

Temas de investigación



Experiencias del consumidor

Se busca entender la experiencia en el consumidor en el *retail* y su relación con las marcas.



Bienestar

Indagan acerca del bienestar subjetivo, sobre el estado de la felicidad, del bienestar psicológico en función de las estrategias de mercadeo y sus correlaciones.



Experiencias de servicio con robótica

Comprueban si la inteligencia artificial, la realidad virtual o la robótica mejorarían o no la calidad del servicio, verificando si son una moda o realmente crean valor generalizable.

Aporte para el sector

Uno de los objetivos de la Universidad Externado es entender las experiencias desde el punto de vista del consumidor, por medio de modelos conceptuales que parten de la biología, teniendo en cuenta que los comportamientos de los consumidores se rigen por su desarrollo biológico y psicológico.

Comprender cómo los contextos natural, ambiental o cultural conforman una nueva y mejor experiencia, se puede traducir en estrategias específicas. Para ello, el foco y unidad de análisis es el *retail*.

En ese sentido, se adelantan trabajos de investigación sobre cómo se pueden mejorar las experiencias del consumidor en el punto de venta, integrando el diseño arquitectónico, el diseño de portafolio de productos y la comunicación de marca.

Una mejor experiencia hace que una persona tenga mayor capacidad cognitiva y emocional, para procesar y tomar una decisión de compra más efectiva en cualquier marca.

Sinergia con la industria

Para cerrar la brecha que hay entre el mundo empresarial y la academia, y orientarse más al mercado sin perder el fundamento académico, la universidad ha firmado convenios con algunos centros comerciales para hacer investigaciones de experiencias del consumidor.

Además, adelanta trabajos con la industria, con participación de los estudiantes por medio de dos mecanismos: en el primero, los trabajos de grado que se hacen usando unidades de análisis relevantes para el empresariado. En otras palabras, se motiva a los estudiantes para que realicen investigaciones en sus empresas y de esta manera generen valor para las compañías y conocimiento generalizable en contextos internacionales y nacionales.

El segundo mecanismo es el Plan Padrinos, en el que los estudiantes llevan a cabo ejercicios de consultoría guiados por consultores *senior*. Allí, aprenden por medio de un formato de diagnóstico y consultoría de gestión, desde donde formulan propuestas estratégicas para las Pyme. De esta manera están conectados con la realidad del país, aprenden de la práctica y fortalecen el tejido empresarial colombiano. ■

Universidad
Externado
de Colombia

FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Contacto

Germán Contreras Ramírez
Director del Centro de Estudios en Mercadeo
german.contreras@uexternado.edu.co
PBX Teléfonos: (571) 3537000, 3420288 y
3419900 Ext. 1277-1232