



RESOLUCIÓN DE CONSEJO UNIVERSITARIO N° 0274-CU-2026
Piura, 29 de abril del 2026

VISTO:

El Expediente N° 000103-0002-26-6 que contiene el Oficio N° 0232-VRI-UNP-2026 del 10.Mar.2026, presentado por el Dr. Ing. Orlando B. Zapata Coloma, Vicerrector de Investigación, solicitando la aprobación del proyecto de denominación, identidad visual e identidad de marca de la Dirección de Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Piura. Asimismo, el Oficio N° 084-OCII-UNP-2026 del 10.Mar.2026, el Informe N° 439-2026-OCAJ-UNP del 07.Abr.2026, el Informe N° 557-2026-OPYPTO-UNP del 15.Abr.2026, el Oficio 1067-2026-OCAJ-UNP del 17.Abr.2026, el Oficio N° 1807-R-UNP-2026 del 23.Abr.2026, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el Artículo 18° de la Constitución Política del Perú, prescribe: "(...) Cada universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes (...)";

Que, mediante Ley N° 13531 del 03.Mar.1961, fue creada la Universidad Nacional de Piura, cuya sede está ubicada en el Distrito de Castilla, Departamento de Piura, cuyos fines se encuentran estipulados en el Artículo 8° del Estatuto de la Universidad Nacional de Piura, Aprobado en Sesión Plenaria de Asamblea Estatutaria del 13.Oct.2014 (Ley N° 30220 - Ley Universitaria);

Que, el Artículo 8° de la Ley N° 30220 - Ley Universitaria, prescribe: "(...) La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable (...)"; asimismo, los numerales 8.4 Administrativo, implica la potestad autodeterminativa para establecer los principios, técnicas y prácticas de sistemas de gestión, tendientes a facilitar la consecución de los fines de la institución universitaria, incluyendo la organización y administración del escalafón de su personal docente y administrativo y 8.5 Económico, implica la potestad autodeterminativa para administrar y disponer del patrimonio institucional, así como para fijar el destino de sus recursos propios directamente recaudados, manifiesta los regímenes de su autonomía;

Que, mediante Oficio N° 0232-VRI-UNP-2026 del 10.Mar.2026, el Dr. Ing. Orlando B. Zapata Coloma, Vicerrector de Investigación informa que la Dirección de Incubadora de Empresas, en cumplimiento de su misión de impulsar el ecosistema emprendedor y promover la creación de microempresas de propiedad estudiantil conforme al Artículo 48° del Estatuto de la UNP, requiere la aprobación de la propuesta de denominación, identidad visual e identidad de marca denominada "NEXORA"; propuesta que ha sido desarrollada de manera estratégica para dotar a dicha dependencia de una identidad institucional clara y coherente con los fines de investigación e innovación, permitiéndole actuar de forma reconocible y protagónica en el ecosistema nacional y regional en concordancia con los estándares de la "Red ProInnovate" y referentes como Incuba Centro, Incuba UNF, Manglar UP, Hub Udep, Nexum, 1551, entre otros; precisándose que su formalización permitirá asegurar la coherencia con la imagen de la universidad sin implicar modificaciones en la estructura orgánica vigente ni generar impacto presupuestal adicional, por lo que solicita emitir el acto administrativo para su aprobación institucional;

Que, es necesario precisar que la propuesta en mención se circunscribe estrictamente a la adopción de la denominación oficial, identidad visual e identidad de marca de la Dirección de Incubadora de Empresas bajo el nombre de "NEXORA", lo cual constituye un acto de identificación institucional de uso oficial y permanente para fines de comunicación y relaciones externas; aclarando que dicha aprobación no implica la creación de una nueva unidad orgánica, la modificación del Reglamento de Organización y Funciones (ROF), ni la alteración de políticas o metodologías institucionales vigentes;

Que, el Artículo 18° de la Constitución Política del Perú establece que la educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y la investigación científica y tecnológica; precepto que se complementa con la autonomía universitaria, la cual otorga a las instituciones públicas la facultad de definir sus propios mecanismos de identificación institucional, incluyendo su denominación y marca, como herramientas esenciales para el cumplimiento de sus fines misionales;



UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
SECRETARÍA GENERAL

RESOLUCIÓN DE CONSEJO UNIVERSITARIO N° 0274-CU-2026 Piura, 29 de abril del 2026

Que, en virtud de dicha autonomía, la definición de una identidad visual no constituye una materia reservada a ley especial ni a otras entidades del Estado, sino que representa una decisión de gestión interna orientada a ordenar la comunicación estratégica, facilitar el reconocimiento institucional y fortalecer la presencia de la universidad en el entorno social; siendo, por tanto, una manifestación legítima del ejercicio de la potestad organizativa de la universidad;

Que, bajo ese marco, la Ley N° 30220, Ley Universitaria, señala en sus Artículos 6° y 7° que investigación, la innovación y la transferencia de conocimiento son funciones primordiales de la universidad; en consecuencia, la marca "NEXORA" se constituye como un instrumento de apoyo a la gestión que facilita el cumplimiento de estos objetivos, alineándose además con la Política Nacional de Competitividad y Productividad (Decreto Supremo N° 345-2018-EF), la cual promueve el fortalecimiento de los ecosistemas de emprendimiento e innovación a nivel nacional;

Que, se debe precisar que la identidad visual propuesta no dota a la Dirección de Incubadora de Empresas de autonomía propia, sino que se reconoce como una identidad derivada y subordinada a la titularidad de la Universidad Nacional de Piura; por lo cual, al no existir en el ordenamiento jurídico nacional ni en los documentos de gestión interna una normativa que restrinja esta facultad, corresponde al Consejo Universitario aprobar formalmente dicha identidad para garantizar su uso uniforme, otorgarle respaldo institucional y asegurar su coherencia con la imagen matriz de la Universidad;

Que, al respecto, mediante Oficio N° 084-OCII-UNP-2026 del 10.Mar.2026, la Dra. Marjorie M. Gavilano Villegas, Jefa de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional informa que el logo de la propuesta de denominación, identidad visual e identidad de marca de la Dirección de Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Piura denominada "NEXORA" cumple con la línea gráfica de la entidad;

Que, de acuerdo con lo señalado, mediante Informe N° 439-2026-OCAJ-UNP del 07.Abr.2026 ratificado con Oficio 1067-2026-OCAJ-UNP del 17.Abr.2026, la Abog. Evelyn M. Adrianzen Palacios, Jefe (e) de la Oficina de Asesoría Jurídica, recomienda textualmente lo siguiente: "(...) a. Se APRUEBE la propuesta de Proyecto de Denominación, Identidad Visual e Identidad de Marca de la Dirección de Incubadora de Empresas de la UNP, denominada "NEXORA", ello en virtud a que, mediante Oficio N° 084-OCII-UNP-2026, la Jefa de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional de la UNP, ha opinado que "el Logo de la Propuesta de Denominación, Identidad Visual e Identidad de Marca de la Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Piura, denominada NEXORA cumple con la línea gráfica de esta Casa Superior de Estudios"; asimismo, por la base legal expuesta en el presente informe. b. Se EMITA la Resolución correspondiente.";

Que, asimismo, con Informe N° 557-2026-OPYPTO-UNP del 15.Abr.2026, la Lic. Nury Omandy Alzamora Castillo, Jefa de la Unidad de Planeamiento y Modernización y el Dr. Ernesto Quezada Poicón, Jefe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto determinan que la propuesta de identidad visual e identidad de marca "NEXORA" es TÉCNICAMENTE VIABLE. Su implementación contribuye a la modernización de la gestión universitaria y cumple con los principios de eficiencia y eficacia en la administración pública. Por lo que, recomiendan elevar a la instancia correspondiente para la emisión del documento resolutorio que formalice el uso de la marca "NEXORA" como identidad oficial de la Dirección de Incubadora de Empresas de la UNP;

Que, mediante Oficio N° 1807-R-UNP-2026 del 23.Abr.2026, el Titular del Pliego de la Universidad Nacional de Piura, hace llegar a la Secretaría General el presente expediente y dispone se agende en Sesión de Consejo Universitario para su evaluación;

Que, estando a los fundamentos expuestos y contando con las opiniones técnicas y legales favorables emitidas por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, la Oficina Central de Asesoría Jurídica y la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, las cuales determinan que la adopción de la marca "NEXORA" es legalmente procedente, técnicamente viable y se encuentra alineada a la normativa universitaria vigente; y, en ejercicio de la autonomía institucional orientada a fortalecer la identidad de la Dirección de Incubadora de Empresas y su proyección en el ecosistema de innovación nacional y regional. En Sesión Ordinaria N° 03 del 29.Abr.2026 el Consejo Universitario, en ejercicio de sus atribuciones legales acuerda aprobar la denominación, identidad visual e identidad de marca de



UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
SECRETARÍA GENERAL

RESOLUCIÓN DE CONSEJO UNIVERSITARIO N° 0274-CU-2026
Piura, 29 de abril del 2026

la Dirección de Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Piura; por lo que, resulta necesario emitir el correspondiente acto administrativo de formalización;

Que, la presente Resolución se suscribe en virtud al Principio de Legalidad, por el cual las autoridades administrativas deben actuar con respeto a la Constitución, la ley y al derecho, dentro de las facultades que le estén atribuidas y de acuerdo con los fines para los que les fueron conferidas; así como al Principio de Buena Fe Procedimental, por el cual la autoridad administrativa, los administrados, sus representantes o abogados y, en general, todos los partícipes del procedimiento, realizan sus respectivos actos procedimentales guiados por el respeto mutuo, la colaboración y la buena fe (...), previstos en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General aprobado por Decreto Supremo N° 004-2019-JUS;

Que, de conformidad con el artículo 175° inciso 3) del Estatuto de la Universidad Nacional de Piura, "El Rector es el representante legal de la Universidad y ejerce el gobierno de la misma (...)." Señalando dentro de sus funciones, "inciso 3) Dirigir la actividad académica de la Universidad y su gestión administrativa, económica y financiera (...);"

Que, estando a lo acordado por Consejo Universitario en **Sesión Ordinaria N° 03 del 29.Abr.2026** y, a lo dispuesto por el señor Rector (e), en uso de sus atribuciones legales conferidas y con visto de la con visto del Vicerrectorado de Investigación, de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, la Oficina Central de Asesoría Jurídica, de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y la Secretaría General;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- APROBAR, el "Proyecto de Denominación, Identidad Visual e Identidad de Marca de la Dirección de Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Piura", denominada "NEXORA", oficializando su uso como denominación distintiva para fines de comunicación, imagen y relaciones institucionales; proyecto que como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2°.- ENCARGAR, a la Dirección de Incubadora de Empresas, en coordinación con la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, la ejecución y supervisión del correcto uso de la marca "NEXORA", asegurando la coherencia con los lineamientos gráficos establecidos en el anexo aprobado.

ARTÍCULO 3°.- DISPONER, la notificación de la presente Resolución a las unidades de organización académicas y administrativas de la Universidad Nacional de Piura, para su conocimiento, cumplimiento y demás fines pertinentes.


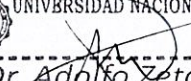
ARTÍCULO 4°.- ENCARGAR, al Responsable del Portal de Transparencia, la publicación de la presente Resolución y su anexo a la Plataforma Digital Única del Estado Peruano (www.gob.pe) y en el "Portal Institucional" (www.unp.edu.pe).

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y EJECÚTESE.

Anexo: "Proyecto de Denominación, Identidad Visual e Identidad de Marca de la Dirección de Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Piura"

c.c.: RECTOR, VR. ACAD, VRI, EPG, DGA, URH, OPYPTO, UPyM, OCAJ, FACULTADES (14), ARCHIVO
24copias/VAGV/kvnf.


Mag. Vanessa Arline Giron Viera
SECRETARIA GENERAL

 UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

Dr. Adolfo Zeta Vite
RECTOR (e)

PROYECTO DE DENOMINACIÓN

PRESENTADO POR:
DOERS MEDIA

PROYECTO: INCUBADORA UNP

INVESTIGACIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN DE MARCA



¿Qué hay en el mercado?

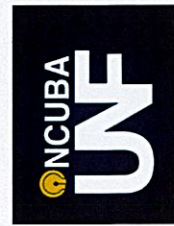
Centro de Emprendimiento de la Universidad del Pacífico



Centro de Innovación y emprendimiento



Incubadora de Empresas



INCUBADORA DE EMPRESAS INNOVADORAS



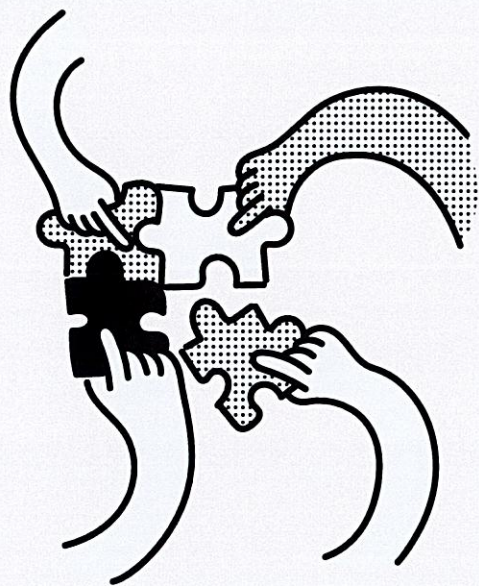
Telefónica



"Impulsamos tu potencial emprendedor"
"Hazlo realidad"
"Conectamos talento con oportunidades"
"Where the future is born"
"Transforma tu idea en un impacto real"
"Donde nace la innovación universitaria"
"Elhogar de los emprendedores en Colombia"
"Ideas que transforman"
"Innovación que transforma"

CONCLUSIONES

- Evita nombres genéricos: casi ninguna usa "Incubadora Universitaria de..." como marca principal, lo reservan como descriptor
- Los nombres que mejor funcionan tienen entre 4 y 6 letras, o combinan una palabra potente + sigla.
- Los mejores slogans apuntan a acción, transformación o impulso: no se quedan en descripción técnica.
- La mayoría comunica su identidad con verbos de acción o metáforas de creación y transformación. Muchas usan la palabra "centro", "hub", "red" o "plataforma" como descriptor, pero no como marca visible.
- Las universidades privadas tienden a tener nombres más comerciales (Emprende UP, Nexum PUCP), mientras que las públicas apuestan por nombres simbólicos o numéricos (1551, INVENTA).
- La presentación visual suele ser limpia, moderna, combinando lo institucional con lo cercano y ágil.



CONCEPTUALIZACIÓN DE MARCA

TERRITORIOS DE MARCA



Los territorios de marca son universos narrativos que **definen cómo una marca se expresa y conecta** con sus públicos. **Elegir un territorio de marca** permite darle coherencia al nombre, al mensaje y a la **identidad**, asegurando que todo comunique desde el mismo lugar

TERRITORIOS DE MARCA

Elegir un territorio es es decidir cómo queremos que la incubadora sea recordada y reconocida.”

**¿Cuál es el territorio que más resuena para ustedes?
¿Con cuál conecta más la incubadora que se creará?**

Territorio IMPULSO / DESPEGUE

- Para sonar aspiracional y transmitir dinamismo.
- Habla del futuro, el crecimiento y el lanzamiento de proyectos.
- Es lo que enamora a los estudiantes: la idea de “despegar” con sus sueños. También seduce a empresas, porque ven innovación y energía.

Narrativa: la incubadora como plataforma de lanzamiento que impulsa a los estudiantes a crecer y alcanzar nuevos horizontes.

Territorio ORIGEN / PROPÓSITO

- Emocional: no incubamos ideas vacías, incubamos emprendimientos con propósito.
- Conecta con la identidad universitaria (alma mater) y con el discurso de impacto social/regional que buscan muchas empresas.
- Para estudiantes es motivador, para empresas es diferenciador (apoyar proyectos con sentido).

Narrativa: la incubadora como espacio donde nace lo esencial. Los emprendimientos que nacen aquí tienen alma y propósito.o.

Territorio CONEXIÓN / SINERGIA

- Este territorio posiciona a la incubadora como un nodo central de conexiones donde convergen los tres actores principales (Universidad, estudiantes y ecosistema de aliados externo)
- Es un concepto institucionalmente serio. Comunica colaboración, red, unión → y eso es atractivo tanto para estudiantes (no están solos) como para instituciones (tienen acceso a un ecosistema).

Narrativa: la incubadora como **nodo central de conexiones**, que enlaza universidad, estudiantes y el ecosistema de aliados.

ESCALA UNP

Incubadora UNP

- Evoca crecimiento y subir de nivel.
- Somos la incubadora que te ayuda a llegar más lejos.

NAVIERA

Incubadora UNP

- Lugar donde parten las naves (reinterpretado como naves ágiles).
- Plataforma de lanzamiento (preparamos a los emprendimientos para el despegue)
- En la parte visual podemos evocar dinamismo, agilidad

ELEVARE

Incubadora UNP

- Evoca aspiración, ascenso y superación.
"Lleva tu emprendimiento más alto"

NAVIS

Incubadora UNP

- Derivado de Nave, puede asociarse a naves espaciales (agilidad)
- Da un aire moderno, ágil, de futuro
- Cada emprendimiento = nave que inicia un trayecto.

HORIZUM

Incubadora UNP

- Evoca visión, meta y destino a alcanzar.
- Es aspiracional: mirar más lejos, levantar la mirada y pensar en grande.
- El sufijo "-um" le da un aire científico, tecnológico y sólido.

HANGARIA

Incubadora UNP

- Inspirado en hangar, lugar donde se guardan y preparan aeronaves.
- Espacio seguro de preparación para despegar.

ALMA

Incubadora UNP

- + Alma mater (Universidad)
- + Emprendimientos con propósito (con "alma")
- Al igual que los proyectos que impulsa, la incubadora en sí misma tiene un propósito profundo: apoyar a los estudiantes y dar sentido a sus emprendimientos

"Emprende con propósito"

KAIRUM

Incubadora UNP

- De Kairos: el momento preciso y oportuno.
- Representa la incubadora como espacio donde las oportunidades se concretan.

"El tiempo perfecto para emprender"

ALAYA

Incubadora UNP

Alaya se asocia a un espacio interior donde se incuban y maduran las potencialidades antes de manifestarse. Elevación, lugar de origen, espacio donde algo se guarda y crece

ALUMBRA

Incubadora UNP

- Luz que guía a los emprendedores (mentoría)
- Evoca claridad y acompañamiento en los primeros pasos.

AURORA

Incubadora UNP

- Simboliza el amanecer, los nuevos comienzos.
- Cada emprendimiento es un nuevo día lleno de oportunidades.

CONSTELA

IncubadoraUNP

- De Constelación: unión de estrellas que brillan en red.
- Evoca a la incubadora como nodo de conexiones estratégicas

ASTROLAB

IncubadoraUNP

- Inspirado en el astrolabio, instrumento para guiar navegantes.
- Evoca orientación, ciencia y exploración.

NEXORA

IncubadoraUNP

- Nexo + Aurora = unión brillante.
- Evoca conexiones que iluminan y guían caminos.

FARUM

IncubadoraUNP

- Inspirado den "Faro": guía y luz en medio de la incertidumbre.
- Evoca dirección, claridad y seguridad

TÁNDEM

IncubadoraUNP

- Tándem: bicicleta para 2 personas (sinergia)
- Evoca la idea de avanzar acompañado. Se eligió porque la incubadora no camina sola: une a estudiantes, universidad y aliados para que los proyectos crezcan con apoyo.

IDEACentro

IncubadoraUNP

- Acrónimo: Incubación y Desarrollo de Emprendimientos académicos.

Variación

IDEALab

UNPRENDE

IncubadoraUNP

Juego de palabras: UNP + EMPRENDE
Institucional pero fresco, da libertad al juego de palabras para la comunicación de la marca

Variación

UNPRENDE Lab

Este **MAPA DE TERRITORIOS** les ayudará a visualizar cómo se comportan los 18 nombres propuestos según dos dimensiones clave:

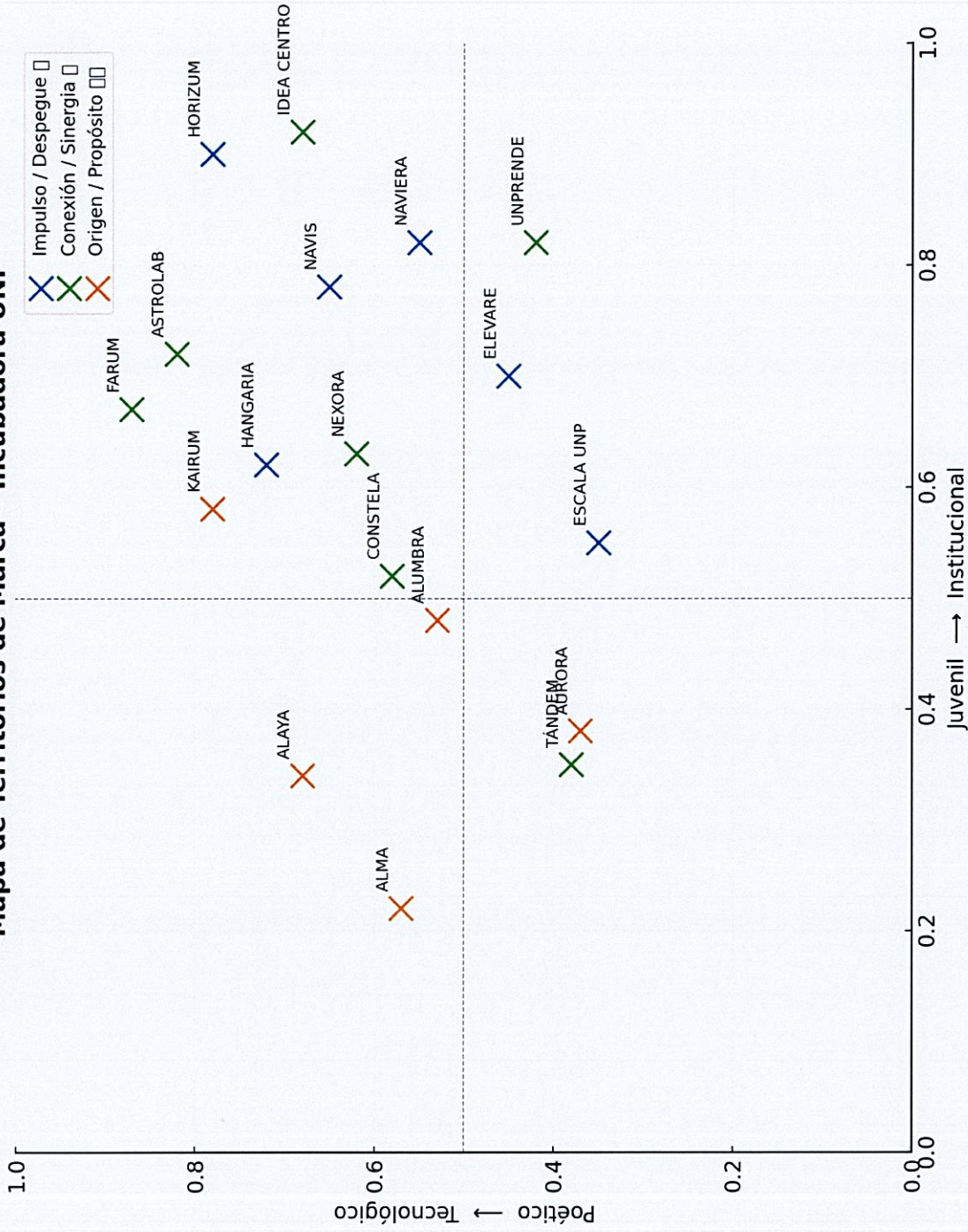
Juvenil ↔ Institucional:

- Hacia lo juvenil se ubican los nombres más frescos, cercanos e inspiracionales, fáciles de adoptar por estudiantes.
- Hacia lo institucional están los nombres más formales y serios, con mayor peso académico y credibilidad frente a ministerios, fondos y aliados externos.

Poético ↔ Tecnológico:

- En lo poético aparecen los nombres con metáforas ligadas a la luz, el alma, los comienzos y el propósito humano.
- En lo tecnológico predominan los que evocan ciencia, innovación, naves y exploración.

Mapa de Territorios de Marca - Incubadora UNP



IDENTIDAD DE MARCA

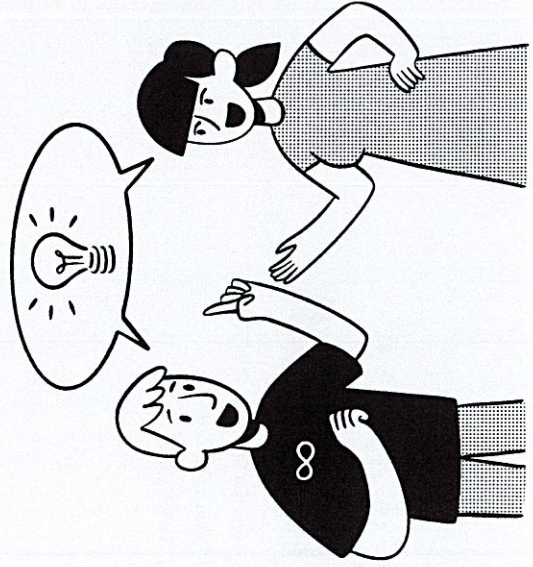
PRESENTADO POR:
DOERS MEDIA

PROYECTO: INCUBADORA UNP

NEXORA

ESENCIA DE MARCA

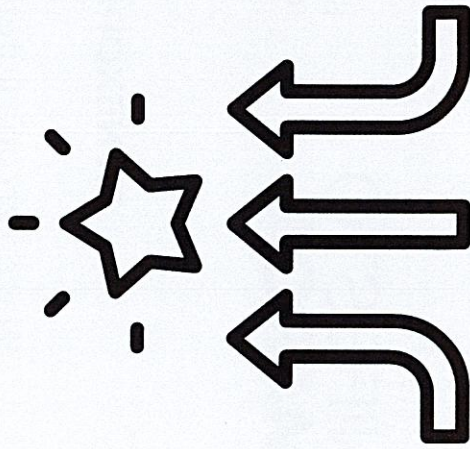
Es la alma de la marca: una expresión breve, clara y poderosa que resume su razón de ser desde lo emocional.



“En NEXORA creemos que las ideas no florecen solas, **sino en comunidad**. Nuestra esencia es ser ese **nexo** que une universidad, estudiantes y ecosistema, creando un espacio donde **la cooperación y la sinergia se convierten en impulso**. Aquí, los emprendedores encuentran conexiones que los fortalecen y oportunidades que los proyectan hacia el futuro.”

PROPUESTA DE VALOR

¿Qué ofrecemos y por qué
somos relevantes?

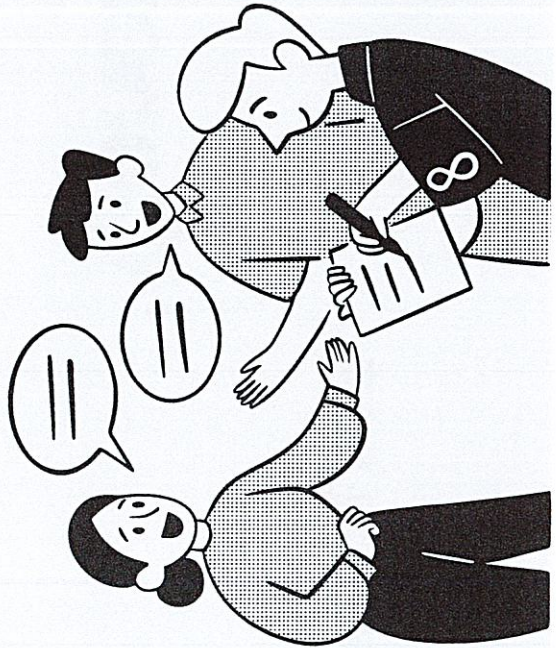


- **Conectamos tres mundos:** universidad, estudiantes y ecosistema.
- **Acompañamos todas las etapas:** desde ideas nacientes hasta emprendimientos en marcha.
- **Respaldo institucional:** el sello de la Universidad Nacional de Piura aporta confianza y solidez.
- **Foco regional:** impulso especial a sectores estratégicos como agroindustria, biología y economía circular, áreas con alto potencial en el norte del Perú.
- **Identidad fresca y cercana:** nos alejamos de la burocracia y apostamos por un estilo juvenil, ágil e inclusivo.

“NEXORA se diferencia porque no solo brinda formación y mentoría, sino que crea comunidad, conecta con aliados estratégicos y aprovecha el potencial de la región para que cada idea tenga un camino real hacia el crecimiento.”

TAGLINE

El tagline es una frase breve y permanente que acompaña a la marca. Resume su esencia de manera clara y memorable. No es un eslogan de campaña (que puede cambiar), sino una parte fija de la identidad.



Crear **conexiones** es uno de los mayores factores de **impulso**.

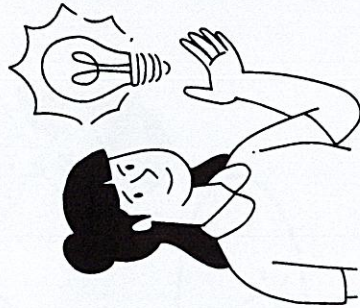
Una idea sola puede quedarse en el cuaderno.

- Pero cuando esa idea se **conecta** con un mentor, **gana experiencia**.
- Si se **conecta** con una red de aliados, **accede a recursos**.
- Y si se **conecta** con inversionistas o instituciones, puede **crecer mucho más rápido**.

Cada conexión abre una oportunidad, y esas oportunidades son el impulso real que ayuda a que un emprendimiento pase de ser un proyecto a convertirse en un emprendimiento sostenible

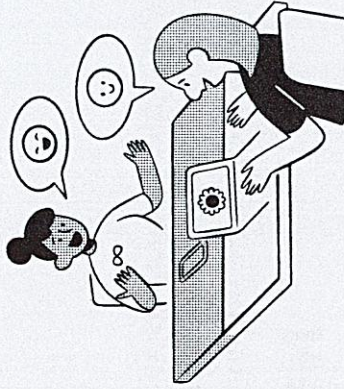
conectar = dar impulso

Golden Circle



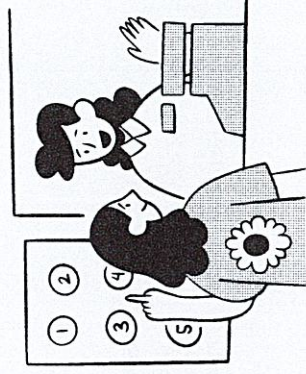
WHAT – Oferta **(¿Qué hacemos?)**

Impulsamos el desarrollo emprendedor en la comunidad UNP, acompañando a estudiantes en la validación, fortalecimiento y crecimiento de sus iniciativas.



HOW – Diferenciación **(¿Cómo lo hacemos?)**

A través de formación emprendedora, mentoría, asesoría especializada y vinculación estratégica, ayudamos a transformar ideas y proyectos en emprendimientos sostenibles con impacto.



WHY – Propósito **(¿Por qué existimos?)**

Porque creemos que las ideas no florecen solas: necesitan comunidad, conexiones y acompañamiento para transformarse en proyectos que impacten en la región. Queremos que ningún estudiante con una idea o proyecto se quede estancado por falta de guía, estructura o red de apoyo.

NUESTROS VALORES

Reflejan la cultura que queremos
vivir hacia adentro y proyectar
hacia afuera.



COLABORACIÓN

Creemos que el emprendimiento no es un camino solitario: crecer juntos nos hace más fuertes.

INNOVACIÓN CON PROPÓSITO

Promovemos ideas creativas que generen impacto real y soluciones sostenibles.

INCLUSIÓN

Damos espacio tanto a proyectos innovadores como a emprendimientos tradicionales, valorando la diversidad de talentos.

COMPROMISO REGIONAL

Trabajamos por el desarrollo de Piura y del norte del Perú, potenciando sectores estratégicos de la región.

TRANSPARENCIA

Actuamos con integridad, generando confianza en cada relación con estudiantes, aliados e instituciones.

PERSONALIDAD DE MARCA

Así como las personas tienen una forma de ser, las marcas también. La personalidad de NEXORA es su carácter: la manera en que se comporta y cómo la gente debe percibirla cada vez que entra en contacto con ella.

Nuestros rasgos de personalidad con ejemplos

1. Visionaria

- No decir: "El emprendimiento en Piura tiene muchas limitaciones."
- Sí decir: "El norte del Perú tiene un potencial enorme que juntos podemos transformar."

2. Cercana

- No usar: "Los interesados deberán presentar la documentación en el plazo establecido."
- Sí usar: "¿Tienes una idea? Postula, cuéntanos tu proyecto y nosotros te acompañamos paso a paso."

3. Positiva

- No decir: "Es difícil que tu idea tenga éxito sin apoyo."
- Sí decir: "Tu idea tiene potencial, y con la red de NEXORA podrás llevarla al siguiente nivel."

4. Inclusiva

- No usar: "Buscamos solo ideas altamente innovadoras."
- Sí usar: "Tanto un negocio tradicional como una innovación tecnológica tienen un espacio en NEXORA."

5. Ágil

- No hacer: responder a un estudiante un mes después de su consulta.
- Sí hacer: responder rápido con soluciones claras o derivar al mentor adecuado.

TONO Y ESTILO DE COMUNICACIÓN

Juvenil pero con autoridad

Queremos ser claros y frescos, pero también transmitir conocimiento.

- Cómo sí comunica: "Vamos a probar tu idea en el mercado para ver si realmente funciona."
- Cómo no comunica: "Debemos proceder con la validación del MVP en una fase piloto."

Cercano y humano

Hablamos con empatía, usando ejemplos reales y un lenguaje cotidiano.

- Cómo sí comunica: "Sabemos lo que es tener una idea en un cuaderno sin saber por dónde empezar. Por eso estamos aquí."
- Cómo no comunica: "La incubadora fomenta proyectos desde etapas tempranas de ideación."

TONO Y ESTILO DE COMUNICACIÓN

EJEMPLO DE TONO DE VOZ NEXORA

✗ **Cómo no comunicamos (tono burocrático y frío)**

“Se invita a los estudiantes a inscribirse en el programa de incubación. Los interesados deberán presentar su expediente completo antes del plazo establecido. El incumplimiento de requisitos impedirá su participación.”

● Problemas: lenguaje rígido, lejano y poco motivador. Parece un trámite más, no una oportunidad.

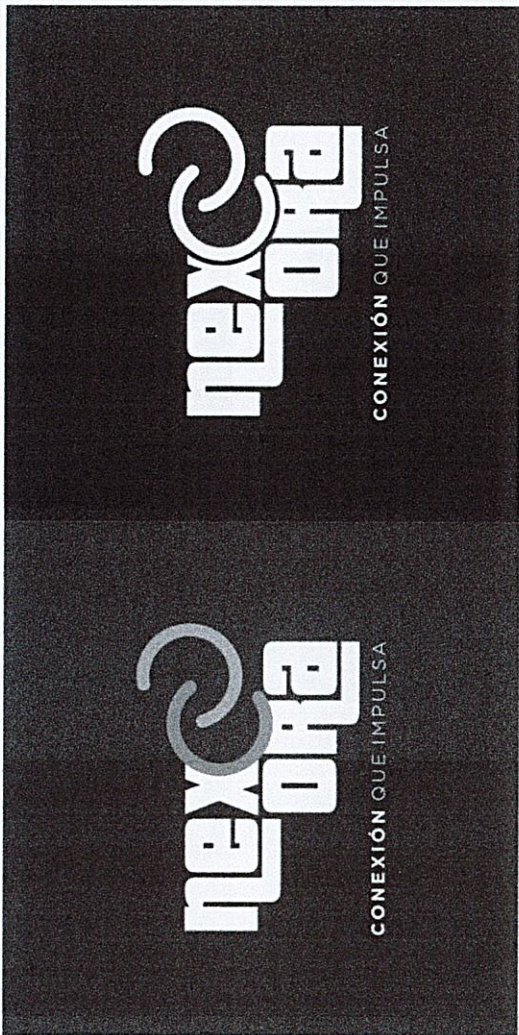
✓ **Como comunicamos (tono NEXORA: cercano, motivador y claro)**

“¿Tienes una idea o emprendimiento? En NEXORA te acompañamos para que crezca. Postula a nuestro programa de incubación, recibe mentoría y conecta con oportunidades que te impulsarán. ¡Es tu momento de dar el siguiente paso!”

● Virtudes: lenguaje directo, positivo y alentador. Habla al estudiante como persona, transmite confianza e invita a la acción.

nexora
CONEXIÓN QUE IMPULSA

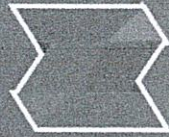
NEX + ORA
unión, lazo, vínculo amanecer, nuevo comienzo,
nacimiento de oportunidades



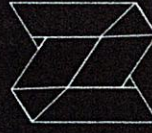


NEXORA
CONEXIÓN QUE IMPULSA

NEX + ORA
unión. hazo. vinculo. **amanecer** nuevo comienzo.
nacimiento de oportunidades



NEXORA
CONEXIÓN QUE IMPULSA



NEXORA
CONEXIÓN QUE IMPULSA

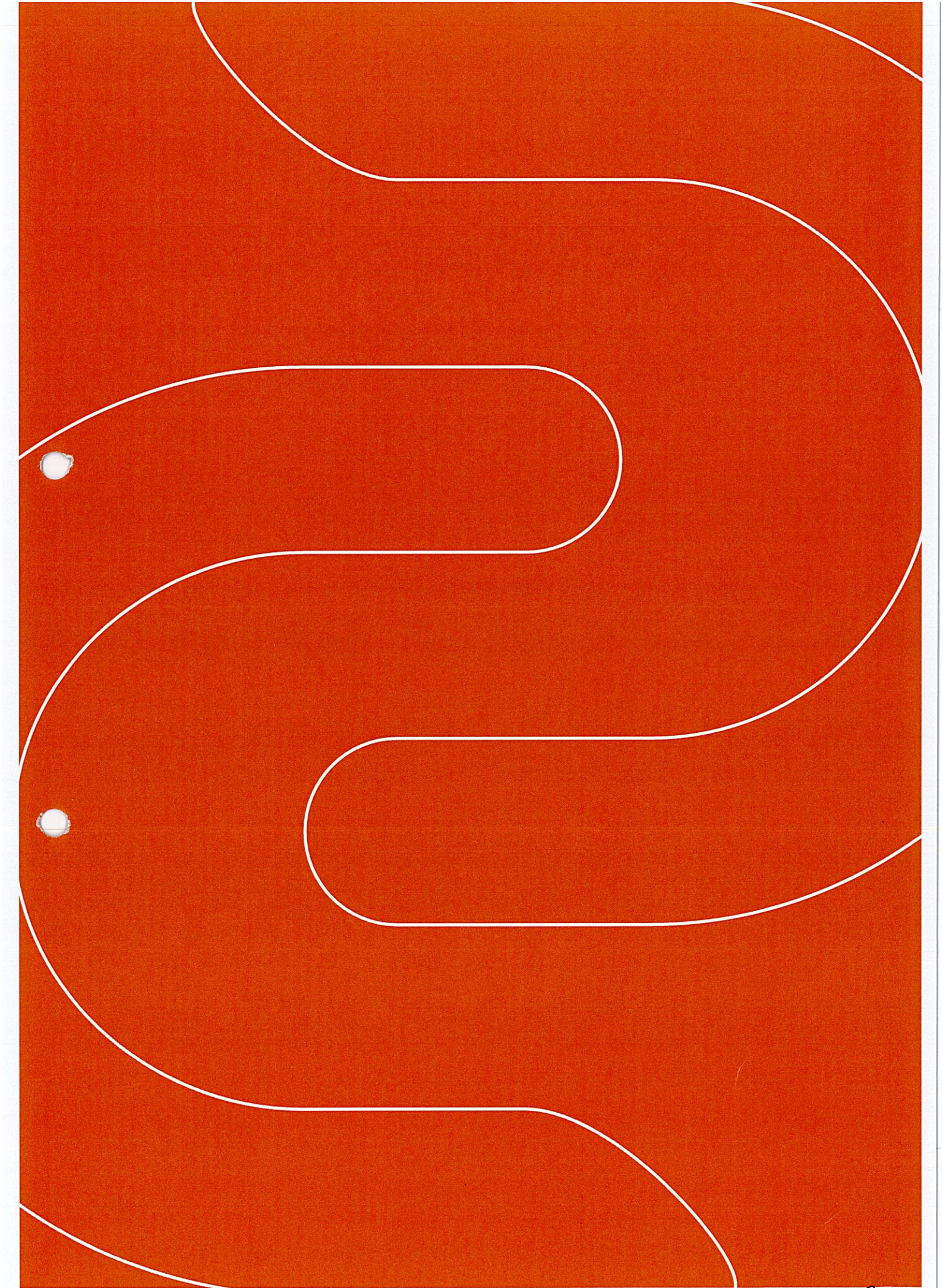
IDENTIDAD VISUAL



Nexora

INCUBADORA DE EMPRESAS **UNP**





IDENTIDAD CONCEPTUAL

1.

1. IDENTIDAD CONCEPTUAL

El camino de un emprendedor empieza con una idea. Pero para que esa idea trascienda, necesita un lugar donde conectarse, fortalecerse y proyectarse hacia el futuro. De allí nace NEXORA.

NEX ORA

viene de nexo (del latín nexus = unión, lazo, vínculo). Simboliza la **conexión entre universidades, emprendedores y ecosistema**

Viene de aurora (latín) → amanecer, nuevo comienzo, nacimiento de oportunidades. Simboliza la **energía inicial** que pone en marcha los proyectos.

“NEXORA viene de nexo y aurora: somos la conexión que da el impulso para que las ideas despeguen”

**IDENTIDAD
VISUAL**

2.0

2. IDENTIDAD VISUAL

LOGOTIPO

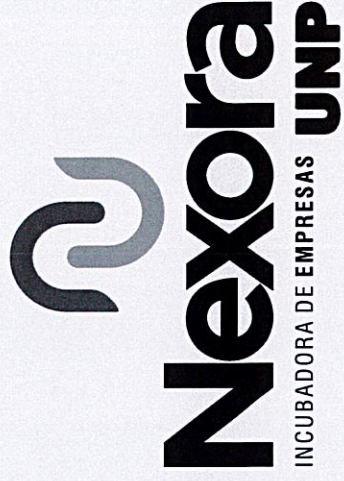
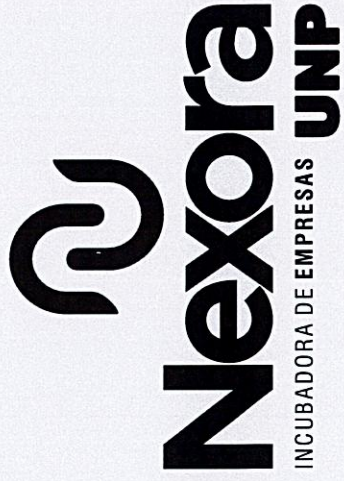
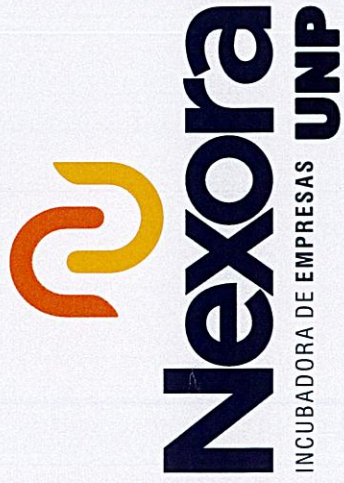
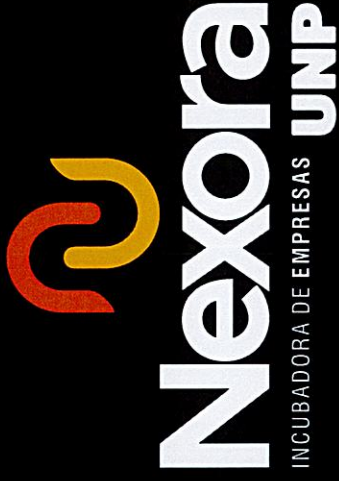
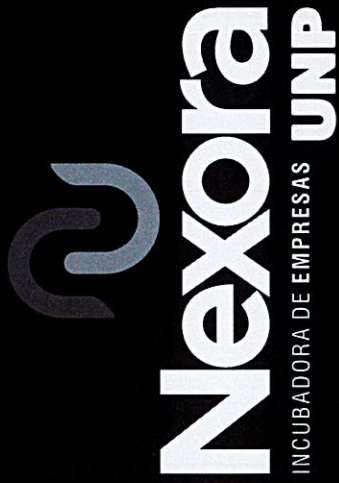
ISOTIPO + NOMBRE + SLOGAN



Nexora
INCUBADORA DE EMPRESAS **UNP**

NO POSEE VERSIÓN EN VERTICAL / HORIZONTAL
ISOTIPO + NOMBRE + SLOGAN
FUNCIONAN EN CONJUNTO

2. IDENTIDAD VISUAL

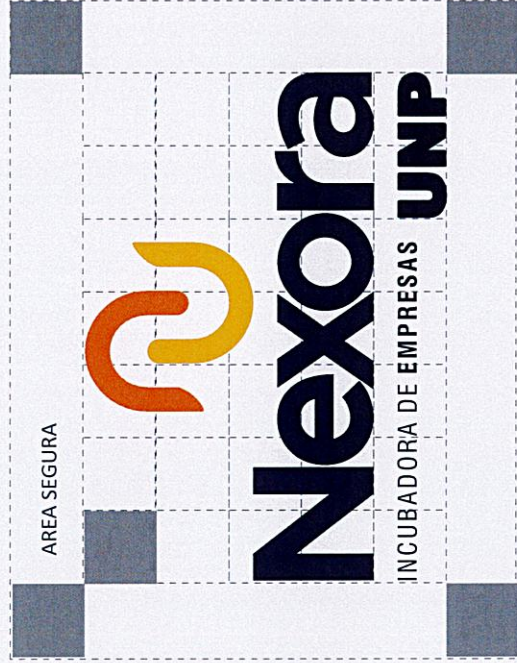


2. IDENTIDAD VISUAL

ÁREA SEGURA

El área segura del Logotipo, no debe ser invadida por elementos visuales, tales como textos, títulos, logotipos, imágenes u otros símbolos.

El tamaño del área segura está determinada sobre la base de un cuadrado perfecto sobre la quinta parte de la altura total del logotipo



REDUCCIÓN

Logotipo

El tamaño mínimo es de 3.0 cm de ancho.



No está permitido aplicar la marca en tamaños menores a los indicados, para evitar problemas de legibilidad e impresión.



2. IDENTIDAD VISUAL

ISOTIPO

El Isotipo está conformado por una ilustración vectorial que representa la letra inicial de la marca y a la vez simboliza conexión.



REDUCCIÓN



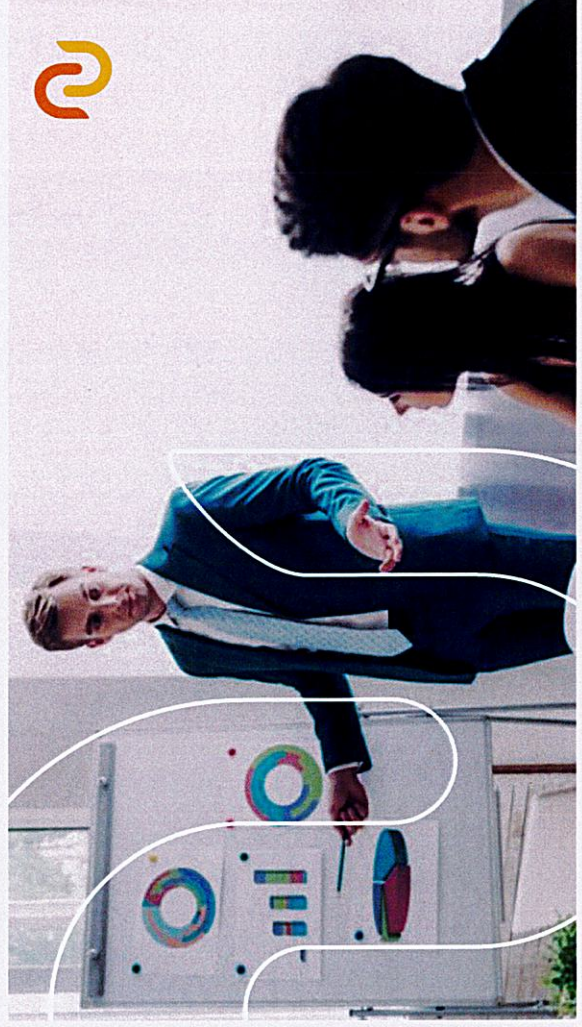
2.0 cm

2. IDENTIDAD VISUAL

ISOTIPO

El color del Isotipo está conformado por dos tonalidades por lo tanto para aplicar sobre fondos de colores debe usarse el modelo en blanco totalmente.

Su ubicación se define a criterio. Puede ser como detalle específico en la imagen o simplemente ubicarse dentro del espacio más adecuado de la fotografía.



El Isotipo, ya sea en el color original, blanco o negro no se permite rotación y NO se aplica en otros colores.

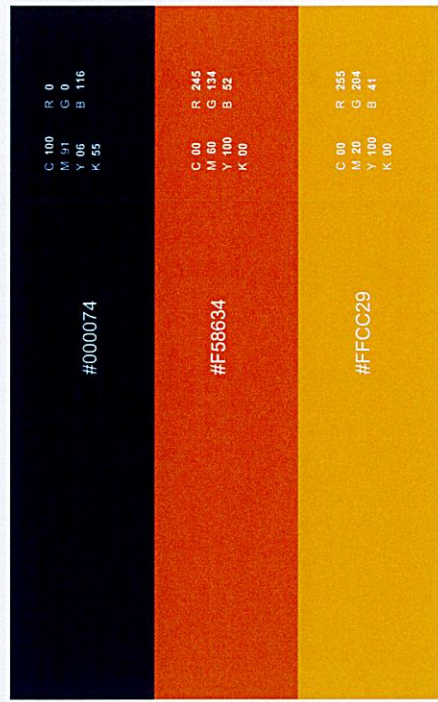
La rotación, colocación en sello de agua o partes del isotipo está permitido solo en uso de fondo con transparencia o de forma lineal.

**ELEMENTOS DE
COMUNICACIÓN**

3.

3. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

COLORES DE LA MARCA



3. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

TIPOGRAFÍAS

Metropolis

Metropolis

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Rubik

Rubik

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

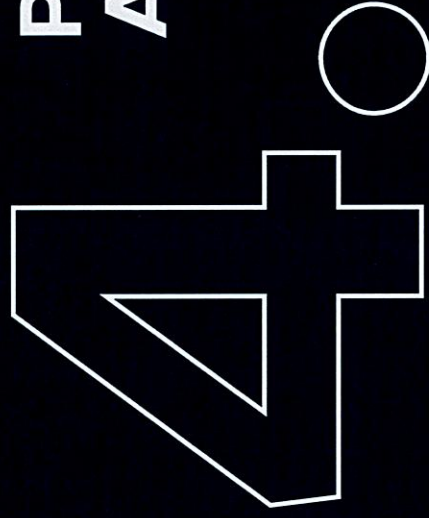
SECUNDARIA

Swis721 Cn BT

Swis721 Cn BT

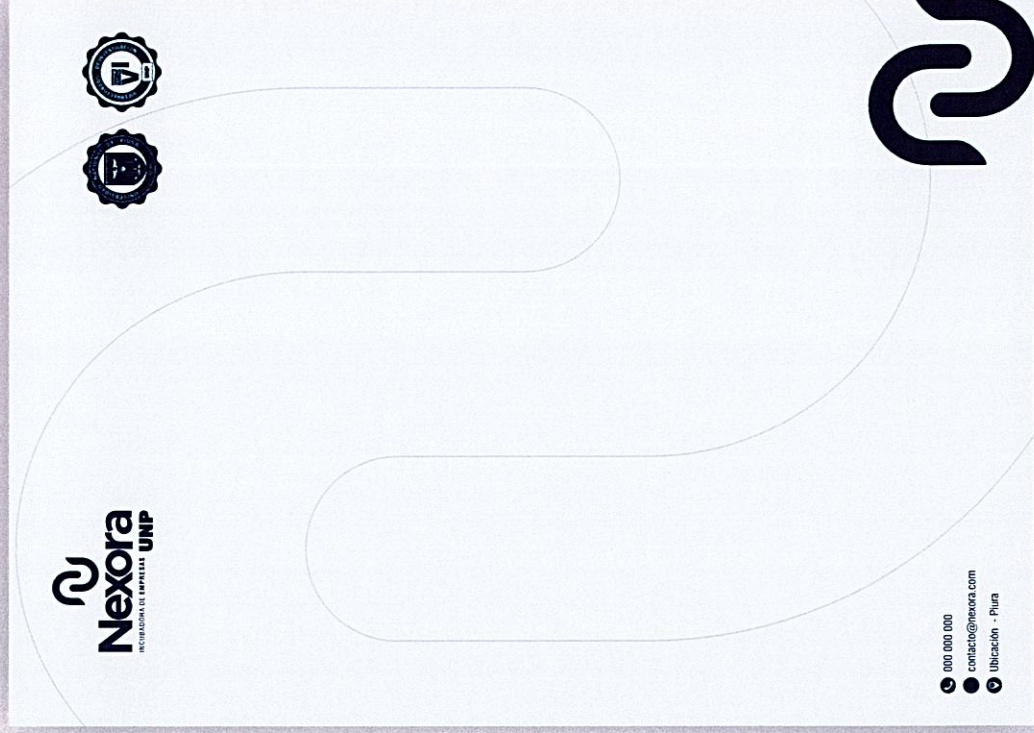
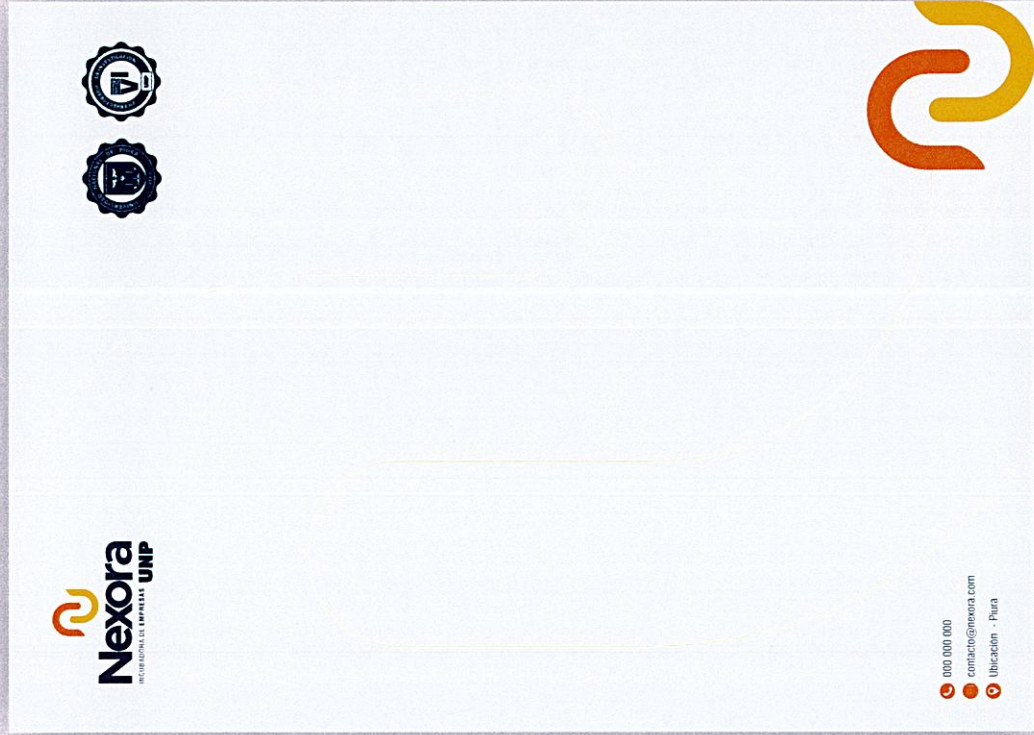
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

PAPELERÍA Y APLICACIONES



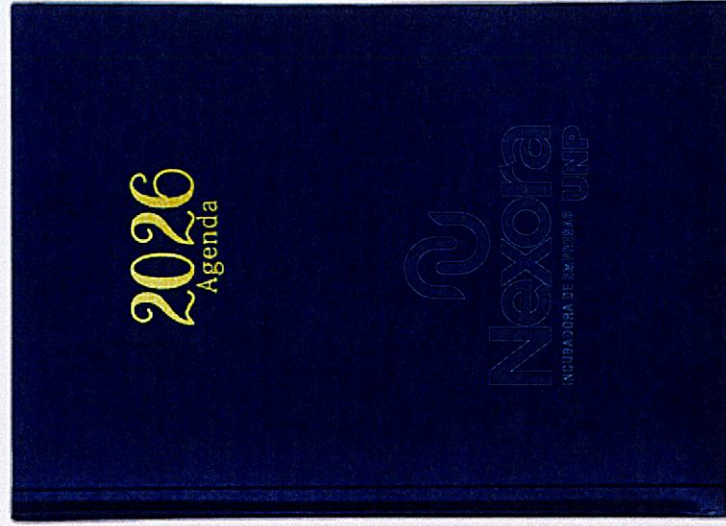
4. PAPELERÍA Y APLICACIONES

HOJA
MEMBRETADA



4. PAPELERÍA Y APLICACIONES

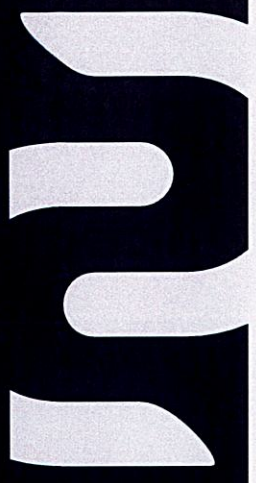
AGENDAS



REPUJADO



ANILLADA



4. PAPELERÍA Y APLICACIONES

CAMISAS



4. PAPELERÍA Y APLICACIONES

TARJETAS



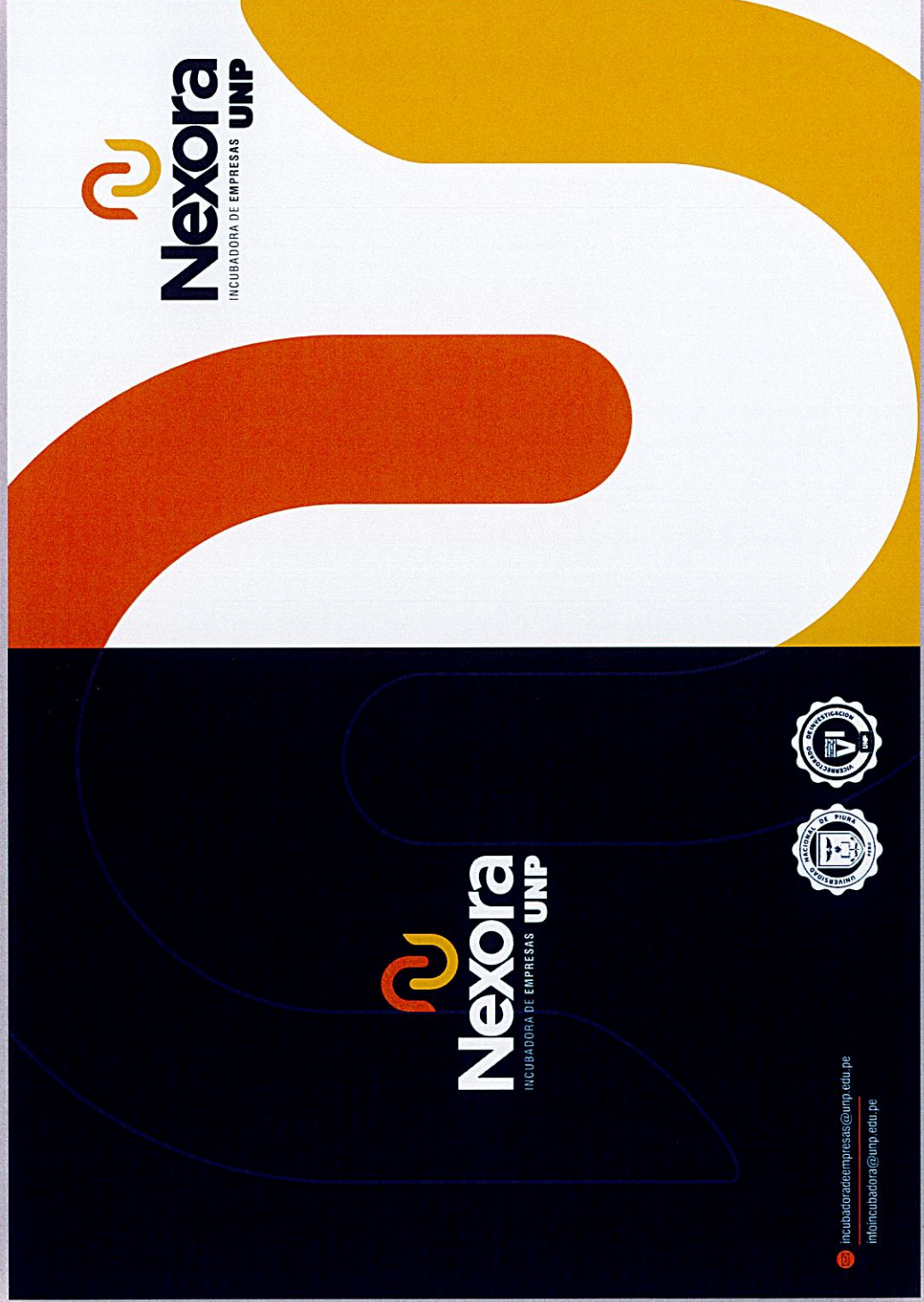
4. PAPELERÍA Y APLICACIONES

BANNER



4. PAPELERÍA Y APLICACIONES

FOLDER



4. PAPELERÍA Y APLICACIONES

**BANNER
PARA EVENTOS**



4. PAPELERÍA Y APLICACIONES

MÓDULO
STAND



4. PAPELERÍA Y APLICACIONES

CERTIFICADO



Nexora
INCUBADORA DE EMPRESAS
UNP



Certificado

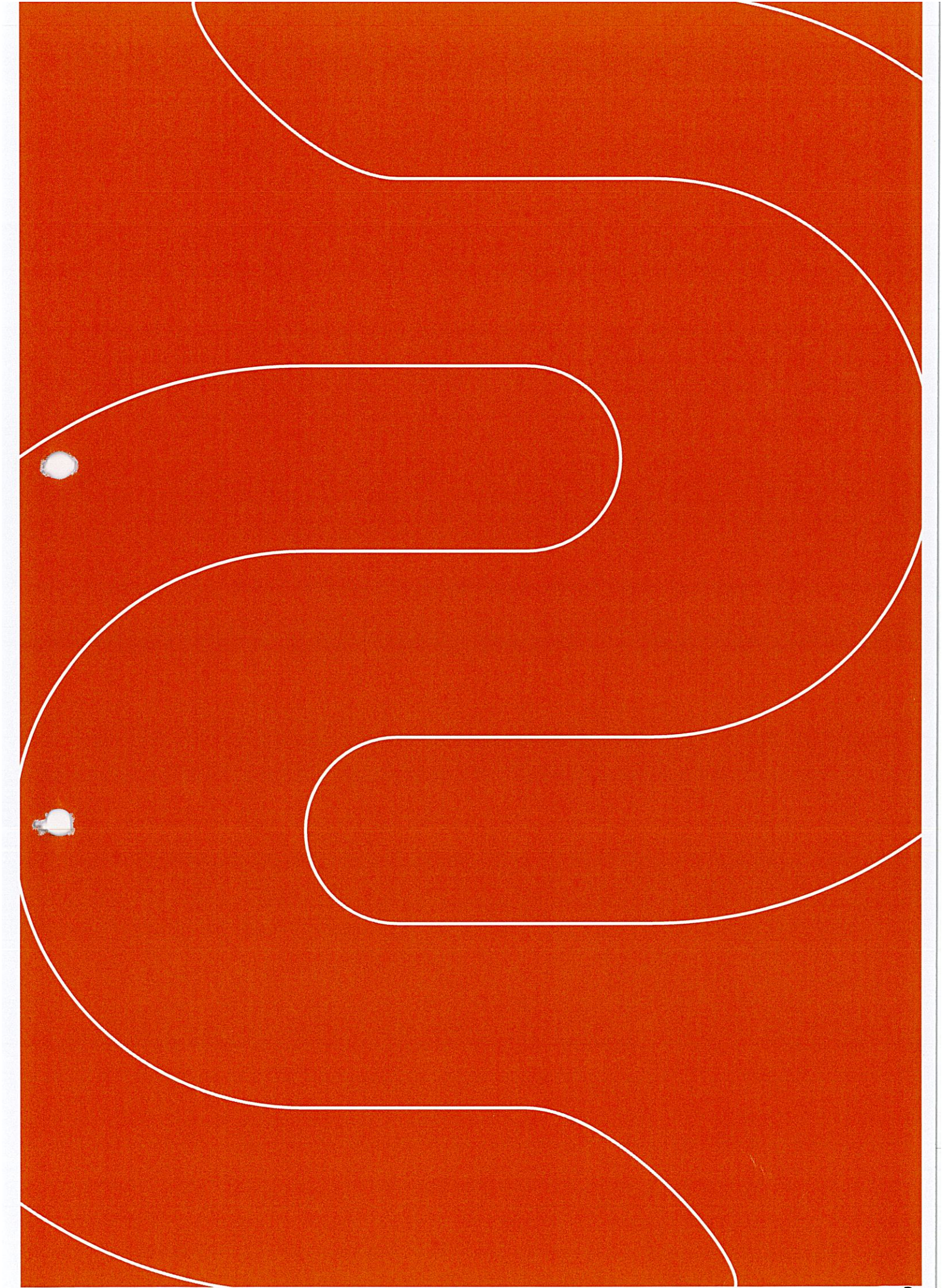
DE RECONOCIMIENTO A:

En mérito a su destacada participación en _____

Por su valiosa contribución académica, compromiso con la difusión del conocimiento científico y por inspirar a la comunidad universitaria a fortalecer el desarrollo de la ciencia, la investigación y la innovación en nuestro país.

Firma

Piura, diciembre 2025





Nexora

INCUBADORA DE EMPRESAS **UNP**

