

1. Información de proyecto

Título del proyecto: SÍMBOLOS, SIGNIFICADOS Y PRÁCTICAS ASOCIADOS A LAS FINANZAS PERSONALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

Resumen: Saber cómo guardar dinero para el futuro, para qué sacar dinero del bolsillo, cómo conseguir más dinero empleando el que se tiene y cuándo conseguir más dinero prestado, son algunos de los componentes de lo que se conoce como Finanzas personales (Albornoz, 1998; Gudmunson, Zuiker, Katras, & Sabri, 2015). En este sentido el cambio en cuanto perspectivas de futuro de los jóvenes en relación con la construcción de un plan para la jubilación, casarse o comprar vivienda, muy características de generaciones anteriores, permite evidenciar que las expectativas de los jóvenes están más relacionadas con viajar, vivir con sus padres y dilatar lo más posible la decisión de casarse, entre otros aspectos (Gudmunson, Zuiker, Katras, & Sabri, 2015); lo que de una u otra forma determina la concepción de sus finanzas personales y el comportamiento derivado. El proyecto pretende, conocer los símbolos, significados y prácticas asociados a las finanzas personales en estudiantes universitarios de la ciudad de Bogotá, a través de la investigación cualitativa empleando como fundamentación el Interaccionismo simbólico, haciendo análisis de contenido contando con un muestro no probabilístico por conveniencia (o de tipo); el análisis de los datos se basará en el ACDT (análisis cualitativo de datos textuales) (Barreto, Rincón, & Velandia, 2011).

Palabras clave: Símbolos, significados, finanzas personales, gestión financiera, analfabetismo financiero, educación financiera

Pertinencia impacto social: La presente investigación adquiere valor en la medida en que su pertinencia social se asocia con la posibilidad de conocer a fondo los aspectos individuales que forman de una manera específica las finanzas personales en una población joven (caracterizada por condiciones cambiantes de comportamiento, actitud, expectativas, creencias, etc.), específicamente universitarios en Bogotá. De allí que se trata un tema que está a la vanguardia de las preocupaciones de diferentes actores, al ser evidente el aporte de un adecuado comportamiento financiero para la vida individual, familiar y social y por ende, económica.

Nombre de la línea medular y articulación del proyecto con la línea: El proyecto se articula con la línea medular de investigación Louis Joseph Lebet, teniendo en cuenta que el adecuado manejo financiero redundará en mayores niveles de calidad de vida en el plano individual, familiar y social.

Nombre de la línea activa y articulación del proyecto con la línea: El proyecto se articula con la línea activa *Conocimiento profundo del consumidor y los mercados* en la medida en que se orienta a comprender profundamente al estudiante universitario en relación con finanzas personales y lo que hay detrás del mismo; así, está a la vanguardia del impacto que a la par genera en la situación del mercado en la actualidad por la preocupación que el tema ha suscitado en diversos actores tanto a nivel gubernamental como no gubernamental.



Productos comprometidos: Un (1) producto resultado de actividades de generación de nuevo conocimiento (Artículo) y Un (1) producto resultado de apropiación social de conocimiento (Ponencia)

Impacto proyectado sobre el currículo: Teniendo en cuenta el lema del programa de mercadeo “*Humanismo y conocimiento con sentido práctico*”, el presente proyecto planteado busca una articulación a través de la búsqueda de los Símbolos, significados y prácticas asociados a las finanzas personales en estudiantes universitarios de la ciudad de Bogotá, lo que permite generar impactos relacionados con el tema de consumo, la calidad de vida y el conocimiento teórico- práctico, replicable como aprendizaje para los estudiantes y docentes del programa.

Impacto o articulación con programa de proyección social: la investigación se articula con el proceso misional, en términos de búsqueda de impacto en niveles de calidad de vida, en el plano individual, familiar y social, teniendo como foco a los jóvenes universitarios (que constituyen parte de la responsabilidad social de las instituciones universitarias)

De acuerdo con el plan de trabajo del grupo entregado en la Unidad de Investigación, especifique cómo y en qué medida la ejecución de este proyecto servirá al fortalecimiento del mismo:

El presente estudio pretende aportar al entendimiento del consumidor desde la perspectiva financiera y su impacto en el consumo, en articulación con los propósitos del grupo de investigación de la Facultad de Mercadeo denominado Consumo y Mercados.

2. **Identificación de investigadores** (por favor diligencie esta información por cada uno de los investigadores vinculados al proyecto).

Nombres y apellidos: Samir Ricardo Neme Chaves

Tipo de vinculación al proyecto: Investigador principal

Programa académico al que se encuentra vinculado: Mercadeo

Número y tipo de identificación:

Número de celular:

Correo electrónico: samirneme@usantotomas.edu.co

Grupo de investigación al que pertenece: Consumo y mercados

Horas nómina que se le asignarán: 12

Nombres y apellidos: Sara Catalina Forero Molina

Tipo de vinculación institucional: Co-investigadora

Programa académico al que se encuentra vinculado: Mercadeo

Número y tipo de identificación:

Número de celular:

Correo electrónico: sarafortero@usantotomas.edu.co

Grupo de investigación al que pertenece: Consumo y mercados

Horas nómina que se le asignarán: 10



Si ha tenido proyecto aprobado en convocatoria pasada FODEIN, responda:

Título del proyecto:

Convocatoria en la que fue aprobado el proyecto:

3. **Pares académicos recomendados** (debe recomendar al menos dos pares académicos aptos para evaluar los proyectos. Dado que el proceso de evaluación debe por principio ser transparente, el par académico que recomiende no debe tener conflicto de interés alguno para evaluar la propuesta. Tenga en cuenta el par que va a recomendar debe tener al menos título de maestría y contar con experiencia en el área o línea de investigación del proyecto).

Nombre del par: Claudia Padrón,

Máximo título académico objetivo por el par: Magíster en psicología del consumidor

Correo electrónico de contacto: claudiampadron@gmail.com

Nombre del par: Carmen Leonor Cruz Zubieta,

Máximo título académico objetivo por el par: Magíster en Psicología del Consumidor

Correo electrónico de contacto: carmencruz@usantotomas.edu.co