



# 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 Fase Diagnóstica: Sensibilización y Orientación a la Facultad de  
Ingeniería Industrial Grupo de Investigación Gindeollanos

Ruta de Desarrollo Tecnológico e innovación Programa Pi-e Aliado



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINECUCACIÓN - SNIES 1704



Universidad Santo Tomás Sede de Villavicencio

Ruta de Desarrollo Tecnológico e innovación Programa Pi-e Aliado

Vicerrectoría Académica

Resultados Fase Diagnóstica: Sensibilización y Orientación a la Facultad de Ingeniería Industrial

Grupo de Investigación Gindeollanos

Jennifer Vega-Barbosa

(Investigadora Asociada Minciencias)

Research Gate:

[https://www.researchgate.net/profile/Jennifer\\_Vega\\_Barbosa](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](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 Aliado
2. Resultados Fase Diagnóstica: Grupo de Investigación Gindeollanos
3. Análisis Arquetípico
4. Análisis Cromático
5. Recomendaciones
6. Referencias



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

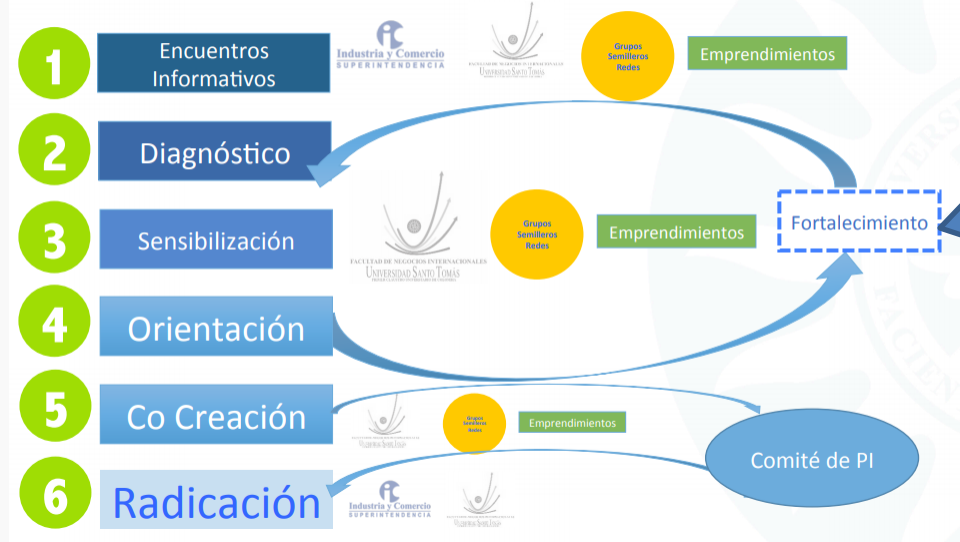
VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



# 1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e

# 1. Fase proceso de articulación Programa Pi-e

## 4. Proceso de Articulación



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)



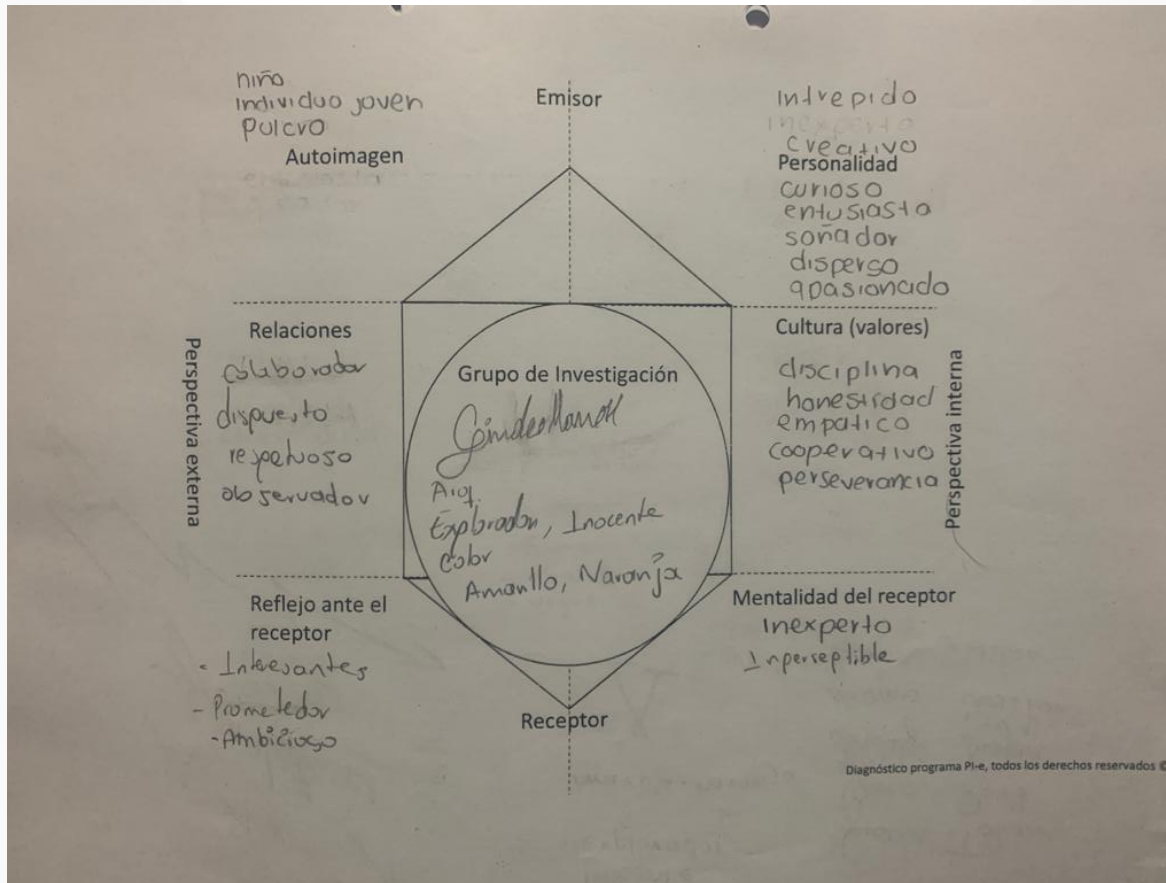
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



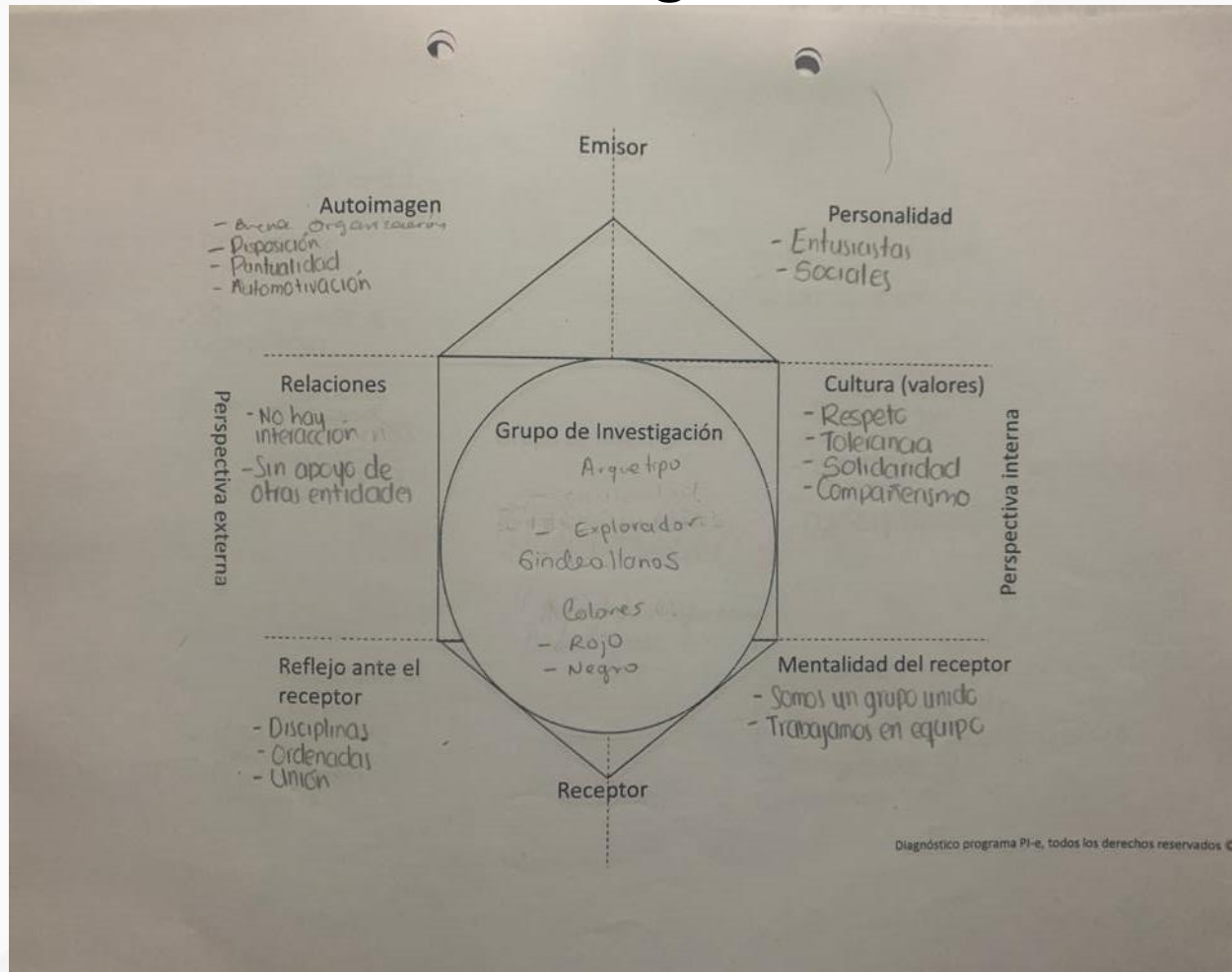
## 2. Hallazgos en la Facultad de Ingeniería Industrial Grupo de Investigación Gindeollanos

## 2. Hallazgos



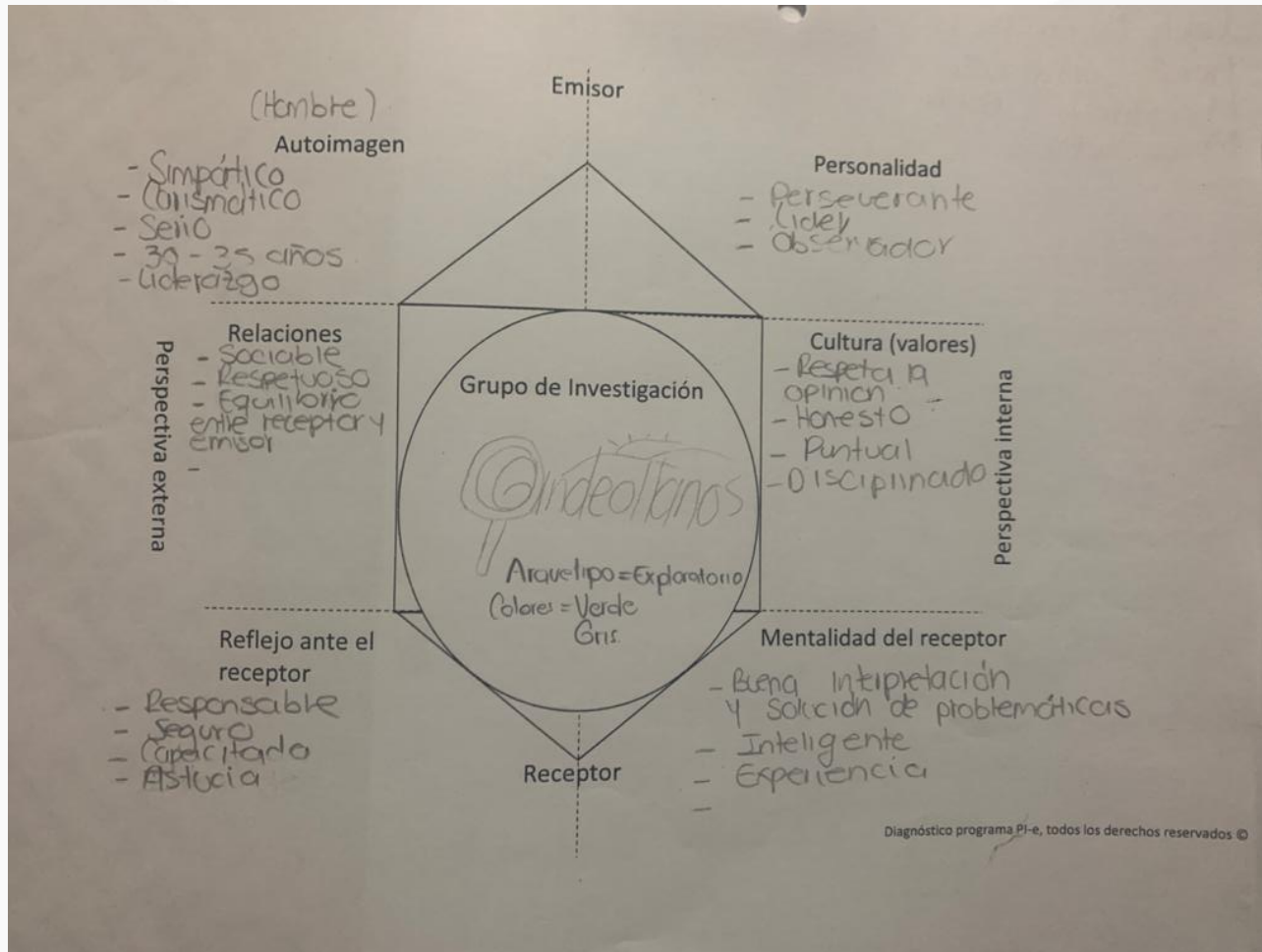
Resultados de la aplicación de Kapferer (2008, p.183) al grupo de investigación Gindeollanos

## 2. Hallazgos



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

## 2. Hallazgos



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

# 3. Análisis Arquetípico

Arquetipo:







Explorador

Busca la verdad

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

# 4. Análisis Cromático

## Colores:

Gris		-Reflexión -Practicidad
Verde Primavera		-Vida -Quintaesencia de la naturaleza
Negro		-Poder -El universo
Rojo		Poder -Alegría -Amor
Naranja-Terracota		-Alerta la percepción -Educación
Amarillo		-Entendimiento -Diversión

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

## 5. Recomendaciones

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

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 refleja el arquetipo elegido: explorador (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/>