar. Julio 2022

Por último, la R con la cual representa el Desarrollo, Aceleración y Potenciación de la marca. Estos dos apartados se construyeron en color naranja ya que representa Juventud, Diversión, Atrevimiento, Energía Constructiva, Optimismo, Independencia, Confianza y Creatividad, siendo valores que representan a Incubar desde su misión y visión con las empresas y procesos que acompaña, así mismo, son atributos que las empresas y emprendimientos deben

incorporar al momento de crear o potenciar sus ideas emprendedoras o sus productos en el mercado, como se muestra en la figura 5.

Figura 5

R



Fuente: Propuesta de Marca Incubar. Julio 2022

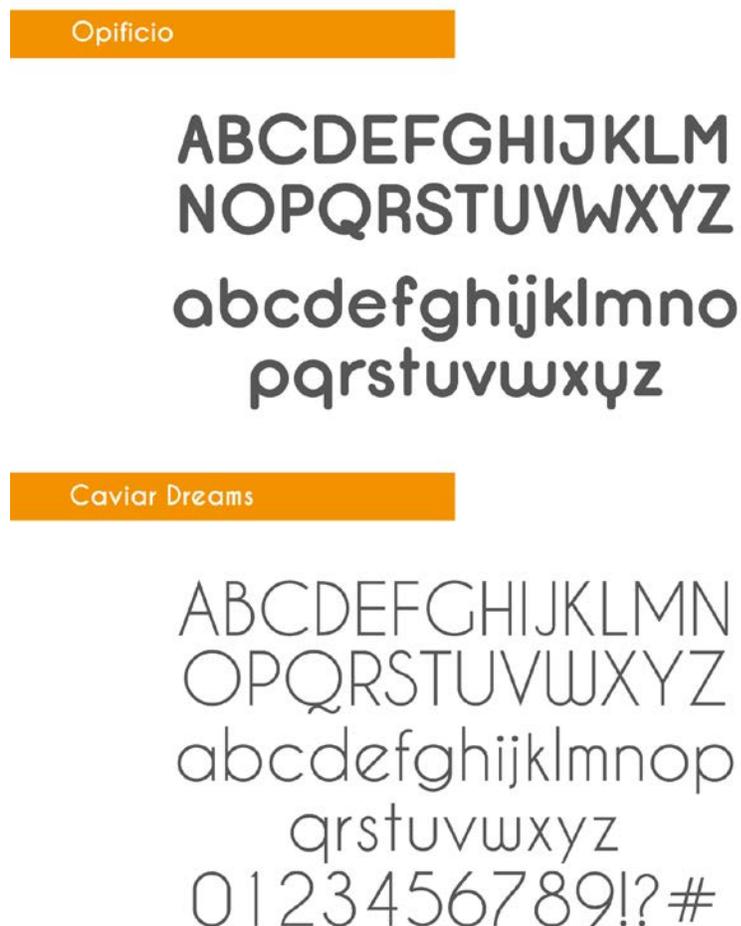
Así mismo, cabe mencionar que el rediseño del logo va acompañado de formas circulares que representan el origen, movimiento, protección y adaptabilidad, todo esto representa a Incubar, debido a que la corporación acompaña desde sus programas y estrategias a las empresas en sus distintos ciclos, desde el momento de su creación hasta su aceleración, así mismo, potencia sus capacidades en el mercado y la mejor manera de adaptarse al contexto en el que se desenvuelve.

La tipografía utilizada fue OPIFICIO Y CAVIAR DREAM, esta misma está en consonancia con lo anteriormente mencionando, ya que es una tipografía que permite dar claridad de lo que se quiere transmitir el mensaje construido, posibilitando la cercanía con el público

objetivo, reflejando fortaleza, compromiso y seriedad en el ejercicio práctico que se realiza con las empresas del sector como se muestra en la figura 6.

Figura 6

*Tipografía*



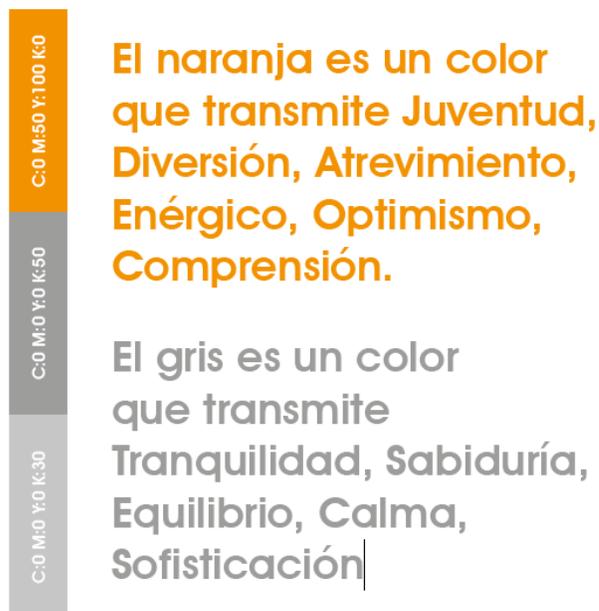
Fuente: Propuesta de Marca Incubar. Julio 2022

Los colores utilizados responden a una búsqueda en la cual se pudieran enlazar con la identidad, la misión, visión y demás cualidades que Incubar venía representando y quería seguir mostrando a los distintos públicos objetivos, además que fueran colores que se pudieran

complementar entre ellos y generar una imagen de marca impactante y que resaltara entre la competencia, por lo cual se utilizaron el color naranja que es un color que transmite Juventud, Diversión, Atrevimiento, Energía, Optimismo y Comprensión y el color gris que es un color que transmite Tranquilidad, Sabiduría, Equilibrio, Calma y Sofisticación, con esto se logra un logo moderno, innovador y que corresponde a los distintos objetivos planteados por la marca, todo esto como se evidencia en la figura 7.

Figura 7

### Colores



Fuente: Propuesta de Marca Incubar. Julio 2022

Por otro lado, Incubar tiene diferentes grupos objetivos a los cuales pretende impactar de distinta forma, esto en el campo de la publicidad es un elemento fundamental en la manera en que se trabaja desde la unicidad de los actores involucrados y responde a los intereses particulares, posibilitando la diferenciación de los grupos poblacionales, enfocando un accionar diferente con cada cliente, por tanto, en Incubar se trabaja con cuatro grupos objetivos:

- Incubar Emprendedores

- Incubar Corporativos,
- Incubar Ecosistemas
- Incubar Mujeres

Se realizó una adaptación del logo en color y naming<sup>1</sup> como se muestra en la figura 8, para diferenciar tanto la comunicación como la forma en la que se desarrollarán las piezas publicitarias para redes sociales, mailing o material impreso.

Figura 8

*Adaptaciones del logo según grupo objetivo*



Fuente: Manual de Marca Incubar. Julio 2022

<sup>1</sup> Proceso mediante el cual es nombrada una marca.

Una vez se consolidó la nueva imagen de la corporación, la junta directiva de Incubar aprueba la propuesta y se procede a generar el manual de marca, para iniciar con el proceso de difusión de la nueva imagen, esto a través de diferentes medios, como redes sociales, página web oficial de la corporación, materiales impresos, presentaciones y demás medios que permitieran visibilizar esta transformación, siendo una imagen más moderna, innovadora y que conserva la identidad de Incubar.

## 5. IMPACTO

Es un reto para las empresas crear marcas que generen un impacto en los usuarios, que posibilite su fidelización y la recordación de los servicios, por tanto, implementar estrategias de comunicación en redes sociales, páginas web, publicidad exterior y demás herramientas de difusión permiten el reconocimiento del público, razón de ser una marca.

Es así que, la transformación de la marca de Incubar le apostó a participar de manera activa en los entornos donde se desenvuelve y en los medios de comunicación, permitiendo que el público identificara la transición que desarrolló, sin desligarse de su identidad, sino más bien, tomar esto como una oportunidad para fortalecer el vínculo con los clientes activos y generar nuevas articulaciones con posibles aliados.

El rediseño de la marca Incubar permitió generar un impacto positivo en los distintos escenarios donde se desenvuelve y así mismo, en el público que acompaña, por tanto, se hará una descripción del impacto y de las impresiones generadas:

- ***Impacto interno en la empresa:*** Todo proceso de transformación inicia desde los colaboradores internos de una empresa, en este caso, quienes hacen parte de Incubar apropiaron la nueva transformación de marca, incorporando en sus discursos esta nueva propuesta de renovación propia de la empresa, esto genera un impacto positivo para la corporación, debido a que permite fortalecer un sentido de pertenencia con la marca.

En cuanto a la diferenciación de las estrategias *Incubar mujeres*, *Incubar corporativos*, *Incubar ecosistemas* e *Incubar emprendedores* que hizo parte de la transformación de la

marca, permitió, al nivel interno de sus colaboradores diferenciar cada uno de estos ejes, desde la comunicación escrita y visual, implementando estrategias diferentes para referirse a cada una de ellas, esto generó un impacto positivo al nivel interno de trabajo, debido a que permitió delimitar los objetivos, las acciones y formas de proceder en cada una de las estrategias, algo que no se ejecutaba antes de la renovación de marca.

- **Impacto externo en el público objetivo:** La transformación de la marca de Incubar permitió recobrar el reconocimiento en el mercado, esto en el sentido de que a partir del cambio de marca se generaron más espacios de encuentro con los aliados de Incubar como lo fueron con Alcaldías, Gobernaciones y entidades privadas en las cuales se desarrollaron actividades como Bootcamps, Demodays, Pitchday, entre otras, en estos espacios se compartió la nueva propuesta de marca percibiendo aceptación y apertura por parte del público, esto impactó positivamente a Incubar y a los clientes generando mayor credibilidad y confianza en la nueva propuesta.

La renovación de la imagen de Incubar, también permitió aumentar el nivel de interacciones en las redes sociales con los actores que hacían parte del ecosistema de emprendimiento, así mismo, se actualizó la página web con una propuesta más moderna e interactiva con el usuario, permitiendo que las personas accedieron de manera más fácil a la información dispuesta por Incubar, de esta manera lograr captar la atención del usuario, que conozca los servicios ofrecidos por la empresa, de cuenta de las actividades desarrolladas y las actualizaciones que va teniendo la empresa.

- **Impacto secundario:** El rebranding realizado con la marca Incubar, permitió la llegada de nuevos aliados para la empresa tanto Nacionales como Internacionales entre ellos: BlackshipVC, Startup Factory, entre otros, así mismo, el fortalecimiento con aliados como MiruSmart, Inlazu, Universidades Locales, Nacionales e Internacionales.

Todo esto, permitió en Incubar adquirir un estatus importante en cuanto a su reconocimiento, ya que no se percibe como una empresa de nivel ciudad, sino que trasciende hacia otros escenarios, además da respuesta a uno de sus objetivos que es llegar a ser reconocida a nivel nacional e internacional.

Se considera que genera un impacto positivo en cuanto permite generar redes y alianzas con otros actores implicados en el mercado, esto le da credibilidad, profesionalismo, experiencia y experticia a las labores realizadas por Incubar.

## 6. CONCLUSIONES

- La importancia de la marca está en conectar siempre con el público objetivo, dejar una huella, donde el cliente genere una confianza inquebrantable con el producto o servicio ofertado, diferenciándose de otras marcas. Por tanto, el cambio de una marca también puede implicar nuevas formas de identificarse con ella, estas transformaciones dejan un mensaje de renovación, de crecimiento e innovación, elementos importantes para construir confianza y credibilidad con los aliados, como ocurrió con la marca de Incubar, su transformación de marca era una apuesta a renovarse y seguir legitimando sus servicios, de este modo continuar fidelizando a su público objetivo y sus aliados.
- En cuanto a la transformación de una marca siempre va a ser una oportunidad para expandir las oportunidades de una empresa, para ampliar la perspectiva y opinión de los clientes o consumidores; obtener un crecimiento y reconocimiento de los aliados, ganar mayor credibilidad y confianza, como se evidencio en el proceso de construcción de la nueva marca de Incubar, que posibilitó generar alianzas con interesados, fortalecer sus capacidades y cualidades expandiendo sus servicios, permitiendo llegar a más emprendedores con mayores oportunidades, esto en relación a los servicios que oferta Incubar, en cuanto pretende potenciar el crecimiento económico de las micro empresas, que lleguen a impactar en los territorios.
- Invertir recursos y tiempo en la construcción de una marca o en la transformación de la misma, es un reto importante para las empresas, permitiendo al consumidor identificar y diferenciar en el mercado el servicio o el producto ofertado, es el principal elemento que

garantiza la proyección de la identidad y la visión de una empresa, así mismo, ganar posición en el mercado, reconocimiento y competitividad.

Este proceso implica involucrar en estos escenarios personas idóneas y conocedoras en el campo de la publicidad y el diseño, ya que estos desempeñan un papel crucial en el desarrollo del rebranding de una marca, de allí radica la importancia en la capacidad para transformar y comunicar eficazmente una nueva imagen de marca que garantice la aceptación por el público objetivo.

Además, los publicistas están en la capacidad de conocer cuál es la percepción del público, frente a los distintos cambios que se realicen en relación a una marca, así mismo, recoger información y comentarios valiosos que ayuden a la marca a sortear los posibles retos o controversias que puedan surgir durante el rebranding de marca. En general, el rol del publicista es decisivo en estos escenarios para ejecutar con éxito una estrategia de transformación de imagen y establecer la construcción de una marca positiva a los ojos del público objetivo.

- La estrategia de marca desempeña un papel importante en la configuración de la identidad corporativa y la percepción de los consumidores, esta misma debe ir alineada con su misión, visión y valores, ya que una estrategia de marca bien definida ayuda a diferenciar los productos o servicios frente a la competencia, estableciendo una posición única en el mercado, en el caso específico con la empresa Incubar, que transformó su imagen pero conservó su identidad y trayectoria, lo cual le permitió seguir estableciendo una reputación positiva con el público y darle un valor agregado a su marca, con una nueva propuesta más novedosa, innovadora y creativa.

En definitiva, una estrategia de marca bien definida le permite a una empresa impulsar sus objetivos, metas y visiones a futuro, responder a los intereses de sus clientes y contribuir al desarrollo de sus territorios, como actualmente lo hace la empresa Incubar en la ciudad de Manizales y en los lugares donde llega con su propuesta de incubación y aceleración empresarial que en definitiva han potenciado el desarrollo de la región.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

Hoyos, R. (2016). Branding el Arte de marcar corazones. ECOE ediciones.

Bóveda, J; Oviedo, A, & Yakusik, A (2015) *Manual de Implementación de Incubadoras de Empresas*. Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Asunción. San Lorenzo, Paraguay

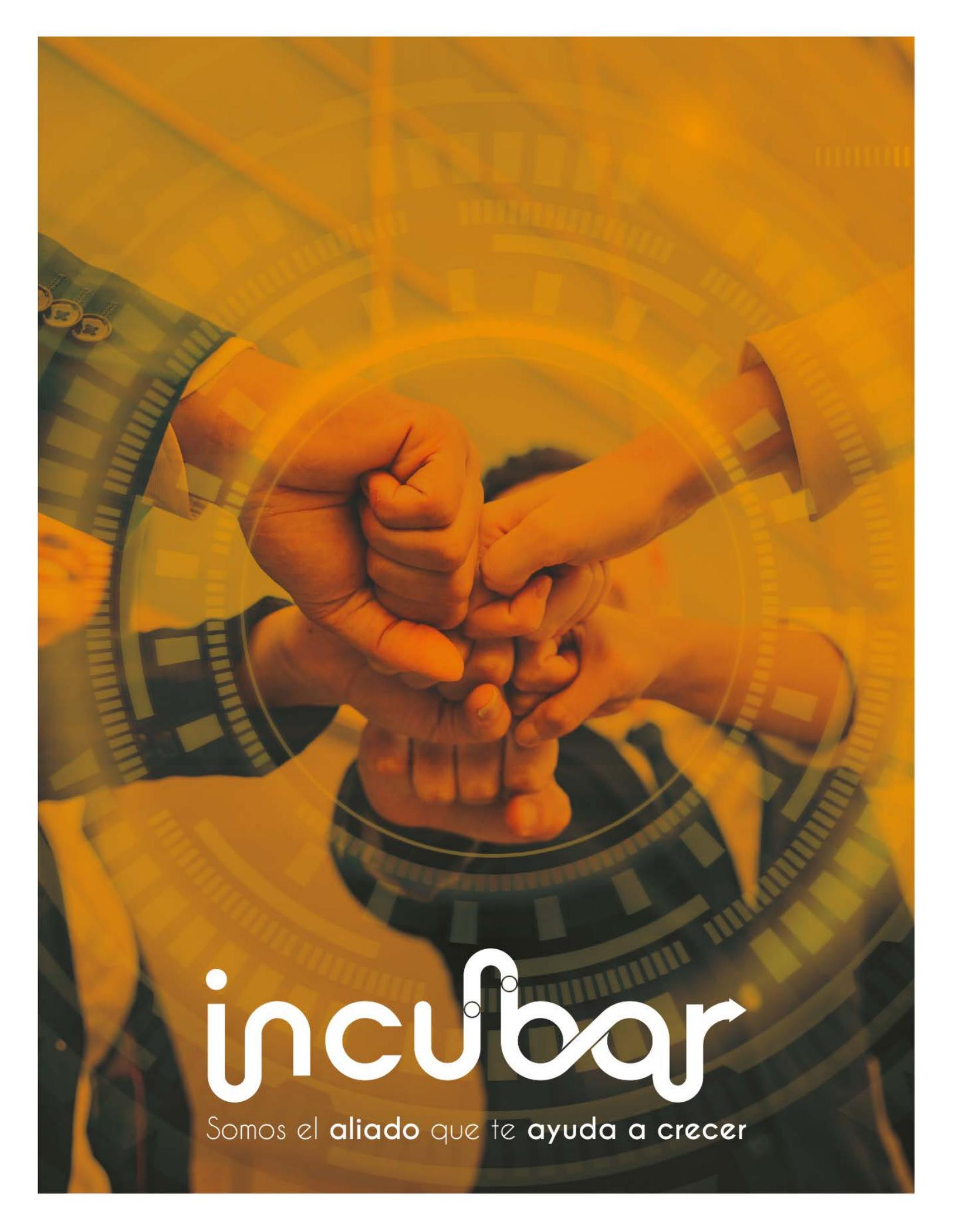
Página web Incubar.org. Enlace Nosotros. Abril 15 2023 Recuperado de: <https://incubar.org/nosotros/#:~:text=INCUBAR%20MANIZALES%20es%20una%20incubador%20a,el%20pa%C3%ADs%20potenciando%20las%20capacidades>

Aaker, D., & Álvarez del Blanco, R. (2012). La relevancia de la marca: el mejor camino para el crecimiento real y la ejemplaridad. *Harvard Deusto Business Review*,

Ronald, Maza; Benito, Guaman; Alexandra, Chávez & Gustavo, Mairongo (2020). Revista Killkana Sociales. Vol. 4, No. 2, mayo-agosto, 2020. Universidad Católica de Cuenca

García, M. & Rodríguez, I. (2001). La imagen de empresa como factor determinante en la elección de operador: Identidad y posicionamiento de las empresas de comunicaciones móviles. Universidad de Cantabria. Departamento de Administración de Empresas.

## 8. ANEXOS



incubar

Somos el aliado que te ayuda a crecer



## Definición de nuestra empresa

La Corporación Incubadora y Aceleradora de Empresas de Base Tecnológica de Manizales. - Incubar Manizales es una corporación privada sin ánimo de lucro con 20 años de experiencia en el mercado nacional, enfocada en el desarrollo de servicios que apoyan el emprendimiento y empresarismo en el país, potenciando las capacidades internas, operativas, administrativas y comerciales de las empresas, de manera que permitan incrementar las condiciones internas de las mismas en la generación de valor en cada una de sus etapas.

Promovemos el fortalecimiento de los ecosistemas empresariales de ciudades intermedias a través del desarrollo o la movilización de instrumentos que se requieren y no estén presentes en el territorio. Un ejemplo de ello es la red de ángeles inversionistas, programas de alistamiento financiero, programas de fortalecimiento empresarial a emprendedores no atendidos anteriormente.

Somos especialistas en el desarrollo de servicios tanto para la incubación, como para la aceleración de empresas innovadoras y de base tecnológica | principalmente.

Nuestro propósito es el desarrollo, fortalecimiento y aceleración empresarial ubicadas en ciudades intermedias y para ello desarrollamos un portafolio de servicios especializados que se ajustan a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

Los pilares de nuestra intervención son un currículo adecuado al contexto y condición del talento humano en la región de influencia, el diseño de modelos de negocio escalables y que crecen de manera sostenida, la gestión del conocimiento y la innovación como soporte a la incursión en mercados globales y la movilización de oportunidades comerciales, de negocios y de financiación.



## Misión

Incubar Manizales ofrece a sus clientes soluciones para la Incubación y Aceleración de Negocios tecnológicos y de base tecnológica y la Gestión de Proyectos Empresariales, sustentando los servicios en nuestro capital humano. La innovación y su promoción, son el eje fundamental de la estrategia.

## Visión

Incubar Manizales en el 2023 será reconocida a nivel nacional como una incubadora y aceleradora de empresas de Tecnología y de Base Tecnológica líder a nivel regional y nacional, que presta servicios de alto valor agregado, contando con redes de networking consolidadas, personal altamente calificado; garantizando resultados de calidad que responden a las expectativas de sus asociados.

Ha sido incorporada como estrategia fundamental en el desarrollo empresarial desde lo público, lo que le ha facilitado su dinámica de sostenibilidad, soportado por el servicio de gestión de conocimiento que ha sido posicionado a nivel nacional con perspectivas internacionales.



## Portafolio de servicios

### Incubación de empresas

Es la fase en el proceso de creación de empresas que tiene como objetivo el desarrollo de competencias y habilidades empresariales, al igual que el escalado del PMV o prototipo. El proceso de incubación de empresas, se consolida mediante la aplicación sistemática de procesos y servicios generadores de valor, tales como el desarrollo y elaboración de nuevos productos (innovación), adaptación a nuevas tecnologías, procesos de comercialización, identificación de ventajas competitivas, organizacionales y estructurales. Uno de los resultados más relevantes de la etapa es el cumplimiento del punto de equilibrio.



## Portafolio de servicios

### Aceleración de empresas

Es la fase en el proceso de fortalecimiento de empresas que tiene como objetivo el desarrollo de competencias para que el crecimiento y la escalabilidad se den de manera sostenida. Para ello realizamos:

- Transferencia de capacidades empresariales (financieras, de arquitectura empresarial, de negociación y de pensamiento exponencial).
- Valoración de las empresas
- Búsqueda de espacios de escalabilidad empresarial
- Relaciones de alto nivel
- Nos adaptamos a las necesidades y retos de cada empresa, transformando, potenciando y materializando sus objetivos de crecimiento
- Aportamos en el cambio de mentalidad de emprendedores hacia visión global y de crecimiento con pensamiento prospectivo.

Esta fase se desarrolla a través del programa ELÉVATE de INCUBAR MANIZALES que busca acelerar el crecimiento de empresas en etapa temprana a través del cierre de brechas de acceso a capital (flujo de negocios) a la vez que aportamos al desarrollo de los E.E. de ciudades intermedias.

MEDIMOS:

Tasa de aceptación.

Empresas con capital.

Empresas preparadas para levantar capital.

Empresas con crecimiento efectivo al final del programa.



## Portafolio de servicios

### Operación de programas de emprendimiento o fortalecimiento empresarial

Existen instituciones públicas y privadas que desarrollan programas de fortalecimiento empresarial, entrenamiento, cofinanciación de proyectos y certificaciones entre otros.

El foco lo define la entidad que está ejecutando el recurso a través del proyecto, y se propone el alcance según el sector económico y estado de madurez de los potenciales beneficiarios o participantes del proyecto y su ejecutor.

Con base en lo anterior se diseña el programa curricular y la metodología de las asesorías para lograr resultados, también se define duración y beneficios esperados.

A la fecha se ha operado 5 programas con diferentes entidades públicas.

### Emprendimiento corporativo

Es una estrategia de intra y exo emprendimiento, que combina las tácticas biológicas de la naturaleza, permitiendo leer el ADN de su organización, con el pensamiento exponencial para entender de mejor manera su relación con el entorno y así descubrir nuevas oportunidades disruptivas. Se definen escenarios futuros los que se hacen realidad por la sumatoria de capacidades actuales y futuras de su organización y el talento de startups externas, lo que permite no solo atracción de talento, sino el logro de resultados de manera acelerada compartiendo riesgos.



## Portafolio de servicios

### Gestión de proyectos

Alta experiencia en gestión de proyectos que se pone a disposición del ecosistema. Se cuenta con 3 etapas:

Ideación: Identificación de fuentes y usos, determinación de potenciales objetos según fuentes

Estructuración: Determinación de marco conceptual y normativo

Articulación con política pública

Análisis de situación problemática

Determinación de objetivos

Análisis de alternativas de solución

Formulación: Cadena de valor

Matriz de marco lógico

Metodología

Evaluación, indicadores y sostenibilidad

Cronograma

Gerencia de proyectos.



## Portafolio de servicios

### Keep - On

Apoyar a emprendedores mayores de 45 años que tengan interés en invertir o en potenciar su negocio. Programa dirigido a emprendedores o líderes mayores de 45 con negocios en etapa temprana que requieran fortalecer y desarrollar su empresa.

Jubilados o independientes mayores de 45 que quieran hacer inversión frente a diferentes alternativas en el ecosistema de emprendimiento nacional.

Mínimo 15 millones para inversión.

El programa cuenta con 3 etapas clave:

#### SELECCIÓN

El programa realiza un proceso de selección para identificar que cumple con la tesis de acompañamiento de Keep ON. Para ello se tendrá una convocatoria con los términos de aplicación y un comité de evaluación será el encargado de hacer la selección a partir de la postulación y una entrevista.

#### ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA

El programa se centra en el fortalecimiento de Habilidades Blandas de los participantes (comunicación asertiva, tolerancia al fracaso, aprendizaje constante, creatividad, habilidades digitales, comunidad), Así mismo herramientas como innovación, planeación, inteligencia financiera.

#### ENTRENAMIENTO ÁGIL

Entrenamiento en áreas estratégicas de los negocios para desarrollar habilidades en marketing (tradicional y digital), finanzas, modelos de negocio, gestión de grupos de interés.



## Portafolio de servicios

### Aceleración de empresas

Es la fase en el proceso de fortalecimiento de empresas que tiene como objetivo el desarrollo de competencias para que el crecimiento y la escalabilidad se den de manera sostenida. Para ello realizamos:

- Transferencia de capacidades empresariales (financieras, de arquitectura empresarial, de negociación y de pensamiento exponencial).
- Valoración de las empresas
- Búsqueda de espacios de escalabilidad empresarial
- Relaciones de alto nivel
- Nos adaptamos a las necesidades y retos de cada empresa, transformando, potenciando y materializando sus objetivos de crecimiento
- Aportamos en el cambio de mentalidad de emprendedores hacia visión global y de crecimiento con pensamiento prospectivo.

Esta fase se desarrolla a través del programa ELÉVATE de INCUBAR MANIZALES que busca acelerar el crecimiento de empresas en etapa temprana a través del cierre de brechas de acceso a capital (flujo de negocios) a la vez que aportamos al desarrollo de los E.E. de ciudades intermedias.

MEDIMOS:

Tasa de aceptación.

Empresas con capital.

Empresas preparadas para levantar capital.

Empresas con crecimiento efectivo al final del programa.



## Portafolio de servicios

### Operación de programas de emprendimiento o fortalecimiento empresarial

Existen instituciones públicas y privadas que desarrollan programas de fortalecimiento empresarial, entrenamiento, cofinanciación de proyectos y certificaciones entre otros.

El foco lo define la entidad que está ejecutando el recurso a través del proyecto, y se propone el alcance según el sector económico y estado de madurez de los potenciales beneficiarios o participantes del proyecto y su ejecutor.

Con base en lo anterior se diseña el programa curricular y la metodología de las asesorías para lograr resultados, también se define duración y beneficios esperados.

A la fecha se ha operado 5 programas con diferentes entidades públicas.

### Emprendimiento corporativo

Es una estrategia de intra y exo emprendimiento, que combina las tácticas biológicas de la naturaleza, permitiendo leer el ADN de su organización, con el pensamiento exponencial para entender de mejor manera su relación con el entorno y así descubrir nuevas oportunidades disruptivas. Se definen escenarios futuros los que se hacen realidad por la sumatoria de capacidades actuales y futuras de su organización y el talento de startups externas, lo que permite no solo atracción de talento, sino el logro de resultados de manera acelerada compartiendo riesgos.



## Portafolio de servicios

### Gestión de proyectos

Alta experiencia en gestión de proyectos que se pone a disposición del ecosistema. Se cuenta con 3 etapas:

Ideación: Identificación de fuentes y usos, determinación de potenciales objetos según fuentes

Estructuración: Determinación de marco conceptual y normativo

Articulación con política pública

Análisis de situación problemática

Determinación de objetivos

Análisis de alternativas de solución

Formulación: Cadena de valor

Matriz de marco lógico

Metodología

Evaluación, indicadores y sostenibilidad

Cronograma

Gerencia de proyectos.



## ¿A quién le hablamos?

1. **Emprendedores** con iniciativas de negocio, emprendedores con empresas en etapa de crecimiento y aceleración, start-ups (empresas con mayor nivel de tecnología) que requieren acompañamiento para crecer, fortalecerse y escalar sus negocios y que están dispuestas a recibir inversión.

2. **Grupos de Investigación y oficinas de transferencia de investigación**, que cuenten con resultados de investigación que tengan potencial para convertirse en nuevas empresas (spin - off) y que el emprendimiento sea un interés personal o institucional.

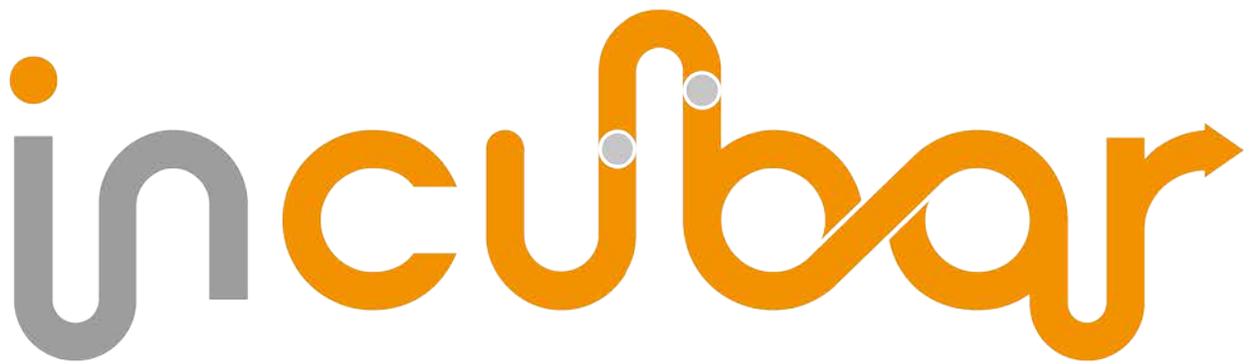
3. **Entidades públicas o descentralizadas** que tengan dentro de sus planes o su política pública sea apalancar o reducir fallas de mercado relacionadas con el emprendimiento, el desarrollo y la competitividad local, regional y nacional. Entidades que cuenten no solo con metas concretas de fortalecimiento empresarial, sino con presupuesto para intervención.

4. **Entidades públicas o descentralizadas** a quienes la innovación y el fortalecimiento empresarial es una opción para el crecimiento y desarrollo.

5. **Grandes y medianas empresas** con intención de acelerar procesos de innovación y que consideran que por la vía del emprendimiento o de herramientas usadas en el emprendimiento es una muy buena alternativa.

6. **Personas mayores de 45 años** que tienen conocimientos especializados por sus años de experiencia laboral y que a su retiro o estar cercano a él cuentan con un presupuesto que pueden destinar a la inversión en empresas o al desarrollo de un nuevo emprendimiento.

# Logotipo



incubar

# Slogan

Somos el aliado que te ayuda a crecer

incubar  
Emprendedores

incubar  
Corporativos

incubar  
Ecosistemas

incubar  
Mujeres

## Tipografías

La tipografía debe reflejar los valores y filosofía de la marca, con un estilo bien estructurado y sólido, también debe ser simple, amigable y de fácil lectura. El logotipo se contruyó con base a la tipografía Opificio.

### Opificio

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
STUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuv  
wxyz

### Tipografías complementarias

Para los textos que deban incluirse en las diferentes piezas, tanto corporativas como publicitarias, se empleará el tipo de letra Caviar Dreams en sus diversas variaciones, de acuerdo a los requerimientos específicos de cada comunicación.

### Caviar Dreams

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
RSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuv  
vwxyz  
0123456789!/?#

## Código cromático

C:0 R:243  
M:50 G:146  
Y:100 B:0  
K:0

C:0 R:157  
M:0 G:157  
Y:0 B:156  
K:50

C:0 R:198  
M:0 G:198  
Y:0 B:198  
K:30

C:85 R:0  
M:10 G:141  
Y:100 B:54  
K:10

C:85 R:29  
M:50 G:113  
Y:0 B:184  
K:0

C:80 R:149  
M:10 G:161  
Y:45 B:154  
K:0

C:0 R:232  
M:90 G:50  
Y:20 B:120  
K:0



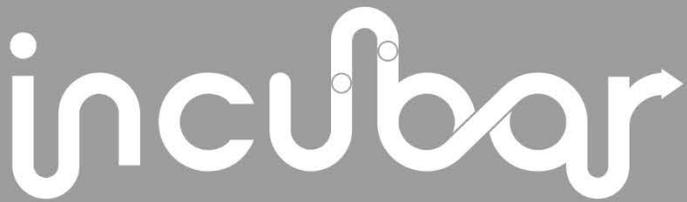
Usos correctos



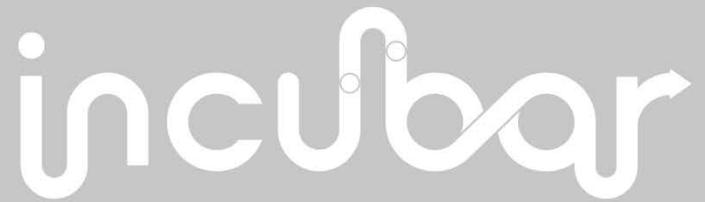
incubar



incubar



incubar



incubar



incubar

Logotipo sobre texturas o fondos oscuros



incubar

Logotipo sobre texturas o fondos claros

## Usos incorrectos



No voltee el logotipo ni lo lea al revés



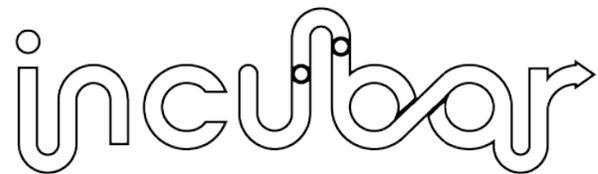
No rotar el logo



Deformación

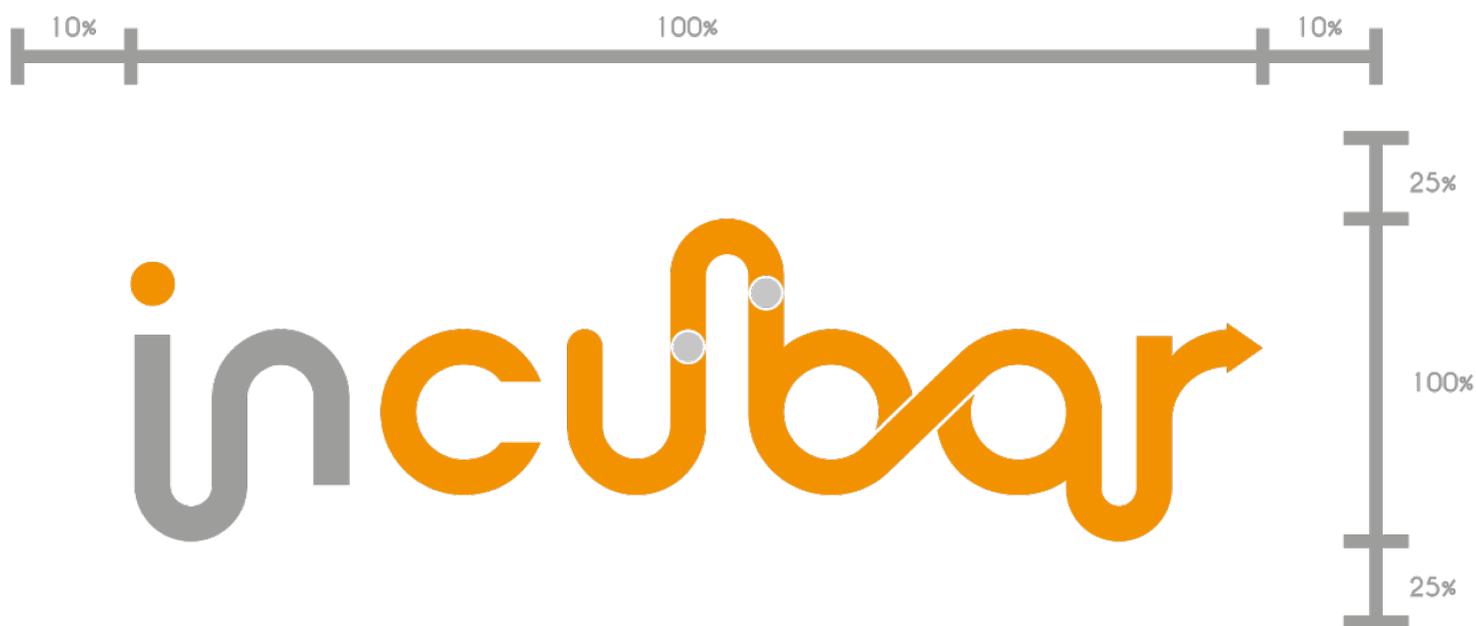


Cambio de color en los elementos de la imagen



No contornear el logotipo

## Área de respeto





## **Confianza**

Progreso hoy, mañana y siempre

## **Apoyo**

Fortaleciendo el progreso

## **Crecimiento**

Tu crecimiento es nuestra meta

## **Motivación**

Acelera el potencial de tu expansión

# Pendones

**incubar**  
Somos el aliado que te ayuda a crecer



- Incubación de empresas
- Aceleración de empresas
- Operación de programas de emprendimiento o fortalecimiento empresarial
- Emprendimiento corporativo
- Gestión de proyectos
- Keep - On

Conoce más aquí



**incubar**  
Corporativa  
Somos el aliado que te ayuda a crecer



- Incubación de empresas
- Aceleración de empresas
- Operación de programas de emprendimiento o fortalecimiento empresarial
- Emprendimiento corporativo
- Gestión de proyectos
- Keep - On

Conoce más aquí



**incubar**  
Emprendedoría  
Somos el aliado que te ayuda a crecer



- Incubación de empresas
- Aceleración de empresas
- Operación de programas de emprendimiento o fortalecimiento empresarial
- Emprendimiento corporativo
- Gestión de proyectos
- Keep - On

Conoce más aquí



**incubar**  
Ecosistemas  
Somos el aliado que te ayuda a crecer



- Incubación de empresas
- Aceleración de empresas
- Operación de programas de emprendimiento o fortalecimiento empresarial
- Emprendimiento corporativo
- Gestión de proyectos
- Keep - On

Conoce más aquí



**incubar**  
Mujeres  
Somos el aliado que te ayuda a crecer



- Incubación de empresas
- Aceleración de empresas
- Operación de programas de emprendimiento o fortalecimiento empresarial
- Emprendimiento corporativo
- Gestión de proyectos
- Keep - On

Conoce más aquí



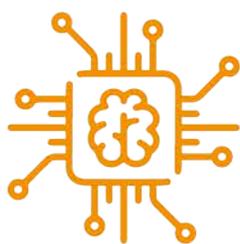
# Redes sociales

Las publicaciones para redes sociales de la marca deben ajustarse a los lineamientos de color de la misma.



## Íconos

Los íconos que se utilicen en las distintas presentaciones o aplicaciones para la marca deben ajustarse a los lineamientos de color de la misma.



## Presentaciones

Las presentaciones de la marca deben ajustarse a los lineamientos de color de la misma según el tema que se vaya a desarrollar.



# Imagen corporativa



## Imagen corporativa

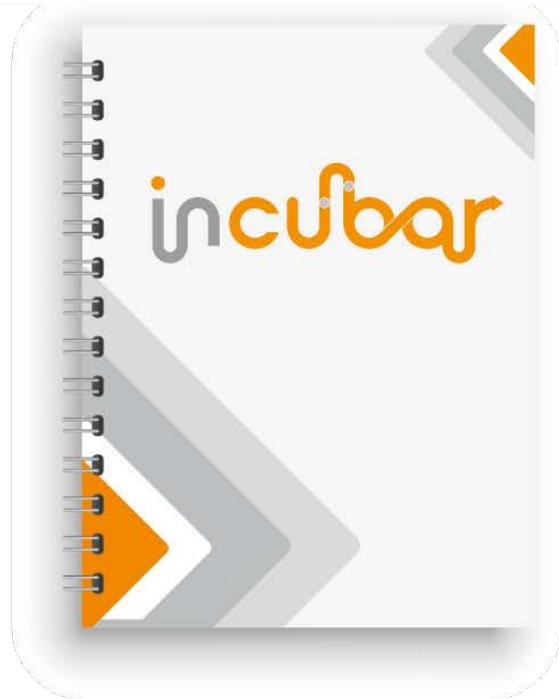


incubar





# Papelería corporativa





Universidad<sup>®</sup>  
Católica  
de Manizales

VIGILADA MINEDUCACIÓN

*Obra de Iglesia  
de la Congregación*



Hermanas de la Caridad  
*Dominicas de La Presentación*  
de la Santísima Virgen

*Universidad Católica de Manizales*  
Carrera 23 # 60-63 Av. Santander / Manizales - Colombia  
PBX (6)8 93 30 50 - [www.ucm.edu.co](http://www.ucm.edu.co)

;