

Oscar Javier Robayo Pinzón



C.C. 79843140 de Bogotá

Móvil: 3123004854

E-mail: osrobayo@poligran.edu.co

CvLac:

http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000446769

Perfil ORCID:

<http://orcid.org/0000-0002-1475-2460>

PERFIL PROFESIONAL

Profesional en Psicología y Magíster en Psicología del Consumidor (Fundación Universitaria Konrad Lorenz).

Poseo fuertes competencias en el diseño e implantación de investigaciones de Mercados, a nivel tanto cualitativo como cuantitativo, técnicas de muestreo, diseño de instrumentos de recopilación de datos, análisis estadístico de datos, presentación de reportes y seguimiento a los resultados obtenidos. Manejo de un enfoque científico sobre el comportamiento del consumidor que le permite a la empresa mantener un alto nivel de satisfacción y conservación de sus clientes.

También en la descripción y análisis de perfiles de consumo para productos tangibles e intangibles, teniendo en cuenta la percepción del consumidor, sus creencias y actitudes, modelos de toma de decisión, factores motivacionales, y análisis funcionales de la manera en la que las variables de marketing afectan los comportamientos de compra de los consumidores.

Áreas de interés investigativo: Comportamiento del consumidor infantil y adolescente, hábitos y prácticas de uso de productos tangibles e intangibles, "Customer Journey", Patrones de compra de productos de consumo masivo, Aceptación y uso de las tácticas de marketing móvil.

EXPERIENCIA

POLITECNICO GRANCOLOMBIANO - INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA

Facultad de Mercadeo, Comunicación y Artes.

DOCENTE INVESTIGADOR TIEMPO COMPLETO

Función básica:

Planificar, gestionar y ejecutar proyectos de investigación aplicada e iniciación científica en el ámbito del mercadeo y del comportamiento del consumidor en particular. Apoyar la vinculación del grupo de investigación Mercadeo I+2 a redes de trabajo colaborativo, apoyar la mejora de los procesos académicos en las asignaturas relacionadas con los proyectos de investigación gestionados, asegurando a su vez la calidad y el acceso a la información relacionada con dichos procesos.

Fecha : Desde Agosto de 2016 hasta la actualidad.

**POLITECNICO GRANCOLOMBIANO - INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA:
Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación.**

LIDER DE FOMENTO A LA INVESTIGACIÓN

Función básica:

Planificar, gestionar y monitorear los procesos correspondientes a los subsistemas de investigación de la institución (Iniciación Científica e Investigación Aplicada), apoyando la vinculación de los grupos de investigación a redes de trabajo colaborativo, los programas de formación en investigación para el equipo docente de la institución, asegurando a su vez la calidad y el acceso a la información relacionada con dichos procesos.

Fecha : Desde Julio de 2014 hasta Julio de 2016.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC – Programa de Mercadeo.

DOCENTE INVESTIGADOR DE TIEMPO COMPLETO

Función básica:

1. Desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje para las materias "*Comportamiento del Consumidor* "; "*Investigación de Mercados Cuantitativa*".
2. Liderar la Línea de Investigación en Comportamiento del Consumidor en el Grupo de Investigación en "Gestión y Desarrollo Organizacional" (Órgano de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas).

Fecha: Febrero de 2014 hasta Junio de 2014.

INDUSTRIAS HACEB S.A.

COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Función básica:

1. Liderar y gestionar los procesos que le permitan al área de investigación de mercados ofrecer información válida y oportuna que permita al equipo directivo de la organización tomar mejores decisiones a nivel estratégico y táctico, partiendo de un enfoque en el que prima la generación de un valor percibido por los clientes superior al de la competencia. Participar en proyectos y procesos de innovación y desarrollo de productos y servicios en trabajo conjunto con otras áreas. Para ello, el direccionamiento y gestión del área consta de dos componentes:
 - 1.1. Liderar los procesos de inteligencia empresarial: Sistema de Información del Mercado, Sistema de Comercio Exterior, Matriz de Portafolio, Participación del Mercado (Market Share), Matriz de Codificación, Perfil de Competidores del Sector, entre otros.
 - 1.2. Liderar los procesos de investigación del consumidor a nivel cualitativo y cuantitativo: Exploración de necesidades de los clientes, segmentación de

mercados, estudios de satisfacción del cliente, pruebas de producto, estudios de imagen de marca y posicionamiento, entre otros.

Fecha: Desde Enero de 2012 hasta Abril de 2013.

POLITECNICO GRANCOLOMBIANO - INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA: Programa de Mercadeo y Publicidad – Facultad de Mercadeo, Comunicación y Artes.

DOCENTE DE TIEMPO COMPLETO

Función básica:

1. Desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje para las materias "*Comportamiento del Consumidor I y II*"; "*Investigación de Mercados I*", "*Investigación de Mercados II*" e "*Investigación del Consumidor*".
2. Liderar la Línea de Investigación en Comportamiento del Consumidor en el Grupo de Investigación "Mercadeo I + 2" (Órgano de Investigación de la Facultad de Mercadeo, Comunicación y Artes del Politécnico Grancolombiano). Áreas de interés investigativo: Estudios de patrones de compra del consumidor colombiano, Impacto de las variables de imagen de la marca en las conductas de compra, Comportamiento del consumidor infantil y adolescente, Creación de un Modelo de Valor desde el punto de vista del consumidor.

Fecha : Desde Febrero de 2010 hasta Diciembre de 2011.

BUSINESS PARTNER CONSULTING LTDA.

INVESTIGADOR FREE LANCE

Función básica:

Diseño y ejecución de investigaciones de mercados a nivel cualitativo y cuantitativo para diferentes clientes de la empresa. Aplicación de técnicas cualitativas como la etnografía, sesiones de grupo y entrevistas en profundidad, así como técnicas cuantitativas como la encuesta y el panel de hogares.

Fecha : Desde Junio de 2000 hasta Diciembre de 2011.

POLITECNICO GRANCOLOMBIANO - INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA: Programa de Mercadeo y Publicidad y Programa de Negocios Internacionales.

DOCENTE DE CATEDRA

Función básica:

1. Desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje para las materias "*Comportamiento del Consumidor I y II*"; "*Investigación de Mercados I*", "*Investigación de Mercados II*" e "*Investigación del Consumidor*".
2. Dirigir la Línea de Investigación en Comportamiento del Consumidor en el Centro de Gestión de Información (Órgano de Investigación de la Facultad de Mercadeo y Publicidad del Politécnico Grancolombiano). Áreas de interés investigativo: Estudios de estilos de vida del consumidor colombiano, Impacto de las variables de diseño ambiental (merchandising) en las conductas de compra, Creación de un Modelo de Valor desde el punto de vista del consumidor.

Fecha :

Actividad docente: Desde julio de 2000 hasta noviembre de 2009 y Agosto – Noviembre de 2013.

Actividad investigativa en el Centro de Gestión de Información: Desde Junio de 2003 hasta Diciembre de 2005.

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO: Facultad de Mercadeo

DOCENTE DE CÁTEDRA

Función básica:

Desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje para las materias *Investigación de Mercados Cualitativa*, *"Investigación de Mercados Cuantitativa"* y *"Fundamentos de Investigación"*.

Fecha : Actividad docente: Junio de 2004 a Junio de 2006.

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA - SEDE NEIVA: Facultad de Administración de Empresas – Diplomado en Mercadeo Estratégico

DOCENTE DE CÁTEDRA

Función básica:

Desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje para el módulo de *"Comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados"*.

Fecha : Actividad docente: Junio 2005.

ESCUELA DE POSTGRADO – POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO: Especialización en Gerencia de Mercadeo

DOCENTE DE CÁTEDRA

Función básica:

Desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje para el módulo de *"Modelos de Decisión en el Consumidor"*.

Fecha: Desde Agosto de 2005 hasta Diciembre de 2011 y Septiembre – Octubre de 2013.

UNIVERSIDAD DEL TOLIMA – Facultad de Administración de empresas – Especialización en Gerencia de Mercadeo y Ventas

DOCENTE DE CÁTEDRA

Función básica:

Desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje en el módulo de *Análisis del Consumidor*.

Fecha: Septiembre de 2007.

UNIVERSIDAD EAN – Escuela de Posgrados - Especialización en Gerencia de Mercadeo y Especialización en Comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados

DOCENTE DE CÁTEDRA

Función básica:

Desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje en los módulos de: *Comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados; Conocimiento del Mercado; Investigación Cualitativa*.

Fecha: Desde Septiembre de 2007 hasta mayo de 2009

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA – Escuela de Posgrados – Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico.

DOCENTE DE CÁTEDRA

Función básica:

Desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje para el módulo de "*Comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados.*"

Fecha: Mayo de 2009.

FORMACIÓN ACADÉMICA

- DOCTORADO* : Universidad Nacional de Colombia
(*En curso*) Doctorado en Ingeniería – Industria y Organizaciones
Facultad de Ingeniería
2017 – 2018. Bogotá D.C.
- MAESTRÍA* : Fundación Universitaria Konrad Lorenz
Título obtenido: Magister en Psicología del Consumidor
2010. Bogotá D.C.
- POSTGRADO* : Fundación Universitaria Konrad Lorenz
Especialización en Psicología del Consumidor
Título obtenido: Especialista en Psicología del Consumidor
2003. Bogotá D.C.
- SUPERIOR* : Fundación Universitaria Konrad Lorenz
1999. Título obtenido: Psicólogo.
Bogotá D.C.

SEMINARIOS Y ESTUDIOS

Diplomado en "Diseño y Gestión de Proyectos de Investigación".

Julio 9 al 30 de 2010.

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano en asocio con la Fundación Latinoamericana para la Promoción de la Ciencia (FUNLACI).

Diplomado en "Educación Virtual".

Julio a Noviembre de 2009.

Fundación Universitaria Konrad Lorenz.

Diplomado en Docencia Universitaria "Un ejercicio de confianza".

Febrero a Diciembre de 2002.

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Bogotá, D.C.

Seminario "Cambio Organizacional". Septiembre 18 de 1998.

Dirigido por la Dra. María Malott . Ph.D Western Michigan University

Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Bogotá D.C.

LOGROS Y DESEMPEÑO

Tesis Meritoria: Título: "Patrones de elección de marca en función de los cambios en los niveles de refuerzo utilitario e informacional en categorías de productos de consumo". Maestría en Psicología del Consumidor. Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Fecha: 14 de diciembre de 2009.

Grado Meritorio - 1999
Fundación Universitaria Konrad Lorenz.

Poster: "The Evolution of Teleological Behaviorism"
Expuesto en:
VIII Congreso Colombiano de Psicología. Universidad Nacional de Colombia.-1998
26th ABA Annual Convention, Washington, D.C. - 2000

ARTICULOS PUBLICADOS EN REVISTAS CIENTIFICAS

Robayo-Pinzon, O., Montoya, L. A., & Rojas-Berrio, S. (2017). Mobile marketing: Conceptualization and research review. *Espacios*, 38(61).

Mosquera, F., Rojas-Berrio, S., Robayo-Pinzon, O. (2017). Orientación al Mercado en las Pequeñas Empresas del Sector Calzado en Cuero de la Ciudad de Bogotá. *Revista Investigación Administrativa v.46 fasc. 120 p.1 – 18.*

Rojas, S., Vega, R., Robayo, O., Montoya, L., Piedrahita, G. (2016). Big Data: trend emerging from research in marketing. *Espacios*, 37(38), 2.

Juvinao, P., Rojas, S., Robayo, O. (2016). Identificación de calidad del servicio de gas domiciliario en Atlántico, Valle del Cauca y Bogotá, partiendo de peticiones, quejas y reclamos. *Revista Libre Empresa*, 13 (2), 11 - 26.

Ortegón, L., Robayo, O. (2015). Comportamiento del consumidor infantil: recordación y preferencia de atributos sensoriales de marcas y productos para la lonchera en niños de Bogotá. *Poliantea*, 11, 13-29.

Rojas, S., Torres, M., Robayo, O. (2015). Identificación de niveles de calidad en el servicio a partir de peticiones, quejas y reclamos en el servicio en entidades bancarias de Colombia 2007-2014. *Revista Libre Empresa*, 12 (2), 11 - 26.

Robayo, O., Ortegón, L. (2013). Patrones de Elección de Marca y Niveles de Refuerzo Diferencial en Categorías de Productos de Consumo Masivo. *Revista Psicología Desde El Caribe*, 30 (3), 449 - 477.

Robayo, O. (2012). Las marcas y el proceso de socialización del consumo en niños y adolescentes. *RedMarka: Revista Académica de Marketing Aplicado y Comunicación*, 2, 21-51.

Robayo, O. (2010). El modelo de perspectiva conductual como alternativa para la interpretación del comportamiento del consumidor. *Poliantea*, 11, 188 – 210.

Sandoval, M., Robayo, O, Rincon, J., Cortés, O. (2009). Patrones de elección de marca en función de los cambios en los niveles de refuerzo utilitario e informacional en categorías de productos de consumo masivo. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41, (3), 497-517.

Robayo, O. (2008). Medición del Sistema de Valores en un subgrupo de la población colombiana. *Poliantea*, 6, (1), 169-179.

Robayo, O., Guayara, R. García, D. (2004)."El efecto de la información y los atributos del producto en las conductas de elección dentro de la categoría de consumo ecológico. *Poliantea*, 1 (1), 119-139.

PONENCIAS EN EVENTOS CIENTÍFICOS

*Paper: Mobile Marketing: A Consumer Behaviour Perspective
Academy of Marketing Science (AMS) 2018 Annual Conference
May 23rd – May 25th, 2018.
New Orleans, Louisiana, U.S.A.*

*Paper: Consumer Behaviour Analysis applied to Mobile Marketing
Association for Consumer Research (ACR) Latin American Conference 2017
July 5th to 8th, 2017.
Cali, Colombia.*

*Paper: Patterns of Brand Choice for Fast Moving Consumer Goods at Low and Middle-Class Households
37th Annual Convention of ABAI (Association for Behavior Analysis International).
May 26th to May 31st, 2011.
Colorado Convention Center, Denver CO (USA).*

OTROS CONOCIMIENTOS

*Inglés: IELTS ACADEMIC TEST
Overall Band Score: 7.0
Certificado por: British Council (Bogotá, Colombia). Válido hasta:
Mayo 2018.*

Software:

- *SPSS: Análisis estadístico de datos a nivel descriptivo e inferencial.*
- *Atlas TI: Análisis cualitativo de datos en investigación de mercados.*

- *SPAD*: Análisis lexicográfico de datos en investigación de mercados cualitativa.

REFERENCIAS

César Augusto Atehortúa :	Director de la Escuela de Marketing y Branding
Institución :	Politécnico Grancolombiano
Teléfono :	7455555 Ext. 1246
Sandra Patricia Rojas :	Directora de Investigación
Institución :	Politécnico Grancolombiano
Teléfono :	7455555 Ext.: 1141 – 1213
Jorge Olaya :	Director Comercial
Empresa :	Industrias Haceb S.A.
Teléfono :	3152887684 ; (574) 4005242
Marithza Sandoval :	Directora de la Maestría en Psicología del Consumidor
Institución :	Fundación Universitaria Konrad Lorenz
Teléfono :	312-5234656 ; 3472311