



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

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 del proceso de cocreación Ruta de Desarrollo Tecnológico e Innovación

Programa Pi-e Aliado

Presentación final Semillero de investigación REI

Grupo de Investigación HOLOS



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEUCACIÓN - SNIES 1704



Autores

NOMBRES		CVLAC	ORCID	GOOGLE ACADÉMICO
VEGA BARBOSA	JENNIFER	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001453968	https://orcid.org/0000-0003-4307-4213	http://scholar.google.es/citations?user=bG-rG6gAAAAJ&hl=es
ZAMORA ESCOBAR	JAIRO CAMILO	http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001526877	https://orcid.org/0000-0002-9817-8311	https://scholar.google.es/citations?user=9lOtmR8AAAAJ&hl=es

Yuneisy Lagos Duarte
Laura Daniela Caro Álvarez
Natalia Sofia Velasquez Jimenez
Julieth Astrid Parada Gomez
Diego Oswaldo García Melo
Paula Alejandra Mancera Pérez



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEUCACIÓN - SNIES 1704

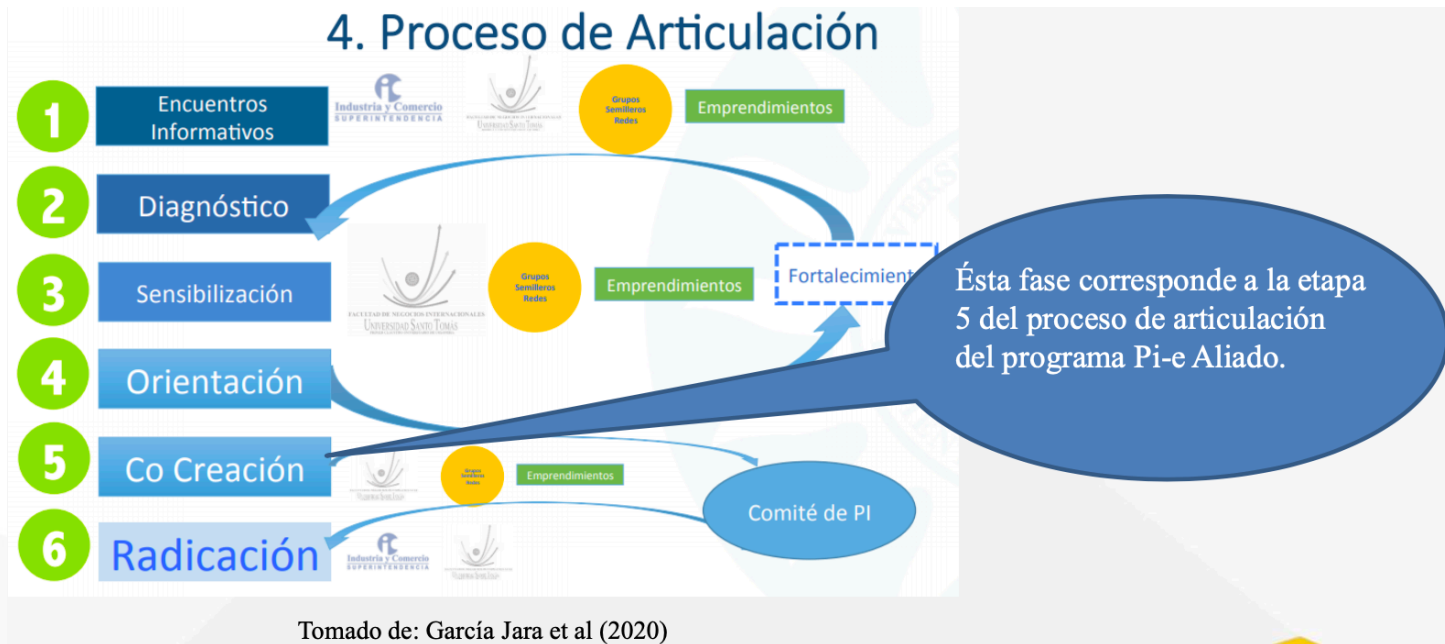


Contenido

1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e Aliado
2. Signo distintivo del semillero de Investigación REI y Soporte Conceptual
3. Prisma de identidad
4. Soporte Arquetípico
5. Soporte Cromático
6. Familia de marcas
7. Referencias

1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e Aliado

1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e Aliado





UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEUCACIÓN - SNIES 1704



2. Signo distintivo del Semillero de Investigación REI



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



REI

Relaciones Económicas Internacionales

semillero de investigación

GRUPO DE INVESTIGACIÓN HOLOS ESTUDIOS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SOPORTE CONCEPTUAL

El signo distintivo del semillero de investigación REI parte del proceso de construcción en torno a la globalización y lo que representan las relaciones económicas internacionales para el semillero.

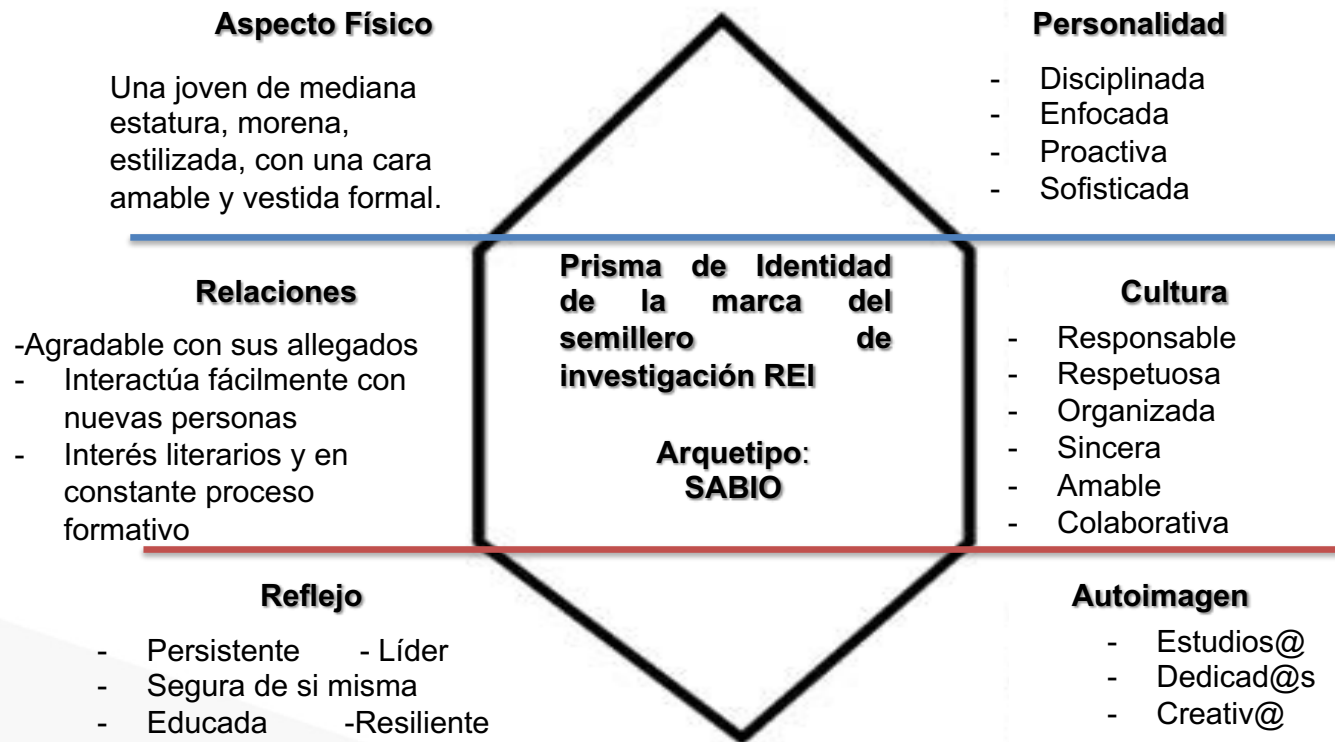
El signo consiste en un conjunto de elementos: en primer lugar, el acrónimo "REI" precisa el término "Relaciones Económicas Internacionales", haciendo especial énfasis en el tema central de estudio del semillero de investigación.

El segundo lugar corresponde a la forma del mismo donde se utilizaron varios componentes, tales como un globo terrestre, que se relaciona a la globalización. El signo pesos, esta relacionado a un campo central de estudio del semillero, como lo es la economía. La bandera, representa las diferentes naciones del mundo, las cuales son campo de estudio dentro del semillero, y por último, un apretón de manos, que representa las diferentes esferas de las relaciones entre las naciones a las cuales están ligados los proyectos de investigación.

El tercer elemento, corresponde a la elección de colores: El negro, el azul y el rojo, los cuales son identitarios de las cualidades a asociar al semillero de investigación.



3. Prisma de identidad





UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINECUCIÓN - SNIES 1704



Señalero REI

Registrabilidad: Viable

Palabra: Cultura

Arquetipo: Subio y Explorador

Colores: Rojo, Azul y Negro

¿Por qué Cultura?

Las propuestas y temáticas en términos generales apuntan a abordar la "cultura"

¿Por qué Subio y Explorador? ^{Arquetipos}

Por sus estrategias de comunicación y las características de imagen que proyectan

¿Por qué los colores?

Son colores que identifican a los arquetipos y nos gustan tal identificación que transmiten

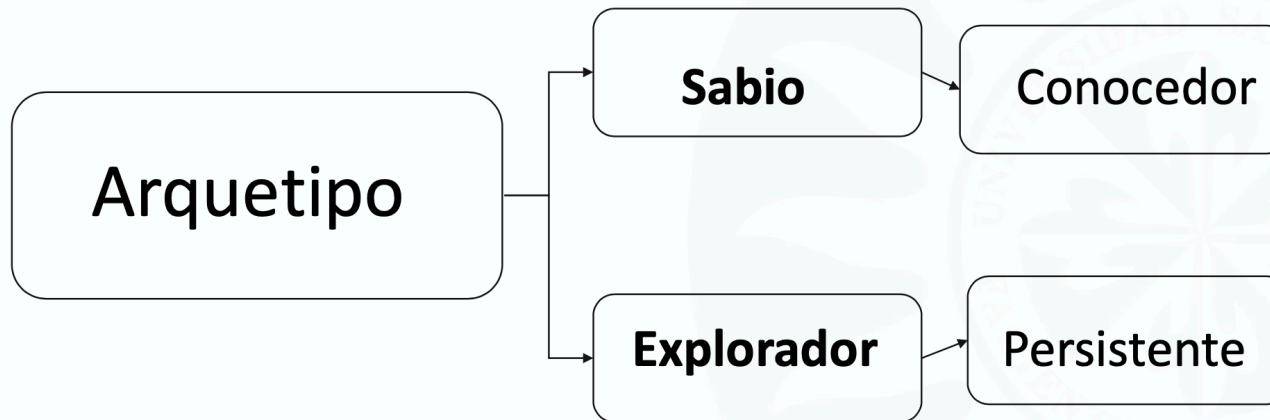


UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEUCACIÓN - SNIES 1704



4. Soporte Arquetípico



5. Soporte Cromático



Elegancia
Autoridad
Estatus
Formal

Estimulación
Pasión
Revolución
Asertivo
Vitalidad
Audacia

Frescura
Inteligencia
Confianza
Corporativo
Seguridad

Resultados de la aplicación de Psicología del color (2020) a los hallazgos del semillero de investigación REI



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



6. Familia de Marcas



Grupo de investigación
HOLOS
ESTUDIOS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES





UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEUCACIÓN - SNIES 1704



7. 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/>](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/>
- Vega-Barbosa, J., García Jara, R., Araujo Medina, L., Trillos Celis, J. H., & Ramírez Martínez, J. E. (2020). Resultados Fase Diagnóstica: Sensibilización y Orientación a la Facultad de Negocios Internacionales Grupo de Investigación HOLOS. Universidad Santo Tomás. Villavicencio
- Trillos, J., Vega-Barbosa, J., Velásquez, J., Reyes, A., Sosa, C., Toca, J., Zamora, J. Presentación Signo Distintivo Grupo de investigación HOLOS. Universidad Santo Tomás sede de Villavicencio.
- Zamora, J., Vega-Barbosa, J., Lagos, Y., Caro, L., Velásquez, N., Parada, J., García, D., Mancera, P. Resultados del proceso de cocreación Ruta de Desarrollo Tecnológico e Innovación Programa Pi-e Aliado Presentación final **Semillero** de investigación REI Grupo de Investigación HOLOS



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



COLORES

<https://www.entrepreneur.com/article/269009>

<https://psicologiamente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

ARQUETIPOS

<https://www.soyunamarca.com/12-arquetipos-para-dar-personalidad-a-una-marca-en-social-media-branding/>

<https://www.makinglovetomarks.es/blog/arquetipos-de-personalidad-de-marca/>

PRISMA

<https://www.ondho.com/prisma-identidad-de-marca/>