



UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Universidad Santo Tomás Sede de Villavicencio

Vicerrectoría Académica

Dirección de Investigación e Innovación

Resultados Fase Diagnóstica: Sensibilización y Orientación a Facultad de
Contaduría Pública Grupo de Investigación Geinco

Ruta de Desarrollo Tecnológico e innovación Programa Pi-e Aliado



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Universidad Santo Tomás Sede de Villavicencio
Ruta de Desarrollo Tecnológico e Innovación

Resultados Fase Diagnóstica: Sensibilización y Orientación a Facultad de Contaduría Pública
Grupo de Investigación GEINCO

Ruta de Desarrollo Tecnológico e innovación Programa Pi-e Aliado
Vicerrectoría Académica

Jennifer Vega-Barbosa
(Investigadora Asociada Minciencias)

Research Gate:

https://www.researchgate.net/profile/Jennifer_Vega_Barbosa

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0003-4307-4213>

CVLac:

http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001453968

Google Scholar:

<https://scholar.google.es/citations?user=bG-rG6gAAAAJ&hl=es>

Contenido

1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e
2. Hallazgos en la facultad de Contaduría Pública, grupo de investigación GEINCO
3. Análisis Arquetípico
4. Análisis Cromático
5. Recomendaciones
6. Referencias



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

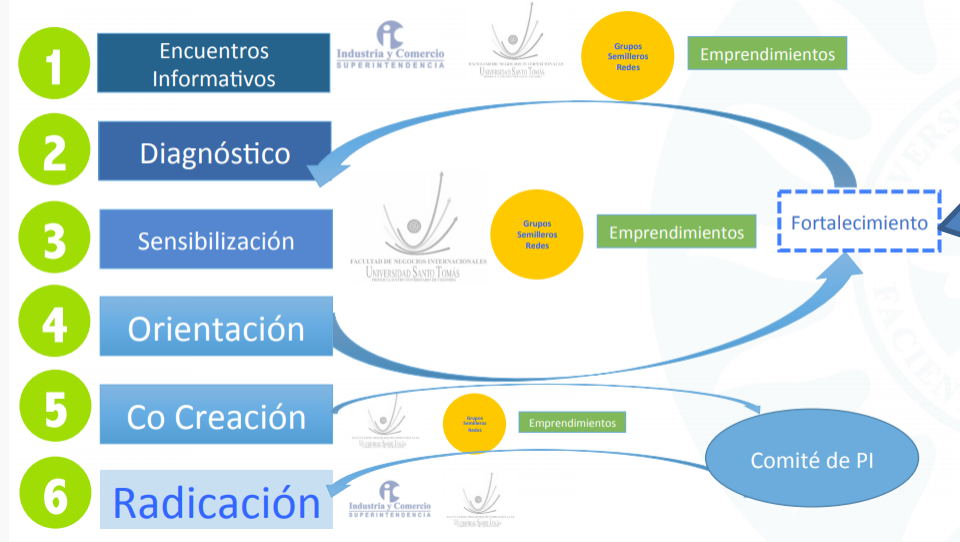
VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e

1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e

4. Proceso de Articulación



Tomado de: García Jara et al (2020)



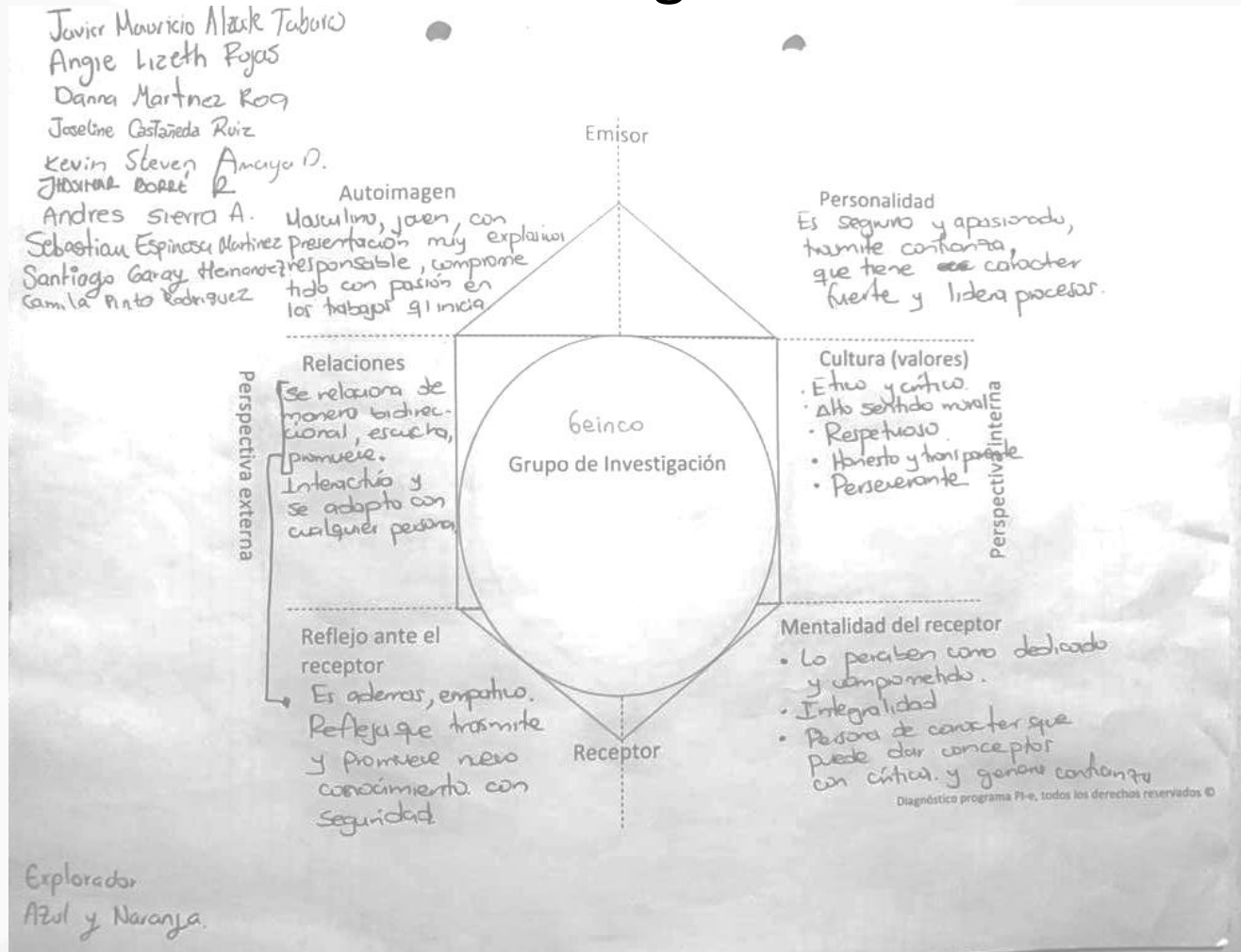
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



2. Hallazgos en la Facultad de Contaduría Pública, grupo de investigación GEINCO

2. Hallazgos

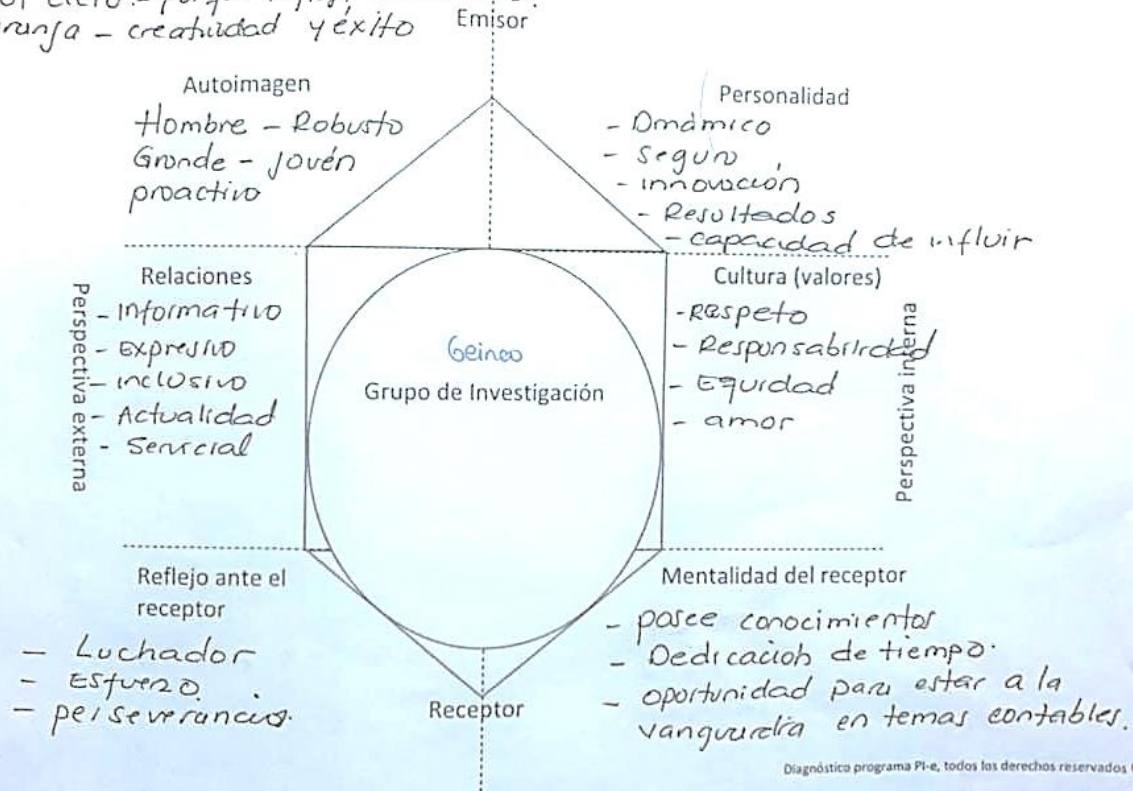


Resultados de la aplicación de Kapferer (2008, p.183) al grupo de investigación GEINCO

2. Hallazgos

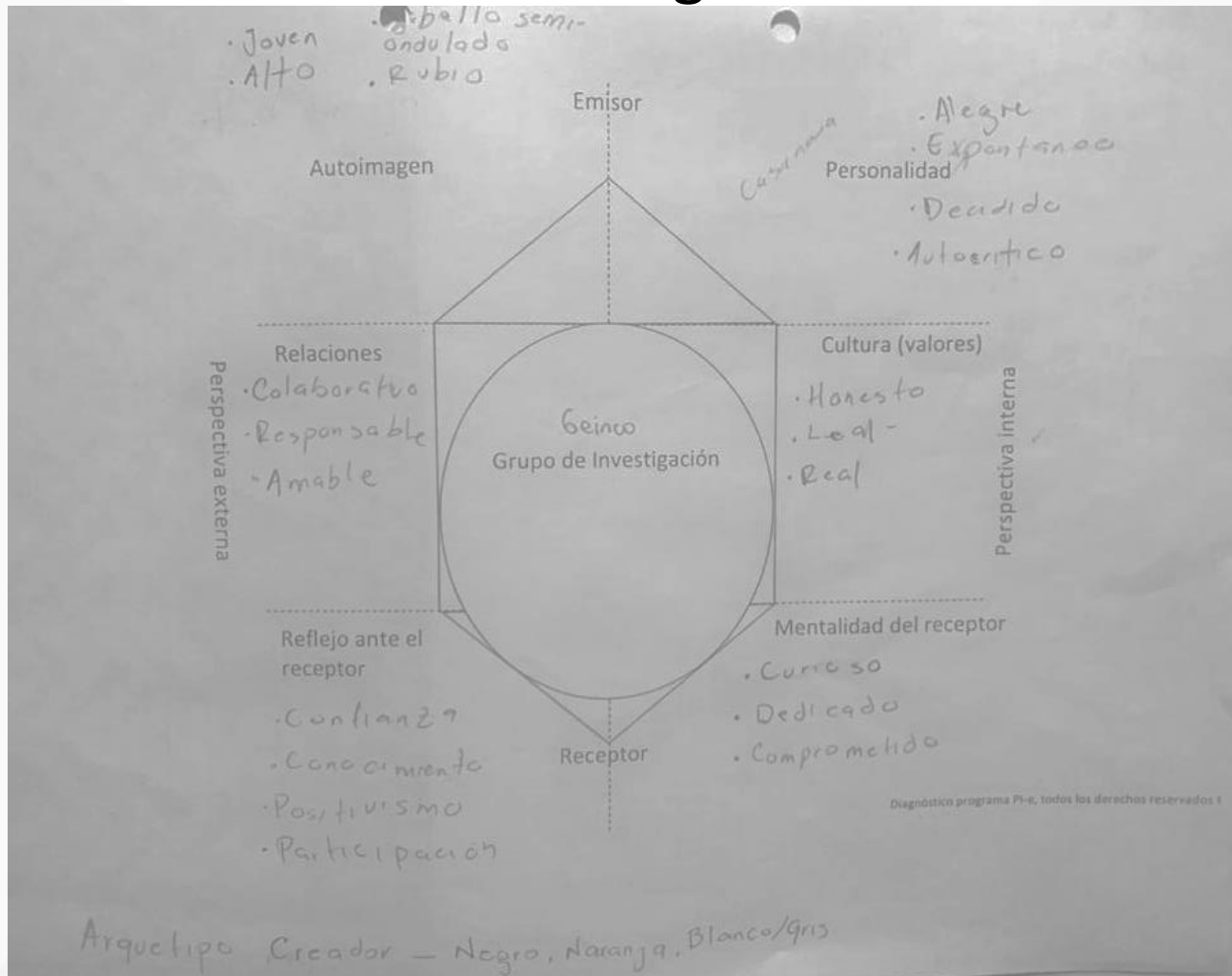
Arquetipo: Creador.

Color: Azul cielo - porque refleja autoridad.
naranja - creatividad y éxito



Resultados de la aplicación de Kapferer (2008, p.183) al grupo de investigación GEINCO

2. Hallazgos



Resultados de la aplicación de Kapferer (2008, p.183) al grupo de investigación GEINCO

3. Análisis Arquetípico

Arquetipos:

Explorador  Busca la verdad

Creador  Crea su verdad

Resultados de la aplicación de Jung (1988: 47-48) y Castro (2018) al grupo de investigación GEINCO

4. Análisis Cromático

Colores:

Azul Cielo



- Calma
- Constancia
- Descanso
- Serenidad
- Confianza
- Libertad
- Infinidad

Naranja



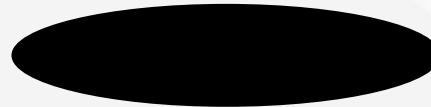
- Alerta la percepción
- Educación

Plata-Gris



- Intelectual
- Modernidad

Negro



- Credibilidad
- Profundidad
- Autoridad
- Fuerza
- Profesionalidad
- Solidez
- Elegancia

Resultados de la aplicación de Psicología del color (2020) a los hallazgos del grupo de investigación GEINCO

5. Recomendaciones

Al tratarse de una construcción grupal se sugiere a los miembros del grupo de investigación GEINCO; conservar su elección colectiva de arquetipos y colores en las fases posteriores de construcción y cocreación de los signos distintivos en relación con el grupo de investigación GEINCO.

En cuanto a los arquetipos para la comunicación, implementar en la construcción de los signos distintivos lo que se socializó en la fase diagnóstica, en cuanto a la personalidad que reflejan los arquetipos elegidos, explorador y creador (García Jara et al, 2020).

6. Referencias

- Atarama-Rojas, T., Castañeda-Purizaga, L., & Agapito-Mesta, C. (2017). Los arquetipos como herramientas para la construcción de historias: Análisis del mundo diegético de “intensamente”. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*.
- Castro, S. (2018). Personalidad de marca: Los 12 arquetipos de Carl Jung. *Mercado Negro*.
<https://www.mercadonegro.pe/branding/personalidad-de-marca-los-12-arquetipos-de-carl-jung/>
- García Jara, R., Araujo Medina, L., Vega-Barbosa, J., Trillos Celis, J. H., Méndez Amaya, J. A., & Ramírez Martínez, J. E. (2020). *Programa Pi-e Aliado: Ruta de Desarrollo Tecnológico e Innovación*.
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/22089/Presentacio%cc%81n%20oficial%20Programa%20Pi-e%20Aliado%20Usta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García Jara, R., Araujo Medina, L., Vega-Barbosa, J., Trillos Celis, J. H., & Ramírez Martínez, J. E. (2020). *Ruta de innovación: programa propiedad industrial para emprendedores Pi-e aliado fase diagnóstico*.
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/22089/Presentacio%cc%81n%20oficial%20Programa%20Pie%20Aliado%20Usta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jung, C. G. (1988): *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: PAIDOS IBERICA.
- Kapferer, J.-N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term* (4.ª ed.). Kogan Page.
- Psicología del Color. (2020). Psicología por colores [Psicología del Color]. *Psicología del Color*.
<https://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-por-colores/>