

ABCesantías : Plataforma digital para la alfabetización financiera en las Cesantías

Maria Camila Landinez Adarme
Mateo Florez
Carlos Enrique Sandoval Cañon

Especialización en Gerencia de Multimedia y Comunicación Digital

Universidad Santo Tomás

Bogotá D.C – abril 2024

Link presentación: <https://view.genial.ly/6609d44d822d5a00149537ed/presentation-abcesantias-plataforma-digital-para-la-alfabetizacion-financiera-e>

0. Introducción

Las cesantías fueron un derecho laboral fundamental en Colombia que buscaba brindar a los trabajadores un apoyo económico en caso de que terminaran su relación laboral. Sin embargo, muchos trabajadores no conocían a fondo las opciones que tenían para usar sus cesantías, lo que podía llevar a tomar decisiones financieras inadecuadas.

Este proyecto de investigación tuvo como objetivo principal diseñar una herramienta de comunicación digital que facilitara el proceso de alfabetización financiera para el uso adecuado de las cesantías en personas afiliadas a las Administradoras de Fondos y Pensiones (AFP) en Bogotá.

La herramienta se basó en una metodología de enfoque cuantitativo para identificar las necesidades y los conocimientos de la población objetivo sobre las cesantías. A partir de esta información, se diseñó una herramienta que brindara información clara, precisa y accesible sobre las diferentes opciones de uso de las cesantías, así como consejos y recomendaciones para tomar decisiones financieras responsables.

Este proyecto tuvo una gran pertinencia debido a la importancia de las cesantías como herramienta de protección económica para los trabajadores. Además, la metodología de encuesta permitió asegurar que la herramienta se ajustara a las necesidades reales de la población objetivo.

Se esperaba que este proyecto tuviera un impacto positivo en la vida de las personas que no conocían o no tenían claro el uso de las cesantías, permitiéndoles tomar decisiones financieras más informadas y responsables.

1. Planteamiento del problema

La educación es un proceso de preparación y formación en el que las personas adquieren conocimientos, habilidades, valores y actitudes que les permiten crecer tanto personalmente como en su relación con la sociedad. Este proceso también representa para cada individuo, una herramienta de suma importancia para aportar conocimientos en el desarrollo de actividades económicas. Ahora bien para entender el proceso de formación de las personas sobre conceptos relacionados con finanzas es importante entender el fenómeno de la educación financiera y como este se relaciona con la era digital por la cual la humanidad atraviesa actualmente.

La educación financiera: es un elemento de gran importancia en la economía de los países y en el nivel de vida de cada persona, por lo que, si se busca la resolución de esta problemática social, resulta vital contar con datos empíricos recientes, obtenidos por medio de una metodología confiable, pues esta información permitirá proponer estrategias de educación financiera y la implementación de programas de educación financiera. (Ramosetal.2017, p.268)

La ausencia de herramientas efectivas de educación financiera representa un desafío significativo en la actualidad para la mayoría de la población en Colombia. Esta carencia dificulta que las personas adquieran los conocimientos necesarios para gestionar adecuadamente sus finanzas personales, lo que a su vez puede llevar a decisiones financieras desfavorables y a una falta de preparación para situaciones adversas. Además, la falta de este tipo de educación puede contribuir a la propagación de mitos y malas prácticas financieras, aumentando así la vulnerabilidad de las personas a nivel económico. Por lo tanto, es crucial abordar esta falta de herramientas de educación financiera para promover la estabilidad y el bienestar económico de las personas.

Durante el último año, la situación económica de los colombianos se vio considerablemente impactada por la pandemia y sus repercusiones en la economía nacional. A pesar de ello, es importante reconocer que en el país existen algunas prácticas poco favorables que impiden aprovechar al máximo los recursos disponibles. Según un reporte de la revista Semana, una investigación realizada por profesores colombianos en el extranjero identificó diversas prácticas desfavorables de los ciudadanos al momento de pagar sus deudas. Entre ellas se destacan la escasa planificación de los recursos, la falta de ahorro y los gastos innecesarios,

entre otros aspectos. El académico Johny José García Tirado, quien lideró este estudio sobre los errores en la gestión financiera de los hogares colombianos, corroboró datos previamente señalados por investigaciones del Banco Mundial y del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF). Infobae (2021).

El 94% de los colombianos informó que planificaba su presupuesto, pero solo el 23% sabía exactamente cuánto había gastado la semana anterior.

El 88% de adultos manifestó preocupación por tener que afrontar mayores gastos en el futuro (por ejemplo, la jubilación).

Solo el 41% tiene planes para pagar sus gastos de vejez y apenas 1 de cada 5 podría afrontar los gastos imprevistos.

Según la CAF, los colombianos tienen altas puntuaciones en el conocimiento de conceptos económicos y financieros sencillos, pero una menor proporción tiene respuestas correctas en la estimación de la tasa de interés simple o compuesta o sobre el conocimiento del seguro de depósitos bancario, los cuales son conceptos que eventualmente permiten tomar mejores decisiones financieras.

La gente tiene una alta orientación al presente, por ejemplo dicen “prefiero gastar dinero que ahorrar para el futuro”, es una frase popular.

En términos de control de los gastos y ahorro, aproximadamente un 60 % del total de adultos lleva un presupuesto, controla su gasto y ahorrar de manera cotidiana, aunque la mayoría lo hace fuera del sistema financiero. García. (2021)

Ahora bien, para esta investigación es importante correlacionar lo anteriormente descrito con la prestación social denominada Cesantías. En concordancia, la falta de conocimiento financiero entre los afiliados a las AFP, respecto al manejo adecuado de las cesantías representa un obstáculo significativo en la gestión eficiente de estos recursos. La falta de comprensión sobre cómo funcionan los fondos de pensiones, las opciones de inversión disponibles y los riesgos asociados, lleva a decisiones financieras inadecuadas que pueden impactar negativamente en la acumulación de capital para la jubilación y en la capacidad de hacer frente a situaciones de emergencia o desempleo. Esta problemática evidencia la necesidad de promover la educación financiera entre los afiliados para mejorar la gestión de las cesantías y garantizar un mejor bienestar económico a largo plazo.

De este modo, este proyecto de investigación centrará sus esfuerzos en identificar cuáles son aquellas limitantes a nivel educativo y de aprendizaje, de las personas afiliadas a las AFP, más específicamente de los bogotanos. De la misma forma, se profundizará en aquellas personas que tienen un nivel bajo de conocimiento sobre el sistema de cesantías y su correcto manejo. Para ello, se realizarán encuestas y entrevistas que permitan identificar las principales dificultades y necesidades de información que enfrentan los trabajadores en relación con las cesantías. El objetivo es diseñar un programa de apoyo educativo que aborde estas limitantes y promueva una mejor comprensión y gestión de las cesantías, contribuyendo así a mejorar la estabilidad financiera y el bienestar económico de los trabajadores bogotanos.

2. Pregunta de investigación

¿Cómo mejorar la alfabetización financiera para el uso adecuado de cesantías en personas afiliadas a las Administradoras de Fondos y Pensiones (AFP) de Bogotá por medio de una herramienta de comunicación digital?

2.1 Subpreguntas:

¿Cuáles son las principales limitantes de los afiliados a las Administradoras de Fondos y Pensiones (AFP) al momento de aprender sobre información financiera específicamente el producto de Cesantías?

¿Cuáles son las características de la población “millennials” en cuanto a consumo de contenidos referentes a alfabetización financiera?

3. Justificación

El manejo adecuado de las cesantías fue fundamental para la estabilidad financiera de los trabajadores, pero muchas personas desconocían su funcionamiento y podían cometer errores que afectaban su bienestar económico. Este proyecto de investigación propuso desarrollar un apoyo educativo financiero que brindara información clara y accesible sobre el uso adecuado

de las cesantías, con el objetivo de prevenir errores financieros y promover una mejor planificación económica.

La falta de conocimiento sobre las cesantías podía tener consecuencias negativas en la vida de las personas, especialmente en momentos de necesidad económica. Proporcionar información precisa y comprensible sobre este tema fue crucial para empoderar a los trabajadores y ayudarles a tomar decisiones financieras informadas que mejoraran su calidad de vida. Desde el ámbito social, fue fundamental brindar herramientas educativas que contribuyeran al bienestar y la seguridad financiera de las personas, especialmente aquellas que podían estar en situaciones de vulnerabilidad económica. El conocimiento adecuado sobre el uso de las cesantías ayudó a estas personas a planificar su futuro financiero de manera más efectiva y a evitar caer en situaciones de endeudamiento o crisis económica.

Al mejorar el conocimiento sobre las cesantías, este proyecto ayudó a reducir la vulnerabilidad financiera de las personas. Al comprender mejor cómo funcionaban las cesantías y cómo podían utilizarlas de manera efectiva, las personas pudieron tomar decisiones financieras más informadas que les permitieron protegerse de situaciones adversas y planificar su futuro económico de manera más efectiva. Este proyecto también contribuyó a fomentar la inclusión financiera al proporcionar información educativa sobre las cesantías a personas que no tenían acceso a recursos educativos financieros tradicionales. Al hacer que esta información fuera más accesible, se ayudó a cerrar la brecha de conocimientos financieros y a promover una mayor inclusión financiera en la sociedad.

Desde el ámbito académico, este proyecto contribuyó al avance del conocimiento en educación financiera. Al identificar las principales dudas y dificultades que enfrentaban las personas con respecto a las cesantías, se pudieron diseñar estrategias educativas más efectivas y adaptadas a las necesidades reales de la población. Además de brindar un apoyo educativo práctico, este proyecto contribuyó a la generación de conocimiento en el campo de la educación financiera. El análisis de los resultados obtenidos y la identificación de buenas prácticas en la enseñanza de las cesantías sirvieron de base para futuras investigaciones y proyectos en este ámbito.

Desde el punto de vista tecnológico, este proyecto aprovechó las herramientas digitales disponibles para llegar a un mayor número de personas y hacer más accesible la información sobre el uso adecuado de las cesantías. La implementación de herramientas tecnológicas, como aplicaciones móviles o plataformas en línea, permitió alcanzar a un mayor número de personas

y facilitó el acceso a la información sobre las cesantías. Estas herramientas también ofrecieron servicios personalizados, como simuladores financieros o calculadoras de cesantías, que ayudaron a los usuarios a entender mejor cómo gestionar sus recursos.

En resumen, este proyecto de investigación fue pertinente en múltiples aspectos, ya que buscó abordar una necesidad social importante, contribuir al avance del conocimiento académico y tecnológico, y mejorar la educación financiera de las personas. Su implementación benefició a la sociedad en general al promover una cultura financiera más sólida y responsable.

4. Antecedentes / Estado del arte

Cesantías en Colombia

El estudio titulado “Tensiones Entre la Prestación Social de las Cesantías y los Principios de Autonomía y Buena Fe en las Relaciones Laborales” expone la importancia de los derechos adquiridos por parte de todos los trabajadores respecto a las prestaciones sociales, y como estas tienen un protagonismo importante en la economía de los colombianos, no solo por el hecho de ser una obligación a la que se somete el empleador, al adquirir un compromiso contractual con el denominado empleado, sino por el apoyo económico que pueden representar estos recursos a los hogares de los trabajadores. Por otro lado, este estudio en particular busca analizar las tensiones entre la prestación social de las cesantías, que es objeto de estudio para esta investigación particularmente, y los principios de autonomía y buena fe en las relaciones laborales.

Ahora bien, es importante hacer esta correlación en virtud que las Cesantías, si bien son un ahorro, que bajo todo el marco legal y teórico es obligación del empleador suministrar, estas tienen unas finalidades específicas que están dispuestas por la Ley 50 modificada por la ley 1429 del 2010. Estos conceptos por los cuales se puede hacer uso de las Cesantías son limitados a procesos de compra de vivienda, arreglos locativos de la misma, educación o terminación del contrato, es decir para el sustento del ex empleador en su época cesante. No obstante, existe un fuerte debate en cuanto a si las cesantías pueden suplir otras necesidades financieras de los colombianos; es en este punto, donde el mencionado estudio profundiza, ya que encuentra a

través de una metodología de investigación de tipo descriptiva que se define como aquella que es capaz de especificar todo un estudio de una población, que en este caso puntual son los trabajadores beneficiarios del producto de cesantías, que a pesar del reconocimiento legal hacia el trabajador en razón de las cesantías es notable la limitante existente entre estas y su disfrute debido a que solo se regulan en casos de adquisición de vivienda nueva, reparación, educación, siendo estos recursos una posible solución a diversos problemas económicos en los hogares colombianos .

Se concluye el mencionado trabajo de investigación validado por el tutor Darwin Solano Bent y Cotutor Atenas Gutierrez de la Universidad de la costa, que efectivamente existe una tensión importante entre las cesantías y el uso de las mismas, y cómo partiendo de la premisa de los principios fundamentales de buena fe y autonomía, se podrían ampliar las posibilidades a nivel legal de acceder a estos recursos, que proporcionan un apoyo fundamental aplicando sobre empleador y empleado, la responsabilidad del buen uso de estos recursos (Bernal-Vargas 2023).

En el estudio “Impacto de las políticas de retiro de cesantías en la economía familiar: un análisis desde la perspectiva de los hogares colombianos” se investiga el impacto de las políticas de retiro de cesantías en la economía familiar en Colombia. A través de encuestas y análisis estadístico, se examinan las percepciones y comportamientos de los hogares respecto al uso de las cesantías. Los resultados muestran la importancia de una mayor flexibilidad en las regulaciones sobre el retiro de cesantías para adaptarse mejor a las necesidades financieras cambiantes de los trabajadores y sus familias. Además, se observa que las políticas que promueven un acceso más ágil y eficiente a las cesantías pueden contribuir significativamente a mejorar la seguridad financiera y el bienestar de los hogares colombianos (Gómez & Martínez, 2020).

Este estudio proporciona evidencia sobre cómo las políticas relacionadas con el retiro de cesantías impactan directamente en la economía familiar, lo cual está estrechamente relacionado con el problema planteado de la investigación. Ofrece perspectivas valiosas sobre cómo mejorar la experiencia de los trabajadores al acceder a sus cesantías, lo que se alinea con el objetivo del proyecto de facilitar la alfabetización financiera y promover un uso adecuado de este beneficio a través de una herramienta digital .

Mora (2019) en su investigación titulada “Diseño de estrategia para fortalecer la gestión del conocimiento en el fondo de pensiones y cesantías - Porvenir S.A. apoyado en el uso de las tecnologías de la información.” pretende encontrar puntos de mejora para la gestión del conocimiento dentro de la organización a través de herramientas tecnológicas, para esto aplica encuestas a empleados y entrevistas a personas claves dentro de la organización. Con esta investigación se logró determinar algunos escenarios claves mediados por tecnología como lo son chatbot y otros espacios virtuales con distintas denominaciones; justificando así la implementación de espacios virtuales como fomentadores del conocimiento, de fácil acceso y disponibilidad para una gran población.

Los anteriores estudios mencionados, permiten abordar las cesantías de diferentes maneras, desde las necesidades actuales por parte de los afiliados para mejorar su calidad de vida además de constituir un auxilio al desempleo, a su vez reconoce la necesidad de implementar nuevas tecnologías para la adecuada difusión del conocimiento, datos importantes para el desarrollo adecuado de esta investigación que integra los intereses de los afiliados sin dejar de lado la responsabilidad de las Administradoras de Pensiones y Cesantías.

Educación financiera:

La alfabetización financiera toma cada vez mayor relevancia como herramienta de bancarización e inclusión financiera, las cuales impactan directamente la toma de decisiones personales y la relación adecuada o inadecuada de gasto y ahorro. Los estudios aquí abordados exploran la relación entre la educación financiera y cómo esta puede intervenir en el consumo y acceso a servicios financieros.

En el estudio titulado “Alfabetización financiera y desistimiento en la compra de vivienda nueva en Colombia” escrito por Rodríguez (2023) analiza diferentes puntos claves como el conocimiento, la actitud y el comportamiento financiero para determinar si estos pueden representar un punto de quiebre para la adquisición de vivienda en Colombia. Para esto, los autores optaron por un estudio de carácter cuantitativo el cuál incluía una encuesta estructurada por (Grigion Potrich & Mendes Vieira, 2016) y adaptada al entorno local, con una muestra poblacional de 152 personas que eran clientes o podrían ser compradores de viviendas, para posteriormente efectuar un análisis estadístico y determinar patrones en la población estudiada. Tras evaluar el conocimiento financiero de los encuestados, se identificó principalmente que el

87,9% de la población contaba con conocimientos financieros altos lo que les permitía analizar mejor las condiciones financieras para la compra de vivienda.

En conclusión, la alfabetización financiera puede representar un papel importante dentro de la toma de decisiones relacionadas a proyectos personales como lo es la compra de vivienda, cuanto más cercana o familiarizada se sienta la persona con procesos o conceptos financieros existe mayor probabilidad de que acceda a ellos, sin embargo así mismo podrá analizar condiciones externas, es decir que no provienen directamente del individuo, tal es el caso de la economía del país pueden interferir en la decisión final. Finalmente se invita a las diferentes instituciones gubernamentales y financieras a crear programas sólidos e integrales que mejoren la integración económica reduciendo brechas sociales (Rodríguez, 2023).

Por su parte, Sánchez, en su estudio “Aplicación de la encuesta de la OCDE para medir la alfabetización financiera y las implicaciones en el comportamiento del consumidor financiero frente a sus finanzas personales en Bogotá - Colombia” busca determinar cómo las personas consumen servicios financieros acorde a su nivel de conocimiento sobre los mismos, para esto se apoya de herramientas de investigación como encuestas digitales, entrevistas, y un análisis cuantitativo y cualitativo aplicado a una población de muestra integrada por 224 personas residentes en Bogotá y que contaban con por lo menos un servicio financiero. Algunos de los resultados obtenidos por dichas herramientas dejan en evidencia que si bien las personas tienen una meta financiera establecida recurren a la optimización de sus finanzas personales para intentar suplirlas, demostrando una actitud positiva ante el ahorro.

La autora reconoce la carencia de conocimientos relacionados a los diferentes servicios financieros que pueden responder mejor a las necesidades de los residentes en la ciudad de Bogotá, para esto hace un llamado al trabajo conjunto entre instituciones educativas y financieras para permitir la inclusión y bancarización consciente de los consumidores. Así mismo destaca el avance normativo que proteja a las personas de posibles abusos por parte de entidades del sector, fortaleciendo así una cultura económica responsable en el país (Sánchez, 2023).

En sintonía con lo anterior, Gómez y Prieto (2023) abordan en su investigación titulada "La importancia de la educación financiera en la toma de decisiones financieras en los jóvenes residentes en Bogotá", la relevancia de la educación financiera como herramienta para la

inclusión financiera en poblaciones jóvenes menores de 23 años, para esto se planteó el objetivo de identificar la importancia de educación financiera en el proceso de toma de decisiones financieras entre los jóvenes de la ciudad de Bogotá. Utilizó una metodología mixta que integra enfoques cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión detallada del tema por medio de herramientas de investigación como encuesta a una población de muestra, análisis estadístico y entrevista a experto de la Superintendencia Financiera de Colombia. (Gómez & Prieto, 2023)

Se observó que la educación financiera no forma parte del currículo de la educación media y secundaria en Bogotá, lo cual resalta la necesidad de integrar este tipo de formación desde edades tempranas para capacitar a los jóvenes en la toma de decisiones financieras. La falta de conocimientos financieros puede explicar ciertos patrones encontrados en los hábitos de gestión financiera, como el manejo del dinero. Aquellos con educación financiera tienden a planificar mejor sus ingresos y gastos mensuales. Se evidencia una clara correlación entre el nivel de educación financiera y la capacidad para tomar decisiones financieras acertadas. Aquellos que han recibido educación financiera están más inclinados a realizar un presupuesto, ahorrar e invertir, lo que mejora su calidad de vida .

Los estudios anteriormente citados, analizan la relación entre la alfabetización financiera y el comportamiento financiero en diferentes contextos, aceptando como resultado común, la necesidad de fortalecer los procesos de educación financiera. A continuación se abordará la educación financiera en espacios digitales como una aplicación móvil y redes sociales.

López, D., & Sánchez, M en su estudio evalúan el impacto del acceso a la educación financiera en la gestión de las cesantías, utilizando como caso de estudio un programa piloto implementado en Bogotá. A través de análisis cualitativos y cuantitativos, se examinan los cambios en el conocimiento y comportamiento financiero de los trabajadores que participaron en el programa. Los resultados indican que la educación financiera puede mejorar significativamente la capacidad de los trabajadores para gestionar sus cesantías de manera más efectiva y responsable. Se observa un aumento en la planificación financiera, la toma de decisiones informadas y la adopción de prácticas financieras más saludables entre los participantes del programa (López & Sánchez, 2018).

Este estudio ofrece evidencia directa sobre cómo la educación financiera puede influir en la gestión de las cesantías, lo cual es fundamental para promover un uso adecuado de este beneficio entre los trabajadores afiliados a las AFP. La implementación de estrategias

multimedia para la educación financiera, como la evaluada en este estudio, puede ser una solución efectiva para abordar los desafíos identificados en nuestra investigación, tales como las largas filas y la falta de acceso a información relevante en las oficinas de las administradoras de pensiones y cesantías.

Partiendo de lo anterior, se puede inferir que las herramientas digitales como aplicaciones o redes sociales tienen gran potencial para la difusión de contenidos de alfabetización financiera, gracias a su fácil acceso y versatilidad en formatos, alcanzando resultados demostrables del impacto positivo en los individuos y fomentando la toma de decisiones informadas y responsables.

Millennials: Hábitos de consumo y educación financiera

A continuación se abordan diferentes investigaciones con el fin de entender los hábitos de consumo de la generación Millennial y cómo la educación financiera por parte de estos influye en la decisión de gasto y ahorro en los mismos.

El trabajo exploratorio realizado Vélez (2023), titulado “Finanzas personales de los millennials en Medellín” el cual buscaba analizar la situación financiera en términos de necesidades, limitantes y oportunidades para desarrollar estrategias para mejorar su bienestar financiero. Esta investigación tuvo un enfoque mixto, con recolección de datos cualitativos para la caracterización específica del grupo y recopilación de datos con encuestas de datos claves del entorno financiero. Como resultado de esta investigación se determinó que los millennials son una generación que afrontó una gran variedad de cambios rápidos impulsados principalmente por la tecnología, dichos cambios afectaron principalmente la estabilidad laboral del grupo con transformaciones en metodologías de trabajo, sueldos cambiantes y demás situaciones que generan incertidumbre; al no existir una estabilidad laboral, esta generación ha tenido que asumir gastos como pensión, cesantías y aportes a salud de forma independiente representando más que un ahorro un gasto para sus finanzas personales, perdiendo valor estos aportes obligatorios. Se suma un estilo de vida con gastos digitales desproporcionados como suscripciones, compras en línea, servicios de transmisión, entre otros (Vélez, 2023).

Por su parte, Sánchez (2020) en su investigación titulada “Análisis de la contribución de la educación financiera en el nivel de vida de los Millennials: En las cuatro principales ciudades

de Colombia” partió de la necesidad de identificar el papel de la educación financiera en los hábitos de consumo de los Millennials en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla; para el desarrollo de esta investigación se utilizó una metodología mixta para la recolección de datos y análisis de los mismos divididos en 4 etapas de investigación educación financiera, nivel de vida, correlación de las finanzas y el bienestar, finalmente consideraciones. Si bien el estudio arrojó resultados positivos relacionados al ahorro y planificación de gastos, presenta una limitante en temporalidad, es decir si bien son conscientes del ahorro no cuentan con un plan a largo plazo, fondos de emergencia debido a que sus ingresos alcanzan puntualmente para cubrir sus necesidades básicas.

Finalmente, la investigación “Hábitos de consumo, redes sociales y tarjetas de crédito en la generación millennial de Bogotá.” desarrollada por Pérez (2020) busca describir cómo los hábitos de consumo de los millennials se ven permeados por las dinámicas de entornos digitales y el fácil acceso a créditos de consumo, para esto recurre a una metodología mixta que combina la recolección de datos cuantitativos y cualitativos a través de encuestas para personas pertenecientes a este grupo generacional, dado a que se querían comprobar comportamientos de dicha población se incluyeron preguntas de comprobación y entrevistas. Algunos de los resultados de esta investigación son: los millennials solo destinan el 14% de sus ingresos a ahorro o inversión, a su vez recurren a medios de pago como las tarjetas de crédito para efectuar sus compras,, si bien presentan una tendencia de consumo abundante manejan bien su capacidad de endeudamiento (Pérez, 2020).

Herramientas digitales para educación financiera:

En el estudio The Impact of Social Media on Financial Literacy se investiga el impacto de las redes sociales en la alfabetización financiera, con comparaciones entre Estados Unidos y Reino Unido. Se encuentra que las redes sociales pueden ser una herramienta poderosa para difundir información y promover la educación financiera entre los jóvenes y adultos. Sin embargo, se advierte sobre la necesidad de desarrollar habilidades críticas para discernir la información confiable de la no confiable en entornos digitales, así como sobre el potencial de las redes sociales para generar sesgos cognitivos en la toma de decisiones financieras (Jones & Lee, 2018).

Por su parte, García y Martínez (2020) examinan el impacto de las herramientas tecnológicas en la educación financiera en América Latina a través del análisis de diversos casos de estudio.

Se destacan las ventajas y desafíos de la implementación de tecnología en este campo, así como las oportunidades para mejorar la alfabetización financiera en la región. El estudio se centra en cómo las tecnologías digitales, como aplicaciones móviles, plataformas en línea y simuladores financieros, pueden brindar acceso a la educación financiera de manera más amplia y efectiva. Además, se exploran las formas en que estas herramientas pueden adaptarse a las necesidades y contextos específicos de la población latinoamericana, teniendo en cuenta factores socioeconómicos y culturales.

Lara-Hernández y García-Sánchez (2021) llevaron a cabo un estudio experimental para evaluar el impacto de una aplicación móvil de educación financiera en el conocimiento y comportamiento financiero de jóvenes adultos en México. El estudio contó con un grupo de control y un grupo experimental que utilizó la aplicación móvil durante 12 semanas. Los resultados del estudio mostraron que el grupo experimental evidenció un mayor conocimiento sobre conceptos financieros básicos, como el ahorro, la inversión y el manejo de deudas. Además, este grupo presentó una mejor actitud hacia el ahorro y la inversión, y una mayor frecuencia en la elaboración de presupuestos. En cuanto al comportamiento financiero, el grupo experimental mostró un menor nivel de endeudamiento en comparación con el grupo de control. Los autores del estudio concluyen que la aplicación móvil fue efectiva para mejorar la educación financiera de los jóvenes adultos y para promover comportamientos financieros más responsables.

Ahora bien, Gamboa-Buitrago y Pérez-Ríos (2020) realizaron un análisis de contenido de las publicaciones sobre educación financiera en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram. El objetivo del estudio era determinar si las redes sociales son una herramienta útil para difundir información sobre educación financiera. Los resultados del estudio mostraron que las redes sociales son un canal efectivo para la difusión de información sobre educación financiera. Los temas más frecuentes en las publicaciones fueron el ahorro, la inversión y el manejo de deudas. El contenido de las publicaciones fue generalmente positivo y útil para los usuarios, con un lenguaje claro y sencillo. Los autores del estudio concluyen que las redes sociales son una herramienta útil para la educación financiera, especialmente para llegar a una audiencia amplia y diversa. Además, las redes sociales pueden ser una herramienta útil para que las personas aprendan sobre finanzas personales de manera informal y entretenida.

Este estudio se relaciona estrechamente con el planteamiento de nuestro problema, ya que proporciona insights relevantes sobre cómo las herramientas digitales pueden ser utilizadas

para mejorar la alfabetización financiera entre los afiliados a las Administradoras de Pensión y Cesantías en Bogotá y otras ciudades de Colombia. Al analizar el impacto de la tecnología en la educación financiera en contextos latinoamericanos, se pueden identificar estrategias y prácticas efectivas que podrían ser implementadas en nuestra propuesta de solución, con el objetivo de facilitar la alfabetización financiera y promover el uso adecuado de las cesantías a través de herramientas digitales.

5. Marco Teórico

Las cesantías “son una prestación a cargo del empleador, cuya finalidad es constituir un ahorro a favor del trabajador” (*Ministerio de Justicia y del Derecho*, s. f.) dicha contribución está regulada principalmente por el Código Sustantivo del Trabajo, Artículo 249, en el que especifica las cesantías y su forma de reconocimiento y pago. Esta prestación está diseñada como un ahorro al cual pueden acceder los beneficiarios principalmente en periodos de desempleo, sin embargo, existen excepciones o conceptos los cuales les permiten hacer uso de este dinero aún manteniendo su relación laboral, tales como: compra o remodelación de vivienda y educación superior.

En Colombia, “el total de afiliados a cesantías ascendió a 11.972.253 trabajadores” (Rodríguez Martínez, 2024) y según la Superfinanciera, solo del 1 de enero al 14 de febrero el pago del auxilio de cesantías incrementó a \$13,9 billones; es importante tener en cuenta que este dinero es dirigido a las Administradoras de Fondo de Pensiones y Cesantías AFP las cuales pueden ser de carácter público o privado, entre estas encontramos entidades como Porvenir, Colfondos, Protección y Skandia.

En segundo lugar, la cultura de la convergencia según Jenkins es abordada desde convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva; es decir la convergencia está estrechamente relacionada con la rápida evolución de los diferentes medios de comunicación, formatos y narrativas que le permiten al consumidor cambiar de un medio a otro en búsqueda de su entretenimiento e interactuar fácilmente con el productor del contenido, dichos avances representan a su vez un impacto en las dinámicas sociales y culturales en las que se ve inmersa la sociedad.

La convergencia impulsa al consumidor a recurrir a diferentes medios para recibir información

o entrelazar datos dispersos sobre un interés específico, se ayuda de apropiaciones culturales para la propagación del mismo, en este caso hablamos de un consumidor activo que puede llegar incluso a ser productor de contenido, pero sin compartir el poder que pueden ejercer por ejemplo corporaciones cuya influencia puede llegar a ser superior a la de un individuo.

Ahora bien la convergencia no se da únicamente dentro de los diferentes canales mediáticos sino dentro de la mente de la persona, puesto que esta toma fragmentos de lo que ha visto y crea su propia “opinión” o conocimiento sobre el tema, acuñando así a la inteligencia colectiva la cual “Ninguno de nosotros puede saberlo todo; cada uno de nosotros sabe algo; y podemos juntar las piezas si compartimos nuestros recursos y combinamos nuestras habilidades.” (Jenkins, pág. 15) obteniendo consumo como práctica en red.

Por su parte, Scolari en su obra "Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan", examina cómo las narrativas transmedia pueden utilizarse como herramientas educativas, incluida la educación financiera. Propone que la integración de múltiples medios y plataformas digitales puede mejorar la accesibilidad y la efectividad de la educación financiera, llegando a un público más amplio y diverso. Scolari argumenta que las narrativas transmedia pueden enriquecer la experiencia educativa al ofrecer una variedad de perspectivas y recursos interactivos que promueven una comprensión más profunda y participativa de los conceptos financieros (Scolari, 2013).

Este enfoque teórico ofrece una perspectiva valiosa para abordar el problema planteado en la investigación sobre la falta de alfabetización financiera entre los afiliados a las AFP's. Proporciona una base conceptual para desarrollar estrategias multimedia que promuevan la educación financiera y faciliten el acceso a información relevante sobre las cesantías. La integración de narrativas transmedia en una herramienta digital puede mejorar la comprensión y el compromiso de los usuarios con los conceptos financieros, abordando así los desafíos identificados en la investigación.

En su obra "Narrativas Digitales y Estrategias Transmedia: Entre la Educación, la Comunicación y el Entretenimiento", Scolari aborda la importancia de las estrategias transmedia en la comunicación de temas complejos, como las políticas laborales y sociales, incluyendo las cesantías. Propone que las narrativas digitales transmedia pueden ser utilizadas para informar y educar a la población sobre sus derechos laborales y beneficios, como las

cesantías. Scolari argumenta que la integración de múltiples medios y plataformas digitales en la comunicación de información sobre las cesantías puede mejorar la accesibilidad y la comprensión de los trabajadores afiliados a las AFP's (Scolari, 2015).

Este enfoque teórico proporciona una base conceptual para abordar el problema de falta de información y comprensión sobre las cesantías entre los afiliados a las AFP's. Sugiere que las estrategias transmedia pueden ser empleadas para comunicar de manera efectiva los derechos y beneficios relacionados con las cesantías, facilitando así el acceso a información relevante y promoviendo una mayor conciencia y participación de los trabajadores en la gestión de sus recursos financieros.

Scolari también menciona en su obra "Narrativas Digitales y Transmedia: Estrategias de Comunicación en la Era de la Información", analiza el impacto de las narrativas digitales y transmedia en la comunicación contemporánea. Explora cómo las tecnologías digitales han reconfigurado los procesos de producción, distribución y consumo de contenido mediático, dando lugar a nuevas formas de participación y engagement. Scolari discute cómo las estrategias de comunicación digital pueden ser empleadas para promover la alfabetización financiera y facilitar el acceso a información sobre temas como las cesantías. Argumenta que la integración de múltiples medios y plataformas digitales en la comunicación puede mejorar la accesibilidad y la comprensión de los usuarios, así como promover una mayor interacción y participación en los procesos de aprendizaje y toma de decisiones (Scolari, 2018).

Este enfoque teórico ofrece una perspectiva valiosa para abordar la investigación sobre la falta de acceso a información relevante y la comunicación ineficaz en el proceso de retiro de cesantías. Proporciona una base conceptual para diseñar estrategias de comunicación digital que mejoren la experiencia de los afiliados a las AFP al acceder a información sobre sus derechos y beneficios financieros. La integración de narrativas digitales y transmedia en una herramienta digital puede facilitar la comprensión y el compromiso de los usuarios, promoviendo así un uso más eficiente y responsable de las cesantías.

6. Objetivos

Diseñar una herramienta de comunicación digital con la que se pueda facilitar el proceso de alfabetización financiera para el uso adecuado de cesantías en personas afiliadas a las Administradoras de Fondos y Pensiones en Bogotá (AFP).

6.1 Objetivos Específicos

- Identificar las principales limitaciones de los afiliados de las Administradoras de Fondos y Pensiones (AFP) al momento de aprender sobre información financiera específicamente el producto de Cesantías.
- Caracterizar el grupo objetivo y sus perfiles comunicativos.
- Desarrollar una herramienta multimedia de fácil acceso, con contenidos Conceptos: Educación financiera - comunicación financiera - uso de canales digitales.
- Crear una estrategia de comunicación transmedia para potencializar la importancia de la educación financiera en el uso adecuado de las cesantías.

7. Metodología

La metodología elegida para el desarrollo del presente trabajo de investigación es de naturaleza cuantitativa puesto su finalidad va orientada en la recopilación y análisis de información “para relacionar con exactitud ciertos patrones de comportamientos presentes en una población.” (Jimenez, 2020, p. 67) en este caso, determinar principalmente cómo la educación financiera puede mejorar la gestión de las cesantías por parte de los afiliados a las diferentes Administradoras de Fondo de Pensiones y Cesantías. Lo anterior se determinará mediante la implementación de encuestas que medirán el impacto del proyecto y su correspondiente relevancia por medio de un enfoque estadístico.

En función de lo anterior y para cumplir con los fines planteados en los objetivos de investigación se utilizará un enfoque de tipo descriptivo, el cual permitirá tener una visión clara sobre el objeto de estudio entendiendo su naturaleza y características (Muguirra, 2023) en este caso, cómo las personas destinan sus cesantías desde el conocimiento que tienen sobre estas e incluso cómo sus necesidades pueden alterar el uso adecuado de las mismas.

Todo lo anterior nos permitirá identificar las principales limitaciones de los afiliados de las Administradoras de Fondos y Pensiones (AFP) al momento de aprender sobre información financiera, específicamente el producto de Cesantías, para así desarrollar una propuesta de alfabetización financiera por medio de una herramienta digital que les permita adquirir conocimientos relacionado al correcto uso de las cesantías.

Herramienta:

Encuesta:

- ¿Cuál es tu edad?
 - A. 18-24 años
 - B. 25-30 años
 - C. 31-35 años
 - D. 36-40 años

- ¿En qué fondo de cesantías te encuentras afiliado?
 - A. Protección
 - B. Porvenir
 - C. Colfondos
 - D. Skandia
 - E. Otro (especificar):

- ¿Con qué frecuencia consultas tu saldo de cesantías?
 - A. Mensualmente
 - B. Trimestralmente
 - C. Semestralmente
 - D. Anualmente
 - E. Nunca

- ¿Qué medio utilizas principalmente para consultar tu saldo de cesantías?
 - A. Página web del fondo
 - B. Aplicación móvil del fondo
 - C. Línea de atención al cliente
 - D. Correo electrónico
 - E. Oficinas del fondo
 - F. Otro (especificar):

- ¿Qué tan satisfecho estás con la información financiera que recibes de tu fondo de cesantías?
 - A. Muy satisfecho
 - B. Satisfecho

- C. Ni satisfecho ni insatisfecho
- D. Insatisfecho
- E. Muy insatisfecho

• ¿Qué tipo de información financiera te gustaría recibir de tu fondo de cesantías?

- A. Saldo de cesantías
- B. Rentabilidad de las cesantías
- C. Posibilidades de inversión
- D. Retiro de cesantías
- E. Otros (especificar):

• ¿Qué medio te gustaría que tu fondo de cesantías utilizará para enviarte información financiera?

- A. Correo electrónico
- B. Mensajes de texto
- C. WhatsApp
- D. Redes sociales
- E. Aplicación móvil del fondo
- F. Otro (especificar):

• ¿Qué tan importante es para ti que tu fondo de cesantías tenga una presencia activa en redes sociales?

- A. Muy importante
- B. Importante
- C. Ni importante ni poco importante
- D. Poco importante
- E. Nada importante

• ¿Qué tipo de contenido te gustaría que tu fondo de cesantías publicara en redes sociales?

- A. Información financiera
- B. Consejos de inversión
- C. Noticias del sector
- D. Tips para ahorrar
- E. Otros (especificar):

- ¿Tienes alguna otra sugerencia para mejorar la comunicación entre tu fondo de cesantías y tú?

La metodología utilizada en este estudio se compone de las siguientes etapas:

7.1. Definición de variables:

- Variable independiente: Educación financiera (nivel de conocimiento, habilidades y prácticas).
- Variable dependiente: Gestión de las cesantías (uso, decisiones, planificación).

7.2. Recolección de datos:

- Encuesta: Se diseñará y aplicará una encuesta a una muestra representativa de afiliados a las diferentes administradoras de fondos de pensiones y cesantías. La encuesta medirá el nivel de educación financiera y la gestión de las cesantías de los participantes.

7.3. Análisis de datos:

- Se utilizarán técnicas estadísticas para analizar los datos de la encuesta, como:

Análisis descriptivo: Para describir las características de la población objetivo y sus prácticas en relación con las cesantías.

Análisis inferencial: Para determinar si existe una relación significativa entre la educación financiera y la gestión de las cesantías.

7.4. Interpretación de resultados:

- Se interpretarán los resultados del análisis de datos para determinar el impacto de la educación financiera en la gestión de las cesantías.
- Se formularán conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados del estudio.

El enfoque cuantitativo es relevante para este estudio porque permite medir con un poco más de precisión el impacto de la educación financiera en la gestión de las cesantías. Es importante tener en cuenta que el enfoque cuantitativo tiene algunas limitaciones, como por ejemplo: no permite comprender las motivaciones y experiencias individuales, puede ser sesgado si la muestra no es representativa. requiere de recursos y tiempo para su implementación. No obstante, a pesar de estas limitaciones, el enfoque cuantitativo es una herramienta valiosa para

esta investigación, ya que nos da datos relevantes sobre el impacto de la educación financiera en la gestión de las cesantías.

8. Impactos esperados a partir del uso de los resultados

A continuación describiremos los impactos esperados de este proyecto de investigación, el cual busca brindar conocimiento y herramientas a las personas que no conocen o no tienen claro el uso de las cesantías, para que puedan tomar decisiones financieras informadas y evitar errores que afecten su futuro económico.

Impactos esperados:

8.1. Aumento del conocimiento sobre las cesantías:

Se espera que el proyecto genere un mayor conocimiento entre la población objetivo (Bogotanos - Millennials) sobre qué son las cesantías, para qué sirven, cómo se calculan y cómo se pueden usar. Se espera que las personas comprendan las diferentes opciones disponibles para el uso de las cesantías, como el retiro total o parcial, la financiación de vivienda o educación o el uso como garantía para créditos hipotecarios.

8.2. Mejora en la toma de decisiones financieras:

Se espera que las personas, al tener mayor conocimiento sobre las cesantías, puedan tomar decisiones financieras más informadas y responsables sobre el uso de este importante beneficio laboral. Se espera que las personas eviten errores como el uso inadecuado de las cesantías para cubrir gastos inmediatos, o el retiro total sin tener un plan a largo plazo.

8.3. Reducción de la vulnerabilidad económica:

Se espera que el proyecto contribuya a reducir la vulnerabilidad económica de las personas, al brindarles herramientas para proteger su futuro financiero y tomar decisiones responsables sobre sus ahorros. Se espera que las personas puedan usar las cesantías para invertir en su

educación o formación, lo que les permitirá mejorar sus oportunidades laborales y aumentar sus ingresos en el futuro.

8.4. Impacto social positivo:

Se espera que el proyecto tenga un impacto social positivo al contribuir a la educación financiera de la población, lo que puede mejorar la calidad de vida de las personas y sus familias. Se espera que el proyecto genere una mayor cultura del ahorro y la inversión entre la población, lo que puede contribuir al desarrollo económico del país.

8.5. Sostenibilidad del proyecto:

Se espera que el proyecto sea sostenible en el tiempo, mediante la creación de materiales educativos y herramientas digitales que puedan ser utilizados por las personas de forma gratuita. Se espera que el proyecto genere alianzas con instituciones públicas y privadas para ampliar el alcance de la iniciativa y llegar a un mayor número de personas.

Dicho lo anterior, este proyecto tiene el potencial de generar un impacto positivo en la vida de los bogotanos, brindándoles conocimiento y herramientas para tomar decisiones financieras informadas sobre el uso de este importante beneficio laboral. Además de los impactos mencionados anteriormente, se espera que el proyecto tenga los siguientes beneficios:

- Mayor transparencia en el manejo de las cesantías por parte de las entidades financieras.
- Disminución de los casos de fraude relacionados con las cesantías.
- Mayor confianza en el sistema financiero por parte de la población.

9. Cronograma de actividades (máximo 1 página)

ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Planteamiento del proyecto	Ejecutado											
Ejecución de documento de investigación		Ejecutado										
Análisis y recolección de datos			En proceso									
Análisis de primeros resultados												
Proceso de co-creación / diseño												
Inicio de recolección de Material educativo												
Inicio de desarrollos multimediales												
Testeos e iteración												
Marcha blanca												
salida a producción												
Campaña de lanzamiento												
seguimiento y sostenibilidad												

Duración del proyecto: 12 meses

Equipo de trabajo: Camila Landinez - Mateo Florez - Carlos Sandoval

Actividades:

Planteamiento del proyecto:

- Definición del alcance, objetivos y metodología del proyecto.
- Identificación de las necesidades de la población objetivo.
- Asignación de responsabilidades al equipo de trabajo.
- Elaboración del cronograma y presupuesto del proyecto.

Ejecución del documento de investigación:

- Revisión bibliográfica sobre las cesantías, su uso y los errores financieros más comunes.
- Recopilación de datos estadísticos y legales.
- Análisis de la información para identificar los principales problemas y necesidades.
- Redacción del documento de investigación.

Análisis y recolección de datos:

- Diseño y aplicación de encuestas a la población objetivo.
- Recolección de datos a través de entrevistas y grupos focales.
- Análisis de la información para identificar las necesidades y características de la población objetivo.

Análisis de primeros resultados:

- Análisis preliminar de los datos recolectados.
- Identificación de los principales hallazgos y tendencias.
- Discusión de los resultados con el equipo de trabajo.

Proceso de co-creación / diseño:

- Definición del formato y contenido de los materiales educativos (folletos, infografías, videos, etc.).
- Diseño de prototipos de materiales con base en los resultados de la investigación y las necesidades de la población objetivo.
- Pruebas de usabilidad con la población objetivo para obtener retroalimentación.

Inicio de recolección de Material educativo:

- Búsqueda y selección de imágenes, videos y otros recursos multimedia.
- Grabación de entrevistas y narraciones.
- Recopilación de material gráfico y audiovisual.

Inicio de desarrollos multimediales:

- Edición y producción de videos.
- Diseño y desarrollo de infografías y otros materiales interactivos.
- Creación de contenido para redes sociales y plataformas digitales.

Testeos e iteración:

- Realización de pruebas piloto con los materiales educativos para identificar posibles errores o mejoras.
- Recolección de comentarios y sugerencias de los usuarios para optimizar los materiales.
- Implementación de las mejoras y correcciones a los materiales educativos.

Marcha blanca:

- Implementación a pequeña escala de las estrategias de educación financiera para probar su eficacia.
- Evaluación del impacto de la intervención en un grupo piloto.
- Ajustes y modificaciones a las estrategias en base a los resultados de la marcha blanca.

Salida a producción:

- Implementación a gran escala de las estrategias de educación financiera en diferentes comunidades y sectores de la población.
- Monitoreo y evaluación del impacto del proyecto en la población objetivo.

Campaña de lanzamiento:

- Diseño e implementación de una campaña de comunicación para dar a conocer el proyecto y sus beneficios.
- Utilización de diferentes canales de comunicación (redes sociales, medios de comunicación, etc.) para llegar al público objetivo.

10. Resultados preliminares

Los resultados de las encuestas revelaron varios hallazgos significativos. En primer lugar, se observó que el 52,6% de los afiliados se encuentran en el rango de edades entre 18 y 40 años, lo que indica una distribución demográfica importante dentro de la muestra. Además, se destacó que Porvenir es el fondo con la mayor proporción de afiliados, alcanzando un 73,7% del total encuestado, lo que sugiere una preferencia notable por esta administradora.

Un aspecto relevante identificado en las respuestas es el sentimiento de "abandono" percibido por los encuestados respecto a las diversas Administradoras de Pensiones y Cesantías respecto a sus canales de información. Este hallazgo sugiere una oportunidad para mejorar la comunicación y la atención al cliente por parte de estas entidades.

Adicionalmente, se encontró una receptividad significativa hacia el contenido digital, especialmente en forma de consejos de inversión. Esta tendencia señala una predisposición

hacia la adopción de herramientas y recursos digitales para la gestión financiera y la toma de decisiones de inversión.

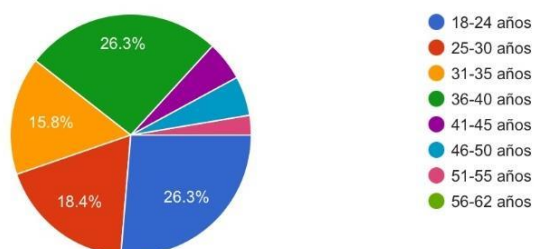
Por último, se enfatizó la importancia de establecer vínculos cercanos y brindar respaldo a los afiliados por parte de las Administradoras de Pensiones y Cesantías. Se sugiere que estrategias de personalización y una amplia difusión de información podrían contribuir a mejorar la percepción y la satisfacción de los afiliados.

En resumen, los resultados de la encuesta destacan áreas clave de mejora en la comunicación, el servicio al cliente y la oferta de contenido digital por parte de las Administradoras de Pensiones y Cesantías, así como la importancia de fortalecer la relación con los afiliados a través de estrategias personalizadas.

10.1 Gráficas de resultados

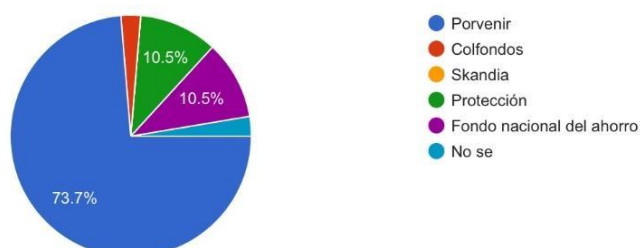
¿Cual es tu edad?

38 respuestas



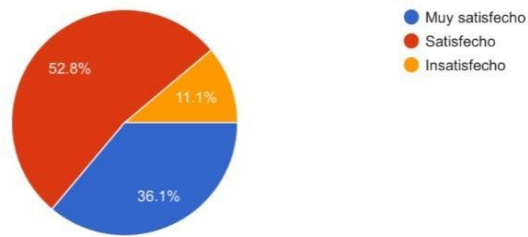
¿En que fondo de cesantias te encuentras afiliado?

38 respuestas



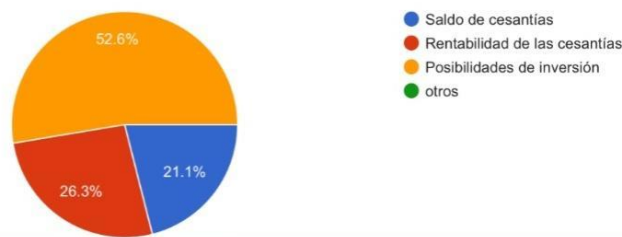
¿Que tan satisfecho estas con la informacion financiera que recibes de tu fondo de Cesantias?

36 respuestas



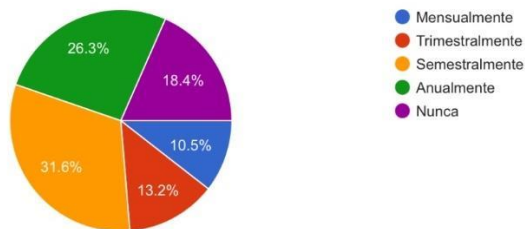
¿Que tipo de información te gustaria recibir de tu fondo de Cesantias?

38 respuestas



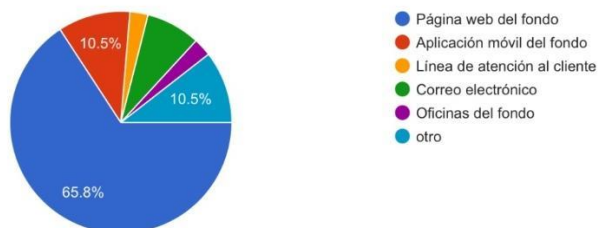
¿Con que frecuencia consultas tu saldo de Cesantias?

38 respuestas



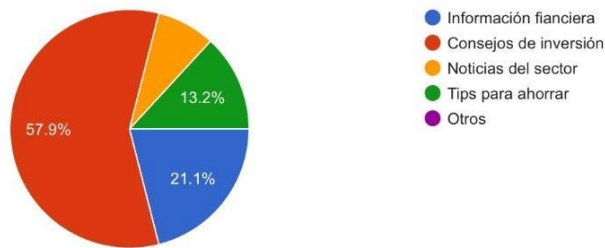
¿Que medio utilizas principalmente para consultar tú saldo de Cesantias?

38 respuestas



¿Que tipo de contenido te gustaria que tu fondo de Cesantías publicara en redes sociales?

38 respuestas



¿Tienes alguna sugerencia para mejorar la comunicación entre tu fondo de Cesantías y tú?

19 respuestas

Ninguna
No
N/A
Que no tengo
Comunicación personal entre el usuario y la entidad, que demuestren cercanías al usuario y brinden experiencia y seguridad de su dinero
NO
Ampliar el rango de la edad de la encuesta
Visitas frecuentes en las empresas, para que el empleado pueda saber estrategias del dinero ahorrado y charlas convocadas para independientes
Información sobre la destinación de nuestros ahorros.
Mayor información
REPORTES SEMESTRALES POR EMAIL
Ninguna
Que el portal sea mas intuitivo y sencillo con el empleado para poder consultarlas
Mejoras en los canales de atención, ya que, ante cualquier solicitud vía telefónica o por medio de redes sociales, no dan soluciones, siempre es, acérquese de forma presencia.

11. Referencias

Pérez, J. & 1020815800 (2020). *Hábitos de consumo, redes sociales y tarjetas de crédito en la generación millennial de Bogotá..* Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10726/3274>.

Rodríguez, N. M. & 1015407200 (2023). Alfabetización financiera y desistimiento en la compra de vivienda nueva en Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10726/5357>.

Rodríguez Martínez, P. (2024, 15 febrero). En cuanto a cesantías, hombres afiliados aumentaron más que mujeres. Portafolio.co. Recuperado 31 de marzo de 2024, de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/en-cuanto-a-cesantias-hombres-afiliados-aumentaron-mas-que-mujeres-598505>

Sánchez Acosta, M. (2023). Aplicación de la encuesta de la OCDE para medir la alfabetización financiera y las implicaciones en el comportamiento del consumidor financiero frente a sus finanzas personales en Bogotá – Colombia. Universidad Externado de Colombia.

Lara-Hernández, J. M., & García-Sánchez, I. (2021). Impacto de una aplicación móvil de educación financiera en el conocimiento y comportamiento financiero de jóvenes adultos en México. *Revista de Educación y Desarrollo Social*, 11(2), e144.

Gamboa-Buitrago, J. D., & Pérez-Ríos, J. C. (2020). Uso de las redes sociales para la educación financiera en Colombia. *Revista Espacios*, 41(40), 34-44.

Gómez Zabala, J. C., & Prieto Prieto, J. G. (2023). La importancia de la educación financiera en la toma de decisiones financieras en los jóvenes residentes en Bogotá [Universidad de La Salle].

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1007&context=maest_finanzas

Velez Pelaez, S. (2021). Finanzas personales de los millennials en Medellín. Recuperado de: <https://repository.eia.edu.co/server/api/core/bitstreams/8c34e1d8-d4d1-433f-b068-ce4727ce49e9/content>

Infobae(2024) <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/09/16/los-errores-mas-comunes-que-cometen-los-colombianos-en-el-manejo-de-sus-finanzas/>

Jones, S. & Lee, K. (2018). The Impact of Social Media on Financial Literacy: Insights from the United States and United Kingdom. *Journal of Consumer Affairs*, 52(2), 367-382.

García, J., & Martínez, L. (2020). Impacto de la tecnología en la educación financiera: análisis de casos en América Latina. *Revista Latinoamericana de Innovación en Tecnología Educativa*, 10(2), 45-62.

Gómez, J., & Martínez, L. (2020). Impacto de las políticas de retiro de cesantías en la economía familiar: un análisis desde la perspectiva de los hogares colombianos. *Revista de Economía y Finanzas*, 17(2), 45-58.

López, D., & Sánchez, M. (2018). Impacto del acceso a la educación financiera en la gestión de las cesantías: evidencia de un programa piloto en Bogotá. *Revista de Administración y Economía*, 25(2), 56-71.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Scolari, C. A. (2015). *Narrativas Digitales y Estrategias Transmedia: Entre la Educación, la Comunicación y el Entretenimiento*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Scolari, C. A. (2018). *Narrativas Digitales y Transmedia: Estrategias de Comunicación en la Era de la Información*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Muguira, A. (2023b, junio 26). *Tipos de investigación y sus características*. QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-de-mercados/#investigacion_descriptiva

Jiménez, L. (2020, 1 agosto). IMPACTO DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA EN LA ACTUALIDAD | Convergence Tech. *Convergence Tech*. Recuperado 25 de marzo de 2024, de <https://revista.sudamericano.edu.ec/index.php/convergence/article/view/35/2>

Jenkins, H. (s. f.). *Convergence Culture La cultura de la convergencia de los medias de comunicación*. Paidós. https://www.perio.unlp.edu.ar/sitios/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/henry_jenkins-cultura-de-la-convergencia.pdf

Ministerio de Justicia y del Derecho. (s. f.). <https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/LegalApp/Paginas/Que-son-las-cesant%C3%ADas-y-que-hacer-si-no-las-reconocen-o-pagan.aspx#:~:text=Las%20cesant%C3%ADas%20son%20una%20prestaci%C3%B3n,de%20lo%20debido%20y%20la>