



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 Administración de Empresas Agropecuarias

Grupo de Investigación GIFAEA

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 Administración de
Empresas Agropecuarias
Grupo de Investigación GIFAEA

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

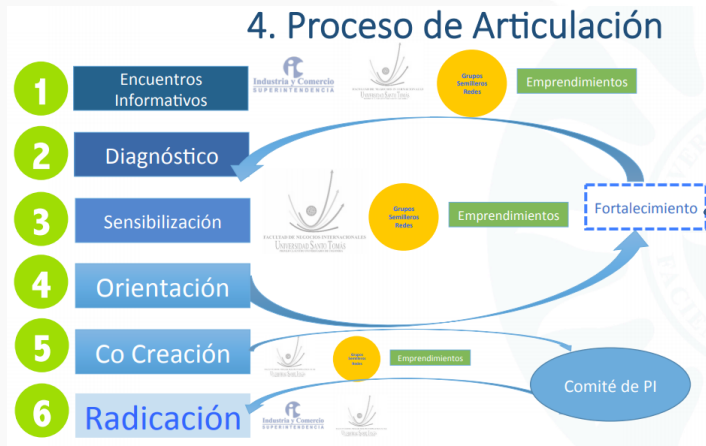
Google Scholar:

<https://scholar.google.es/citations?user=bGrG6gAAAAJ&hl=es>

Contenido

1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e
2. Hallazgos
3. Análisis Arquetípico
4. Análisis Cromático
5. Recomendaciones
6. Referencias

1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e



Ésta fase corresponde a las etapas 3 y 4 del proceso de articulación del programa Pi-e Aliado.

Tomado de: García Jara et al (2020)



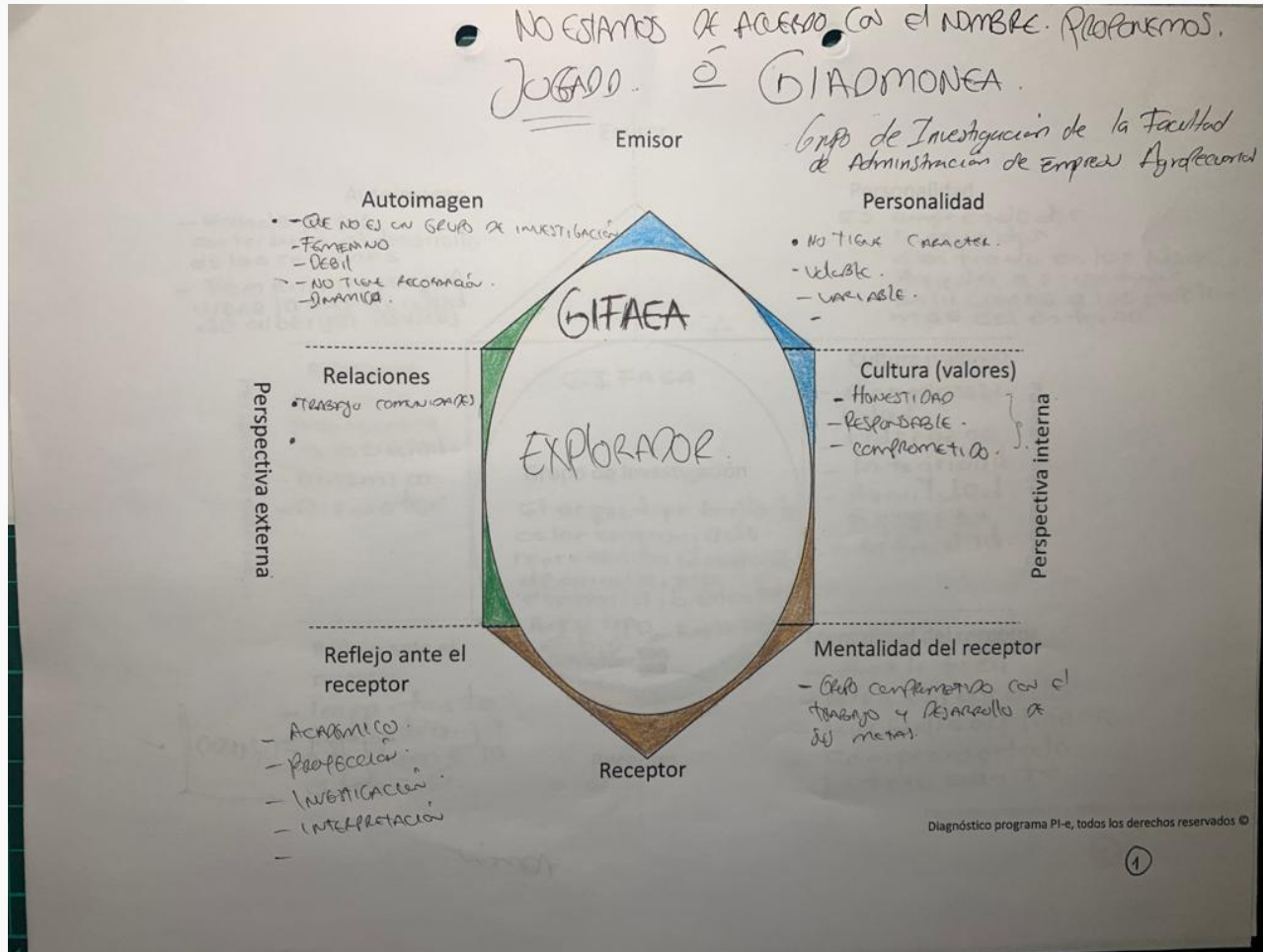
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



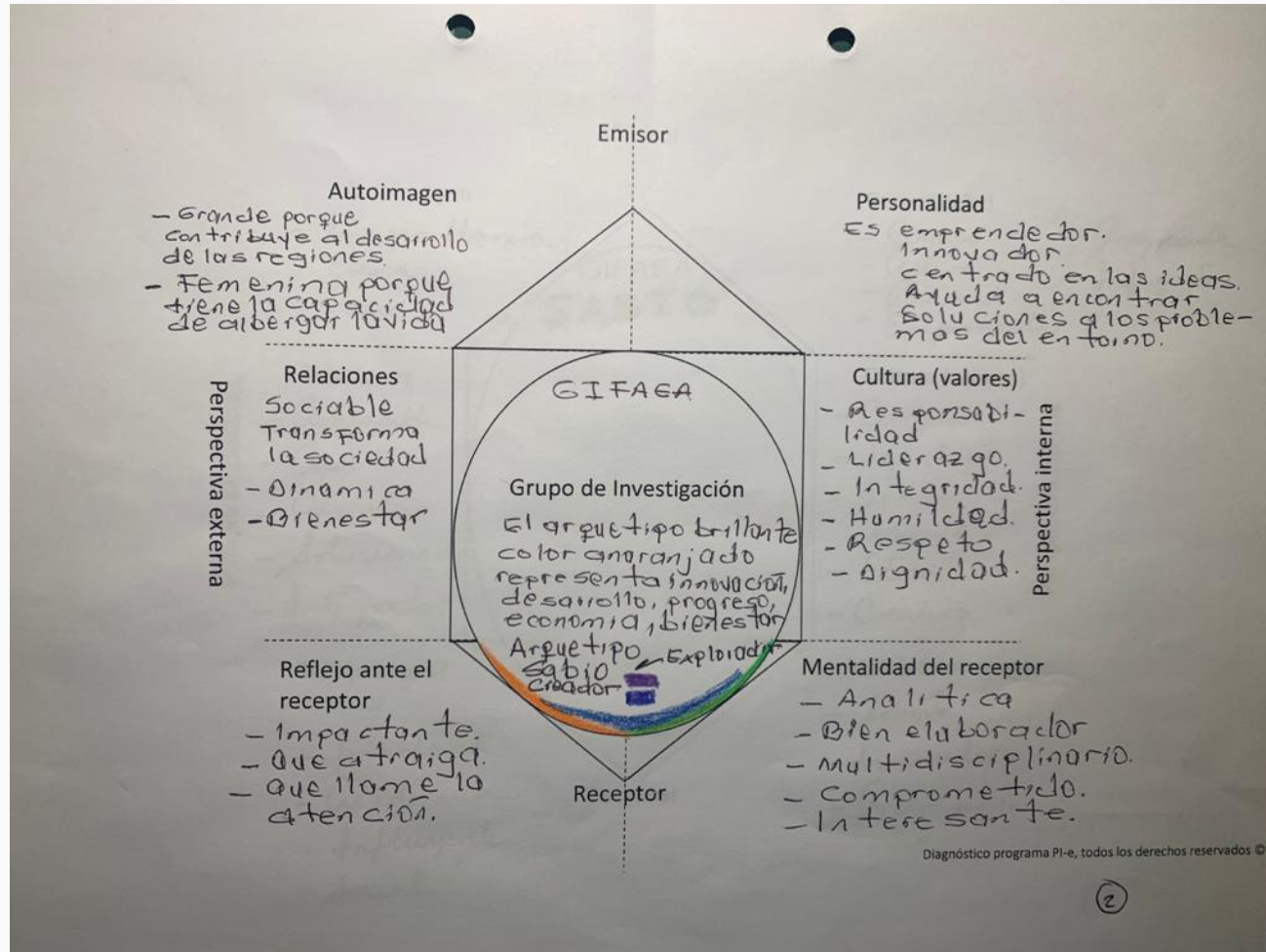
2. Hallazgos

2. Hallazgos



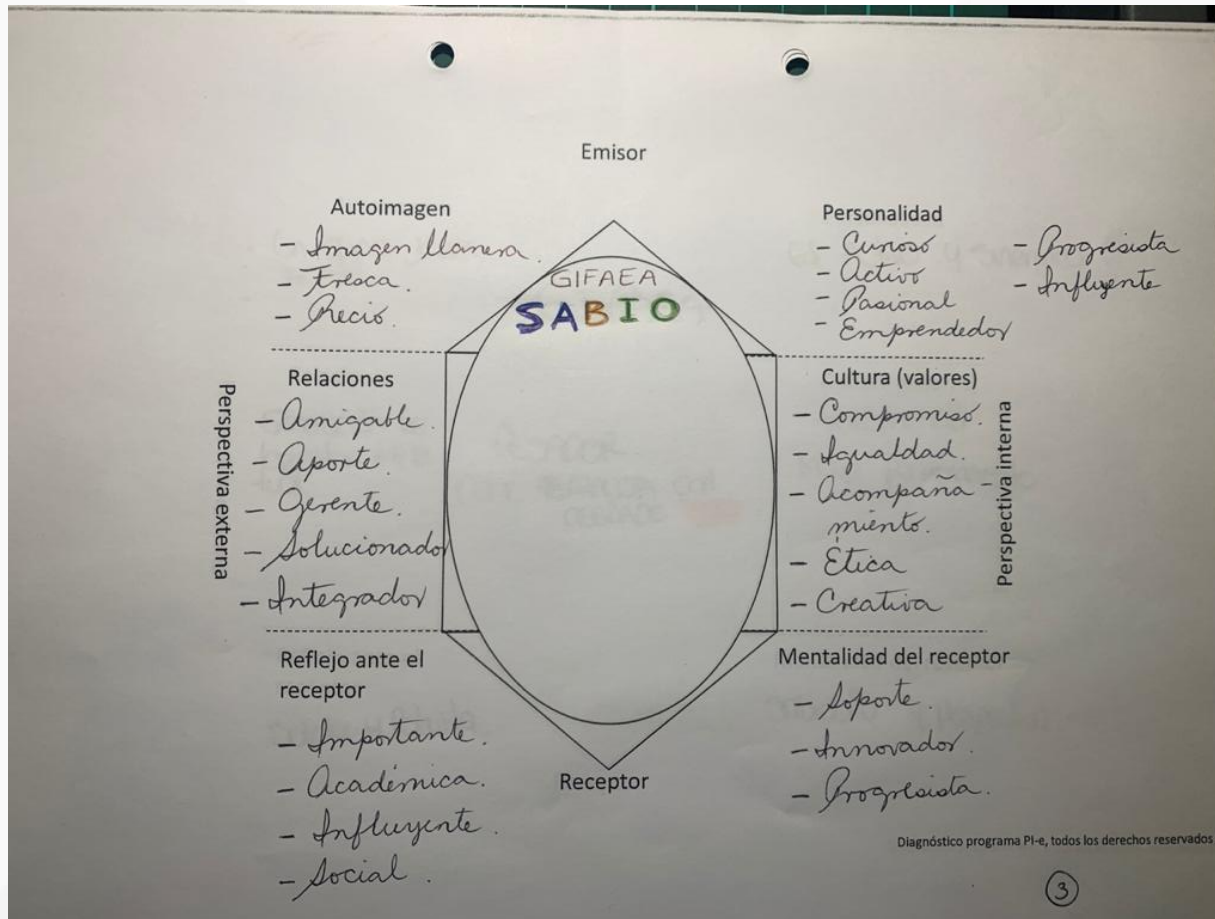
Resultados de la aplicación de Kapferer (2008, p.183) al grupo de investigación GIFAFA

2. Hallazgos



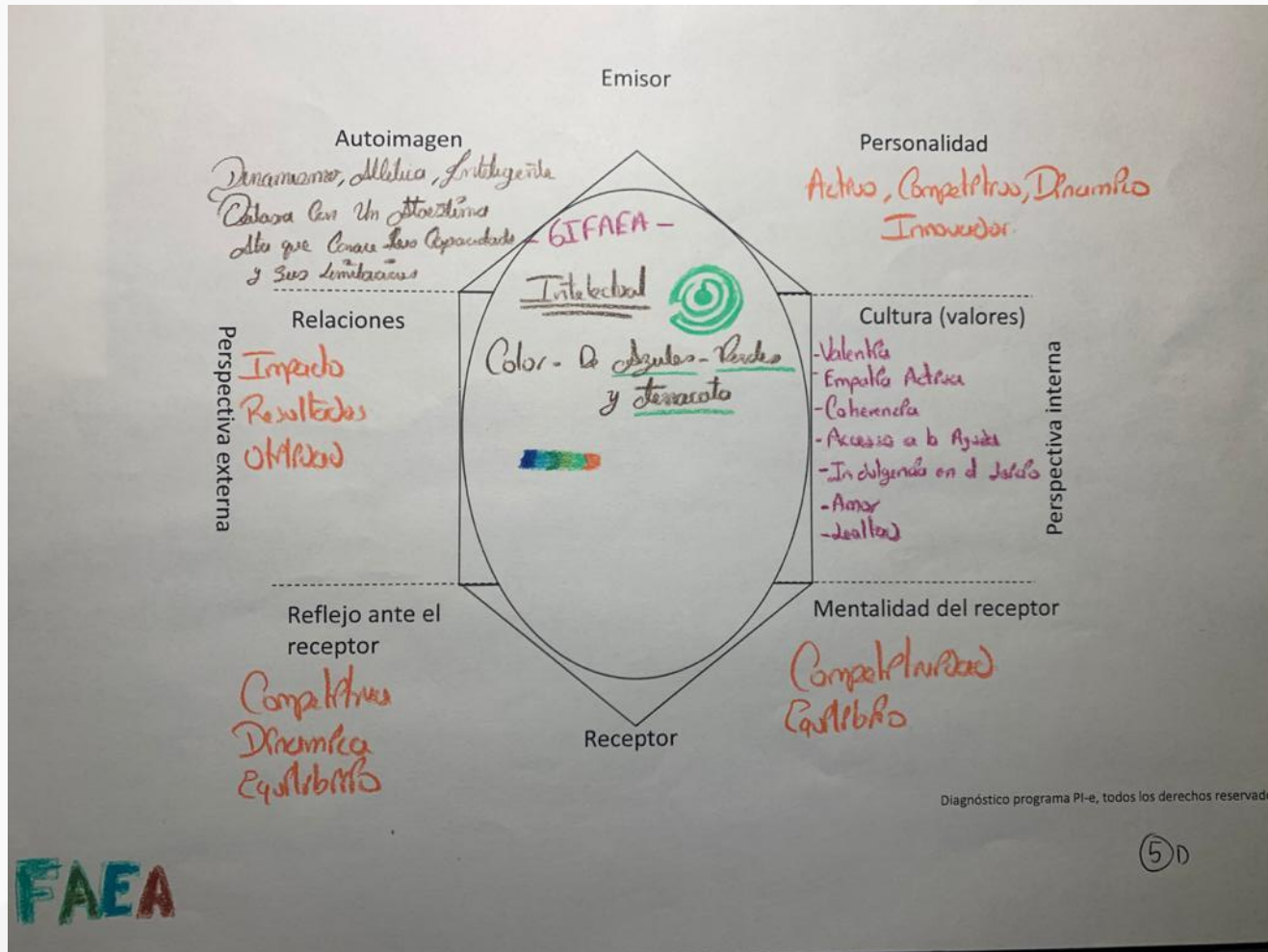
Resultados de la aplicación de Kaperfer (2008, p.183) al grupo de investigación GIFAEA

2. Hallazgos



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

2. Hallazgos



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

3. Análisis Arquetípico

Arquetipos:

Sabio

Posee la verdad

Explorador

Busca la verdad





Creador

Crea su verdad

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

4. Análisis Cromático

Colores:

Azul Mediterráneo		<ul style="list-style-type: none">-Profundidad-Intelecto-Educación-El color de las virtudes espirituales
Azul Cristalino		<ul style="list-style-type: none">-Constancia-Libertad-Infinidad
Verde Fresco		<ul style="list-style-type: none">-Vida-Esperanza-Vitalidad
Terracota Naranja		<ul style="list-style-type: none">-Alusión a la tierra-Crecimiento, expansión-Fuerza

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

5. Recomendaciones

Al tratarse de una construcción grupal se sugiere a los miembros del grupo de investigación GIFAEA; 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.

De igual manera, se sugiere a la facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, conservar los colores resultantes del diagnóstico aquí presentado, para su signo distintivo como marca central e identitaria de la FAEA, sigla-palabra que ya cuenta con notoriedad en la región en la que hace presencia la facultad.

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>
- 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/>