

Identificación del proyecto y de investigadores

1. Información de proyecto

Título del proyecto: Diseño, implementación y efectividad de un programa de educación económica y financiera para jóvenes de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Santo Tomás Bogotá

Resumen:

El objetivo de la investigación está orientada en determinar la efectividad de la implementación de un programa de educación económica y financiera para jóvenes de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Santo Tomás, partiendo de la premisa principal de que los jóvenes universitarios presentan un desfase en cuanto a nivel de pensamiento económico de acuerdo con el contexto internacional y que son incipientes los programas educativos que incorporados al sistema formal promueven la alfabetización económica y financiera estimulando el desarrollo de competencias, así como de habilidades, destrezas y uso apropiado del dinero. La metodología empleada es de tipo descriptivo, con un diseño de tipo cuasi experimental y de corte longitudinal.

Palabras clave: pensamiento económico, programa de educación económica, jóvenes universitarios, alfabetización económica.

Pertinencia impacto social:

La implementación de programas de Educación Económica y Financiera a nivel de Educación Superior, contribuye sustancialmente con la formación de jóvenes profesionales con una alta conciencia y responsabilidad de sus acciones en términos económicos y financieros, con una mayor apropiación de variables como el endeudamiento, la inversión, el ahorro, y los procesos de comercio exterior, escenarios en los cuales la toma de decisiones son transversales a todos los fenómenos económicos, sociales y políticos.

Nombre de la línea medular y articulación del proyecto con la línea:

A partir del proyecto se busca contribuir con la línea medular Luis Joseph Lebret (Economía y Humanismo), dado que el análisis y entendimiento de los contextos económicos y sociales, a partir del estudio del pensamiento económico en el joven universitario, permite la construcción de modelos que exploren desde una perspectiva multidisciplinaria dichas realidades, con el desarrollo de metodologías de intervención que permitan la promoción y el fortalecimiento de habilidades, usos y destrezas sobre el manejo financiero. De otro lado, la línea medular, asocia la tensión entre humanismo y mercado, aspecto que se aborda al establecer la forma en que el demandante recurre al mercado para satisfacer sus necesidades y esclarecer los dispositivos de compra, lo anterior en la búsqueda continua de generar mejores condiciones de vida.



Nombre de la línea activa y articulación del proyecto con la línea:

Para el grupo GAIA de la Facultad de Administración de Empresas, en particular desde la línea cultura de la innovación, sub líneas de emprendimiento y gestión del conocimiento, lo planteado en el presente proyecto aporta a la consolidación de la nueva misión de la Facultad en la cual se declara la importancia de formar profesionales capaces de transformar las organizaciones aportando soluciones a las problemáticas de la coyuntura local y global. En este sentido, el futuro administrador de empresas debe tener competencias como agente que promueva la innovación y la competitividad de las organizaciones, a partir la consolidación de los conocimientos y habilidades que se desprendan de su actitud de adaptación al contexto cambiante.

Desde el grupo de consumo y mercados, perteneciente a la Facultad de Mercadeo, con la línea de investigación conocimiento profundo del consumidor y de los mercados, este proyecto busca fundamentar de manera científica el marketing como disciplina, a través del diseño de estudios de tipo longitudinal que desde la psicología económica sustentan un cuerpo de investigación básico derivado del análisis del pensamiento económico, en la explicación de la conducta que sustenta las prácticas de intercambio económico y con ello las dinámicas frente al consumo y los mercados.

Finalmente, desde el grupo de investigación Shibumi y la línea de investigación activa estudio en negocios internacionales, se busca contribuir con este proyecto al análisis de la coyuntura económica para toma de decisiones de negocios internacionales.

Productos comprometidos:

Productos resultado de actividades de apropiación social del conocimiento	Productos	Cantidad
Generación de nuevo conocimiento	Artículos de Investigación en revista Indexada excepto D en alguno de los índices bibliográficos referenciados por COLCIENCIAS.	2
	Participación en la modalidad de ponencia a nivel nacional.	1
Apropiación social del conocimiento	Participación en la modalidad de ponencia a nivel internacional.	1
	Trabajo de grado de pregrado	1

Impacto proyectado sobre el currículo:

En la perspectiva de la apropiación social del conocimiento, el proyecto pretende alcanzar impacto en al menos



dos niveles.

- A nivel académico: fortalecimiento teórico interdisciplinar (economía y psicología del comportamiento del consumidor).
- A nivel curricular: fortalecimiento de los planes de estudio de los programas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de una cátedra de economía experimental.

Por otra parte, en la perspectiva de los aspectos propios de la generación de nuevo conocimiento, el proyecto

Impacto o articulación con programas de proyección social:

A partir del análisis del pensamiento económico, los programas de educación económica y financiera son herramientas importantes para la alfabetización económica, política y de orientación del ciudadano activo en el medio social, permitiendo la generación de procesos de transformación tendientes al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, a partir de una mejor utilización de los recursos disponibles.

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

Nombres y apellidos:

Tipo de vinculación al proyecto: Investigador principal

Tipo de vinculación institucional: Docente de tiempo completo

Programa académico al que se encuentra vinculado: Negocios Internacionales

Número y tipo de identificación:

Número de celular:

Correo electrónico: humbertolibrado@usantotomas.edu.co

Grupo de investigación al que pertenece:

Horas nómina que se le asignarán: 12 horas

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

Título del proyecto: Factores determinantes en las decisiones económicas de compra y consumo en estudiantes de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Santo Tomás.

Convocatoria en la que fue aprobado el proyecto: Convocatoria X-2016

Nombres y apellidos: **Carolina Garzón Medina**

Tipo de vinculación al proyecto: Co investigador

Tipo de vinculación institucional: Docente de tiempo completo

Programa académico al que se encuentra vinculado: Mercadeo

Número y tipo de identificación:

Número de celular:

Correo electrónico: carolinagarzonm@usantotomas.edu.co



Grupo de investigación al que pertenece: Consumo y Mercados

Horas nómina que se le asignarán: 10 horas

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

Título del proyecto: Factores determinantes en las decisiones económicas de compra y consumo en estudiantes de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Santo Tomás.

Convocatoria en la que fue aprobado el proyecto: Convocatoria X-2016

Nombres y apellidos: **Sander Alberto Rangel Jiménez**

Tipo de vinculación al proyecto: Co investigador

Tipo de vinculación institucional: Docente de tiempo completo

Programa académico al que se encuentra vinculado: Administración de Empresas

Número y tipo de identificación:

Número de celular:

Correo electrónico: sanderrangel@usantotomas.edu.co

Grupo de investigación al que pertenece: GAIA

Horas nómina que se le asignarán: 10 horas

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

Título del proyecto: Factores determinantes en las decisiones económicas de compra y consumo en estudiantes de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Santo Tomás.

Convocatoria en la que fue aprobado el proyecto: Convocatoria X-2016

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: Liliana Rodríguez

Máximo título académico objetivo por el par: Magister en psicología de consumidor

Correo electrónico de contacto: lili.psic@gmail.com

Nombre del par: Zandra Patricia Calderón

Máximo título académico objetivo por el par: Magister en psicología de consumidor

Correo electrónico de contacto: zzaamm@hotmail.com