

# RE·CREA

## Guía visual para emprendedores

**Memoria por:**

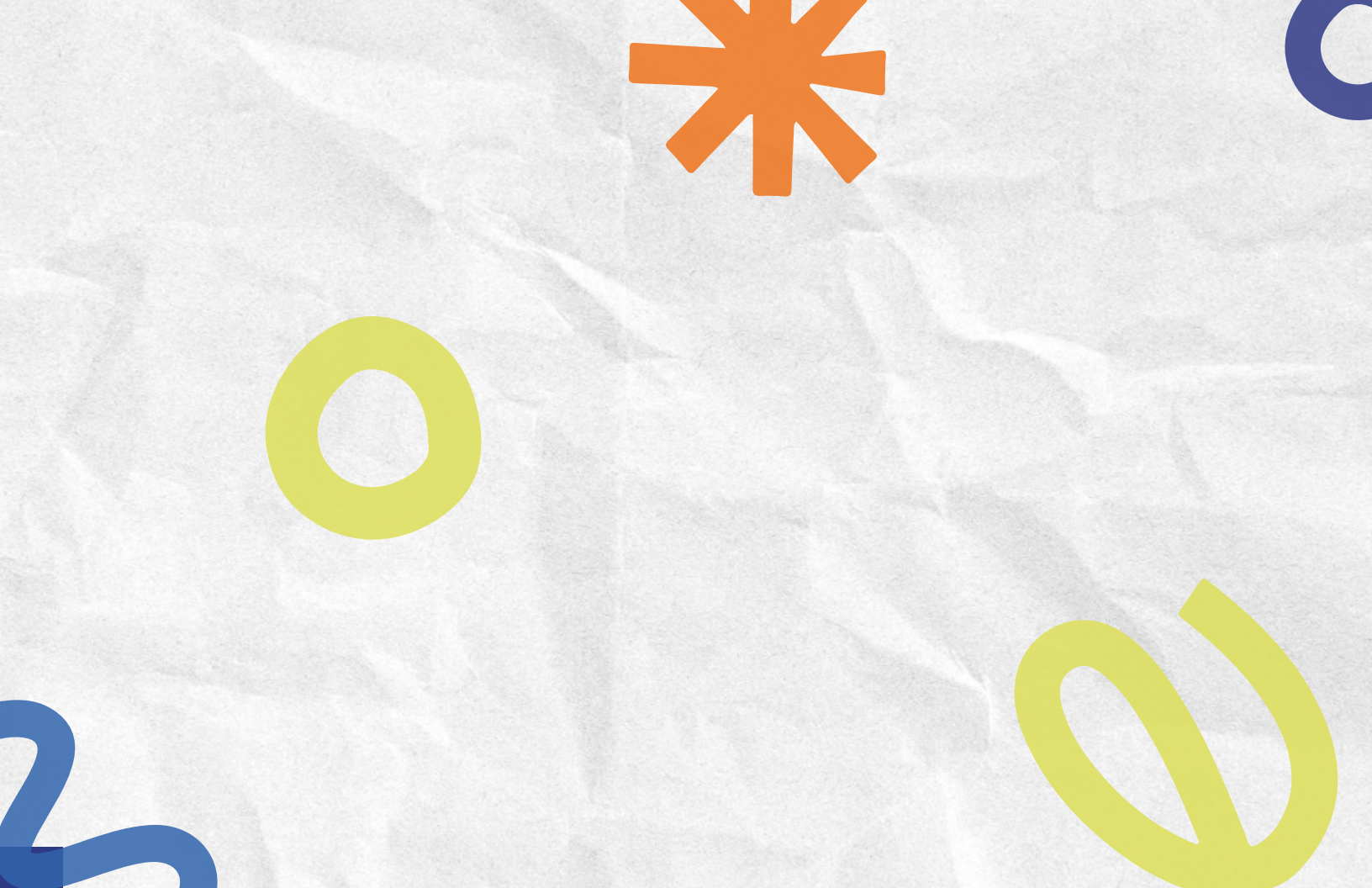
Valeria Chávez García

**Proyecto Asesorado por:**

Diana Umaña Ruiz

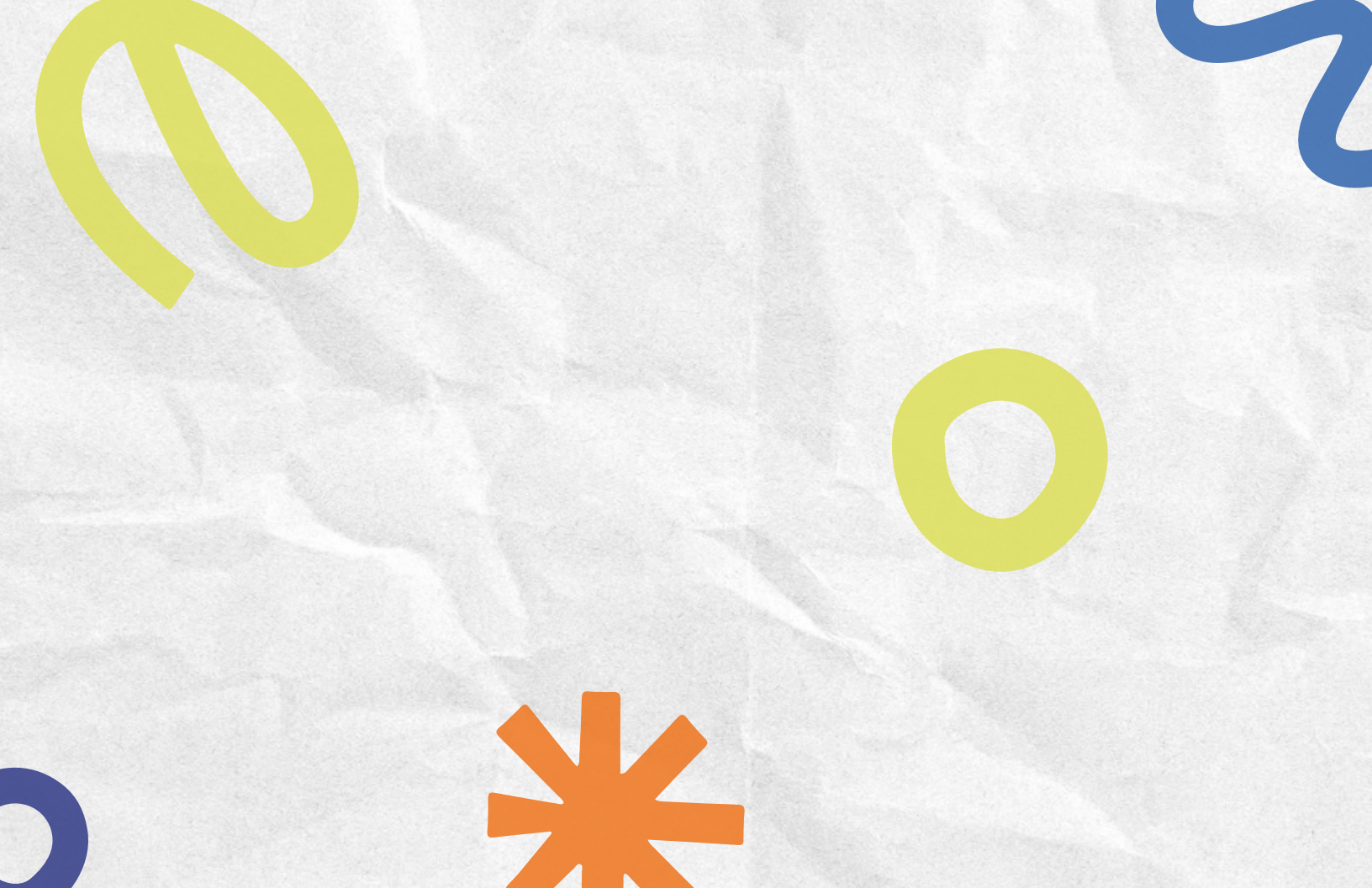
Proyecto Avanzado de DCV  
2026-1





**¡Bienvenid@!**

Este librito es una **guía práctica** del proyecto **RE-CREA**, creada para emprendedores y diseñadores Javerianos, interesados en **crear o mejorar su estrategias de marca**, a través de una herramienta de co-creación.



# AGRADECIMIENTOS

Este proyecto no hubiera sido posible sin las personas que, con su presencia y entrega, me sostuvieron durante todo el camino.

A mis padres, gracias por ser mi base y por brindarme un amor incondicional que me ha permitido soñar en grande. Quiero dedicar un agradecimiento especial a mi papá, cuyo esfuerzo silencioso y apoyo constante han sido el motor detrás de cada paso que doy. A mi hermana, gracias por estar siempre presente, por comprenderme sin palabras y por ser mi compañía más cercana en cada etapa.

A Natalia e Isabella, mis compañeras de carrera y futuras colegas: gracias por caminar a mi lado desde los inicios de este trayecto. Gracias por las risas que aligeraron la carga, por los desvelos compartidos y por la fortuna de crecer juntas. Su amistad ha sido el regalo más valioso de estos años académicos.

A Diana Umaña, mi asesora, por haber sido una pieza clave en el desarrollo de este proyecto. Gracias por su guía estratégica, su paciencia y por compartir su conocimiento con tanta generosidad.

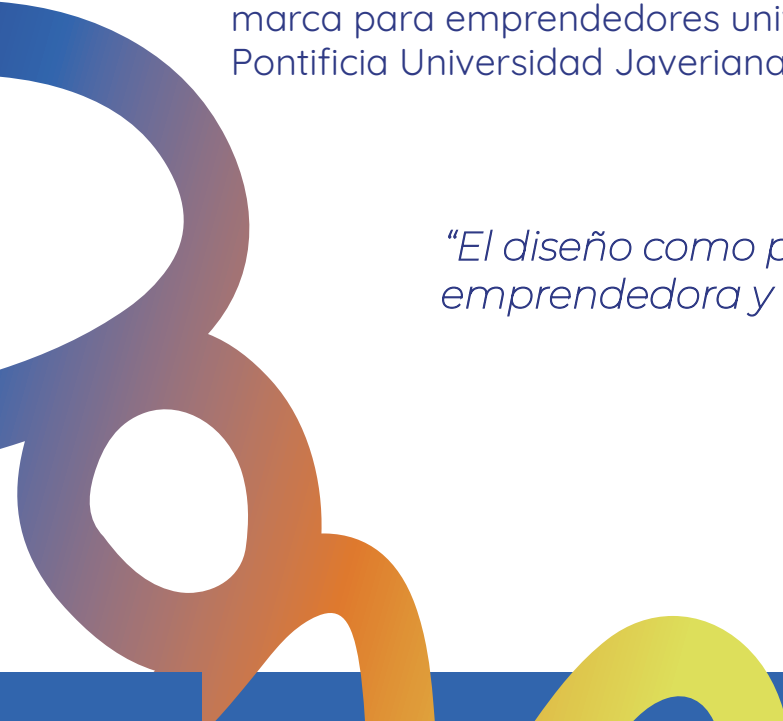
Finalmente, me agradezco a mí misma por la fortaleza, por mantenerme firme y no desfallecer ante las dificultades del camino, y por haber creído en mi visión y en mi capacidad para transformar el esfuerzo en este resultado.



## TEMA

**RE·CREA** — Guía visual estratégica de identidad de marca para emprendedores universitarios de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

*“El diseño como puente entre la visión emprendedora y la ejecución técnica”.*



# JUSTIFICACIÓN

Colombia tiene una Tasa de Actividad Emprendedora del 23,6% (GEM, 2023) y el Valle del Cauca registró un crecimiento del 4,9% en micro y pequeñas empresas entre enero y octubre de 2023.

Pese a ello, la mayoría de emprendedores carecen de herramientas de branding visual: el 85% construyó su identidad de forma empírica, el 88% no es coherente en redes y ferias, y solo el 6,5% cuenta con un sistema de identidad definido. El 46% de los usuarios juzga la credibilidad de un sitio por su diseño (Stanford, 2002) y el 94% de las primeras impresiones son visuales (CXL, 2017).

La PUJ Cali, pese a tener programas de incubación desde 2018, carece de una herramienta específica de branding visual, lo que genera desventajas competitivas en ferias, redes sociales e inversión.

## SITUACIÓN ABORDADA

La ausencia de una herramienta sistemática que oriente el diseño de identidad visual entre emprendedores javerianos. Sin parámetros gráficos claros, los estudiantes replican errores de diseño o improvisan soluciones sin coherencia, escalabilidad ni memorabilidad de marca.

La principal dificultad al trabajar con diseñadores es comunicar los valores de marca, el público objetivo y los referentes visuales.



## OBJETIVO GENERAL

Diseñar una herramienta de identidad visual para emprendedores de la Universidad Javeriana Cali con el fin de facilitar la creación de una marca coherente y profesional.

## OBJETIVO ESPECÍFICOS

**Analizar** la situación actual de la identidad visual de los emprendedores javerianos mediante revisión documental y encuestas a mínimo 30 participantes.

**Explorar** referentes visuales y herramientas existentes con el fin de encontrar oportunidades en la propuesta de diseño.

**Diseñar** la estructura y contenido de la herramienta basada en los hallazgos y buenas prácticas de branding.

**Validar** la herramienta mediante prueba piloto con emprendedores javerianos para medir su pertinencia y usabilidad.

# EXPERTOS Y ALIADOS

## Centro de Emprendimiento Javeriano (aliado institucional)

Apoyó la fase de investigación, el acceso a emprendedores en el ecosistema de la universidad y la divulgación de contenido en redes sociales.

**Perfil:** Estudiantes con conocimientos avanzados en branding y profesionales con experiencia en identidad visual de emprendimientos.



10  
ENCUESTADOS

Estudiantes de Diseño de Comunicación Visual de los últimos semestres con énfasis en creación de marca.

100%  
ENCUESTADOS

Está "totalmente de acuerdo" en que una herramienta previa al briefing mejoraría el resultado final.

100%  
ENCUESTADOS

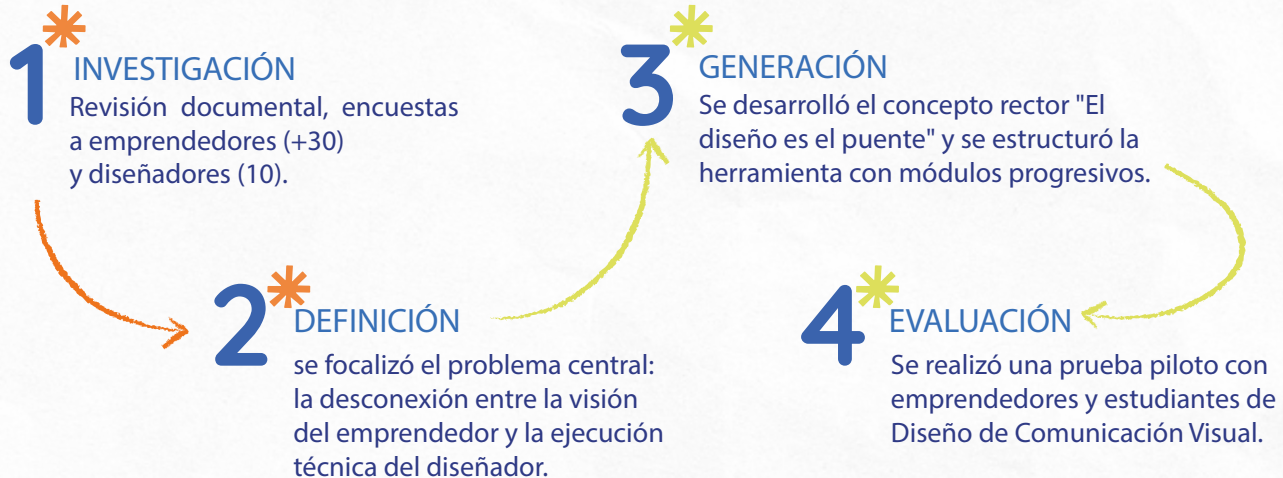
Considera que extraer conceptos abstractos de un emprendedor es de dificultad media-alta.

## USUARIOS PRIMARIOS:

- Emprendedores de pregrado y posgrado de la PUJ Cali, entre 18 y 25 años.
- Tienen emprendimientos activos o en formación.
- El 85% construyó su identidad de manera empírica o con herramientas en línea. El 90% busca una estrategia a largo plazo, no solo estética inmediata.
- Su principal dificultad: comunicar los valores de su marca al diseñador.

## METODOLOGÍA APLICADA

El proyecto siguió una metodología de Diseño Centrado en las Personas (DCP) en cuatro etapas.



\* Fase 1

\* Fase 2

## REQUERIMIENTOS QUE DEFINEN EL SISTEMA DESARROLLADO

01

### **Accesibilidad de lenguaje:**

Traducir términos técnicos de diseño a un lenguaje comprensible para emprendedores sin formación en diseño.

02

### **Estructura modular:**

7 módulos progresivos que cubran el ciclo completo de construcción de marca (historia, estructura, objetivos, propuesta de valor, voz, referentes visuales).

03

### **Actividad práctica en cada módulo:**

Ejercicios de escritura y dibujo que permiten al emprendedor aterrizar conceptos abstractos en materia prima visual.

04

### **Puente digital:**

Código QR en cada módulo para compartir avances con el diseñador.

05

### **Identidad visual coherente:**

La guía debe reflejar en sí misma los principios de branding que enseña (tipografía, paleta de colores, sistema gráfico).

# RE·CREA

Validación de naming

10  
EMPRENEDORES

Se llevó a cabo una sesión de brainstorming con un grupo focal para la definición del nombre de la guía.

De la cual se derivaron cinco propuestas finales. Tras un proceso de evaluación y testeo, RE·CREA destacó por encima de las demás alternativas; fue el nombre con mayor índice de recordación y el que proyectó una percepción de confianza superior, tanto en el público de emprendedores como en el de diseñadores.

## CONCEPTO RECTOR

"El diseño es el puente" La metáfora del puente articula toda la experiencia de la guía: el emprendedor es el arquitecto, el diseñador el constructor, y cada módulo un tramo que une la visión con la ejecución.

## IDENTIDAD VISUAL DE LA GUÍA:

**Colores:** Una mezcla de azul marino (confianza), naranja (energía) y verde-amarillo (crecimiento), con blanco para dar aire.



**Tipografía:** Sans-serif geométrica para que los títulos resalten y una humanista para que los textos largos sean fáciles de leer.

**Quicksand**

Regular • Medium • **Bold**

**Altone Trial**

Regular • **Bold**

**Gráfica:** Formas orgánicas que le dan ese toque de movimiento y transformación que buscamos.



# RE·CREA

¿Qué es?

Es una guía visual estratégica de identidad de marca diseñada para emprendedores universitarios de la PUJ Cali. No es un cuaderno de dibujo convencional: es una herramienta que cierra la brecha entre la visión del emprendedor y la ejecución técnica del diseñador.

## Estructura — 7 módulos + siguientes pasos

**01**

El Pasado

Arqueología corporativa:  
hitos, crisis e historia de  
la marca.

**02**

El Esqueleto

Estructura de negocio:  
Mapa de Constelación de  
servicios.

**03**

El Horizonte

Objetivos de comunicación  
y psicología del color.

**04**

El Qué

Propuesta de valor y  
diferencial competitivo.

**05**

La Empatía

DCP: perfil del cliente  
ideal (El Pasajero).

**06**

El Eco

Tono y voz de marca:  
actitud verbal.

**07**

La Obra Final

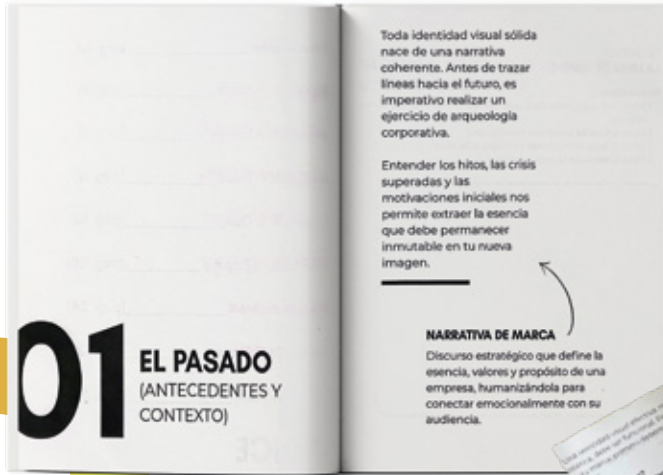
Referentes visuales y  
moodboard.

**08**

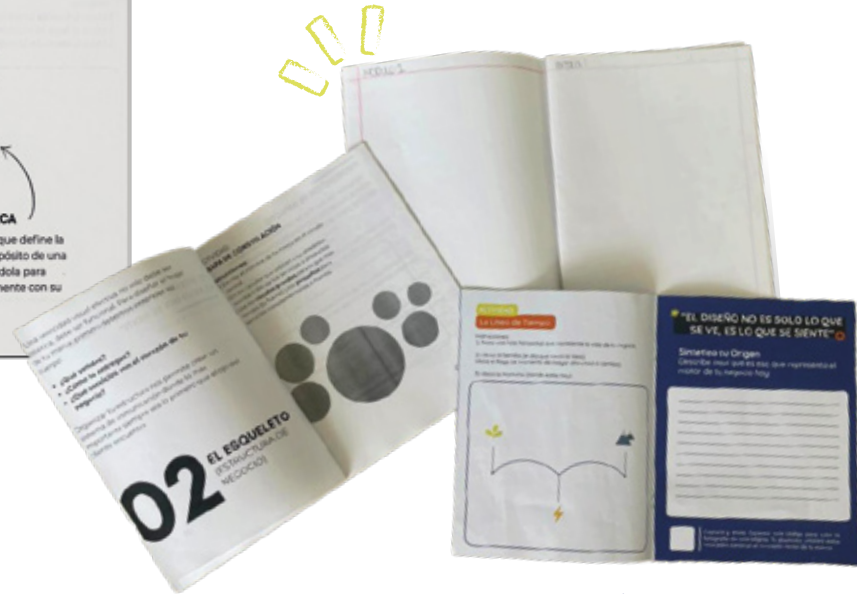
Siguientes Pasos

Entrega al diseñador:  
universo visual validado.

## CAPTURAS DEL PROCESO DE BOCETACIÓN E ITERACIÓN.



**Prototipado inicial:** Elaboración de maquetes físicas para determinar y validar la estructura formal de la pieza.



**Prueba de impresión:** Evaluación de legibilidad tipográfica, jerarquías visuales y balance de contrastes.

Traducir términos técnicos de diseño a un lenguaje comprensible.



Código QR en cada módulo para compartir avances con el diseñador.

#### MATERIALES:

La guía sera impresa en papel Bond de un gramaje 120, con acabado mate. Esta cuenta con su empaque e incluye: tres lápices de colores, un lápiz y nuestra exclusiva Guía de Marca Re-crea.



# DISEÑO DE PACKAGING

Desarrollo de packaging diseñado para complementar y proteger la guía de marca RE·CREA fortaleciendo la experiencia táctil y la coherencia visual del kit.

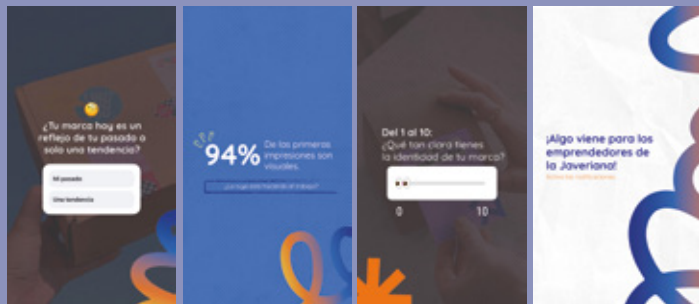


Diseño de Packaging

# ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES:

La campaña se desarrolla en Instagram en tres fases: **teaser** para generar expectativa, **lanzamiento** para presentar la herramienta, y **validación** con contenido generado por los propios emprendedores a través del reto **#MiConstelacionRECREA**.

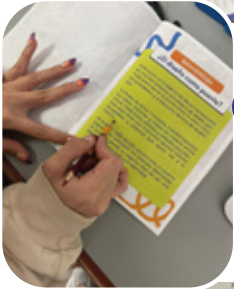
El Centro de Emprendimiento Javeriano se suma como aliado institucional, ampliando el alcance de la campaña hacia la comunidad emprendedora del campus y asegurando que RE-CREA llegue a quienes más la necesitan.





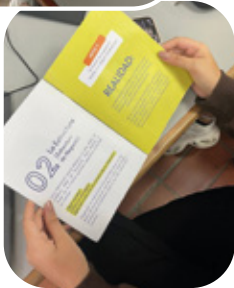
**MANUEL**  
Emprendedor

"Está todo muy llamativo y es viable para que una persona lo lea y aprenda"



**ALEJANDRA**  
Estudiante de DCV

"Me sentiría muchísimo más cómoda con que el cliente tuviera una herramienta física en la que pueda rayar... gracias a esta guía yo puedo traducir"



**SANTIAGO**  
Emprendedor

"Me hizo pensar en cosas que uno no tiene muy presente... no solo en lo que ha pasado sino lo que podría pasar"

## VALIDACIÓN CON EMPRENDEDORES Y ESTUDIANTES JAVERIANOS

### CONCLUSIONES

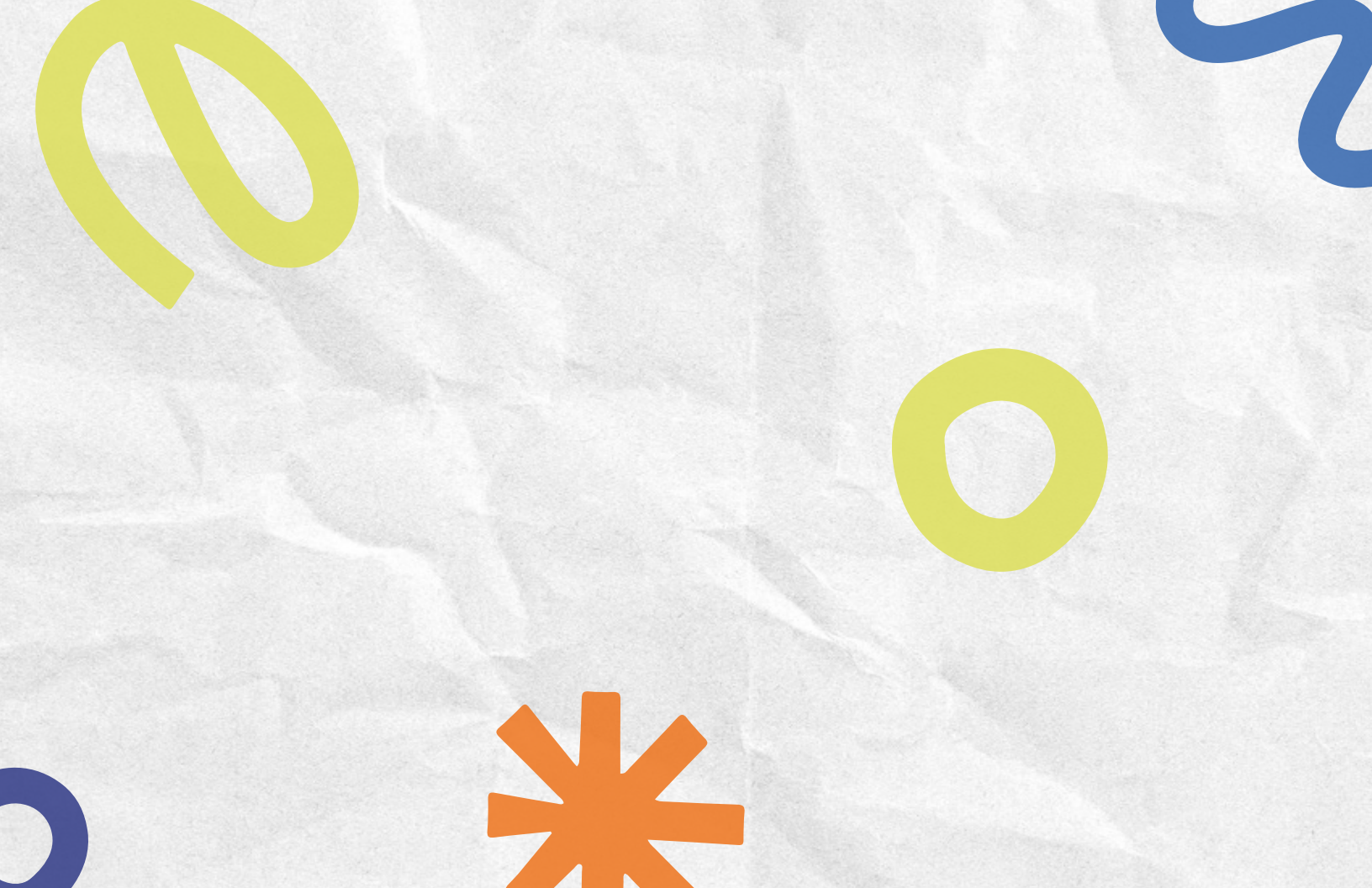
Los cinco participantes —3 emprendedores y 2 diseñadores— validaron validaron RE-CREA como una herramienta pertinente, funcional y necesaria.

Los tres puntos que se repiten como necesidad común son: más espacio para que el emprendedor se exprese por escrito, instrucciones más guiadas en las actividades, y una presencia gráfica más fuerte. Ninguno cuestionó el concepto ni la estructura, todos los comentarios apuntan a afinar la experiencia de uso, no a rediseñarla.



## El puente ya está construido.

**RE·CREA** es una herramienta pensada y diseñada para que emprendedores y diseñadores dejen de estar en orillas distintas — para que se encuentren en el punto medio, hablen el mismo idioma y construyan marcas que realmente representen lo que son.



# REFERENCIAS:

CXL. (2017). First impressions matter: The importance of great visual design.

Estrada, R. (2022). Elementos visuales determinantes en el posicionamiento de emprendedores universitarios. Universidad Javeriana Press.

Forbes Tech Council. (2024). Mastering the art of the first impression. Forbes.

GEM. (2023). Informe Ritmo Empresarial Enero–Octubre 2023. Cámara de Comercio de Cali.

Instituto Nacional de Emprendimiento. (2022). Metodologías de benchmarking para startups universitarios. Plataforma de Recursos para Emprendedores.

Martínez, A. y Pérez, J. (2021). Identidad visual coherente: engagement y conversión en emprendimientos. *Journal of Business Design*, 8(2), 45–61.

Montenegro, A. (2020). Identidad visual como activo estratégico en emprendimientos emergentes. *Revista de Diseño y Comunicación Visual*, 18(3), 45–62.

Observatorio de Emprendimiento Universitario. (2023). Benchmarking comparativo: identidad visual en emprendimientos universitarios de América Latina.

Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2024). Programa "Javeriana, territorio emprendedor".

Wheeler, A. (2023). *Designing Brand Identity*. John Wiley & Sons.







# RE·CREA

Guía visual para emprendedores