

TEMUCO, 09/04/2021

RESOLUCION EXENTA **0614**

VISTOS: Los DFL N°s 17 y 156 de 1981, D.S. N°242 de 2018, todos del Ministerio de Educación, y D.U. N° 314 de 2010.

CONSIDERANDO

Que por Resolución Exenta N°5719, de fecha 22 de septiembre de 2016, se creó el Centro de Excelencia en Psicología Económica del Consumo (CEPEC) y se aprueba el Reglamento Interno del funcionamiento del centro.

El ORD. N°018/020 de fecha 16 de junio de 2020, del Decano de la Facultad de educación, Ciencias Sociales y Humanidades Sr. Juan Manuel Fierro Bustos, que solicita incorporar en la tabla de la Junta Directiva modificaciones del "Centro de Excelencia en Psicología Económica del Consumo" el que fue discutido en primera instancia por el Consejo de facultad N°011 de fecha 03 de diciembre de 2019 y posteriormente por el Consejo Académico Ordinario realizado el 14 de mayo de 2020, el cual indicó sugerencias, las que fueron incorporadas al nuevo documento.

La propuesta de modificación del Centro de Excelencia en Psicología Económica del Consumo (CEPEC), contenida en el documento PowerPoint presentado en la sesión ordinaria de Junta Directiva N°312 de fecha 24 de junio de 2020, por su directora Sra. Marianela Denegri Coria:

1. Propone una mejora sustancial en la dinámica de funcionamiento del Centro, actualizando su definición, visión y algunas funciones; haciéndolas más acordes a los propósitos actuales que persigue el Centro.
2. Actualización de líneas históricas e integración de nuevas líneas de investigación para dar cuenta de las nuevas necesidades y demandas de la sociedad, el propio carácter interdisciplinario del centro y los mandatos de la nueva Ley de Universidades.

MODIFICACIONES SOLICITADAS:

I. Ajuste en la Definición del Centro

- Se amplía la definición del Centro, otorgándole mayor relevancia al posicionamiento nacional e internacional en el análisis interdisciplinario de los impactos del modelo económico neoliberal en distintos ámbitos de la sociedad.
- Se especifican las formas en las cuales el Centro trabaja para cumplir con su misión.

II. Cambio en la Visión

- Se enfatiza la necesidad de posicionarse como referente en su ámbito y generar conocimiento transferible que impacte en la sociedad.
- Ello para responder además a las políticas de vinculación de la Universidad de La Frontera y a los nuevos escenarios y mandatos legales.

III. Mayor énfasis en funciones

- Se enfatiza una posición más activa en la generación de proyectos interdisciplinarios.

Generar proyectos interdisciplinarios en el ámbito de la psicología económica y del consumo asociados a las líneas del centro y que incorporen académicos y estudiantes de pre y postgrado; y con ello apoyar los

esfuerzos de la Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades en este ámbito específico (art. 3, letra a).

IV. Nuevas líneas de investigación

- Se suman dos líneas nuevas y se reconfiguran internamente las líneas originales.
- Este cambio más fundamental obedece a la necesidad de actualizar y ceñirse a las nuevas orientaciones de la disciplina, incorporando nuevas líneas interdisciplinarias y responder mejor a los nuevos escenarios y exigencias a los que se enfrenta la universidad

V. Se adiciona una función a la dirección

- Se incluye explícitamente como función de la dirección el proponer convenios con instituciones relevantes para el desarrollo del Centro.

Elaborar y proponer al Decano(a) de la Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades, la firma de convenios con instituciones que resulten relevantes para el desarrollo del Centro (art. 6, letra g).

El acuerdo de la Junta Directiva, en Sesión Ordinaria Virtual N°312 de fecha 24 de junio de 2020, en orden de aprobar la modificación del reglamento del Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo (CEPEC), en los mismos términos en que fue presentada.

RESUELVO

MODIFICASE el Reglamento del Centro de Excelencia en Psicología Económica del Consumo (CEPEC), aprobado por Resolución Exenta N°5719 de 2016, de la forma que indica:

EN EL TÍTULO I: DE LA DEFINICIÓN DEL CENTRO,

Sustitúyase los Artículos 1 y 2, por los siguientes:

Artículo 1: El Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo (CEPEC) es una unidad interdisciplinaria dependiente de la Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades que tiene por misión contribuir al desarrollo y bienestar de las personas y de la sociedad, por medio de la generación de conocimiento científico que aporte de manera significativa a la comprensión crítica de las diferentes expresiones sociales asociadas al modelo económico neoliberal y su impacto a nivel individual, grupal, comunitario y social.

Con este fin, el Centro de Excelencia CEPEC promueve y apoya el desarrollo de proyectos de investigación y producción científica inter y multidisciplinaria del más alto nivel, la generación de redes regionales, nacionales e internacionales, la vinculación con el pregrado y el postgrado, la captación de recursos que aseguren la sustentabilidad de su plan de desarrollo, la formación en su ámbito de competencia de capital humano avanzado y la vinculación con el medio mediante transferencia de conocimiento pertinente y contextualizado a las necesidades de los distintos actores y contextos.

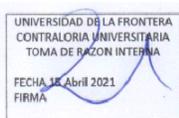
El CEPEC orienta su acción a partir de los valores de rigurosidad, integridad y ética de la producción científica, responsabilidad social, valoración y respeto de la diversidad en todas sus manifestaciones y el trabajo colaborativo en un ambiente de convivencia de equidad, lealtad y cooperación.

El Centro se organiza con una estructura flexible, pero jerárquica, aglutinando líneas de investigación en su ámbito temático y generando algunos recursos propios que aportan a su funcionamiento. Se encuentra adscrito a la Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades y se vincula a través de sus investigadores asociados con las Facultades de Ciencias Jurídicas y Empresariales, y de Ciencias Agropecuarias y Forestales, las cuales tienen representantes en el Consejo Asesor.

Artículo 2: La visión del Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo es consolidarse como un referente regional, nacional e internacional en el ámbito de su competencia, tanto por la relevancia de su producción científica, como por la generación de un impacto positivo y significativo en el desarrollo y bienestar de las personas y de la sociedad, a través de la transferencia de conocimiento y la vinculación con su entorno.

EN EL TÍTULO 2: DE LAS FUNCIONES DEL CEPEC,

En el Artículo 3, sustitúyase las letras a) y b), por las siguientes:



- a) Generar proyectos interdisciplinarios en el ámbito de la psicología económica y del consumo asociados a las líneas del centro y que incorporen académicos y estudiantes de pre y postgrado; y con ello apoyar los esfuerzos de la Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades en este ámbito específico.
- b) Apoyar el desarrollo específico de la docencia de pregrado y postgrado en el ámbito de la relación entre la economía y el comportamiento individual y colectivo. A nivel de postgrado, dicha colaboración se orienta especialmente a los programas de Doctorado en Psicología, Doctorado en Ciencias Sociales y Doctorado en Comunicación y a los programas de Magíster en Ciencias de la Comunicación, Magister en Psicología y Magister en Ciencias Sociales. En pregrado colabora con el Bachillerato de Ciencias Sociales, ofrece electivos de Formación General y cursos específicos a las carreras de Psicología y Pedagogía en Historia, Geografía y Educación Cívica, y otras carreras que lo requieran.

EN EL TÍTULO 3: DE LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN,

Sustitúyase el Artículo 4, por el siguiente:

Artículo 4: Las principales líneas de investigación Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo, son:

- a.- **Ciudadanía económica y comportamiento del consumidor:** Esta línea se orienta al desarrollo de modelos teóricos y de intervención en los procesos cognoscitivos, afectivos y comportamentales relacionados con la comprensión de la economía y del comportamiento del consumidor en diferentes segmentos etarios, y los determinantes sociales y culturales implicados en la inclusión financiera y en las prácticas de socialización económica a nivel de la familia, la escuela y los medios de comunicación de masas. Estudia además las variables personales, sociales y culturales que determinan el comportamiento económico y el ejercicio de la ciudadanía económica a nivel individual, familiar y social. Como productos de transferencia analiza y prueba la eficiencia e impacto de diferentes estrategias para promover la educación económica y financiera en el ámbito escolar y comunitario y el desarrollo de modelos teóricos y dispositivos didácticos en este ámbito.
- b.- **Medios, Mediaciones y Consumo:** Su propósito principal es comprender los modos y las estrategias de las industrias culturales en la producción y reproducción de un comportamiento de consumo afín al modelo económico neoliberal; considerando, por una parte, las redes de relaciones de poder existentes y, por otra parte, las tramas de mediaciones simbólicas generadas.
- c.- **Comportamiento del Consumidor de alimentos y Satisfacción vital:** Se centra en el estudio de las variables personales, sociales y culturales que determinan la toma de decisiones de consumo de alimentos tanto a nivel individual como familiar, y su relación con el bienestar subjetivo, tanto en forma global como en el dominio de la alimentación. Se incorpora además el desarrollo de modelos teóricos, de intervención y de asistencia técnica a nivel de la educación para el consumo saludable. Se contemplan como temáticas la personalidad del consumidor, motivos de consumo, comportamiento de compra normal y patológica, percepción de los estímulos comerciales, formación y modificación de las preferencias hacia productos y marcas, toma de decisiones de consumo y aceptación de innovaciones y nuevos productos, entre otros aspectos. Finalmente, con el objetivo de comprender mejor los factores socioculturales que influyen en el consumidor, se estudian los discursos en torno a la alimentación difundidos por los medios de comunicación y las redes sociales.
- d.- **Participación ciudadana y Comportamiento ecológico responsable frente a la crisis ecológica:** Se centra en el análisis de los factores sociales involucrados en la relación entre los sistemas sociales y los sistemas naturales, en el contexto de la crisis ecológica mundial actual. Este fenómeno obliga a reflexionar críticamente sobre el modelo de desarrollo de la sociedad actual y a profundizar en las diversas formas que la ciudadanía implementa como opciones para enfrentar la crisis y sus consecuencias en la identidad y calidad de vida de las comunidades, así como la búsqueda de alternativas sustentables. Dentro de esta línea de investigación, se encuentran estudios relacionados con las diversas formas en que la sociedad se organiza y enfrenta el daño ecológico que les amenaza. Las consecuencias generadas en el tejido social de las comunidades y las personas (psicológicos, físicos, sociales, económicos, identidad). Así como también, las opciones ciudadanas que se generan para responder ante la crisis. Se estudian los factores vinculados al comportamiento ecológico responsable, los emprendimientos sociales y ecológicos, y el rol de la educación ambiental en el cambio social. Especial interés se tiene en el estudio de la forma en la cual el género interviene en la problemática de la crisis ambiental.

- e.- **Comportamiento microempresarial y Desarrollo local:** Orientada al estudio del comportamiento económico, bajo un contexto individual y colectivo, de los actores locales microempresariales. Específicamente estudia las motivaciones, actitudes y toma de decisiones económicas que explican sus procesos de consumo, racionalidades económicas, ahorro y endeudamiento; y el impacto de dicho comportamiento en cuatro niveles de análisis: nivel emprendedor (microempresario), nivel empresarial (microempresa), nivel familiar (hogar del microempresario) y nivel económico local (Región). Todo lo anterior enmarcado en un contexto de Desarrollo Humano Local.
- f.- **Economía, derecho y gestión en el desarrollo social y organizacional:** Esta línea se preocupa del estudio de temáticas de gran actualidad que afectan el desarrollo de las personas, la sociedad y su medioambiente. Se propone indagar, con una mirada interdisciplinaria, el efecto de variables personales, organizacionales, sociales, económicas, jurídicas y ambientales sobre el bienestar personal, social y global. Teniendo en cuenta que todas estas variables pueden afectarse mutuamente, en esta línea se proponen y analizan modelos específicos que, frente a determinados fenómenos, permitan expandir las explicaciones formalmente disponibles, con el fin de facilitar la incorporación de mejoras en la gestión de las personas, las organizaciones o las políticas públicas, como también en el análisis de decisiones de productores y consumidores.
- g.- **Economía y Desarrollo Regional, Competitividad y Territorio:** Esta línea se orienta a investigar, desarrollar, aplicar y transferir conocimiento en materias vinculadas a la economía regional, al desarrollo territorial y la competitividad, como instrumentos y herramientas para mejorar la equidad económica social y la convergencia territorial en Chile y Latinoamérica. Específicamente se enfoca en la construcción y análisis de información subnacional para la toma de decisiones, en la promoción y desarrollo de modelos descentralizados de gestión con enfoque territorial, en economía regional y competitividad territorial y en Descentralización fiscal económica.

EN EL TÍTULO 4: DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL CENTRO DE EXCELENCIA EN PSICOLOGÍA ECONÓMICA Y DEL CONSUMO,

Sustitúyase el Artículo 5, por el siguiente:

Artículo 5: El Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo cuenta con una estructura flexible, pero jerárquica, que genera algunos recursos propios para aportar a su funcionamiento, con grupos de científicos trabajando en líneas de investigación comunes al área temática del Centro. En su estructura se considera la existencia de un Director, un Comité Ejecutivo, un Consejo Asesor y Coordinadores de Línea de Investigación.

En el Artículo 6, sustitúyase las letras a), b), c), d), e), f), g) y h), y a continuación incorporase la letra i), quedando como sigue:

Serán funciones específicas del Director(a):

- a.- Representar al Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo dentro y fuera de la universidad de acuerdo a las prerrogativas que le otorgue la normativa universitaria vigente.
- b.- Gestionar, en representación del Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo, convenios de colaboración y alianzas estratégicas, proyectos y programas de investigación y asesorías en el ámbito de competencias del Centro.
- c.- Aprobar, previo informe de los coordinadores de línea, el ingreso de nuevos investigadores, la incorporación de estudiantes de postgrado y postdoctorado y los proyectos de pasantías de investigadores de instituciones asociadas al Centro.
- d.- Administrar los bienes, recursos financieros y personal adscrito al Centro.
- e.- Elaborar el plan de desarrollo estratégico del Centro.
- f.- Proponer el presupuesto anual del Centro.
- g.- Elaborar y proponer al Decano(a) de la Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades, la firma de convenios con instituciones que resulten relevantes para el desarrollo del Centro.
- h.- Proponer anualmente un plan de captación y generación de ingresos económicos para el Centro.
- i.- Elaborar la memoria anual y cuenta pública y presentarla ante el Consejo de Facultad con la aprobación previa del Consejo Asesor.

En el Artículo 9, sustitúyase la letra c), por la siguiente:

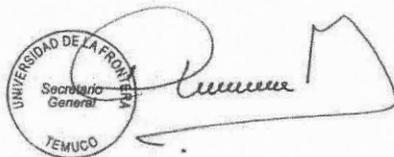
- c.- Apoyar al Director en la captación, elaboración, gestión de recursos y proyectos asociados a su línea.

EN EL TÍTULO 8: DE LOS RECURSOS HUMANOS,

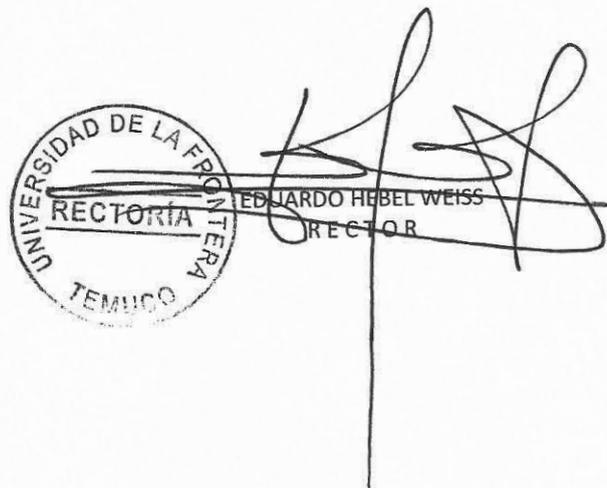
En el Artículo 16, sustitúyase las letras a), b), c), d), e), f), y a continuación incorporase la letra g), quedando como sigue:

- a. Ciudadanía económica y comportamiento del consumidor
- b. Medios, Mediaciones y Consumo
- c. Comportamiento del Consumidor de alimentos y Satisfacción vital
- d. Participación ciudadana y Comportamiento ecológico responsable frente a la crisis ecológica
- e. Comportamiento microempresarial y Desarrollo local
- f. Economía, derecho y gestión en el desarrollo social y organizacional
- g. Economía y Desarrollo Regional, Competitividad y Territorio

ANÓTESE Y COMUNÍQUESE



PLINIO DURAN GARCIA
SECRETARIO GENERAL



EDUARDO HEBEL WEISS
RECTOR

- Rectoría
- Vicerrectoría Académica
- Vicerrectoría Investigación y Postgrado
- Vicerrectoría de Pregrado
- Vicerrectoría Adm. y Finanzas
- Decano Fac. Educ. Cs. Sociales y Hum.
- Vicedecano Fac. Educ. Cs. Sociales y Hum.
- Secretario Fac. Educ. Cs. Sociales y Hum.
- Dirección de Postgrado
- Dir. Postgrado e Invest. Fac. Educ. Cs. Sociales y Hum.
- Directora CEPEC

