



Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Artes y Diseño

Diseño gráfico para el programa de educación financiera  
"Mi Oportunidad de Ahorrar"

## Tesina

Que para obtener el título de:  
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta: Ixel Miranda Jiménez

Director de Tesis: Licenciado Sabino Ignacio Gaínza Kawano

México D.F. 2015



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	5
---------------------	---

---

<b>CAPÍTULO 1</b>	8
<i>PROYECTO ECONÓMICO</i>	

<i>La investigación económica</i>	10
<i>Las Instituciones</i>	11
<i>Transferencias monetarias condicionadas</i>	14
<i>El ahorro y el sistema financiero formal</i>	17
<i>Investigación ahorro, ahorro por default y contabilidad mental</i>	19
<i>Análisis de la población objetivo</i>	22
<i>Educación financiera</i>	24
<i>¿Qué es la educación financiera?</i>	25
<i>Métodología aplicada en educación financiera</i>	27
<i>Análisis de material gráfico</i>	30
<i>Educación financiera en México</i>	37
<i>Referencia directa "Diva, la Ahorrativa"</i>	38

---

<b>CAPÍTULO 2</b>	42
<i>MATERIALES DIDÁCTICOS</i>	

<i>Definición</i>	44
<i>Clasificación</i>	44
<i>La importancia de la imagen en el material didáctico</i>	45
<i>Categorías de imagen didáctica</i>	46
<i>Definición de materiales para el proyecto</i>	48

**CAPITULO 3** 50  
*ANTECEDENTES DE DISEÑO*

<i>Metodología</i>	52
<i>Planteamiento del proyecto de diseño</i>	54
<i>Objetivos de comunicación por soporte</i>	58

---

**CAPÍTULO 4** 59  
*REALIZACIÓN DE DISEÑO*

<i>Estilo de comunicación</i>	61
<i>Nombre del programa</i>	65
<i>Personajes</i>	66
<i>Elementos de diseño</i>	67
<i>Color</i>	68
<i>Ilustración</i>	73
<i>Gráficos</i>	76
<i>Escenario</i>	77
<i>Tipografía</i>	78
<i>Logotipo</i>	80
<i>Especificaciones de impresión</i>	81
<i>Diseño libro de registro</i>	83
<i>Diseño rotafolio</i>	88

---

**CAPITULO 5** 96  
*COMPROBACIÓN DE DISEÑO*

<i>Grupo focal</i>	98
<i>Antecedentes grupo focal</i>	100
<i>Análisis de comunicación visual</i>	104
<i>Preguntas realizadas y soluciones brindadas</i>	105

---

**CONCLUSIONES** 109

---

**BIBLIOGRAFÍA** 113



# INTRODUCCIÓN

La presente tesina analiza el proceso de diseño del material de educación financiera “Mi oportunidad de ahorrar”, con el objetivo de fomentar el ahorro en personas de escasos recursos que cuentan con apoyo económico por parte del programa de desarrollo humano Oportunidades<sup>1</sup>. El proyecto forma parte de una investigación económica que ha sido realizada por el Colegio de México (COLMEX), con el apoyo del Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI) y el programa del gobierno federal Oportunidades.

En México el tema del ahorro genera polémica y cuestionamientos por la situación de pobreza en que se encuentra gran parte de la población del País. Sin embargo la investigación en este tema sin duda abrirá un mayor panorama que podrá contribuir al incremento del ahorro.

## EL POR QUÉ DE LA ELECCIÓN

Lo que me motivó a la realización del proyecto fue aplicar el diseño gráfico en disciplinas poco exploradas. Actualmente muchos diseñadores están interesados en el diseño aplicado al área comercial, dónde marcas y grupos como son Nike, Unilever o Coca Cola generan ideas gráficas que se convierten en tendencias de diseño, las cuales son admiradas y seguidas por los diseñadores gráficos. Y no sólo eso, otros se sienten atraídos por campos afines como la cultura y el arte dónde diseñar un catálogo o un cartel para una exposición es para el diseñador gráfico lo que un dulce para un niño. Son pocos los que se aventuran en campos diferentes como la economía; estos campos pocos explorados son desde mi punto de vista para el diseño gráfico una oportunidad excelente para generar metodologías, plantearse retos inusuales, generar nuevas tendencias y sobre todo, contribuir en un área de gran injerencia en la vida de los ciudadanos. Fuera de empresas generadoras de producto de consumo pocas son las instituciones gubernamentales o empresas privadas que consideran al diseño gráfico parte importante para su comunicación.

## EL DISEÑO GRÁFICO ES IMPORTANTE

Los diseñadores debemos ser conscientes de la importancita de la profesión. El diseño gráfico debe aprovechar el papel que juega en la comunicación para contribuir a una mejora social, el nuevo paradigma del diseño plantea un retorno al humanismo como lo dice Joan Costa<sup>2</sup>: *La comunicación visual como gran instrumento en los campos de la cultura, la educación, el civismo, la difusión científica y la transmisión de conocimiento* (p. 3). Joan plantea que ya no debemos apegarnos al modelo que antes se le imponía al diseño basado en el capitalismo y el consumo salvaje que nos imponían las escuelas económicas en los años anteriores. Actualmente es imprescindible utilizar el diseño gráfico como una herramienta para mejorar la calidad de vida de las personas y las sociedades.

<sup>1</sup> Al realizar el proyecto el programa tenía el nombre de Oportunidades, sin embargo en Septiembre de 2014 el Presidente Enrique Peña Nieto cambió el nombre del programa a PROGRESA. En este documento, siempre nos referiremos al programa como Oportunidades ya que al realizar la tesina era el nombre oficial.

<sup>2</sup> JOAN COSTA. *XX encuentro de Escuelas de Diseño Gráfico* - Monterrey, octubre 2009

Más allá de una función estética y funcional, el diseño gráfico debe jugar un papel más racional y activo en la solución de problemas de comunicación. La época actual permite y necesita una actitud transdisciplinar que según Costa J. (2007) *Implica que sociólogos, ingenieros, economistas, diseñadores, ergonomos, comunicólogos, etc. trabajen juntos en grandes proyectos complejos, tomen una actitud abierta y colaboradora, donde todos escuchan a todos y opinan sobre todo. Se trata de generar interacción positiva entre varias disciplinas* (p. 2).

## **LA INVESTIGACIÓN, UN ÁREA POCO CONOCIDA**

Realizar proyectos de investigación gráficos también es de suma importancia para el desarrollo de la sociedad mexicana. Los ingenieros, médicos, abogados, biólogos, filósofos, diseñadores que egresemos de las universidades del país seremos más competentes según nuestra aportación al conocimiento. Ir más allá que la simple memorización de contenidos y la repetición rutinaria de procedimientos debería ser una obligación para todos los universitarios.

## **EL DISEÑO DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA**

En el área económica este es uno de los materiales dónde se hace tangible el diseño gráfico además de ser parte fundamental para un mejor uso de los recursos, un correcto diseño de ella es fundamental. El diseño gráfico se vuelve trascendental ya que es el encargado de traducir y hacer llegar de forma gráfica los conceptos que se quieran transmitir. El material hizo tangible esta importancia.

## **GENERACIÓN DE DISEÑO**

Para llegar al resultado final, fue necesario seguir una metodología en la que se incluyo la visión y el proceso del área económica, así como recurrir a conocimientos y conceptos de comunicación que generaron la imagen gráfica final. Este proceso sorteó problemas y se afino en el camino para llegar a una ejecución acertada de diseño. Color, tipografía y forma fueron elementos fundamentales para la creación del programa.

## **COMPROBACIÓN DE EFICIENCIA DEL MATERIAL**

Un aspecto que hace especial a este proyecto es que pude interactuar con las usuarias del programa, comprobar y ajustar el diseño realizado, lo que enriqueció el resultado final.

## **CONTRIBUCIÓN**

Espero que esta experiencia les sea útil a otros profesionales de diseño en la solución de proyectos y desarrollo de metodologías.





CAPÍTULO  
**UNO**

# PROYECTO ECONÓMICO

*Para la correcta realización de un proyecto de diseño gráfico es necesaria una investigación previa, no sólo de comunicación si no de disciplinas relacionadas.*

***Es por eso que la parte económica es fundamental para la solución estética y de comunicación.***

# LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA

# LAS INSTITUCIONES

*EMPEZAREMOS POR CONOCER LAS INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN EL PROYECTO, LAS CUALES TIENEN UN ENFOQUE SOCIAL MUY IMPORTANTE.*

## **BANCO DEL AHORRO NACIONAL Y SERVICIOS FINANCIEROS, S.N.C (BANSEFI)**

Banco mexicano que forma parte del Gobierno Federal y particularmente de la Banca de Desarrollo tiene la misión de apoyar el desarrollo institucional del sector de ahorro y crédito popular, promover la cultura financiera y el ahorro entre sus integrantes, a través de la oferta de productos y servicios adecuados.

Para el 2013 se contaba con un total de 262 corresponsales bancarios en operación y mantenía presencia en 24 entidades federativas. Está a cargo de la bancarización del programa Oportunidades entregando a alrededor de 5 millones de personas apoyo a través de sus terminales financieras.

## **COLEGIO DE MÉXICO (COLMEX)**

Localizado en la Ciudad de México, es uno de los centros de docencia e investigación en el ramo humanístico y de las ciencias sociales más importante en el mundo hispanico. En él se imparten licenciaturas, maestrías y doctorados. Cuenta con centros de estudio especializado. Los profesores-investigadores que forman parte del plantel, están sujetos a rigurosos mecanismos de evaluación académica lo que genera una alta calidad en la educación impartida. El proyecto nació en el Centro de Estudios Económicos, del cual forma parte el líder del proyecto el Dr. Carlos Chiapa, quien junto con la Dr. Silvia Prina profesora-investigadora de Case Western University (U.S.A.) y Sarah Thomason coordinadora han sido los encargados de llevar a cabo el proyecto.

## PROGRAMA DE DESARROLLO HUMANO OPORTUNIDADES

Actualmente el programa funciona gracias a coordinadores y presupuesto provenientes de SEDESOL, SEP, SSA, SHCP e IMSS. Dirigido por la Coordinación Nacional del Programa Oportunidades y tiene como objetivo romper con el ciclo intergeneracional de la pobreza extrema por medio de la mejora de la educación, salud y nutrición de las familias mexicanas, siendo desde su creación el programa de ayuda social más importante del país.

Su antecedente comenzó en los 90's con el Programa Nacional de Solidaridad implementado por el entonces presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994). Desde entonces los últimos presidentes de México han tenido entre sus prioridades el combate a la pobreza, implementando programas sociales como:

### **Presidente Ernesto Zedillo:**

(1994-2000) Programa de educación, salud y alimentación *PROGRESA*.

### **Presidente Vicente Fox:**

(2000-2006) Programa de desarrollo humano Oportunidades.

### **Presidente Felipe Calderón:**

(2006-2012) Programa de desarrollo humano Oportunidades.

### **Presidente Peña Nieto:**

(2012-2014) Programa de desarrollo humano Oportunidades y la Cruzada Nacional contra el Hambre.

En Septiembre de 2014 se cambia la denominación y el nombre a programa de inclusión social PROSPERA.

A pesar de los esfuerzos gubernamentales, el promedio de pobres en el país sigue siendo aproximadamente de la mitad de la población, según cifras del CONEVAL<sup>3</sup>. Esta prevalencia de la pobreza nos habla de un gran problema que no sólo debe de combatirse con programas sociales como Oportunidades. Las insituciones gubernamentales deben generar más estrategias que tomen en cuenta aspectos económicos, educativos, culturales, la idiosincrasia, las relaciones sociales y familiares. Mientras mayor sea el entendimiento de las familias mexicanas, mayor probabilidad de ayudarlas, por ellos es necesario generar proyectos de investigación enfocadas en ellas.

<sup>3</sup> CONEVAL: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. Recuperado el 28 de Junio de 2014 de <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Medici%C3%B3n/Pobreza%202012/Pobreza-2012.aspx>

## CONCEPTOS DE POBREZA

La población en situación de pobreza es aquella que percibe un ingreso inferior a la línea de bienestar social; cuyo valor equivale al costo de la canasta básica alimentaria<sup>4</sup> y no alimentaria juntas además de tener al menos una de las siguientes carencias sociales:

- Rezago educativo.
- Acceso a los servicios de salud.
- Acceso a la seguridad social.
- Calidad y espacios de vivienda.
- Servicios básicos en la vivienda.
- Acceso a la alimentación.

De acuerdo al Consejo Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) en México el 45.5% de su población se encuentra en situación de pobreza<sup>5</sup>. Más allá de números, la pobreza es una realidad que vemos todos los días en las ciudades, los poblados o diversas zonas del país y cabe cuestionarse... si los pobres tienen ingresos suficientes para ahorrar, la respuesta es SÍ, existen estudios<sup>6</sup> en los que se comprueba ésta afirmación, aunque cabe aclarar que lo hacen en pequeñas cantidades y fuera del Sistema Financiero Formal<sup>7</sup>. A pesar que la cantidad ahorrada por una persona en situación de pobreza puede parecer para muchos irrisoria, ésta es un pequeño esfuerzo para mejorar las condiciones de vida de las familias a largo plazo, como lo demuestran los estudios realizados<sup>8</sup>.

<sup>4</sup> Canasta básica alimentaria: Conjunto de bienes y servicios indispensables y necesarios para que los trabajadores, puedan satisfacer sus necesidades básicas, como vivienda, vestimenta, transporte y educación. CONEVAL (2014). Evolución de las líneas de bienestar y de la canasta alimentaria. Recuperado el 12 Mayo de 2014, de <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Lineas-de-bienestar-y-canasta-basica.aspx>

<sup>5</sup> CONEVAL (2012), CONEVAL informa los resultados de la medición de la pobreza 2012. Recuperado el 30 de mayo de 2014 de [http://www.coneval.gob.mx/Informes/Coordinacion/Pobreza\\_2012/COMUNICADO\\_PRENSA\\_003\\_MEDICION\\_2012.pdf](http://www.coneval.gob.mx/Informes/Coordinacion/Pobreza_2012/COMUNICADO_PRENSA_003_MEDICION_2012.pdf)

<sup>6</sup> PRINA, S., (2013), "Banking the poor via savings accounts: Evidence from a field experiment," Case Western Reserve, Working Paper. Existe evidencia empírica acerca de cómo los procesos de inclusión financiera pueden afectar el bienestar de los segmentos más pobres de la población. PRINA (2013) realiza un experimento de campo en Nepal con el objetivo de evaluar el impacto del acceso a una cuenta bancaria sobre el ahorro en los hogares pobres y la acumulación de activos. Aleatoriamente, se ofreció abrir una cuenta bancaria (sin costo) a 1,118 mujeres, jefas de familia pobres. Prina encuentra que el 84% abrieron la cuenta. Además el 80% utilizaban la cuenta para hacer depósitos, es decir, hacía uso de la cuenta bancaria. Finalmente, encuentra que el acceso a una cuenta de ahorro incrementa los activos monetarios en un 50%. DUPAS, P. y J. ROBINSON (2011), "Savings Constraints and Microenterprise Development: Evidence from a Field Experiment in Kenya" mimeo. Se realizó un experimento de campo en Kenia, para observar si el colocar una caja con la leyenda para emergencias tiene un efecto positivo sobre el ahorro de una muestra aleatorizada de autoempleada. Se encontraron resultados positivos.

<sup>7</sup> Sistema financiero formal: Conjunto de instituciones, mercados e instrumentos cuya misión básica es captar recursos de los ahorradores y encausar hacia la financiación.

<sup>8</sup> MALDONADO, J. H. y R. P. MORENO-SÁNCHEZ (2010), "Estrategias de suavización del consumo y del ingreso de las madres beneficiarias del programa Familias en Acción: Un análisis cualitativo" Documentos CEDE 007609, Universidad de los Andes, Bogotá.

En Colombia, el proyecto piloto de incentivos al ahorro, Mujeres Ahorradoras en Acción, diseñado para las receptoras del programa Familias en Acción inició en 2007. (MALDONADO) Encuentran que los ahorros acumulados por las receptoras del programa les permiten suavizar su ingreso ante choques negativos. Además, los autores reportan que las receptoras también utilizaron sus ahorros para la educación de sus hijos, para pagar deudas y en anticipo a celebraciones o eventos especiales. La mayoría de las mujeres entrevistadas dirigieron alguna proporción de su ahorro para establecer o mejorar sus negocios propios o realizar mejoras a sus casas. Sin embargo, una vez concluida la etapa piloto del proyecto, varias receptoras cerraron sus cuentas al eliminarse los incentivos adicionales que existían para ahorrar (por ejemplo, rifas para multiplicar los montos ahorrados), además de que las tasas de interés ofrecidas por el banco eran muy bajas.

# TRANSFERENCIAS MONETARIAS CONDICIONADAS

*ES EL MEDIO DE DISTRIBUCIÓN MONETARIO QUE BENEFICIA A PERSONAS DE ESCASOS RECURSOS, SE HA UTILIZADO EN DIFERENTES PAÍSES DANDO RESULTADOS POSITIVOS.*

Parte fundamental de los programas sociales han sido las Transferencias Monetarias Condicionadas (TMCs) que son programas que brindan a los usuarios apoyo monetario a cambio de inversión de capital humano<sup>9</sup>. En un principio el programa hacía entrega de los TMCs de manera personal, sin embargo se decidió que a partir de 2012 la ayuda monetaria se haría por medio de tarjetas de débito, tarjetas prepagadas asociadas a una cuenta de ahorro llamada Debicuenta. La bancarización de Oportunidades ha sido desarrollada a través del Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI). El dinero se deposita de manera bimestral en las cuentas bancarias de las representantes familiares, en este caso, la madre de familia.

---

<sup>9</sup> Capital humano: cantidad de conocimientos que posee una sociedad o un individuo adquiridos mediante la escolarización formal o el aprendizaje por experiencia.

La cuenta tiene las siguientes características:

- Retiro en sucursales y cajeros BANSEFI sin comisión y en tiendas LICONSA que cuenten con servicio de retiro.
- Retiro en cualquier banco con comisión (comisiones variadas).
- Retiros y depósitos sin límite.
- Depósito sólo en sucursales BANSEFI (493 sucursales).
- Depósitos sin comisión.
- Realizar compras en cualquier establecimiento que acepte VISA incluyendo la tienda LICONSA (si esta cuenta con terminal electrónica).

La cantidad entregada varía dependiendo de varios factores<sup>10</sup>, entre ellos el número de integrantes de la familia y el tipo de apoyo que reciben. El monto mínimo aproximado es de \$445 mensuales por cada niño en la familia (se pueden obtener más apoyos dependiendo del número de niños en la familia).

Dentro del programa existen reglas para conservar las TMCs<sup>11</sup> como asistir a reuniones establecidas denominadas MAPOs (Mesa de Atención a Personas de Oportunidades), las cuales funcionan como puntos de control y comunicación entre las beneficiarias y el programa, en estas reuniones se tocan temas de salud y educación entre otros. Las MAPOS varían de lugar y duración dependiendo de las necesidades y características de cada zona.

<sup>10</sup> Más detalles en el la liga [http://www.oportunidades.gob.mx/Portal/wb/Web/oportunidades\\_montos](http://www.oportunidades.gob.mx/Portal/wb/Web/oportunidades_montos) Recuperado el 4 de Junio de 2014

<sup>11</sup> Recuperado el 4 de Junio de 2014 de [http://www.oportunidades.gob.mx/Portal/wb/Web/reglas\\_de\\_operacion\\_wordT](http://www.oportunidades.gob.mx/Portal/wb/Web/reglas_de_operacion_wordT)



## VENTAJAS Y DESVENTAJAS

A pesar de que las TMC's tiene como objetivo el combate a la pobreza, son susceptibles de utilizarse como medio para promover la imagen del gobierno en turno, proyectándolas como soluciones al problema de la pobreza, ejemplo de esto es la Tarjeta Sin Hambre que se promueve como una mejora significativa para los ciudadanos en situación de pobreza alimentaria<sup>12</sup> .

Las TMC's no solucionarán por arte de magia el problema, pero representan inclusión financiera, la cual es un gran beneficio, ya que las usuarias cuentan con la oportunidad de administrar mejor sus escasos ingresos. Además aprender a usar sus cuentas las dota de conocimientos básicos bancarios y de administración mejorando así pensamiento crítico ante otros productos financieros. Al fomentar ésta capacidad podrán evitar ser presas de prácticas abusivas por parte de instituciones bancarias, como comprar productos o servicios en pagos diferidos, práctica que la mayoría de las veces incrementa su costo final<sup>13</sup> afectando el poco capital familiar.

El contar con una cuenta de débito representa un avance en inclusión financiera. Pero cabe destacar que las beneficiarias no lo han aprovechado al 100%, el uso actual de las cuentas es muy bajo. ¿Por qué no utilizan sus cuentas de débito? Entre las posibles causas se encuentran: educación financiera (no saben cómo funciona la cuenta), edad de los beneficiarios, falta de confianza en las instituciones (miedo a que el banco se quede con el dinero), la ubicación geográfica (no hay sucursales cerca de su comunidad) educación, autoempleo, o productos poco atractivos. En un estudio realizado recientemente<sup>14</sup> se descubrió que la edad y el nivel de escolaridad son variables significativas que influyen en el poco uso de servicios financieros de las beneficiarias.

<sup>12</sup> Recuperado el 7 de Junio de 2014 de <https://www.youtube.com/watch?v=yF5nKch-rrU>

<sup>13</sup> Análisis hecho con base en el sitio Coppel. Recuperado el 10 de Junio de 2014 <http://www.coppel.com/telcel-ig-e450-15x-negro/227384/4>

<sup>14</sup> SUÁREZ A. (2013), *Análisis sobre el proceso de bancarización del programa Oportunidades a través de los mecanismos de pago*. Trabajo de investigación, maestría en economía por El Colegio de México.

# EL AHORRO Y EL SISTEMA FINANCIERO FORMAL

*¿QUÉ PAPEL JUEGA EL AHORRO EN LA VIDA DE LA POBLACIÓN DE ESCASOS RECURSOS Y CÓMO UTILIZA LOS POCOS RECURSOS CON LOS QUE CUENTA?*

Para las personas en situación de pobreza el ahorro es una forma de administrar los ingresos que muchas veces obtienen de manera irregular y que utilizan para hacer frente a caídas de ingreso, enfermedades, desempleo o fenómenos climáticos como lo analizan Maldonado y Moreno<sup>15</sup>. Más que los beneficios monetarios, un buen ahorrador es un ser un buen administrador, organizado y con disciplina para cumplir metas, por lo tanto podemos encontrar un ahorrado en cualquier nivel socioeconómico.

Para la población en situación de pobreza los beneficios económicos del ahorro se ven disminuidos ya que recurren a métodos informales<sup>16</sup> que muchas veces son riesgosos, ya que el regreso de su dinero no está asegurado por ninguna institución sólida.

Incentivar el ahorro es sólo una pequeña parte de lo que las familias mexicanas necesitan para mejorar sus condiciones de vida individuales y de colectividad. El ahorro trae consigo beneficios a corto o mediano plazo, como adquirir un bien, pagar una deuda, invertirlo en salud, educación o en algún proyecto económico. Además de esto, el hábito del ahorro forma parte de las enseñanzas familiares que se transmitirán a todos los miembros de la familia, acto que puede tener beneficios significativos, si no en el presente de las familias sí a un largo plazo de la vida de sus integrantes.

Pero ¿qué tipo de beneficio se obtiene del ahorro? En un estudio conocido como “Marshmallow experiment”<sup>17</sup> hecho por Walter Mischel, profesor de la Universidad de Stanford (1960) se demostró que intercambiar un momento de satisfacción inmediata a cambio de un mayor beneficio a mediano plazo (es decir un tipo de ahorro), se veía relacionado con un mejor rendimiento académico escolar. Además de una menor tendencia a la obesidad y mayor resistencia a las adicciones. Esto demuestra que los pequeños esfuerzos pueden traducirse en un cambio de comportamiento positivo que transforman la vida de los seres humanos. Este principio también puede aplicarse en el hábito del ahorro.

<sup>15</sup> MALDONADO, J. H. y R. P. MORENO-SÁNCHEZ (2010), “Estrategias de suavización del consumo y del ingreso de las madres beneficiarias del programa Familias en Acción: Un análisis cualitativo” Documentos CEDE 007609, Universidad de los Andes, Bogotá.

<sup>16</sup> Algunos métodos son: Ahorrarlo en casa, invertir en animales u otros objetos de valor o en tandas, así como asociaciones financieras o sociales informales.

<sup>17</sup> (2013) WALTER MISCHEL on his *Marshmallow Experiment*. Recuperado el 30 de mayo de 2014 de <https://www.youtube.com/watch?v=0b3SWsjWzdA>

En el caso de las beneficiarias de las TMCs de Oportunidades sólo el 39% de ellas ahorran, del cual el 72.6% ahorra en casa<sup>18</sup>. El ahorro en casa conlleva algunos riesgos como robos, la utilización del dinero para situaciones poco trascendentes, inversiones riesgosas y préstamos a conocidos o familiares. Las beneficiarias tienen derecho a información que les permita conocer estos riesgos y poder tomar decisiones en beneficio de sus intereses.

Por otro lado el Sistema Financiero Formal<sup>19</sup> debe mejorar los productos que brinda a personas de escasos recursos. Préstamos a tasas de interés muy altas<sup>20</sup> o con requisitos que los usuarios pobres no pueden cubrir, son problemas con los que se enfrentan los usuarios.

En general entre la población mexicana existe una gran carencia de conocimientos financieros que traen como consecuencia:

- Endeudamiento excesivo.
- Falta de ahorro para el futuro.
- Uso improductivo de las remesas.
- Poca claridad sobre los beneficios que ofrece la inversión en actividades.
- Incremento del uso del sistema financiero informal.

Por estos motivos el ahorro no alcanza sus beneficios potenciales. Sin embargo existen esfuerzos para superar estos problemas. Como lo son los programas en los que se unen las TMC's con planes de ahorro. Por ejemplo en Perú el Programa de desarrollo Humano Juntos, ha implementado estos programas teniendo muy buenos resultados en el ahorro de las beneficiarias. Este caso se ha repetido en Brasil y Colombia dónde además de incrementar los montos de ahorro, han invertido éste en mejoras para su vivienda o su negocio, lo que da un indicio de que darles acceso a cuentas de ahorro y educación financiera brinda a las beneficiarias herramientas que les permite mitigar los choques negativos de la pobreza<sup>21</sup>.

Información como ésta acerca del ahorro muestra que es imprescindible seguir investigando para obtener más información rigurosa y cuantitativa con la finalidad de mejorar los sistemas financieros a los que tienen acceso las personas de escasos recursos.

<sup>18</sup> SUÁREZ A. (2013), Análisis sobre el proceso de bancarización del programa Oportunidades a través de los mecanismos de pago, Trabajo de investigación, maestría en economía por El Colegio de México.

<sup>19</sup> Sistema Financiero Formal: Conjunto de instituciones, mercados e instrumentos cuya misión básica es captar recursos de los ahorradores y encausar hacia la financiación, bajo leyes establecidas por los gobiernos.

<sup>20</sup> Recuperado el 4 de Junio de 2014 de [http://www.milenio.com/negocios/Altos-intereses-creditos-personas\\_0\\_114588836.html](http://www.milenio.com/negocios/Altos-intereses-creditos-personas_0_114588836.html)

<sup>21</sup> Choques Negativos: Efectos negativos causados por caídas en el ingreso provocadas por enfermedades, desempleo, eventos sociales, fenómenos climáticos o simples fluctuaciones económicas.

# INVESTIGACIÓN AHORRO, AHORRO POR *DEFAULT* Y CONTABILIDAD MENTAL

*EN MÉXICO UNIVERSIDADES E INSTITUCIONES EDUCATIVAS DESARROLLAN PROYECTOS ENCAMINADOS A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN. ESTAS INVESTIGACIONES GENERAN CONOCIMIENTO QUE SE CONVIERTE EN COMBUSTIBLE DE CAMBIOS POSITIVOS EN LA SOCIEDAD .*

A continuación se presenta a detalle el proyecto:

## **HIPÓTESIS**

Al cambiar el servicio de la cuenta de débito ofrecida por BANSEFI, las beneficiarias del programa Oportunidades ahorran más.

## **OBJETIVOS**

Beneficiar a personas en situación de pobreza mediante la inclusión financiera e incentivar el hábito del ahorro con el objetivo de mejorar el bienestar de las familias.

## **EXPERIMENTO**

Consiste en estimar los efectos de generar 2 cuentas ligadas a la Debicuenta ya existente:

- **Cuenta 1:** Donde los individuos pueden depositar ahorros de manera voluntaria (contabilidad mental).
- **Cuenta 2:** Donde la institución transfiera por default un cierto monto (contabilidad mental + *default*).

Las 2 cuentas se llamarán “Para Emergencias”.

## LAS 2 VARIABLES PLANTEADAS

- **Contabilidad mental:** El nombrar la cuenta de ahorros “Para Emergencias” influye psicológicamente a las beneficiarias a ahorrar. Se han realizado investigaciones<sup>22</sup> donde se observa que los individuos incrementan más su ahorro y reducen el riesgo de gastarlo, si el objetivo son emergencias de salud.
- **Default:** Realizar la transacción automática sin que las beneficiarias tengan que pedir o realizar el depósito, con la opción de cancelarlo si ellas lo desean. Como Bernatzi<sup>23</sup> lo describe en su investigación, donde nos habla que es más fácil para los individuos, ahorrar cuando se toma cierta cantidad para el ahorro automáticamente, en vez de realizar el depósito por su parte.

## POBLACIÓN OBJETIVO

Beneficiarias del programa Oportunidades que tengan ya una debicuenta y se encuentren cerca de alguna sucursal BANSEFI, esto con la finalidad de realizar las transacciones fácilmente.

## METODOLOGÍA

Se seleccionarán un grupo de localidades de características similares. Se escoge de manera aleatoria a las familias beneficiarias a las que se les brindarán los 3 tipos de cuenta líquidas<sup>24</sup>. Se identificarán los efectos de cada una de ellas para compararlos.

## CUENTAS

1. **Cuenta Control:** Las familias reciben sus transferencias como hasta ahora.
2. **Cuenta Contabilidad Mental:** Las familias reciben sus transferencias como hasta ahora y además se les abre una cuenta “Para Emergencias” en donde podrán realizar depósitos voluntarios.
3. **Cuenta Default:** Las familias reciben sus transferencias como hasta ahora y también se les abre una cuenta “Para Emergencias”, además se les ofrece depositar el 10% de la transferencia automáticamente (por *default*) en la cuenta “Para Emergencias” cada vez que Oportunidades pague.

<sup>22</sup> DUPAS, P. Y J. ROBINSON (2011), *Savings Constraints and Microenterprise Development: Evidence from a Field Experiment in Kenya* mimeo.

<sup>23</sup> BERNATZI, S. Y R. H. THALER (2004), *Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving*, Journal of Political Economy. USA.

<sup>24</sup> Cuenta líquida: Aquella de la que se pueden retirar los recursos sin cargo ni penalización alguna.

Para las cuentas Contabilidad Mental y *Default* se entregará una tarjeta extra con el nombre “Ahorro para mis Emergencias”, por lo que las beneficiarias en ambos casos contarán con 2 tarjetas.

## **PROCESO DE ENSEÑANZA**

Para lograr el uso correcto de las nuevas cuentas será necesario impartir educación financiera y entregarles además material de apoyo, en este caso un cuaderno de registro de ahorro que deberán utilizar por un año cada vez que hagan un movimiento en sus cuentas y les sea más fácil llevar el control de ellas. Esta educación financiera se llevará a cabo con el apoyo de BANSEFI y Oportunidades en reuniones organizadas por la MAPO correspondiente a las localidades a estudiar.

Este proceso de educación financiera se retomó de un programa desarrollado en Perú, sobre el que profundizaremos más adelante.

## **TIEMPO EJECUCIÓN**

El tiempo aproximado de la investigación será de un año y medio.

Calendario del proyecto:

- Planteamiento del proyecto mayo 2012.
- Planeación: junio 2012 a diciembre 2013.
- Implementación: marzo 2014.
- Recolección de datos finales: marzo 2015.
- Desarrollo estadístico: abril 2015 – junio 2015.

# ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

*CONOCER A LAS BENEFICIARIAS ES PARTE FUNDAMENTAL DEL PROCESO DE DISEÑO. QUÉ LAS MOTIVA, LES PREOCUPA Y SU ESTILO DE VIDA, NOS BRINDA INFORMACIÓN PARA GENERAR UN MENSAJE Y UN DISEÑO EMPÁTICO PARA ELLOS.*

El estudio se realizará en 16,136 familias pertenecientes a Oportunidades. En 59 localidades ubicadas en: D.F., Hidalgo, México, Michoacán, Morelos, Puebla, Veracruz. El total de mujeres será de 14,000.

## **CARACTERÍSTICAS DE LAS BENEFICIARIAS:**

- Mujeres alrededor de los 40 años.
- Amas de casa.
- Con 6.8 años de escolaridad.
- El 3.3% han tenido contacto con una tarjeta de crédito, débito o nómina.
- El 75% reportan no tener conocimientos de cómo funciona la cuenta.
- El 75% viven en unión libre o están casadas.
- El 23% tiene trabajo del cual 40% son autoempleadas, 21% son empleadas domésticas.
- 67% tiene vivienda propia, el resto renta o la comparte.
- Les toma entre 34 y 54 minutos llegar al lugar donde pueden retirar su dinero (cajero, tienda Diconsa).
- Gastan entre 13 y 28 pesos en trasladarse.
- El 13% tienen algún tipo de préstamo.

## ¿CÓMO AHORRAN?

- 73% lo hace en la casa.
- 8% en bancos que no son BANSEFI.
- 6% en tandas.
- 6% en caja de ahorro.
- 2% en BANSEFI.
- 2% comprando animales.

## ¿PARA QUE UTILIZAN SU AHORRO?

- 57% para emergencias.
- 37% para gastos escolares.
- 22% en medicamentos.
- 9% para el hogar.
- 3% para vivienda.

## OTRAS CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES

- Son madres que se adjudican la gran responsabilidad de cuidar a su familia.
- Buscan la oportunidad de mejorar sus ingresos y su nivel de vida motivadas por sus hijos.
- Manejan cantidades pequeñas de dinero, (sus gastos y sus ahorros).
- Cuidan en qué gastan el poco dinero que tienen, saben cuanto cuestan los insumos y los gastos que su familia consume y necesita.
- Son personas que no confían en las Instituciones Bancarias por tener poco contacto con ellas.
- Se preocupan por el dinero de comisiones o las altas tasas de interés que el banco les cobra.
- Tienen la impresión que el Banco es abusivo o quiere robar su dinero.
- Se encuentran poco familiarizadas con tecnología bancaria.
- Puede encontrar difícil la relación con el personal bancario.

La dinámica de consumo en la que se ven inmersos las personas de escasos recursos, está determinada e influye en la su economía. Las personas de escasos recursos viven “al día” ya que van gastando sus ingresos casi al mismo tiempo en que los obtienen. Esta mentalidad de satisfacer necesidades a corto plazo, los lleva a emplear de manera poco eficiente sus recursos. La cultura de consumo en la que vivimos incrementan este comportamiento ya que el mercado busca vender falsas necesidades, las tiendas ofrecen productos y servicios a pagos accesibles que las personas de escasos recursos tienen la capacidad de cubrir; sin embargo el costo final es más alto que el precio de contado. Comportamientos como este se repiten en la vida de personas de escasos recursos; salidas fáciles y espejismos de soluciones que son sencillos de tomar pero que la larga resultan más costosos. La preocupación por los seres queridos y la familia es un motor importante que genera acciones y que motiva la rápida satisfacción de deseos y no la mejor solución a los problemas. Por estas razones la educación financiera se vuelve un factor trascendental en este sector de la población.



# EDUCACIÓN FINANCIERA

# ¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN FINANCIERA?

*Es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras para así mejorar su bienestar<sup>26</sup>.*

Mediante la educación financiera gobiernos, asociaciones no gubernamentales e instituciones financieras buscan mejorar la calidad de la sociedad. Para los bancos la educación financiera representa un beneficio comercial ya que mientras mayor sea el entendimiento de los servicios mayor será su demanda.

La relación que los latinoamericanos tenemos con la economía y la información de las políticas públicas no es la mejor. Sin embargo varias asociaciones y gobiernos comienzan a hacer esfuerzos en contra la ignorancia y la apatía en este tema.

Como lo publica el Banco de desarrollo de América Latina

*La educación financiera como un componente de las políticas de crecimiento efectivas ha sido reconocida cada vez más por los responsables del desarrollo de políticas públicas de las economías latinoamericanas, lo cual se ha traducido en el desarrollo de una serie de iniciativas destinadas a aumentar los niveles de educación financiera de la población, en ocasiones como complemento al desarrollo de programas para promover la inclusión financiera o la protección de los consumidores<sup>27</sup> (p. 9).*

<sup>26</sup> Concepto retomado de: High-Level principles on national strategies for financial education (august 2012).

<sup>28</sup> BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva* N° 12. Recuperado el 15 Diciembre de 2014 de

[http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD\\_CAF\\_Financial\\_Education\\_Latin\\_AmericaES.pdf](http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf)

La educación financiera ha incrementado su presencia en poblaciones de situación de pobreza, en muchos países donde la pobreza azota a sus habitantes se han implementado programas para tener un mejor control y aprovechamiento de los pocos recursos que tienen. Los temas que actualmente toca la educación financiera son: el ahorro, administración, inversión, seguros de vida principalmente.

Desarrollar un programa de educación financiera requiere el trabajo de diversas disciplinas como Economía, Sociología y el Diseño Gráfico entre otras. El éxito o fracaso de estos programas depende de una adecuada planeación, un trabajo en conjunto de instituciones y gobiernos, además del correcto desarrollo de la educación financiera.

Algunos grupos que han desarrollado educación financiera para personas en situación de pobreza, son:

*Microfinance Oportunities, Stromme Foundation, Rural Finance Learning Center y Freedom From Hunger, Aflatounentre.* La mayoría de ellas las dirigidas a personas en situación de pobreza en zonas como África, Asia y América Latina. Un ejemplo específico es el exitoso programa antes mencionado Juntos realizado en Perú.

# MÉTODOLOGÍA APLICADA EN EDUCACIÓN FINANCIERA

*EL MÉTODO EN EL PROCESO DE DISEÑO ES PIEZA CLAVE PARA SU CORRECTO DESARROLLO Y DEBEMOS ESCOGERLO DE ACUERDO A LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA PROYECTO.*

En este caso recurrimos a la metodología desarrollada por *Microfinances Opportunities*<sup>29</sup>, la cual resumo a continuación en los siguientes puntos:

- Audiencia.
- Canales de distribución.
- Momento de enseñanza.
- Enfoque de implementación.
- Precios.

## **AUDIENCIA**

La traducción del mensaje siempre debe basarse en las características psicológicas, geográficas y económicas del público meta, por esto es importante conocer sus características y sentar así las bases del diseño. Presentamos una serie de cuestionamientos que ayudarán en esta cuestión:

---

<sup>29</sup> COHEN M., NELSON C. (2011) *Financial Literacy: A step for clients towards financial inclusion*. Microfinances Opportunities, Whashington.

- ¿De dónde obtienen sus ingresos?.
- ¿Cuáles son sus gastos?.
- ¿Qué creencias o prácticas culturales definen sus decisiones financieras?.
- ¿Cuál es el contexto en el que viven y cual es la posibilidad de mejorar sus hábitos?.

## MOMENTO DE ENSEÑANZA

El mejor momento de aplicar la educación financiera es cuando el usuario se enfrenta por primera vez una situación, abrir una cuenta o contratar un seguro de vida por primera vez son el mejor ejemplo. El interés del nuevo producto a su alcance contribuye a la retención de los conceptos ya que son necesarios en ese momento.

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La educación financiera se imparte por medios de dos canales:

### **Cara a cara**

**Cursos o pláticas:** Se reúnen los participantes para escuchar la información y participar en dinámicas de grupo y se utilizan materiales didácticos. Las ventajas de este método es la interactividad, la entrega detallada del contenido, la retroalimentación que reciben los capacitadores por parte de los usuarios. Las desventajas residen en la incorrecta capacitación de los facilitadores y la deficiente aplicación del método de enseñanza, así como la disposición de espacios y tiempo por parte de las participantes y la institución encargada de impartir la capacitación.

### **Mass media, impresos y tecnología**

**Material interactivo:** Videos, juegos interactivos, presentaciones etc. Sobre todo el video es el material por excelencia que las instituciones bancarias utilizan como medio de comunicación.

**Materiales impresos:** Cartel, libro, folleto o juegos son distribuidos en sustitución o apoyo de las educación financiera presencial impartida por un experto.

- **Historietas o comics:** Utilizar personajes y situaciones reales con las que se sientan identificados los usuarios. Es una manera sencilla y amigable de generar una empatía con el usuario, que facilita la asimilación del concepto y la concientización de las necesidades y posible soluciones de las situaciones planteadas.
- **Juegos:** Juegos de mesa son utilizados para generar interés de una manera interesante, por medio de ellos se incrementa la destreza y la comprensión de conceptos, actitudes o valores, de manera natural al irse involucrando con el juego.

Se recomienda probar los materiales previos a la implementación, para comprobar su correcta interpretación y de ser necesario hacer ajustes en el diseño. En un estudio aplicado en Uganda se encontró que unos de los personajes principales que formaba parte de un comic, no les parecía confiable a las usurarias así que se realizó un ajuste, para no influir negativamente en la empatía del material. Se aconseja que sea impartida mediante cursos y apoyada por material didáctico el cual deberá ser entendible y asertivo. Por otro lado el capacitador juega un papel fundamental, deberá estar motivado y manejar perfectamente la información y las didácticas a utilizar, debe contar con buenas habilidades de comunicación, lograr una empatía y conexión con el público. También deberá tomarse en cuenta que el lugar de impartición, los horarios y la logística de los cursos, así como la clara información de los materiales son importantes para el éxito de la educación financiera impartida.

## **ENFOQUE DE IMPLEMENTACIÓN**

Los programas de educación financiera pueden realizarse en diferentes ámbitos como:

- Campañas nacionales o regionales de educación (realizadas por gobiernos).
- Proveedores de Servicios Financieros (bancos).
- Programas escolares.

## **PRECIOS**

Es difícil realizar un cálculo preciso de los costos que implica el desarrollo de los programas, sin embargo los costos deberán calcularse con base en :

- Producción.
- Diseño.
- Desarrollo de materiales impresos o multimedia.
- Difusión: Entrenamiento de los capacitadores, costo de las campañas para el aprendizaje y sus medios, así como campañas de difusión.
- Alcance, definiendo los objetivos del programa, numero de beneficiarias, y lugar geográfico en el que se desarrollará.

# ANÁLISIS DE MATERIAL GRÁFICO

CONOCER EL TIPO DE EDUCACIÓN FINANCIERA QUE YA EXISTEN PERMITIRÁ NO CAER EN ERRORES COMETIDOS POR OTROS Y REALIZAR MEJORAS.

Se analizó una serie de materiales provenientes de diversos países entre los que se encuentran:

- 50 maneras de querer y cuidar tu dinero<sup>30</sup> .
- *Money and migration: Smart guide for migrant workers*<sup>31</sup> .
- Conceptos básicos de las tarjetas bancarias. *Practical Money Skills for Life*<sup>32</sup> .
- Ahorro. Cuaderno de Actividades BBVA Bancomer<sup>33</sup> .
- *Young Women: Your Future, Your Money*<sup>34</sup> .
- *Knowing Your Risks and How to Manage Them. A Study Guide*<sup>35</sup> .

La mayoría de los materiales dirigidos a personas de escasos recursos, son de baja calidad de diseño y parecen ser hechas en un tiempo corto. Fue en este tipo de materiales el que se analizó a mayor detenimiento.

Resultados importantes:

- El 80% de los materiales están basados en alguna historia.
- El 80% utiliza personajes.
- La mayoría de las imágenes son ilustración.
- Las historias están basadas en casos comunes de la vida de los usuarios.
- La mayoría cuenta con una baja calidad de diseño.

**30** 50 maneras de querer y cuidar tu dinero. *Finanza prácticas* VISA

**31** *Money and migration: smart guide for migrant workers* / ILO (International Labour Organization) DWT for East and South-East Asia and the Pacific. – Bangkok: ILO. Tailandia (2011).

**32** *Conceptos básicos de las tarjetas de crédito. Practical Money Skills for life*, VISA. México (2009).

**33** Ahorro. Educación financiera impartida por BBVA Bancomer en cursos dados en el MIDE . México (2011).

**34** *Young Women: Your Future, Your Money*. Financial Education Learning Sessions for Kenyan Grils. Microfinance Opportunities. Kemnia (2010).

**35** *Knowing Your Risks and How to Manage Them. A Study Guide*. Microfinance Opportunities. Naerobi, Kenia (2010).

## 50 MANERAS de querer y cuidar tu dinero.

- Estilo definido y legible.
- Buena calidad de fotografía.
- Código de color entendible.
- Información bien clasificada y clara.
- Tipografía legible y con composición agradable.
- Creada para personas con un nivel adquisitivo medio.
- Contiene ejercicios a realizar.



Las tarjetas de crédito pueden ser un recurso financiero importante para ti y tu familia. Al igual que todas las herramientas financieras, es necesario usarlas con cuidado.

36  
**AUMENTA TUS INGRESOS**

Si quieres reducir tus gastos, también puedes ganar más dinero. Para ello, toma en cuenta los siguientes consejos:

**¿CÓMO REALIZAR COMPRAS INTELIGENTES?**  
Para comprar inteligentemente, define un presupuesto mensual, haz una lista de lo que necesitas y compra y organiza de la mejor manera. Selecciónale el lugar más económico. Cuando te encuentres en el centro comercial, lleva la lista y cumplirla. No olvides hacer por los ofertas de productos que necesitas. En todo momento, siempre te conviene ir a que las ofertas de fin de temporada, ventas de liquidación o promociones en fechas especiales. En estas ocasiones a aprovechar oportunidades, de pago a plazos sin intereses.

37  
**FIDE AYUDA**

Si ya estás demandando un préstamo y aún así necesitas apoyo a tu negocio, fide ayuda. Te ofrecemos apoyo técnico, asesoría y mano de obra especializada. Contáctanos a través de nuestro sitio web o llama al número de atención al cliente.

**ELABORAR UN PRESUPUESTO. VIVE FELIZ DENTRO DE TUS POSIBILIDADES.**

¿Quieres querer y cuidar tu dinero a la vez? Entonces tienes que vivir bien dentro de tus posibilidades. Esto significa que debes gastar lo necesario, siempre tomando en cuenta tus posibilidades adquisitivas para no rebasarlas. Gastar más de lo que se puede pagar frecuentemente deriva en angustia e inestabilidad cuando no puedes hacer frente a tus compromisos financieros.

La mejor manera de cuidar nuestro dinero, ahorrar y gastar con prudencia, es elaborar un presupuesto. La meta no es castigarte, impedirti que disfrutes, ni hacerle infeliz. Por el contrario, es mantener tus sueños del presente y tus metas a largo plazo verdaderamente vivas.

En [www.finanzaspersonales.com](http://www.finanzaspersonales.com) aprenderás cómo presupuestar. Decide a dónde quieres llegar y traza tu mapa financiero de cómo llegarás a esta meta.



# MONEY AND MIGRATION: Smart guide for migrant Workers

- Personajes de carácter realista, con características similares a los beneficiarios.
- Los personajes le hablan al usuario, además de la institución.
- Estilo gráfico que encaja con el de una década atrás (pasado de moda).
- Estilo gráfico cambiante y sin una paleta de color definida.
- Historia empática y entendible
- Contiene ejercicios a realizar.



# CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS BANCARIAS.

## *Practical Money Skills for Life*

- Claro código de color.
- Información estructurada de forma poco dinámica e interesante.
- Demasiada información.
- Dirigida a usuarios de buen nivel adquisitivo.
- Pocas fotografías que pasan desapercibidas.

**Practical Money Skills**  
for Life

### HÁGASE CARGO DE LO QUE GASTA

**El Verdadero Costo de las Compras con Tarjeta de Crédito**

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de crédito.

**Analice**

¿Qué realmente significa crédito? Mucha gente ve la palabra "crédito" y piensa que se refiere a un préstamo. Pero en el mundo de las tarjetas de crédito, el crédito es el dinero que le presta el banco a usted para que pueda comprar cosas que no tiene en ese momento.

Algunas cosas que debe saber sobre el crédito:

- El crédito es un préstamo.
- El crédito tiene un costo.
- El crédito debe ser pagado.

Lejos de ser gratis, el crédito puede ser muy costoso si no se maneja correctamente.

**El Verdadero Costo de las Compras con Tarjeta de Crédito**

La tarjeta de crédito es una herramienta que le permite comprar cosas que no tiene en ese momento. Pero también tiene un costo. Este costo se llama "tasas de interés".

MONTOS EN LA CUENTA	12.99%	19.99%	29.99%
ANUAL DE LA TARJETA DE CRÉDITO	12.99%	19.99%	29.99%
TASA DE INTERÉS	12.99%	19.99%	29.99%
CANTIDAD DE DINERO PARA PAGAR	12.99%	19.99%	29.99%
TOTAL DE LA CUENTA	12.99%	19.99%	29.99%

**GUÍA PRÁCTICA DE HABILIDADES**

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**Recorrea y Reconstruya sus Gastos**

La mejor forma de saber cuánto gastó es revisar sus recibos de compra. Esto le ayudará a saber cuánto gastó y a encontrar formas de ahorrar.

**GUÍA PRÁCTICA DE HABILIDADES**

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**GUÍA PRÁCTICA DE HABILIDADES**

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**Practical Money Skills**  
for Life

### DINERO EN EL BANCO

**El Verdadero Costo de las Compras con Tarjeta de Crédito**

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**Analice**

¿Qué realmente significa crédito? Mucha gente ve la palabra "crédito" y piensa que se refiere a un préstamo. Pero en el mundo de las tarjetas de crédito, el crédito es el dinero que le presta el banco a usted para que pueda comprar cosas que no tiene en ese momento.

Algunas cosas que debe saber sobre el crédito:

- El crédito es un préstamo.
- El crédito tiene un costo.
- El crédito debe ser pagado.

Lejos de ser gratis, el crédito puede ser muy costoso si no se maneja correctamente.

**El Verdadero Costo de las Compras con Tarjeta de Crédito**

La tarjeta de crédito es una herramienta que le permite comprar cosas que no tiene en ese momento. Pero también tiene un costo. Este costo se llama "tasas de interés".

MONTOS EN LA CUENTA	12.99%	19.99%	29.99%
ANUAL DE LA TARJETA DE CRÉDITO	12.99%	19.99%	29.99%
TASA DE INTERÉS	12.99%	19.99%	29.99%
CANTIDAD DE DINERO PARA PAGAR	12.99%	19.99%	29.99%
TOTAL DE LA CUENTA	12.99%	19.99%	29.99%

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**Recorrea y Reconstruya sus Gastos**

La mejor forma de saber cuánto gastó es revisar sus recibos de compra. Esto le ayudará a saber cuánto gastó y a encontrar formas de ahorrar.

**GUÍA PRÁCTICA DE HABILIDADES**

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**GUÍA PRÁCTICA DE HABILIDADES**

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

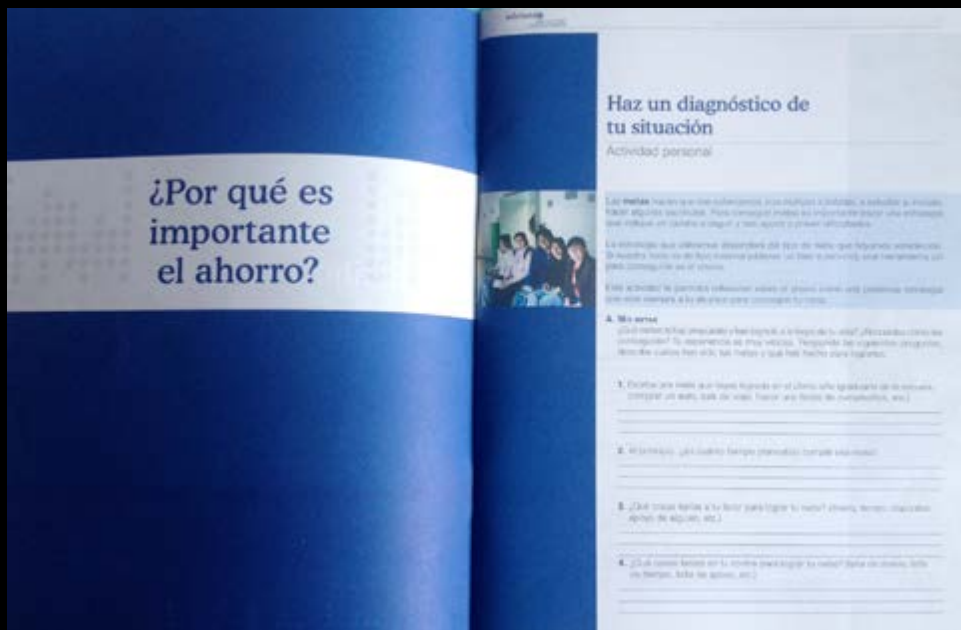
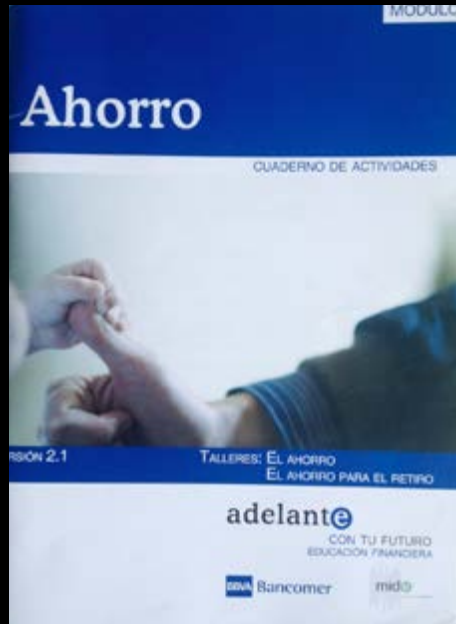
En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS TARJETAS DE DÉBITO**

En este momento vamos a aprender sobre las tarjetas de débito.

# Ahorro. Cuaderno de Actividades BBVA BANCOMER

- Claro código de color con presencia de marca.
- Información organizada de forma entendible.
- Dirigido a personas de buen ingreso económico.
- Redacción clara.
- Pocas fotografías.
- Contiene ejercicios a realizar.



# Young Women: YOUR FUTURE, YOUR MONEY

- Ilustraciones de poca calidad, estilo banco de imágenes
- Impresión a 2 tintas.
- Diseño sencillo, similar al que se puede realizar en Word.
- Contiene ejercicios a realizar.

**Budget**

	What I plan to HAVE this week	What I spent this week
<b>MONEY IN (income)</b>		
1 Salary		
2 Gifts or Allowances		
<b>TOTAL MONEY IN</b>		
<b>MONEY OUT (expenses)</b>		
1 Food		
2 Clothes		
3 Phone		
4 Transport		
5 School Supplies		
6 Personal Items (i.e. sanitary pads or beauty products)		
7 Medicine		
8 Savings		
9 Emergencies		
10 Other		
<b>TOTAL</b>		
Surplus or Deficit = Money In - Money Out	Surplus / Deficit =	

42 | Session 6: Control Spending

**Savings Plan Worksheet**

*Example*

Savings Goal	Total (Cost of Item)	By When?	Amount to save each week
Short-term New necklace	200 KSh	3 weeks	50 KSh
Long-term Attending a computer course	10,000 KSh	About 1 year or 50 weeks	200 KSh

**Tip:** To decide the amount to save every week, divide the total amount of money you need by the number of days, weeks or months between now and when you want to reach your savings goal.

**Amount to save = Total amount of money needed ÷ Number of weeks = Amount to save each (day/week/month) to meet a savings goal**

**Do It Yourself!**

Savings Goal	Total (Cost of Item)	By When?	Amount to save each week

43 | Session 4: Make a Savings Plan

**Picture Cards**  
*(There are copies of each card in your book for this activity)*

		
Radio	Jeans	Lotion
		
Mobile Phone	Chickens	Oil Lamp
		
Sofa	Scissors	Skirt
		
Shoes	School Supplies	Sewing Machine

44 | Session 4: Make a Savings Plan

# Knowing Your Risks and How to Manage Them.

## A STUDY GUIDE

- Personajes afines a los lectores y representados en forma realista.
- Técnica de acuarela.
- Tipografía con un código de color claro y entendible.
- Estilo gráfico viejo.
- Contiene ejercicios a realizar.

**6.6 Conclusion**

A **claim form** is a form that you fill out to submit your claim and receive covered benefits. A **payment** is the amount of money you will receive once the claim has been processed. Make sure you have all the required documents when submitting the form. Also be sure to submit the form right away so that you prevent delays in receiving your payment from the insurance company. It is important to practice filling out the claim form a few times so that you get better at it.



Peter is talking to his family about insurance. Claims are often left unsubmitted because your family does not know you have insurance there. Talk to your family about insurance. Tell them they are insured.

Should Rebecca get a refund? Why or why not?

Rebecca signed up for health insurance policy and paid her savings to pay the premiums. During the first year, because she did not have any health problems, Rebecca thought she would get a refund of at least some of her premiums because she did not use any of the medical care that they paid for.

Sam cannot purchase insurance for only three months because her insurance policy's provisions are set for one year. She cannot change the number of months she pays premiums.

Rebecca is not entitled to a refund because her health insurance protects against risk, even if her family does not become ill or need to see the doctor.

**6.6 Conclusion**

You have learned important insurance terms to help you understand the benefits and coverage of an insurance policy. The benefits of insurance usually are greater than the costs, especially since you will seek medical attention right away and avoid greater expenses if you have insurance. Insurance policies are typically good for one year and you will not receive a refund if you do not suffer a loss or emergency.

**6.7 Application**

In this section you learned about the terms and benefits of insurance.

4. List three insurance terms you learned.

Insured \_\_\_\_\_

Insured \_\_\_\_\_

Insured \_\_\_\_\_

5. How can insurance benefit you and your family?

**Insurance Terms**

**Benefits** are the money that the insurance company provides to pay so Richard if it was covered by the policy amount. For example, if Richard gets into an accident, the insurance company may pay for his doctor fees, hotel charges and prescribed medications.



**A policy** is a contract between an insurance company and Richard. Once Richard made a premium contribution, he becomes a policy holder insured.



The **beneficiary** is the person who receives the benefits that the insurance company pays. A health insurance policy will, for example, cover you and your children, or you are all beneficiaries.



The **premium/contributor** is the money that Richard has to pay the insurance company for the protection described in his insurance policy.



# EDUCACIÓN FINANCIERA EN MÉXICO

Con base en la búsqueda de referencia de educación financiera parece ser que esta es casi nula en México. Las consecuencias de esta carencia se reflejan en el uso indiscriminado de tarjetas de crédito o abonos en tiendas departamentales son una muestra de que la población mexicana tiene una carencia de conocimientos financieros que traen como consecuencia:

- Endeudamiento excesivo.
- Falta de ahorro para el futuro.
- Uso improductivo de las remesas .
- Poca claridad sobre los beneficios que ofrece la inversión en actividades.
- Incremento del uso del sistema financiero informal que trae consigo desventajas y problemas para los usuarios.

Por lo tanto éste debe ser tema de interés por parte del Estado, Instituciones financieras y la población en general.

# REFERENCIA DIRECTA “DIVA, LA AHORRATIVA”

El proyecto contaba con una referencia directa de material educativo, ya que el Dr. Carlos Chiapa realizó en Perú investigaciones económicas bajo una línea muy similar.

En 2009 el Programa de Desarrollo Humano Juntos implementó un programa de ahorro para personas en situación de pobreza. El Instituto de Estudios Peruanos diseñó junto con el Banco de la Nación, AgroRural y ST-Cias un programa piloto de ahorro orientado a dotar de herramientas financieras a las receptoras del programa así como información básica sobre conceptos de economía y ahorro.

## CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA DE AHORRO

- Brindar educación financiera a las receptoras.
- Realizar un seguimiento educativo.
- Proporcionar incentivos por el ahorro.

## EDUCACIÓN FINANCIERA “DIVA LA AHORRATIVA”

Dividida en 5 módulos, basada en la historia de Diva una mujer que ha vivido situaciones donde el ahorro la ha ayudado a mejorar su calidad de vida y la de su familia. Este personaje fue el encargado de transmitir sus experiencias y brindar consejos. Los materiales están basados en ilustraciones seriadas a forma de historieta.

Módulos del material:

- Módulo 1: Ya nos pasó otra vez, mejor ahorremos.
- Módulo 2: Aprendiendo más sobre nuestra cuenta de ahorros.
- Módulo 3: ¿Cómo saco dinero de mi cuenta de ahorros y cómo controlo mi cuenta?
- Módulo 4: Mis gastos programando y mis ahorros controlando mi saldo?
- Módulo 5: ¿Qué servicios me ofrecen las instituciones financieras?

## DISEÑO GRÁFICO

El material está basado en la estructura del comic, el estilo gráfico es viejo con ilustraciones realizadas en acuarela. Personajes con rasgos latinos pero de poca calidad técnica y poco realista. El estilo tipográfico no es claro y carece de dinamismo, y no invita a leerlo.





**Módulo 1: Ya nos pasó otra vez, mejor ahorremos**

**¿QUÉ VAMOS A APRENDER EN ESTE MÓDULO?**  
Vamos a conocer las diferencias entre el ahorro formal e informal, y aprenderemos a definir nuestras metas de ahorro.

**1 Módulo 1: Ya nos pasó otra vez, mejor ahorremos**

**2** Hola, mi nombre es Diva la ahorrativa y yo soy una madre beneficiaria de Familias en Acción como ustedes. Carlos es mi esposo y ellos son mis dos hijos, Luz María de 9 años y Rafael de 6 años.

**3** Acompáñame a través de estas historias a conocer sobre el ahorro formal y el ahorro informal.

**4 ¿QUÉ VAMOS A APRENDER EN ESTE MÓDULO?**  
Vamos a conocer las diferencias entre el ahorro formal e informal, y aprenderemos a definir nuestras metas de ahorro.

PARA USO DE LA CAPACITADORA



## METODOLOGÍA

La educación financiera se realizó en las reuniones que las beneficiarias llevaban a cabo como parte del programa Juntos. Las pláticas se realizaron durante 5 meses donde los capacitadores utilizaron una serie de láminas que ilustraban cada módulo. Como material extra se entregó un cuadernillo a cada participante en el que llevarían el registro de todas las transacciones realizadas a su cuenta.

La capacitadora realizaba la plática con el apoyo de las láminas las cuales relatan la historia de Diva. Impresas por ambos lados, un lado se muestra a las beneficiarias, mientras que el reverso tiene el diálogo que el capacitador debe decir. Los cuadernillos están realizados bajo el mismo estilo de las láminas.

## RESULTADOS

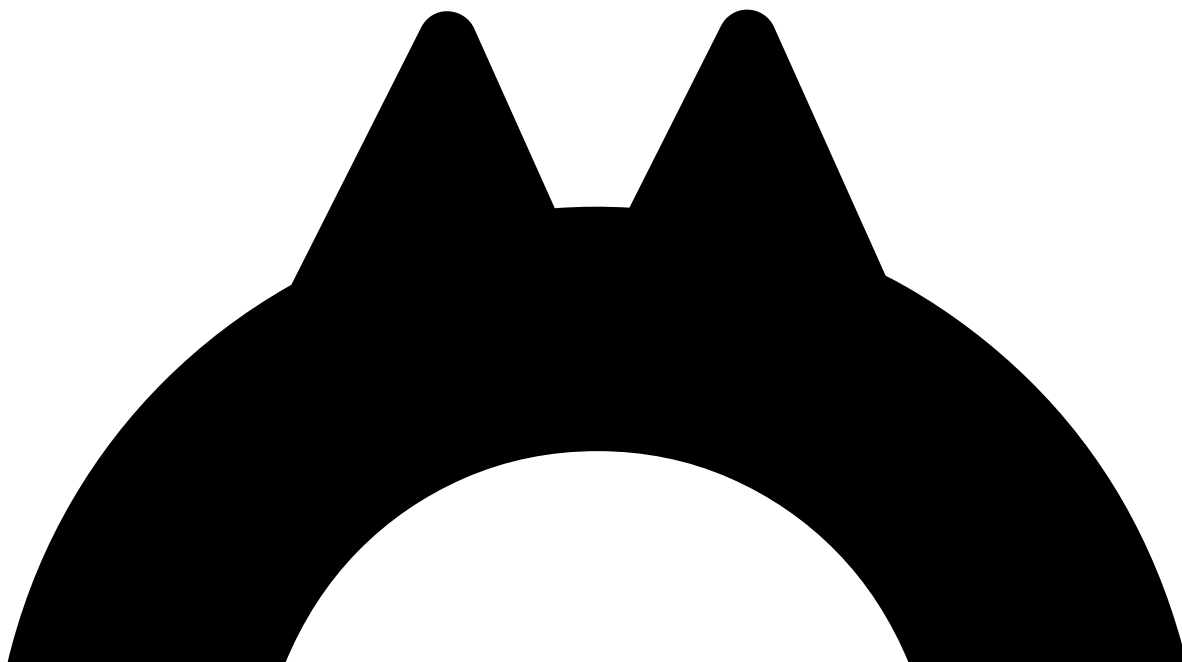
El programa se llevó a cabo semanalmente por un lapso de 5 meses. A un año de realizado se registró un considerable incremento de más del 100%, de \$7.3 USD en octubre de 2009 pasó a ser de \$17.9 USD en agosto de 2010, estos resultados fueron publicados por el Dr. Carlos Chiapa como parte de sus proyectos de investigación<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> Chiapa, C. (2012). Diagnóstico sobre los beneficios de unir ahorro y transferencias monetarias condicionadas. Proyecto Capital, Oportunidades de inclusión financiera en América Latina y el Caribe “Una mujer que ahorra es una vida que cambia vidas”. México.

CAPÍTULO

# DOS



# MATERIAL DIDÁCTICO

*Para lograr un mejor resultado de educación financiera es imprescindible utilizar Material Educativo que comunique de manera clara la información. El diseño gráfico, por lo tanto se convierte en un **elemento fundamental para el entendimiento de la educación financiera.***

# DEFINICIÓN

Los materiales educativos son aquél objeto, instrumento o medio dispuesto en diferentes soportes físicos, elaborado o adaptado para apoyar la planeación, ejecución y evaluación de procesos didácticos para la enseñanza y el aprendizaje.

Los materiales educativos son un conjunto de elementos semánticos y sistemas simbólicos, que propician el desarrollo de habilidades cognitivas específicas. Será responsabilidad del creador presentar claramente el mensaje que el alumno u espectador deba aprender. Como escribe Rodríguez (1978) *El mensaje ha de expresarse por medio de un código conocido por ambos* por lo tanto el material didáctico debe tomar en cuenta las características de los receptores de la información: edad, nivel sociocultural, educativo y alfabetización tecnológica entre otras.

# CLASIFICACIÓN

Existen un sinfín de materiales educativos clasificarlos y contabilizarlos detalladamente sería una tarea interminable, pero podemos hacer una clasificación genérica en<sup>37</sup> :

## **1 Materiales impresos:**

Libros de texto, manuales, libros para el maestro, ficheros didácticos, rotafolios, álbumes, entre otros.

## **2 Materiales audiovisuales:**

Videos, diaporamas, películas, programas de televisión, programas de radio, audiocintas y otros.

## **3 Materiales Informáticos (Tecnología educativa)**

Discos compactos, páginas web, software educativo, interactivos y sus derivados.

## **4 Materiales objetuales o concretos:**

Figuras geométricas, títeres, simuladores y demás materiales de apoyo.

## **5 Materiales para la gestión o periféricos:**

Currículum, instrumentos de evaluación, listas de asistencia y calificaciones, proyectos escolares y similares.

<sup>37</sup> Dirección General de Materiales e Informática Educativa de la SEP. Recuperado de [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/80/cd\\_1\\_2\\_3/cd2/paises/mexico/los\\_materiales\\_educativos\\_en\\_mexico.pdf](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/80/cd_1_2_3/cd2/paises/mexico/los_materiales_educativos_en_mexico.pdf)

# LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN EN EL MATERIAL DIDÁCTICO

La mayoría de estas clasificaciones son una mezcla de códigos verbales e imagen, pero ¿Por qué es importante contar con un material educativo que cuente con un apoyo gráfico? Porque a pesar de que los códigos verbales muchas veces pueden ser eficientes en la enseñanza, es casi imposible separar a la imagen de ellos, como refiere Rodríguez (1978) *“hoy día sería imposible pensar en la transmisión de ciertos contenidos sin el auxilio de la imagen. Y parece necesario que los códigos icónicos tomen carta de naturaleza en la enseñanza en estrecha conexión con los verbales”*. Un material didáctico será más eficiente si hace convivir con éxito lo verbal y lo icónico. Por lo tanto el papel del diseñador gráfico se vuelve imprescindible y muy importante en la creación de esta gráfica didáctica.

# CATEGORÍAS DE IMAGEN DIDÁCTICA

## LA IMAGEN DIDÁCTICA PUEDE DIVIDIRSE EN<sup>38</sup> :

### **Función motivadora**

Un amplio número de ilustraciones de libro de texto responden a esta función. La representación de un pasaje concreto de una narración, que ya de por sí es autosuficiente y la presentación de ilustraciones genéricas relacionadas con el tema pero que no establecen un proceso interactivo con el desarrollo verbal, constituyen algunos tipos de imagen motivadora. (imágenes que no están representando fielmente la realidad).

### **Función vicarial**

La imposibilidad de verbalizar ciertos contenidos originalmente no verbales, de transcodificar con suficiente precisión. El área de Historia del Arte utiliza con frecuencia imágenes que representan tal cual imágenes y no palabras que describen estas mismas.

---

<sup>38</sup> RODRÍGUEZ, D., J., L., (1978). Las funciones de la imagen en la enseñanza, semántica y didáctica. Barcelona: Ed. Gustavo Gili. S.A.

### **Catalización de experiencias**

Una de las funciones no directamente comunicativas atribuidas al lenguaje es de la organización de lo real. Desde nuestra perspectiva puede un mensaje icónico presentar como característica central la búsqueda de una organización de la realidad que facilite la verbalización de la realidad sobre un aspecto concreto y delimitado o que provoque el análisis de informaciones en imágenes con una secuencia u ordenamiento propiciado por las mismas. (una diapositiva que se presenta en un libro simplificando los elementos básicos de producción y distribución de energía eléctrica.)

### **Función informativa**

La imagen ocupa el primer plano en el discurso didáctico. Es el único caso en que el texto, lo verbal, no es otra cosa que la transcodificación del mensaje icónico o a lo sumo una explicitación.

### **Función explicativa**

La manipulación de la información icónica permite la superposición frecuente de códigos. A la utilización de imágenes reales o realistas se suman códigos direccionales.

### **Facilitación redundante**

Expresa icónicamente un mensaje ya dado con suficiente claridad y precisión por la vía verbal.

### **Función estética**

La necesidad de alegrar una página, de equilibrar la maqueta, dar color a un espacio son ejemplos de esta categoría.

En este caso la gráfica que utilizamos pertenece a la clasificación de Catalización de Experiencias, ya que las ilustraciones se convierten en imágenes icónicas que apoyan el concepto traducido y la verbalización de éste.



# DEFINICIÓN DE MATERIALES PARA EL PROYECTO

*CON BASE EN EL CONOCIMIENTO DE MATERIAL DIDACTICO SE ESTABLECIERON LOS SOPORTES QUE SE ADAPTARAN DE MEJOR MANERA A LAS NECESIDADES DEL PROYECTO.*

El material educativo a utilizar en el proyecto se divide en 2:

- 1- Material para el beneficiario.**
- 2- Material para uso del facilitador**

A continuación definimos los 3 materiales a utilizar con base en lo planteado por la Dirección General de Materiales e Informática Educativa de la SEP:

## FACILITADOR

### **Álbum seriado<sup>39</sup>**

Esta conformado por una colección de hojas adecuadamente dispuestas, conteniendo el desenvolvimiento de un tema, de manera racional, objetiva, precisa e interesante. Las paginas del álbum pueden ser ilustradas. Las ilustraciones y el texto deben de estar cercas unas de otras. Los textos deben de ser simples, legibles, uniformes y no deben estar amontonados, a fin de que el mensaje contenido sea fácilmente captado.

---

<sup>39</sup> Dirección General de Materiales e Informática Educativa de la SEP. Recuperado de [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/80/cd\\_1\\_2\\_3/cd2/paises/mexico/los\\_materiales\\_educativos\\_en\\_mexico.pdf](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/80/cd_1_2_3/cd2/paises/mexico/los_materiales_educativos_en_mexico.pdf)

### Rotafolio

Un rotafolio es un instrumento usado para la presentación de información en hojas grandes de papel. Estas respetan una secuencia de folios ordenados de manera consecutiva, que están engrapados o unido mediante argollas. Generalmente el rotafolio se coloca en un pizarrón que se usa como soporte.

## BENEFICIARIA

### Cuaderno de ejercicios

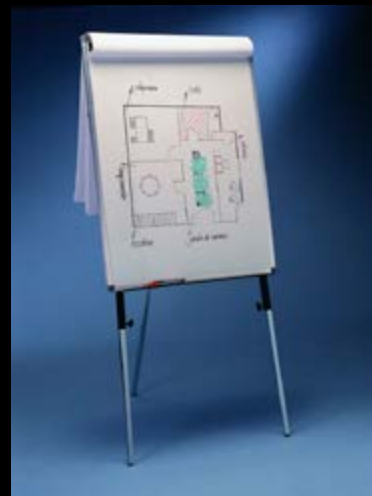
Permite al estudiante aprender y practicar conocimientos adquiridos. Incrementar su habilidad en el tema es su principal objetivo.

Una vez definidos los materiales se decidió seguir la estructura del comic. El comic está basado en una serie consecutiva de viñetas o pictogramas que siguen por un claro proceso narrativo. Este proceso ayudará a la beneficiaria a entender mejor la historia que viven los personajes y por lo tanto el mensaje que se quiere dar. Otro beneficio del uso de los comics son los globos, en donde se escriben los parlamentos de cada uno de los personajes, esta formula integra lo verbal y lo icónico dándole mayor fuerza a la información.



## REFERENCIAS DE MATERIALES EDUCATIVOS

- Cuaderno de ejercicios.
- Rotafolio.
- Album seriado.



CAPÍTULO  
**TRES**



# ANTECEDENTES DE DISEÑO

*Antes de comenzar a diseñar  
es necesario planear  
el camino que se tomará.  
La metodología y los objetivos  
de comunicación serán  
la columna vertebral  
del proyecto de diseño.*

# METODOLOGÍA

*SER CONSCIENTES DEL MÉTODO QUE UTILIZAMOS AL DISEÑAR NOS HARÁ COMPRENDER MEJOR ESE PROCESO Y NOS HARÁ MEJOR NUESTRO TRABAJO EN EL FUTURO.*

## ¿POR QUÉ ES NECESARIO UN MÉTODO DE DISEÑO?

Porque para la realización de cualquier tarea utilizamos algún tipo de método por lo tanto un método es como escribe Mendieta (1984) *“el camino o medio para llegar a un fin, el modo de hacer algo ordenadamente, el modo de obrar y de proceder para alcanzar un objetivo determinado”* (p. 31).

Dentro de este camino la creatividad juega un papel fundamental en el área del diseño. El diseñador como profesionista debe brindar solución a cualquier problema de comunicación el método del diseño como lo dice Vilchis (1988) *“está determinado por los fines: responde a problemas determinados y a características específicas, por lo que no es suficiente el conocimiento de los métodos, es necesario saber aplicarlos en las situaciones dadas”* (p. 40). Por lo tanto, debemos conocer a fondo el proyecto en el que nos involucraremos.

En mi opinión es necesario ser concientes del método que utilizamos para poder mejorarlo con el paso del tiempo. En mi experiencia profesional el aprendizaje en el procesod e diseño es fundamental para no caer en errores ya cometidos en un pasado.

## DIVERSIDAD DE METODOLOGÍAS<sup>40</sup>

Existe una amplia cantidad de metodologías de diseño y los profesionista está en la libertad de escoger la que mejor se adapte al proyecto en cuestión. Sinembargo es un hecho que cada proyecto tiene características propias y en la vida real los diseñadores tienen que brindar soluciones rápidas y efectivas a proyectos que se le presentan.

La manera ideal de generar un buen resultado de comunicación es trabajar con un equipo interdisciplinario. Cada parte del equipo deberá encargarse de un objetivo específico como realizar investigaciones y análisis sobre el proyecto, generar el concepto y mensaje de la comunicación, propiciar el correcto flujo de información o supervisar los detalles de impresión y medios de difusión. Mientras mayor comunicación se tenga entre las partes y mayor sea el compromiso mayor será la probabilidad de resolverlo satisfactoriamente.

<sup>40</sup> La metodología es el estudio analítico y crítico de los métodos de investigación.

## MÉTODO UTILIZADO

En el campo del diseño gráfico es difícil apegarse a una metodología ya establecida ya que las condiciones de cada proyecto cambian. El proyecto de educación financiera Ahorro, ahorro por default, contabilidad mental y transferencias monetarias condicionadas se ha caracterizado por poco tiempo de realización, inestabilidad de fechas de entrega y un lento proceso de revisiones por parte de las instituciones relacionadas.

El contar con poco tiempo para la planeación y desarrollo del material fue determinante para la elección del método.

En mi experiencia profesional el poco tiempo de desarrollo es una característica que se ve repetida en los proyectos de diseño.

Se tuvo acceso a la información y material del proyecto en el mes de diciembre de 2012. El equipo de investigadores contaba ya con el material Diva la Ahorrativa, en el que debía basarse la propuesta. La primera propuesta de diseño debía ser entregada 8 días después. Se eligió el método con base en mi experiencia profesional en la que se investiga, se realizan los primeros bocetos, se realizan rebiciones y cambios, prueba del material si es que es posible y por último se implementa, detallo el método utilizado a continuación:

1. Recolección y análisis de información.
2. Definición de materiales.
3. Análisis del público meta.
4. Búsqueda de referencias gráficas.
5. Realización gráfica.
6. Primeras rondas de correcciones.
7. Ajuste y adaptaciones nuevas.
8. Segunda ronda de correcciones.
9. Ajustes.
10. Presupuestos de impresión.
11. Realización de sesión de grupo para la prueba de materiales.
12. Ronda de ajustes.
13. Impresión.
14. Implementación.

El método se ha desarrollado sin un calendario específico por los motivos antes mencionados. Sin embargo se tuvieron resultados satisfactorios.

# PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE DISEÑO

*LOS DISEÑADORES SON PARTE ACTIVA DEL PROCESO DE ENSEÑANZA EN LA EDUCACIÓN FINANCIERA, POR LO TANTO DEBEMOS TOMAR EL DISEÑO CON LA SERIEDAD Y EL PROFESIONALISMO QUE AMERITA UNA CLARA ESTRUCTURA PREVIA DE LOS PROYECTOS INCREMENTAR SU VALOR Y LAS POSIBILIDADES DE ÉXITO.*

## **LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO**

Gran parte de la comunicación humana requiere del diseño gráfico para la transmisión eficiente de sus mensajes, por lo tanto el diseñador forma parte de este proceso fundamental en la comunicación ya que como ha referido Vilchis (1998)

*“El diseñador articula y organiza los elementos del diseño para que el hombre los comprenda, asimile y use y en este sentido es un especialista que debe establecer la morfología del objeto y los fines de sus destinatario, quien no debe ser ajeno a los problemas operativos en juego; no es un tecnólogo ni inventor pero las funciones que debe satisfacer su actividad exige de el imaginación creativa y dominio de técnicas “ (p. 39).*

Este material es solo una parte del esfuerzo que se realizará para lograr que las beneficiarias ahorren un poco y con ello tengan una oportunidad de mejorar su vida. No podemos negar que el diseño gráfico es una parte fundamental de este esfuerzo ya que como refiere Fonseca (2002) “ *Uno de los mayores poderes de la comunicación humana es su capacidad de influir, efectuar cambios y aprender de esos cambios*” (p.V). Por lo tanto los objetivos de comunicación son muy importantes.

A continuación se explicarán los conceptos de comunicación y diseño que se siguieron para la realización del proyecto.

## **OBJETIVO GENERAL**

Lograr que las beneficiarias entiendan las características de sus cuentas BANSEFI y cómo ahorrar mediante su uso.

## **OBJETIVOS DE DISEÑO**

- Realizar gráficos con la síntesis y empatía suficiente para lograr retención de conceptos en las beneficiarias.
- Generar un estilo propio y empático que sea reproducible en diversos soportes y formatos.
- Diseñar 2 personajes centrales con características que resultan empáticas a las beneficiarias.



## CONCEPTOS A COMUNICAR

- Ahorrar en un institución bancaria es mejor que el sistema financiero informal.
- Ahorrar para emergencias es benéfico.
- Llevar un control del ahorro beneficia la planificación económica familiar.
- La beneficiaria es la única dueña de los ahorros (no BANSEFI ni Oportunidades).
- El servicio ofrecido por BANSEFI no tiene costo (si se realiza en BANSEFI).
- La cuenta puede utilizarse para depositar, retirar y hacer compras en establecimientos.

## CARACTERÍSTICAS ESPECIALES

Para la realización del proyecto se requieren tomar en cuenta las siguientes aspectos:

- Utilización del material en ambientes no definidos.
- Alrededor de 15 personas como público.
- Poca injerencia en la elección y capacitación de los instructores.
- Material de fácil transporte y manejo.
- No requiera de electricidad ni ninguna instalación especial.

## MATERIALES DESARROLLADOS:

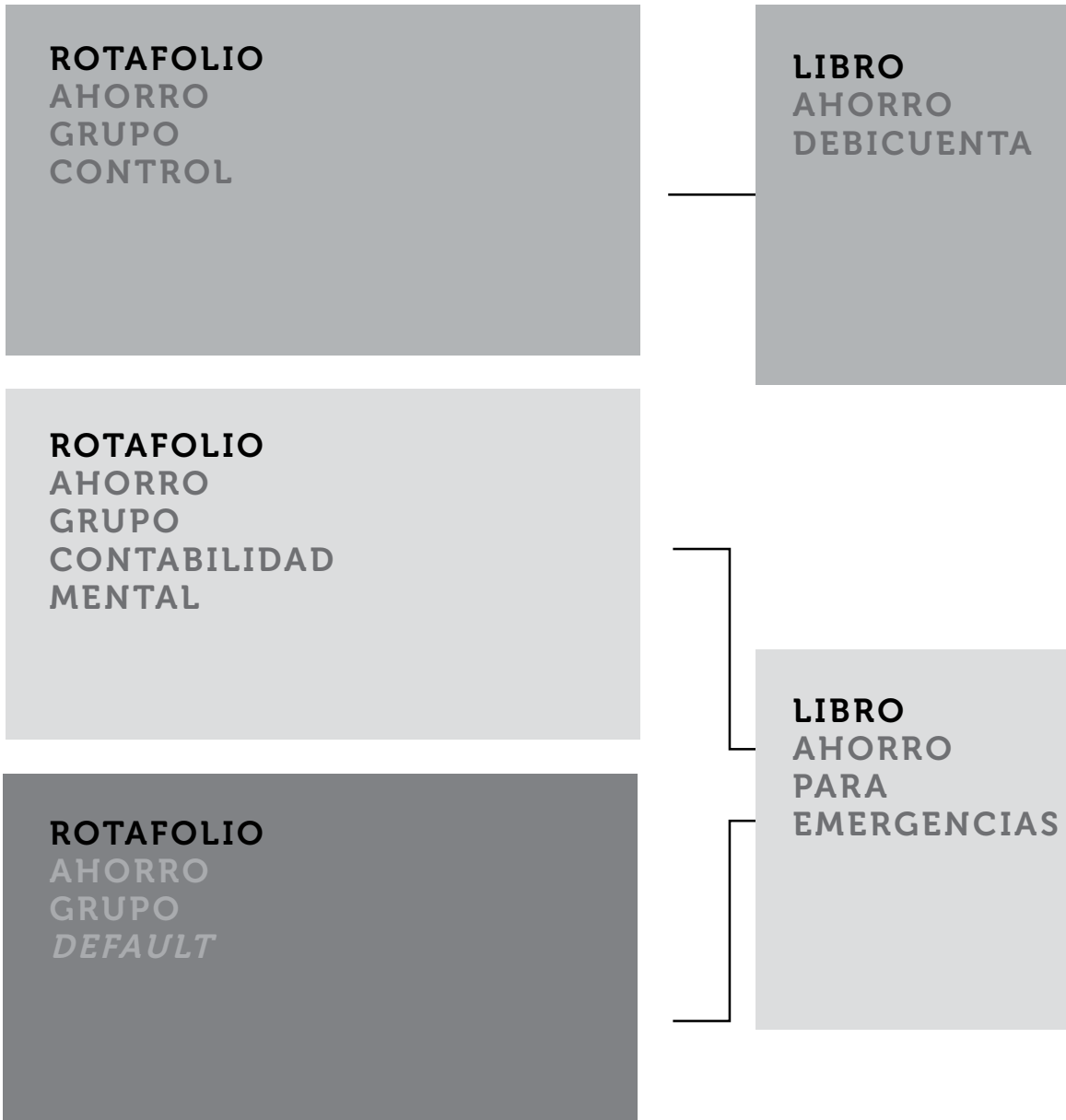
Para impartir la educación financiera son necesarios 2 materiales por cada grupo de investigación **rotafolio y libro de registro**. En total se realizaron 3 versiones de Rotafolio y 2 versiones de Libro, divididos de la siguiente manera:

## GRUPOS

Control	Contabilidad mental	Default
Rotafolio Control.	Rotafolio Contabilidad mental.	Rotafolio <i>Default.</i>
Libro de registro Ahorro Debicuenta	Libro de registro Ahorro para Emergencias	Libro registro Ahorro para Emergencias

Para mayor referencia de las características de cada grupo consulte p. 19.

**ESQUEMA DE MATERIALES:**



**MATERIALES EN LA TESINA**

El proyecto se desarrolló en su totalidad contemplando los materiales aquí planteados. La extensión de estos es muy amplia, por lo que para realización de la tesina sólo se utilizarán los materiales del grupo CONTROL. Se eligió esta versión ya que es la opción que representa una mayor expectativa de éxito en la investigación. Por lo que de ahora en adelante sólo nos referiremos a dicho material.

# OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN POR SOPORTE

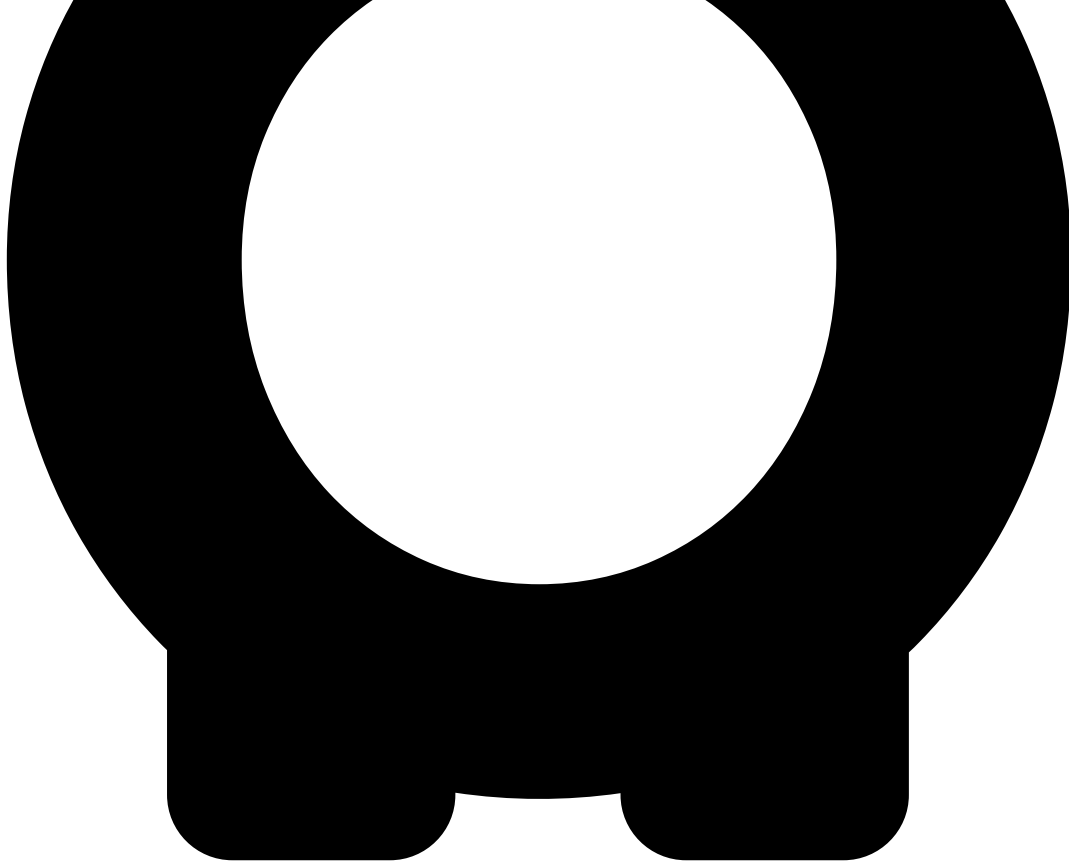
Es necesario entender que cada soporte está hecho para cubrir diferentes necesidades y con diferentes objetivos de comunicación.

## COMUNICACIÓN DEL ROTAFOLIO

- Ahorrar es un hábito que ayuda para resolver emergencias de salud.
- El uso de la Debicuenta es seguro y confiable.
- Ahorrar el 10% de la transferencia monetaria es un sencillo método de ahorro.
- Cómo determinar el 10%.
- Cómo realizar depósitos y retiros.
- Cómo usar del libro de registro.
- Realizar gráficos con la síntesis y tamaño suficiente para su correcto y rápido entendimiento.
- Generar una composición y secuencia entendible.
- Diseñar un material que sea comprensible en un lapso no mayor a 30 minutos.

## COMUNICACIÓN DEL LIBRO

- Características de las cuentas (Debicuenta y Ahorro para Emergencias).
- Cómo calcular el 10%.
- Cómo realizar un depósito y retiro.
- Cómo leer comprobantes de depósito y retiro.
- Cómo llevar registro de las transacciones.
- En qué establecimientos puedo realizar pagos con la tarjeta (Debicuenta y Ahorro para Emergencias ).



CAPÍTULO

# CUATRO

# REALIZACIÓN DE DISEÑO

*Va desde la búsqueda de referencias, definición de estilo y la realización gráfica.*

# ESTILO DE COMUNICACIÓN

*ES NECESARIO DEFINIR UN ESTILO, EL HILO CONDUCTOR QUE LA COMUNICACIÓN DEBE SEGUIR PARA LOGRAR UNA UNIDAD EN EL PROYECTO.*

## TONO DE COMUNICACIÓN

Para la realización de educación financiera no sólo fue necesario diseñar, se tuvo que realizar un nuevo tono de comunicación. A pesar de tener ya un material educativo como referencia no se siguió al pie de la letra ya que fue realizado para mujeres de Perú. Las características de la población peruana y mexicana no son las mismas, por lo que se decidió no sólo adaptar el proyecto de diseño, sino también el de comunicación. El estilo gráfico, los personajes, los diálogos e incluso el nombre del material fueron modificados. Pero se respetó la estructura básica del material, un rotafolio con láminas impresas por los 2 lados.

Para cada lámina se siguió utilizando una mezcla de ilustraciones, tipografía e iconos tratando de utilizar la menor cantidad de elementos posibles .

Los materiales debían tener una personalidad definida que se apegara a la sociedad mexicana, que fuera sencilla de entender y sobre todo empática. Se tomaron en cuenta características de personalidad, expresión, formas de hablar, incluso forma de vestir de la población mexicana.

Encontrar el tono adecuado de la comunicación es de suma importancia. El mensaje debe ser entendible y generar una identificación con las beneficiarias ya que como dice Fonseca (2002) ... *“los significados del lenguaje y de los estímulos los dan las personas por consiguiente, los mensajes deben elaborarse de la misma forma coherente con el lenguaje que usa el público, el comportamiento manifiesto y la comunicación no verbal que expresa”* (p. 75). Diálogos sencillos, nombres comunes y gráficos llenos de color fueron la base para la realización del material.

## ESTILO GRÁFICO

En cuanto a la traducción gráfica se debía cambiar el estilo ya que el material de Diva la Ahorrativa nos remite a décadas pasadas sobre todo por la técnica de acuarela y estilo del trazo. El diseño realizado debía ser actual, corresponder a técnicas actuales a la estética visual que vivimos y vemos todos los días. Los comunicadores visuales debemos conocer e integrar en nuestro trabajo las tendencias visuales. Tenemos la obligación de informarnos, alimentarnos y actualizarnos. El mundo avanza así como las áreas de conocimiento, autos eléctricos, comunicación móvil, operaciones con láser son sólo una muestra que la evolución del conocimiento se ve reflejada en los servicios que se ofrecen a la población para su beneficio.

El diseño debe responder también a esa evolución visual. Los diseñadores debemos de informarnos y conocer los estilos visuales que se generan día a día en todas partes del mundo, la cultura visual de todo tipo de estilos gráficos, enriquecerá nuestro trabajo y ampliará nuestra capacidad creativa para responder con mayor facilidad a los retos que se nos planteen. Un diseñador que no tiene referencias gráficas de lo que pasa en el mundo es como un *“soldado sin fusil”*. Algunos estilos gráficos rompen con estructuras ya dadas, lo que los convierte en una referencia, un camino nuevo que se puede tomar. A continuación se presenta una serie de estas referencias gráficas.

## DISEÑO EDITORIAL



## Jazz Festival of Strasbourg 2014

El material es relevante gracias a la combinación de colores opuestos, la mezcla de ellos sobreponiéndolos genera mayor interés y permite la mezcla de ideas que motivan la curiosidad y atención del espectador. El puntaje de la tipografía con diferentes pesos genera una composición dinámica que invita a la lectura y refleja actualidad.





# DISEÑO IDENTIDAD



Festival de Hip Hop Alternativo  
Argentina

## 2014

El desafío de los típicos estilos tipográficos debido a la mezcla de estilos y a la aparente ruptura de cajas tipográficas hace de este material un ejemplo de dinamismo y actualidad.

El color refuerza la idea de desafío a lo tradicional, por otro lado la utilización de colores cálidos genera una idea de emotividad e intensidad.



# NOMBRE DEL PROGRAMA

Se decidió generar un nombre para el programa. Debía ser menos formal, más corto y entendible pensando en las beneficiarias. Se ligo el nombre del programa con la actividad a realizar “*Oportunidades*” y “*ahorro*” de esta forma las beneficiarias ligarán el beneficio con Oportunidades.

El nombre del programa:

**Mi oportunidad de ahorrar**

En los materiales el nombre se aplicó como:

**Mi oportunidad de ahorrar para estar siempre protegida  
contra mis emergencias**

# PERSONAJES

*NOMBRES EMPÁTICOS PARA LAS BENEFICIARIAS FUE UN PUNTO CLAVE QUE APOYARÍA EL MATERIAL MEJORANDO SU MEMORABILIDAD. FUERON ELEGIDOS CHABELA Y LUPITA.*

## ¿POR QUÉ CHABELA Y LUPITA?

Porque son nombres que todo mexicano conoce y son familiares. El diminutivo o pseudónimo de Isabel o Guadalupe es amigable y es fácil de recordar.

## ¿CÓMO ES SU PERSONALIDAD?

### Chabela:

- Se preocupa por el bienestar de su familia.
- Incrédula, inexperta y con menos conocimientos financieros.
- No esta familiarizada y no confía del todo en las instituciones financieras.
- No conoce a fondo las características de sus cuentas y del ahorro.
- No esta familiarizada con nuevas tecnologías.
- Escucha consejos y está dispuesta a llevarlos a cabo.

### Lupita:

- Se preocupa por el bienestar de su familia.
- Es líder, carismática e inteligente.
- Tiene conocimientos financieros.
- Está al tanto de todas opciones que tiene para mejorar la vida de su familia.
- Da seguimiento a sus gastos, cuida su presupuesto.
- Ahorra y conoce las características de las cuentas que oportunidades y BANSEFI le brindan.
- Le gusta y se preocupa por ayudar a sus amigos.

## ¿CÓMO ES SU RELACIÓN?

Los dos personajes se tienen cariño y confianza. Chabela se siente en confianza de preguntarle a su amiga sin ninguna pena y Lupita está dispuesta a ayudar lo que facilita la comunicación entre las 2 y vuelve el diálogo familiar y ameno.

# ELEMENTOS DE DISEÑO

Para la realización del diseño fue necesario apoyarse en la gráfica didáctica ya que las beneficiarias se encuentran en el proceso de aprendizaje. El principal objetivo de la gráfica didáctica es como refiere Costa (1991) “... *hacer forzosamente transparentes, comprensibles y memorizables las informaciones que el individuo recibe, incorpora a su cultura y que utiliza en momentos determinados en su línea de universo*” (p. 43).

Las beneficiarias cuentan con poco tiempo de enseñanza y con una mínima escolaridad por lo que debemos de brindarles la información de manera sencilla y clara evitando errores de interpretación.

Una tipografía palo seco ilustraciones geométricas, y la utilización de gráficos como apoyo, permitieron un buen nivel de síntesis.

Los elementos fundamentales del diseño en este proyecto fueron:

- Color.
- Ilustración.
- Tipografía.
- Gráficos.
- Logotipo.

# COLOR

*ES IMPRESCINDIBLE QUE EL CÓDIGO DE COLOR UNIFIQUE AL MATERIAL Y DE LA MISMA FORMA LO IDENTIFIQUE COMO PARTE DE OPORTUNIDADES Y BANSEFI.*

## PALETA PRIMARIA

Era imprescindible conservar parte de los colores de la identidad del Gobierno Federal, el cual incluye verde, rojo y gris. Por lo que los colores elegidos para la identidad del programa fueron verde, azul y gris.

### Verde

Parte de la paleta institucional del Gobierno Federal. El verde denota avance, como la luz verde en un semáforo. Representa germinar, brotar, crecer, ya que connota a la primavera como refiere Heller (2007) *“El verde se convierte entonces en color simbólico de todo lo que puede desarrollarse y prosperar”* (p. 45). Se convierte entonces en el color representativo de lo que podemos generar gracias al ahorro. Simboliza la prosperidad de nuestro esfuerzo y la abundancia.

## Azul

Se retomó de la identidad de BANSEFI, dando congruencia a los materiales generados por el Banco. Es recurrentemente utilizado por instituciones financieras por lo que fue importante incluirlo. Se le atribuye como refiere Ortiz (1992) el significado de ...“serenidad, generosidad, inteligencia, verdad, libertad y aristocracia” (p. 96), así como escribe Heller (2007) “*El azul es el color principal de las cualidades intelectuales*” (p. 32). El azul nos remite a seguridad y formalidad por ser un color frío.

## Gris

Parte de la paleta institucional del Gobierno Federal. Elegido por ser un color neutral se pudo componer con cualquiera de los colores utilizados. Cabe señalar que el color gris se utilizó como color principal para los materiales de control ya que los economistas encargados del proyecto insistieron en ello, sin embargo desde mi punto de vista el azul hubiera sido un color más adecuado.



**Referencia imagen**  
PRESIDENCIA  
DE LA REPÚBLICA

## REFERENCIAS DE COLOR



Verde / Ahorro

A meses sin intereses ni se siente.

Tasa Cero en miles de comercios.  
Con Tarjetas de Crédito Banamex,  
siempre sales ganando.  
[www.banamex.com/salirviciadasganando](http://www.banamex.com/salirviciadasganando)

© 2014 BBVA Bancomer, S.A. Todos los derechos reservados. El presente anuncio es informativo y no constituye una oferta de servicios financieros. Para más información, consulta el sitio web de BBVA Bancomer.

Azul / Concepto bancario

**BBVA Bancomer**

Tabletas de regalo para las Pymes sólo con BBVA Bancomer

Llévatela al incrementar en **\$125,000.00** el saldo promedio mensual de marzo de tu Cuenta Maestra PyME BBVA Bancomer .

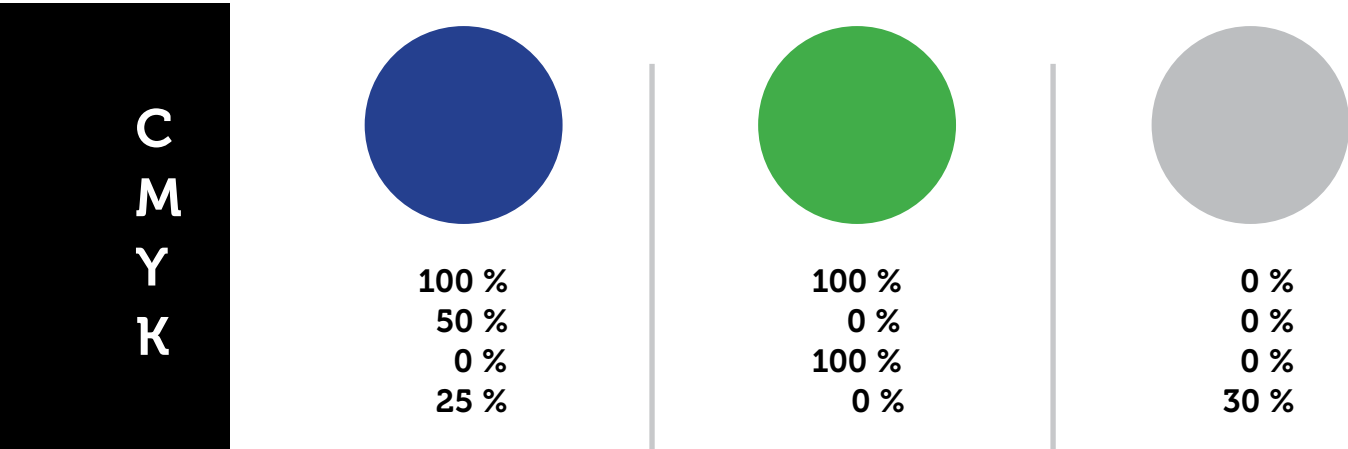
Si aún no tienes Cuenta Maestra PyME y Bancomer.com para Negocio, contráctalos y participa.

Concentrar tus operaciones en BBVA Bancomer, ¡sí es Negocio!  
**adelante.**

LEGALES

## VALORES DE COLOR

En el diseño se utilizaron valores específicos de color en CMYK



## PALETA SECUNDARIA

Las ilustraciones y los gráficos de apoyo necesitaron una paleta secundaria para que genera contraste y dinamismo. Se requirieron colores intensos y saturados. La elección fue amarillo y azul para el escenario y para los personajes naranja-rojizo y violeta.

### Naranja-Rojizo

Se eligió por el alto contraste con el azul y el verde. Su calidez, nos denota alegría por parte de la protagonista, así como la fuerza que tiene por estar relacionado con la intensidad del fuego. También encontramos referencias como la de Ortiz (1992) *“significa deseo en toda su gamas de apetencia y anhelo, es el apremio para lograr éxitos”* (p. 87). Los que son exitosos no tienen miedo y se atreven a usar rojo, como Lupita, de carácter fuerte, intenso y atrevido.

### Violeta

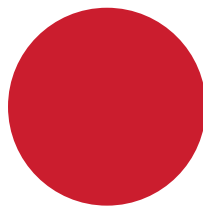
Un color ambivalente “el color de Chabela”, se eligió por estar más cerca de lo femenino.

### Amarillo

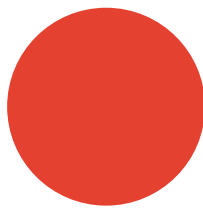
Se requería de un color contrastante pero sin ser protagonista, no debía destacar por sí solo, por el contrario debía resaltar a los personajes y los diálogos.



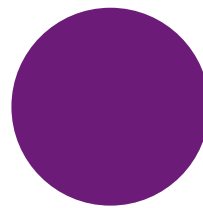
C  
M  
Y  
K



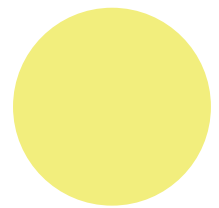
10 %  
100 %  
90 %  
25 %



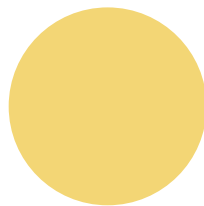
5 %  
90 %  
90 %  
0 %



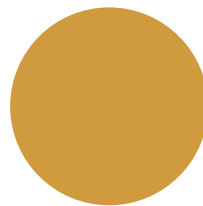
60 %  
100 %  
0 %  
20 %



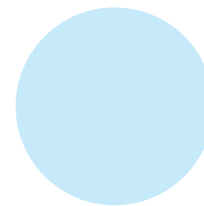
7 %  
0 %  
0 %  
64 %



5 %  
13 %  
65 %  
25 %



20 %  
0 %  
0 %  
0 %



5 %  
0 %  
0 %  
0 %

# ILUSTRACIÓN

La ilustración digital fue la solución más práctica y económica a la que se llegó, además de ser una técnica muy usada en la actualidad. Por otro lado debían de generarse rápidamente las ilustraciones y esta técnica facilitó la realización. Parte de los personajes fueron generados mediante formas básicas para su fácil reconocimiento. La cabeza es la tercera parte del cuerpo ya que debía enfocar la atención en las expresiones de los personajes. La felicidad, duda, sorpresa, etc. Ya que esto reforzará las situaciones presentadas en la historia. Por otro lado el torso amplio facilita la ubicación del personaje en el material cuando se ve a grandes distancias. Se omitió la nariz por tener menos elementos en el reconocimiento, manejándose sólo el ojo y la boca ya que como refiere Patecca (1968) *“Los ojos son fundamentales en la caricatura. Ellos son después de la boca lo que más nos dice acerca de los personajes”* (p. 28). Tanto en los personajes como en el escenario se utilizaron pocos detalles, bloques de color sin degradados para facilitar la manipulación de las formas y generar rápidamente las escenas requeridas.

## Referencia Ilustración

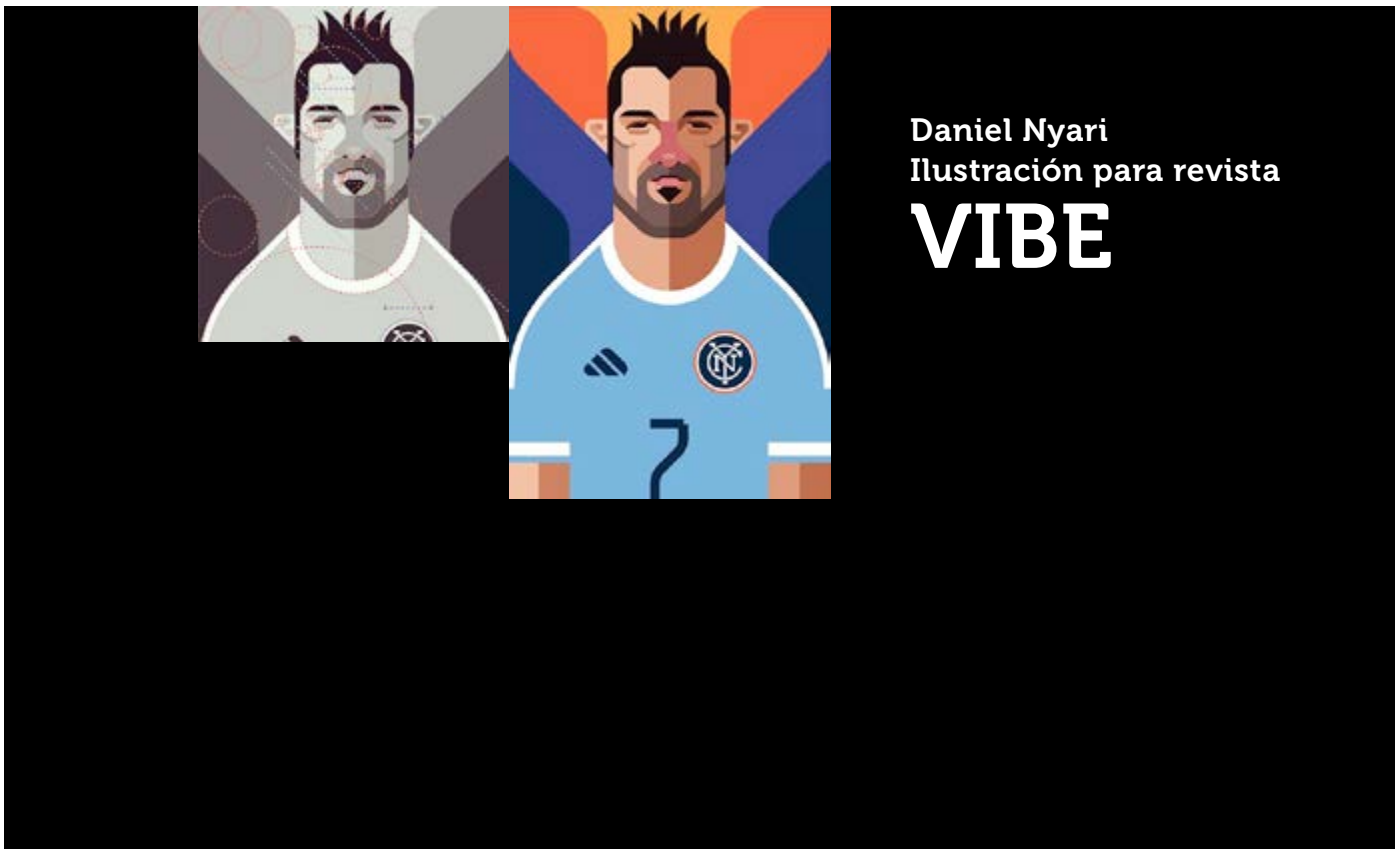
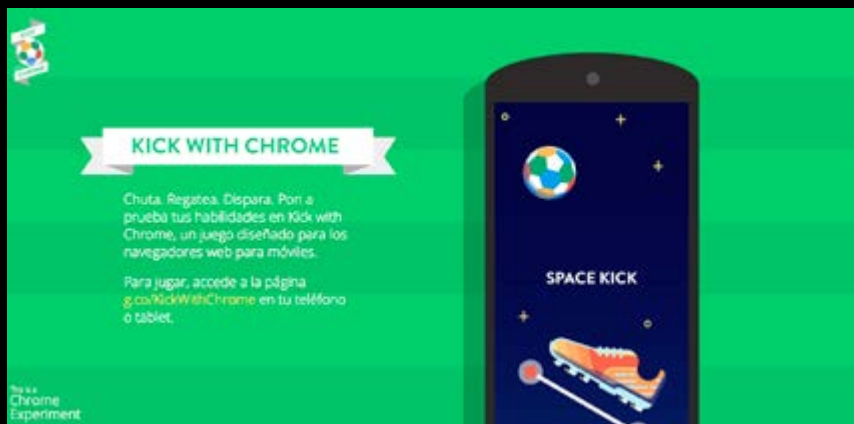




Ilustración hipster  
Kovacs Tamas  
**RUMANIA**



Kick with Chrome  
Sitio web interactivo  
**USA**



# CHABELA



# LUPITA

Como mencionamos anteriormente las ilustraciones tienen como base figuras geométricas y volúmenes dado por plastas de color sin utilizar degradados.

## RASGOS DE LUPITA Y CHABELA

- Rasgos comunes de la población mexicana, cabello chino o lacio de color obscuro y tono de piel morena y morena clara.
- Vestimenta con mandil que indica que realiza labores en la casa como preparar la comida para la familia.
- Lupita está vestida sin mandil por que es un poco más sofisticada y tiene ya conocimiento perfecto de cómo funcionan las cuentas.
- Lupita la mayor parte del tiempo sonríe, porque está contenta en su vida, ella ya ahorra y se siente segura.

# GRÁFICOS

Para complementar la comunicación de los materiales se realizaron gráficos de apoyo, los cuales se crearon bajo el concepto de Pictogramas<sup>42</sup>. Gracias a sus características de fácil decodificación será de utilidad en el corto tiempo con el que cuentan las beneficiarias acerca de esto Costa (2007) señala *“La lógica de los pictogramas es la pregnancia y comprensión inmediata de sus significados”* (p. 95). Los pictogramas son una manera de condensar información y conceptos ya que como refiere Haslam (2007) *“Los símbolos e imágenes que representan un significado se utilizan con frecuencia en mapas, gráficos y diagramas. En estas ocasiones, sirven para sustituir a las palabras, ya que ocupan menos espacio.”* (p. 136).

Los pictogramas se crearon utilizando formas geométricas básicas, círculo, triángulo y rectángulo. Se simplificaron las formas pero conservando las características inherentes y necesarias para su entendimiento.

Con base en los requerimientos de Costa (2007) los pictogramas realizados cubren 3 exigencias básicas:

- *Visibilidad.*
- *Percepción rápida y clara.*
- *No admisión de errores en la transmisión de significado* (p. 95).

<sup>41</sup> Esquemalizaciones de la forma de los seres, las cosas, los objetos. Son signos que tienen un parecido evidente con aquello que representan. (Costa, Señalética corporativa)

**Dinero**



**Ambulancia**



Gráficos realizados sólo con outline. Outline grueso que sea perceptible a distancia. Formas sencillas y apegadas a figuras geométricas.

# ESCENARIO

Se decidió conservar la plaza como escenario ya que en todos los pueblos o ciudades existe una iglesia, se pueden llegar a encontrar calles con adoquines o piedras, casas de uno o 2 pisos y algunos adornos de fiestas patronales que realizan las iglesias católicas y que son bien conocidas por la población mexicana. El tener un escenario familiar a las beneficiarias es imprescindible ya que como escribe Costa (1991) ... *“la propia observación de una imagen está condicionada por su cultura”* (p. 209).

Se tomó como referencia imágenes de plazas de México y se realizó una geometrización eliminando elementos distractores.

## REFERENCIA DE ZONA

Parroquia en Ixtlahuaca



Kiosko Atlacomulco



Plaza Chiconcuac



# TIPOGRAFÍA

La elección de la tipografía es fundamental ya que influye desde la legibilidad hasta la personalidad del material.

Se utilizó una amplia familia tipográfica para darle dinamismo y jerarquía a los materiales ya que la utilización y composición con diferentes tipografías trae beneficios como lo explica Marshall (2012) “Los diseñadores suelen utilizar tipos de letra contrastantes para mostrar la diferencia entre distintas informaciones o para enfatizar un elemento” (p.26)

En el rotafolio había que diferenciar 2 comunicaciones distintas:

- Diálogo entre personajes.
- Conceptos económicos a comunicar.

## DIÁLOGOS

### Tipografía Qlassik Bold

Más cercanos a la tipografía de los comics esta familia clasificada como Escripta<sup>42</sup> denota la escritura hecha a mano, es más amigable lo cual es fundamental ya que los diálogos deben de parecer más amables y familiares.

<sup>42</sup> Clasificación según Joan Costa Enciclopedia de diseño LA LETRA

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

¡Pero Lupita, espérate!  
¿Y cómo saco mi ahorro  
en una emergencia?

Familia Qlassik Bold

Aplicación Qlassik Bold

## CONCEPTOS ECONÓMICOS

### Museo Sans

Se eligió esta tipografía debido a que la información debe reflejar seriedad y credibilidad, pero sobre todo ser legibles. Ya que es una tipografía palo seco y reducen el signo a su esquema esencial, y a una forma más geométrica. Es legible fácilmente a grandes distancias y en un tiempo más corto ya que sin adornos o terminaciones de otras familias es más fácil su lectura sobre todo en láminas que no se leerán a corta distancia. Esta elección cumple con las recomendaciones dadas por Costa (2007):

*“La ley es la misma para todas las formas de lenguaje señalético. Sencillez, claridad. Una “a” minúscula no se podrá confundir con una “o”. Por eso no es recomendable el uso de la Futura en señalética, por ejemplo. Tampoco son aconsejables las egipcias, mejor las lineales de palo seco...”* (p. 103).

Se eligió también por la gran variedad de estilos que tiene y que se necesitaron para diferenciar la información que requería el concepto ya que como refiere Tselentis (2012) *“Para elegir un tipo de letra es importante que este disponga de variaciones de grosor y estilo que nos permitan destacar la información dentro del cuerpo del texto”* (p. 124).

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

SALDO

CONFIDENCIAL

Sólo yo sé cuánto dinero  
tengo en mi cuenta

Familia  
Museo Sans

Aplicación  
Museo Sans

Familia  
Museo Sans



# LOGOTIPO

Para la identificación del programa se propuso crear un logotipo para identificarlo y recordarlo con facilidad.

Se creó un logotipo sencillo ya que el nombre del programa es demasiado largo. Se utilizó la tipografía Museo Sans para crear una identidad. Únicamente se modificó la O de la palabra ahorro. Utilizando la silueta de un puerco, que es el símbolo de ahorro por excelencia, aunado al símbolo de pesos.

Primera  
propuesta

Mi oportunidad de  
**AHORRAR**

Mezcla de  
elementos



Logotipo  
final

Mi oportunidad de  
**AH\$RRAR**

# ESPECIFICACIONES DE IMPRESIÓN

Se buscaron características de impresión que no representaran un gasto excesivo y al mismo tiempo no se sacrificara calidad. La elección del sistema de impresión es importante en el proceso ya que influye en la realización del diseño, desde aspectos técnicos, como el número de tintas a utilizar o el tipo de gráficos a reproducir. Por lo tanto es preferible considerarlo al mismo tiempo del proceso de diseño sobre todo sino se está limitado en recursos.

A continuación presentamos las especificaciones:

**Librito:**

El medio de impresión elegido fue el offset tradicional debido al gran número de piezas a realizar. Este es el sistema que reproduce una gran cantidad de piezas a un bajo costo. El offset también nos da amplia libertad de elección de tintas y flexibilidad de elección de papel.

**Tiraje:** 14,000 piezas.

**Forros:**

- Media final: media carta.
- Medida extendida: carta.
- Papel couche mate de 150 gr.
- 4x4 tintas.
- Acabo laminado mate a una cara.

**Interiores:**

- Medida final: media carta.
- Medida extendida: carta.
- Papel bond 90gr.
- 1x1 tintas.
- Número de páginas: 70
- Engrapado a caballo.

**Rotafolio:**

El sistema de impresión que mejor se adapta a las necesidades es el Offset digital, ya que el tiraje es poco y el diseño es cambiante debido a las diferentes versiones de los materiales para cada grupo de investigación.

- Medida final: tabloide.
- Papel couche 200 g.
- Impresión digital por ambos lados.
- 46 láminas por cada juego.
- 5 juegos.

# DISEÑO LIBRO DE REGISTRO

*EL LIBRO DE REGISTRO ES PARTE FUNDAMENTAL DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA YA QUE EN ELLOS LAS USUARIAS LLEVARÁN EL CONTROL DE SU AHORRO POR EL LAPSO DE AÑO.*

*LA PRIMERA PARTE SERÁ EXPLICATIVA, LA SEGUNDA DE PRÁCTICA, Y LA TERCERA REGISTRO DEL AHORRO.*



# PORTADA

Libro de registro

Se utilizaron 2 elementos principales para hacer más amigable el material:

*Lupita, la tarjeta.*

El diseño sigue siendo limpio y poco saturado, con plastas de color y formas que contrastan. Se utilizó el color verde atribuyéndole la connotación de ahorro y prosperidad. *La tipografía fue Museo Sans y Avant Gard.*

# Interior

## Libro de registro

La composición de los interiores fue un reto, se debía sacar el mayor provecho al formato reducido sin embargo se llegó a una buena solución.



Páginas con características de la cuenta y personalización del librito.

### Los aspectos más interesante e importantes del diseño fueron:

- Retícula de 3 columnas.
- Tipografía Museo Sans y Avant Gard.
- Uso de una sola tinta jugando con diferentes valores de negro y estilos tipográficos para lograr jerarquizar la información.
- Composición sencilla con cabezas localizadas siempre en la parte superior para reconocer fácilmente el tema a tratar.
- Estructura sencilla con pasos a seguir para el registro de los comprobantes.
- Diseño con espacios en blanco para pegar los comprobantes de transacciones bancarias.
- Contemplar detalles de impresión como el desbarbado<sup>43</sup> y no utilizar márgenes pequeños, ya que en al refinar, la información podía estar en peligro de corte. Se planteó un centímetro como mínimo.

<sup>43</sup> Desface de papel que se genera al engrapar a caballo.



Páginas explicativas, se mezcló texto y globos de texto para el personaje de Lupita.

SE ANEXA EL MATERIAL EN PDF.



# DISEÑO ROTAFOLIO

*EL ROTAFOLIO DEBÍA SEGUIR LA LÓGICA PLANTEADA POR EL MATERIAL DE "DIVA LA AHORRATIVA". UNA SERIE DE LÁMINAS IMPRESAS POR LOS 2 LADOS DESTINADAS A MOSTRAR A LAS BENEFICIARIAS Y OTRO PARA LA LECTURA DEL FACILITADOR.*

*EL RETO CONSISTIÓ EN GENERAR UN MATERIAL LEGIBLE, INTERESANTE Y ACTUAL.*

Para cada lámina se utilizó una mezcla de **ilustraciones, tipografía y gráficos**, para generar mayor interés por parte de las beneficiarias y que el mensaje fuera decodificado más fácilmente.

### Característica más importante del diseño

- Imágenes a color y utilizando colores contrastantes
- Mensajes cortos
- Iconografía sencilla
- Tamaño de texto suficientemente grande para su lectura mínimo de 47 pts
- **Escenarios diferentes:** Paisaje para el diálogo entre los personajes. Fondo verde para explicaciones financieras. Blanco y negro para la explicación del libro con la finalidad que las beneficiarias las ubicaran tal cual en ambos materiales.
- **Lámina beneficiaria:** Diversidad de tamaños de texto en las láminas debido a la gran cantidad de información que los investigadores deseaban integrar.
- **Lámina facilitador:** Pleca gris con tipografía calada en blanco para instrucciones. Texto negro sobre fondo blanco para diálogo de lectura.

# INTERIOR

Lámina explicativa con gráficos.



# PORTADA

Rotafolio

La portada está compuesta por las protagonistas de la historia, el título del programa y el logotipo de BANSEFI. Diseño sencillo se utilizó el color azul como identificador del grupo control.



## Estimado(a) capacitador(a):

*Este módulo ha sido especialmente elaborado para la sesión de capacitación "Mi oportunidad de ahorrar."*

*Estimamos que durará alrededor de 30 minutos. Lo invitamos a tomar en consideración las siguientes recomendaciones:*

- Cada material cuenta con situaciones ilustradas que están duplicadas. Las páginas a todo color tienen la finalidad de ser presentadas a todas y cada una de las participantes. Es recomendable que le pida a las participantes que se ubiquen en un semicírculo de tal forma que pueda caminar toda el aula o el ambiente donde trabajará con ellas y así mostrarles las ilustraciones.
- Las páginas de texto en blanco y negro tienen la finalidad de ayudarle a presentar cada una de las situaciones ilustradas.
- Lee cada diálogo de manera pausada y con énfasis para llamar su atención e interés. Recuerde que no todas las beneficiarias pueden escuchar y observar con rapidez, así que hay que hablar despacio y en voz alta.
- Al presentar el material, le recomendamos ir indicando con el dedo la figura del personaje que en cada momento esté "hablando." En las diapositivas en las que ningún personaje hable, le recomendamos indicar con el dedo la imagen a la que se esté haciendo referencia.

**¡GRACIAS!**

### Lámina Instrucciones

Las instrucciones para realizar la plática son planteadas en la primer página del rotafolio. Un texto claro bajo un acomodo sencillo será leído y comprendido rápidamente.

## TUS CUENTAS



El dinero que dejes sigue siendo **tuyo**, nadie te lo quita



Puedes **depositar y retirar**



Ahorros **respaldados** por leyes del gobierno (IPAB)



Sólo tu sabes cuánto tienes **y el banco no puede compartir** esa información con nadie



**SON GRATIS**

No tienes que **pagar nada**

**Lámina  
Concepto Económico**

En algunas láminas se utilizó a Lupita como personaje que explicaba los conceptos económicos, esto con la finalidad darle a la información un toque humano y amigable.

La información de la facilitadora , está dividida en 2, una imagen de la lámina que está explicando, más el texto que debe leer y los pasos a seguir en la capacitación.



Lámina  
Diálogo personajes

**CAPACITADOR:**  
Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

**LUPITA:** ¡Y ahora que tengo los dos "LIBRITOS DE MIS AHORROS," tengo el control de mis cuentas!

**CHABELA:** ¡Oye sí, me dijeron que tú ya los sabes usar!

Lámina  
Diálogo personajes  
TEXTO FACILITADORA



Lámina  
Referencia Libro



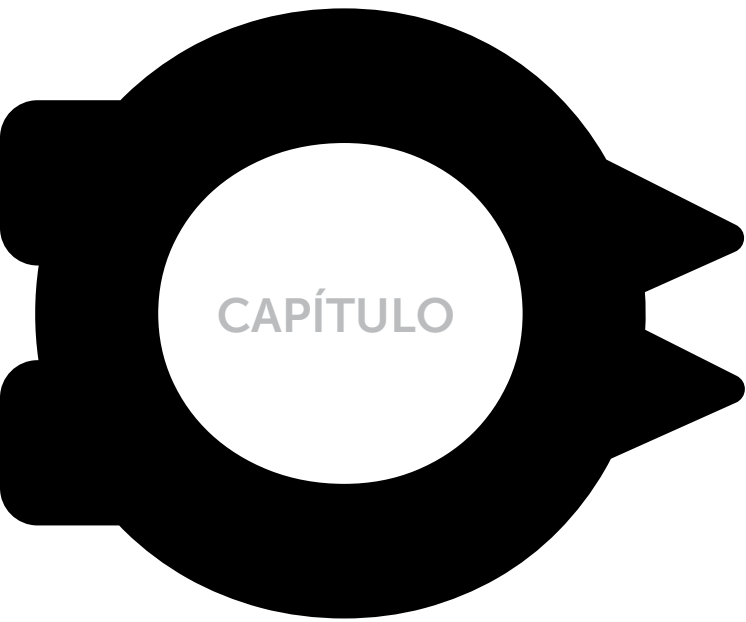
Las páginas del libro fueron reproducidas fielmente con la finalidad de que la beneficiaria ubicara con exactitud la página de la que se esté hablando y no haya distracción alguna.

## Lámina final de beneficios



Al finalizar la plática se realiza un resumen de los beneficios de las cuentas y el ahorro. La familia juega un papel fundamental ya que en la investigación previa se encontró que los beneficios del ahorro están encaminados a mejorar la vida familiar.





# CINCO

# COMPROBACIÓN DE DISEÑO

*Poder comprobar la efectividad del diseño antes de generar la versión final es una oportunidad que pocas veces se da en los procesos de diseño. Esta experiencia fue enriquecedora para el proyecto y para mi como diseñadora.*

# GRUPO FOCAL

*CON LA AYUDA DE OPORTUNIDADES SE REALIZARON 2 GRUPOS FOCALES CON LAS BENEFICIARIAS PARA PROBAR EL MATERIAL EN UNA MAPO<sup>44</sup>, LEGIBILIDAD, INFORMACIÓN CLARA Y EMPATÍA FUERON MOTIVO DE ANÁLISIS.*

El grupo focal o grupo de discusión es un método de investigación que tiene como componentes característicos: Personas que poseen ciertas características necesarias para la investigación, ofrecen datos de naturaleza cualitativa en una conversación guiada. Los grupos compuestos generalmente por 4 hasta 12 personas. Los temas a tratar en el grupo deben de estar escogidos y preparados de antemano. Debe estar guiado por un moderador que conoce el tema a profundidad y estar familiarizado con los grupos focales. El moderador guía al grupo mediante la realización de preguntas que encajen en un contexto comprensible, lógico y en un lenguaje adecuado para el participante, llevando una lógica previamente planeada.

---

<sup>44</sup> Mesa de Apoyo del Programa Oportunidades.

El grupo focal forma parte de la investigación cualitativa como nos dice Sadornil está orientada a descubrir el significado de las acciones del grupo de individuos en cuestión. Se acerca de forma directa y abierta a los discursos de los sujetos, tratando de aproximarse y de dar respuesta a las motivaciones que están detrás del comportamiento de los sujetos.

Una ventaja más fue realizar el grupo focal en la misma MAPO, se realizó por lo tanto un estudio de campo<sup>45</sup> los cuales tienen como principales ventajas<sup>46</sup> :

- Descubrir la presencia de variables significativas para los futuros trabajos de investigación en una situación concreta.
- Ofrece la oportunidad de averiguar las relaciones más interesantes entre las variables identificadas en el trabajo.
- Trabajar en situaciones y contextos reales, por lo que la recogida de información parte de la observación directa y continua en la situación objeto de análisis.
- Posibilita la utilización de instrumentos muy variados e independientes en la recogida de información y de datos.
- Constituye la base sobre la que asentarán futuros trabajos de investigación, pues pueden facilitar la formulación de hipótesis.

Estas ventajas son como lo refiere Sadornil (2010) *“de gran utilidad en el campo de la educación , pues sus aportaciones al estudio de la realidad pueden permitir al educador e investigador dirigir de manera más rigurosa sus esfuerzos en el logro de unos mayores niveles de calidad”* (p. 365).

<sup>45</sup> Dirigidos a una serie de grupos determinados de sujetos dentro de su contexto específico de actuación.

<sup>46</sup> SARDONIL, D. (2010). Métodos de investigación en educación, Volumen I Procesos y diseños no complejos. Madrid: Unidades Didácticas.

# ANTECEDENTES GRUPO FOCAL

## DATOS GENERALES

**Contacto:** Lic. Julio Cesar Martínez Velázquez, Supervisor CEO de la Coordinación Nacional del Programa Oportunidades.

**Fecha:** 17 de enero de 2014

**Lugar:** Privada Ferrocarril de Cuernavaca No.3 Colonia La Cruz de la Magdalena Contreras, Delegación Magdalena Contreras.

**Hora:** 10:00 am y 13:00 pm

**Tiempo:** 30 minutos para realizar la educación más 15 destinados a preguntas.

**Número de beneficiarias:** 8 por cada grupo.

**Edades:** Entre 35 y 45 años.

**Equipo de investigación:** Carlos Chiapa, Silvia Prina, Sarah Thomason e Ixel Miranda.

**Facilitador:** Sarah Thomason.

**Moderador:** Carlos Chiapa.

**Material educación financiera:** 1 rotafolio y 8 libritos (Prototipos realizados de manera sencilla con impresiones carta y tabloide).

## OTROS ASPECTOS

### 1- Lugar de reunión

Oportunidades renta el patio de una casa ubicada en zona popular al sur de la Ciudad de México para realizar las MAPOs de la zona y atender a las beneficiarias.

Se llevó a cabo en un patio con una dimensión de 4m x 10m y techado, la mitad del patio carecía de las condiciones básicas de un aula, el único mobiliario que tenía era una mesa de madera y 6 sillas.

### 2- Personal de Oportunidades

Oportunidades estaba representado por una sola persona, quien se encarga de la coordinación de la reunión y atención de las beneficiarias.

### 3- Impartición de la educación financiera

Se les colocó en medio círculo a una distancia de 4 metros de Sarah Thomason (encargada de realizar la plática) para después explicarles el proyecto brevemente antes de comenzar la plática en todo momento se mostraron respetuosas y entusiastas con nuestra presencia. Mostraron interés por el tema, realizando comentarios positivos acerca del ahorro.

### 4- Desarrollo de la plática

Se realizó la plática siguiendo el diálogo del rotafolio. Durante el desarrollo de plática las beneficiarias se mostraron atentas. Sin embargo la atención en la plática se rompió al tocarse el tema del librito ya que en cuanto se les repartió a las usuarias comenzaron a explorarlo, lo que generó su distracción y confusión.

### 5- Libro de ejercicios

Las beneficiarias tardaron alrededor de 10 minutos en resolver el primer ejercicio, 7 de ellas tuvieron dificultad en la solución del ejercicio, las otras 3 lo resolvieron fácilmente.

### 6. Tiempo de impartición

La educación financiera finalizó después de 45 minutos.

# GRUPO FOCAL

Sara Thomasson impartiendo la plática





## Beneficiarias

Al comienzo de la plática



Realizando ejercicios de registro



# ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN VISUAL

Las preguntas realizadas en el grupo focal se orientaron más al área económica que a la comunicación visual. Se contó sólo con 15 minutos de preguntas, de los cuales 5 fueron destinados al tema de comunicación visual. Se buscó información acerca de los siguientes puntos:

- Visibilidad.
- Decodificación de signos.
- Memorabilidad.

Éstos son algunos de los aspectos más importantes que deben de cubrir los materiales, ya que es imprescindible que tengan una correcta lectura y que denoten objetivamente los conceptos que se explican y representan. Se analizó la lectura tipográfica, contraste de color, reconocimiento de personajes y pictogramas. En la investigación se recurrió al autor Joan Costa (2007) quien plantea una serie de preguntas para comprobar la eficacia de pictogramas:

- *¿El pictograma representa bien el sentido de lo que expresa?*
- *¿Contiene elementos que no estén ligados directamente con el mensaje?*
- *¿Los públicos, comprenderán fácil y rápidamente el significado del pictograma?*
- *¿Lo comprenderán fácil y rápidamente las personas de diferente origen y nivel cultural?*
- *¿Llegarán a captarlo y comprenderlo las personas de edad avanzada con menor agudeza visual y menos rapidez de reflejos?*
- *¿El pictograma en cuestión ¿ha sido ya largamente difundido?*
- *En el texto, este debe ser legible para el correcto entendimiento de los conceptos.*
- *La empatía memorabilidad de los personajes debe ser buena y profunda, ya que la imagen de Lupita es representativa en el librito y el rotafolio.*

# PREGUNTAS REALIZADAS Y SOLUCIONES BRINDADAS

*EN CUANTO A LA COMUNICACIÓN VISUAL SE REALIZARON 8 PREGUNTAS. LAS CUÁLES ARROJARON INFORMACIÓN QUE SE UTILIZÓ PARA MEJORAR EL MATERIAL.*

Se realizaron pocas preguntas ya que se contó con poco tiempo al final de la plática.

Las preguntas realizadas tuvieron una estructura muy básica con conceptos sencillos, ya que las beneficiarias cuentan con un nivel educativo bajo (al rededor de 6.8 años). A continuación presentamos la serie de preguntas junto con sus soluciones.

Pregunta

Lámina original

Respuesta

Lámina modificada

¿Alcanza a leer el texto?



Tamaño de texto 44 pts

6 personas:  
NO  
  
1 persona:  
No contestó



Tamaño de texto 70 pts

¿Alcanza a leer el texto?



8 Personas:  
SÍ

Sin cambios




¿Alcanza a leer el texto?



6 personas:  
NO  
  
2 personas:  
SÍ



En las láminas se reproducirá la página del librito sólo como referente para que las beneficiarias se guíen pero trabajan en su librito de registro.

Pregunta	Lámina original	Respuesta	Lámina modificada
¿Qué figura es ésta?		<p>7 personas: Una ambulancia</p> <p>1 persona: No contestó</p>	Sin cambios
¿Qué figura es ésta?		<p>8 personas: Una alcancía</p>	Sin cambios
¿Qué acción representa esta imagen?		<p>7 personas: Ahorrar</p> <p>1 persona: No entendió</p>	Sin cambios

## Pregunta

## Lámina original

## Respuesta

¿Cuáles son las protagonistas de la historia?

Pregunta abierta

6 personas:  
Lupita y  
Chabela

1 persona:  
No contestó

¿Qué personaje de la historia sabe ahorrar y le gusta?

Pregunta abierta

7 personas:  
Lupita

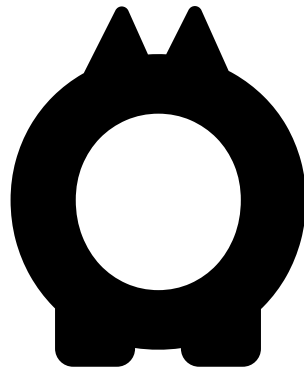
1 persona:  
No contestó

Entre los comentarios de las beneficiarias ante las preguntas acerca del ahorro mencionaron:

- *Si ahorro, siempre guardo algo en mi casa, aunque sea poco.*
- *Ahorro para los útiles de regreso a clases de mis hijos.*
- *Nunca he ahorrado con la tarjeta de Oportunidades.*
- *Dicen que sino sacas tu dinero de la cuenta de Oportunidades te lo quitan.*

### CONCLUSIONES DE GRUPO FOCAL:

Las protagonistas comprendieron el rol de cada personaje, identificando a Lupita como la mujer ahorradora. La combinación de color no dificultaba la lectura, por el contrario le dio una personalidad menos institucional a los materiales, también existieron problemas de lectura tipográfica. El análisis de la información y la toma de decisiones para ajustar el material se dio en un tiempo muy corto, ya que sólo se contaba con 5 días. El equipo de investigación económica realizó ajustes a los diálogos, decidió retirar algunas láminas del portafolio y aumentar láminas referentes al librito. En cuanto a la comunicación gráfica no se realizaron ajustes en el estilo de color o trazo.



# CONCLUSIONES

# VISIÓN ECONÓMICA

Se realizó una entrevista al Dr. Carlos Chiapa para conocer su opinión acerca del proyecto de diseño, la cual se presenta a continuación:

## **1 ¿Considera que los proyectos económico dirigidos a la población en general requieran un diseño gráfico específico dependiendo de sus características?, de ser así ¿por qué?**

*Para todo proyecto económico que tenga como objetivo modificar el comportamiento de la población, es esencial que la población entienda sus características. Por ejemplo, si abres una cuenta de ahorro, es crucial que conozcas las características de la cuenta, la tasa de interés que te paga, cuándo y cómo puedes retirar tu dinero, etc. Si te otorgan un crédito es igualmente crucial conocer sus características, la tasa de interés que te cobran, cuándo debes realizar los pagos, dónde y cómo, etc. Así, para que la población entienda las características del proyecto económico, es clave presentarlas de una manera sencilla, atractiva y clara. En este sentido, el diseño gráfico puede ser de gran utilidad para transmitir los mensajes que se desean comunicar pues, como dice el dicho: una imagen vale más que mil palabras.*

## **2 ¿El diseño gráfico del proyecto Mi oportunidad de ahorrar, representó beneficios para el proyecto?**

*Para el proyecto Mi oportunidad de ahorrar es crucial que la población beneficiaria entienda las características de las cuentas de ahorro que ya tienen y de las nuevas que se les ofrecen. Usualmente, los detalles de cómo funcionan las cuentas se transmiten en reuniones masivas (entre 60 y 120 asistentes) de al menos 30 minutos de duración. En dichas reuniones es complicado que quien esté dando los mensajes relevantes sobre el proyecto, logre capturar la atención de todos los asistentes a las reuniones. En la medida*

*en que los mensajes se puedan mostrar en diagramas, figuras o dibujos, es más probable que los asistentes los entiendan y que el trabajo de quien está intentando transmitir los mensajes se aligere. Si, además, la población asistente a estas reuniones se puede llevar material visualmente atractivo, informativo y claro que contenga los mensajes relevantes del proyecto a sus hogares para consultarlo cuando lo necesite, la labor de quien está tratando de transmitir los mensajes relevantes durante las reuniones masivas se facilita todavía más. Es mucho más sencillo explicar cómo encontrar información que hacer que esa información quede entendida y memorizada en la mente de las personas.*

*En este sentido el material gráfico desarrollado para el proyecto Mi oportunidad de ahorrar resultó bastante benéfico para el proyecto. El material está diseñado para ser presentado en reuniones con alrededor de 30 asistentes y los mensajes más relevantes se les entregan a los asistentes en un cuadernillo que pueden llevarse con ellos. Así, las reuniones se pueden enfocar más en cómo usar el cuadernillo y al hacer esto, se transmiten automáticamente los mensajes y se enseña cómo encontrarlos. Además, al tener los asistentes el cuadernillo en sus manos, es más sencillo captar su atención. Lo que se les intenta explicar deja de ser abstracto. Todo lo que se explica verbalmente tiene una contraparte gráfica que los asistentes tienen en sus manos.*

### **3 ¿Existieron obstáculos en el trabajo en conjunto con el diseñador?**

*Explicar la idea general fue sencillo. Arreglar los detalles finales que requerían de gran precisión y que debían ser realizados en poco tiempo y recibiendo comentarios prácticamente en tiempo real fue complicado. El diseño gráfico quedó bien. Las partes con texto en los rotafolios quedaron inconclusas. El texto no quedó arreglado a nuestra entera satisfacción y éste contiene errores de dedo, ortográficos y gramaticales.*

### **4 ¿Considera que el trabajo entre las dos disciplinas beneficie las investigaciones académicas de ambos campos?**

*Sólo puedo contestar del lado de la economía. Contar con el apoyo de un equipo de diseñadores gráficos para transmitir conceptos y mensajes a la población en general es muy beneficioso para todo economista que desea implementar un proyecto cuyo objetivo es modificar el comportamiento de los individuos. Aterrizar las ideas en un texto es útil para poder transmitir las. Y aterrizarlas en imágenes es aún más útil, pero desafiante. La retroalimentación de los diseñadores gráficos es clave para lograr transmitir ideas (complejas) mediante imágenes que resulten atractivas y capturen la atención de las personas a quienes van dirigidas.*

### **5 ¿Tiene alguna observación que contribuya al entendimiento de su disciplina por parte del diseñador gráfico?**

*En la medida en que el diseñador gráfico se involucre y entienda de mejor manera el proyecto económico en el que se esté trabajando, más sencillo será el diálogo del economista con el diseñador. Por otra parte, entre más retroalimentación reciba el economista por parte del diseñador gráfico respecto a sus elecciones de diseños y la teoría detrás de ellos que sugiere pueden tener un mayor o menor impacto, más sencillo será para el diseñador dialogar con el economista.*



# VISIÓN DISEÑO

Desde el punto de vista profesional fue difícil llegar a una solución gráfica, el ensayo y error fueron pasos que se vivieron a lo largo del proceso. El tiempo de realización fue corto y debido a él no se generaron más propuestas ni se tuvo todo el cuidado que se debía.

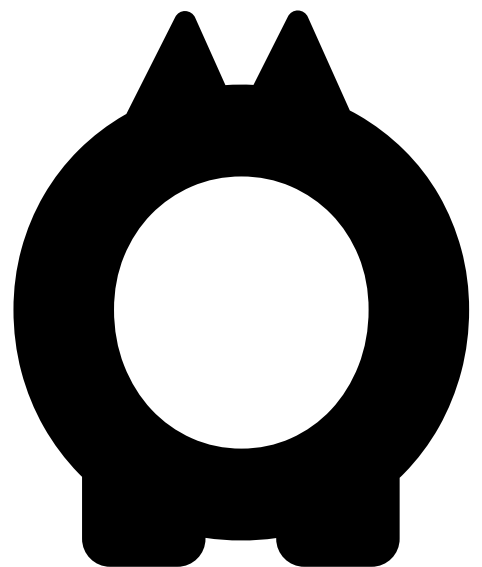
La falta de un corrector de estilo se tradujo en errores de ortografía y de redacción que tuvieron repercusión en el tiempo de realización. Con base en mi experiencia profesional es casi imprescindible que en proyectos de diseño se cuente con un corrector de estilo o un *copy*. Generalmente los diseñadores no somos formados con la necesidad de ninguna de estas figuras pero la correcta utilización del lenguaje es un campo que no dominamos y en el cual necesitamos apoyo.

Se tuvo una gran comunicación con los creadores del proyecto para entender y desarrollar en equipo los diálogos y el contenido de los materiales. La oportunidad de probar la eficacia del diseño, fue enriquecedor, el observar cómo las beneficiarias interactuaban con el material hizo darme cuenta de la importancia de nuestra profesión.

La realización del proyecto fue el resultado de una formación académica que me dió los conocimientos suficientes para generar soluciones gráficas. Conocimientos de teoría del color, conceptos de diseño y técnicas de representación gráfica me han sido de mucha ayuda desde que salí de la FAD. Por otro lado la experiencia profesional me ha abierto los ojos a la necesidad de trabajar con otros campos del conocimiento y sobre todo, de ir perfeccionando mi método de diseño. Método en el que la investigación previa en cada proyecto es trascendental. El método que me ha funcionado mejor ha sido plantear los objetivos desde el principio y siempre tener una comunicación clara con “el cliente” y el equipo de trabajo.

Este proyecto de diseño fué un reto para mí, ir más allá del “debo” y llegar el “quiero” fue algo difícil de lograr, pero conocí el punto de vista económico aplicado a una investigación y sobre todo ver que el diseño fue comprendido por las usuarias finales. Me gustaría repetir el trabajo de diseño aplicado al ámbito económico y contribuir en la mejora de los hábitos económicos.

# BIBLIOGRAFÍA



# ECONOMÍA

BERNATZI, S. Y R. H. THALER (2004), *Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving*, Journal of Political Economy. Estados Unidos de América.

CHIAPA, C. (2012). *Diagnóstico sobre los beneficios de unir ahorro y transferencias monetarias condicionadas*. Proyecto Capital, Oportunidades de inclusión financiera en América Latina y el Caribe “Una mujer que ahorra es una vida que cambia vidas”. México.

COHEN, M., NELSON, C. (2011). *Financial Literacy: A step for clients towards financial inclusion*. Microfinance Opportunities. Washington.

DUPAS, P., ROBINSON J. (2011). *Savings Constraints and Microenterprise Development: Evidence from a Field Experiment in Kenya*, mimeo. Kenya.

VILLA, P., T. (2005). *Transferencias monetarias condicionadas: Experiencias en América Latina*, México: Revista CEPAL No. 86

RAMOS, J., AUGUSTO, J., CARRILLO, R. (2012). *Una mujer que ahorra es una vida que cambia vidas. Serie de módulos para el desarrollo de capacidades financieras “Diva, la ahorrativa” Módulo 1: Ya nos pasó otra vez, mejor ahorremos*. Peru: Instituto de Estudios Peruanos – IEP y Citi Foundation.

SUÁREZ, A. (2013). *Análisis sobre el proceso de bancarización del programa Oportunidades a través de los mecanismos de pago*. México: El Colegio de México, trabajo de investigación, maestría en economía.

TAMAMES, R., GALLEGOS, S. (2006). *Diccionario de economía y finanzas*. (13era ed). Madrid: Ed. Alianza Editorial.

# EDUCACIÓN FINANCIERA

*50 maneras de querer y cuidar tu dinero. Finanzas prácticas* VISA (2011).

*Money and migration: smart guide for migrant workers* / ILO (International Labour Organization) DWT for East and South-East Asia and the Pacific. – Bangkok: ILO. Tailandia (2011).

*Conceptos básicos de las tarjetas de crédito. Practical Money Skills for life*, VISA. México (2009).

*Ahorro. Educación financiera impartida por BBVA Bancomer en cursos dados en el MIDE*. México (2011).

*Young Women: Your Future, Your Money. Financial Education Learning Sessions for Kenyan Girls. Microfinance Opportunities*. Kemnia (2010).

*Knowing Your Risks and How to Manage Them. A Study Guide. Microfinance Opportunities*. Nairobi, Kenia (2010).

# DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

ACHA, J. (1995). *Introducción a la teoría de los diseños*.  
México: Ed. Trillas.

AICHER, O., KRAMPEN, M. (1991). *Sistemas de signos en la comunicación social*.  
Barcelona: Ed. Gustavo Gili, S.A.

*Blackcoffee, 1000 icons, symbols + Pictograms, Un lenguaje internacional*. (2006).  
Barcelona: Ed. Rockport Publishers Inc.

CHAVEZ, E. (1992). *Manual para la elaboración de Rotafolios*.  
México: Insitute Lationamericano de la Comunicación Educativa. 2da. impresión.

COSTA, J. (2007). *Señalética Corporativa*.  
Barcelona: Ed. Costa Punto Com Editor

COSTA, J., MOLES, A. (1988). *Enciclopedia de Diseño, La Letra*.  
Barcelona: Ed. CEAC, S.A.

COSTA, J., MOLES, A. (1991). *Enciclopedia de Diseño, imagen didáctica*.  
Barcelona: Ed. CEAC, S.A.

CROW, D. (2003). *Visible Signs David Crow*.  
Switzerland: Publishing. AVA Publishing S.A.

Eco, H. (1986). *Como se hace una tesis*.  
México: Ed. Gedisa Mexicana S.A.

FONSECA, S., HERRERA M. (2002). *Diseño de campañas persuasivas*.  
México: Ed. Pearson Educación.

FRUTIGER, A. (1982). *Signos, símbolos, marcas y señales*.  
México: Ed. Gustavo Gili. S.A.

HANS, A. (1973). *Una didáctica fundada en la psicología de Jean Piaget*.  
Argentina: Ed. Kapelusz.

HASLAM, A. (2007). *Creación, diseño y producción de libros*.  
(1era ed. Lengua española) Barcelona: Ed. Blume.

HERNÁNDEZ, S.R. (1976). *Metodología de la investigación*.  
Buenos Aires: Ed. Paidós.

IGUARTIA, J.J., HUMANES, M. L. (2014). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid:  
Ed. Síntesis.

KRUEGER, R.A. (1988). *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*.  
Madrid: Ed. Pirámide.

MARSHAL, L., MEACHEM, L. (2012). *Cómo utilizar la tipografía*.  
(1era ed. Lengua española) Barcelona: Ed. Blume.

RENDGEN, S. (2012). *Información graphics*.  
Kolon Germany: Ed. Taschen.

RODRÍGUEZ, D., J., L., (1978). *Las funciones de la imagen en la enseñanza, semántica y didáctica*.  
Barcelona: Ed. Gustavo Gili. S.A.

SAN MARTÍN, M., (2011). *Diagraphics*.  
Barcelona: Ed. Mao Mao Publication.

SAMARA, T. (2001). *Diseñar con o sin retícula*.  
Barcelona: Ed. Gustavo Gili. S.A.

SARDONIL, D. (2010). *Métodos de investigación en educación, Volumen I Procesos y diseños no complejos*.  
Madrid: Unidades Didácticas.

TELLO, D. O. (1990). *Tipografía*.  
México: UAM Xochimilco, Dirección de Ciencias y Artes para el diseño.

THOMAS, G. (2000). *How to design Logos, Symbols and Icons*.  
Cincinnati, Ohio: Ed. North Light Books.

TSELENTIS, J. (2011). *Typo Forma y Función*.  
Barcelona: Ed. Promopress.

VILCHIS, L. (1998). *Metodología del diseño, fundamentos teóricos*.  
México: UNAM.

ZIMMERMANN, Y. (1998). *Del diseño*.  
Barcelona: Ed. Gustavo Gili. S.A.



# el librito de AHORRO PARA MIS EMERGENCIAS



# ¿Qué puedo hacer con mi cuenta de BANSEFI y cuánto me cuesta?

En las **sucursales**



**DEPOSITAR**  
dinero

**RETIRAR** mi dinero      Consultar  
**MI SALDO**

es **GRATIS**

En los **cajeros**



**RETIRAR**  
mi dinero

Consultar  
**MI SALDO**

es **GRATIS**

En los **cajeros de**  
**otros bancos**

**RETIRAR**  
mi dinero

Consultar  
**MI SALDO**

tiene un  
**COSTO EXTRA**  
dependiendo  
del banco

Puedo usar  
**mi tarjeta para**

**COMPRAR**  
en el súper

**PAGAR EN CUALQUIER**  
establecimiento que cuente  
con terminal bancaria

**SIN**  
**COMISIONES**



# el librito de AHORROS PARA MIS EMERGENCIAS

Nombre:

Cuenta número:

Localidad en la que vivo:

Sucursal BANSEFI  
más cercana:

Cada vez que recibes tu apoyo,  
puedes **ahorrar el 10%**

---

## ¡Calcular el 10% es muy fácil!

Escribe la cantidad que recibes cada bimestre

1) \$ 1 2 5 0 . 0 0

Ahora mueve el punto un espacio hacia la izquierda

2) \$ 1 2 5 0 0 0



El resultado es el 10% de tu apoyo de Oportunidades

3) \$ 1 2 5 . 0 0 0

\$125.00

¡puede ser tu ahorro!

---



## ¡Ahora inténtalo tú!

Escribe la cantidad que recibes cada bimestre

\$



Escribe el número otra vez, pero ahora mueve el  
punto un espacio hacia la izquierda

\$

¿Cómo puedes  
**depositar dinero** en tu cuenta?

# Ventanilla



Para depositar dinero  
a mi cuenta,  
voy con el **dinero**  
**y el número de mi cuenta**  
a la sucursal BANSEFI  
y pido en ventanilla  
que se haga el depósito.



# Aprende a leer los comprobantes que obtienes del banco



Para alcanzar mi meta de ahorro necesito saber cuánto tengo en mi cuenta.

Para saberlo, me ayuda el llevar el control de mis ahorros y conocer la información que viene en los comprobantes que obtenemos al hacer una transacción (por ejemplo, un depósito, un retiro, una consulta de saldo).

¡Esto es fácil! Te explico como le hago con **mi comprobante de DEPÓSITO en ventanilla** para que tú también lo puedas hacer.

## Datos que tenemos que ubicar:

	<b>bansefi</b>	----- Banco	
BANCO DE AHORRO NACIONAL Y SERVICIOS FINANCIEROS S.A.C.			
DEPOSITO EN VENTANILLA DEBICUENTA BANSEFI		----- Tipo de transacción	
Fecha	Hora	Oficina	
29/10/2013	14:24:16	0109 VENUSTIANO CARRANZA	----- Fecha de operación
PLAZA:			
-----			
CONTRATO : X66180 0027552XXXX X			
NOMBRE: LUPITA MARTINEZ			
IMPORTE EN EFECTIVO		300.00	
IMPORTE TOTAL EN LETRA: (TRESCIENTOS PESOS 00/100 M.N.)			
TOTAL DEPOSITADO		300.00	----- Monto de la operación
FIRMA DEL CAJERO			

### ¡Recuerda!

Las operaciones hechas en BANSEFI no tienen ningún costo.

Si realizas retiros o consultas tu saldo en cajeros de otro banco, habrá una comisión, y deberás ubicarla.

Si haces un **depósito en ventanilla BANSEFI**,  
registra así los datos:

# Ventanilla



Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros, S.N.C.

Quando voy a  
una sucursal BANSEFI  
puedo hacer  
**depósitos, retiros  
y consultas de saldo.**



# Si haces un **depósito en ventanilla BANSEFI**, registra así los datos:

1) Pega el comprobante



2) Escribe la fecha

4 - jun- 2013

**Fecha**

3) Marca **dónde** se realizó la transacción

- Cajero BANSEFI (gratis)
- Ventanilla BANSEFI (gratis)
- Cajero de otro banco (comisión)

4) Escribe tu **saldo inicial**, marca el **tipo de transacción** y escribe el **monto**

Saldo inicial \$ 600.00

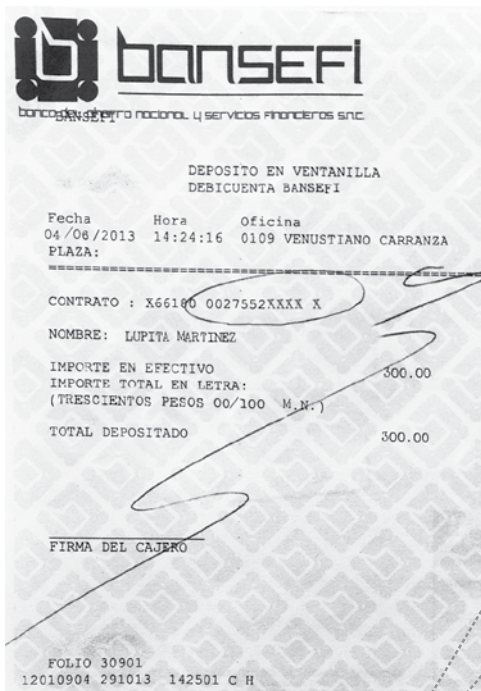
Depósito + \$ 300.00

Retiro - \_\_\_\_\_

Consulta de saldo

Costo de comisión más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \$ 900.00



5) **Suma** las cantidades  
¡Ahora ya sabes tu saldo final!

# Si haces un **retiro en ventanilla BANSEFI**, registra así los datos:

1) Pega el comprobante

2) Escribe la fecha

13 - jul- 2013

**Fecha**

3) Marca **dónde** se realizó la transacción

Cajero BANSEFI (gratis)

Ventanilla BANSEFI (gratis)

Cajero de otro banco (comisión)

4) Escribe tu **saldo inicial**, marca el **tipo de transacción** y escribe el **monto**

Saldo inicial \$ 900.00

Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \$ 200.00

Consulta de saldo

Costo de comisión más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \$ 700.00



5) **Resta** las cantidades  
¡Ahora ya sabes tu saldo final!



# Si haces una **consulta de saldo en ventanilla BANSEFI**, registra así los datos:

1) Pega el comprobante

2) Escribe la fecha

20 - ago - 2013

**Fecha**



3) Marca **dónde** se realizó la transacción

Cajero BANSEFI (gratis)

Ventanilla BANSEFI (gratis)

Cajero de otro banco (comisión)

4) Escribe tu **saldo inicial**, marca el **tipo de transacción** y escribe el **monto**

Saldo inicial \$ 700.00

Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \_\_\_\_\_

Consulta de saldo

Costo de comisión más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \$ 700.00

5) Tu saldo inicial debe **coincidir con el saldo final**

# Transacciones en cajeros BANSEFI

## Cajero



Cuando voy a un cajero BANSEFI puedo **retirar dinero** y **consultar mi saldo**.



# Si haces un **retiro en un cajero BANSEFI**, registra así los datos:

**1) Pega**  
el comprobante



BANSEFI  
RFC: BAN500901167  
17/09/13 14:59 116604  
VENUSTIANO CARRANZA 109  
CUAUHTEMOC, MEXICO  
TARJETA: \*\*\*\*\*

FOLIO: 494  
RETIRO DE EFECTIVO  
CTA. DE CHEQ: CHECKING  
IMPORTE: \$100.00  
FECHA CONTABLE 17/09/13  
SU NUEVO SALDO: \$600.00

AID:  
PROD:  
ARQC:  
ARPC:

**2) Escribe**  
la fecha

17 - sep - 2013

**Fecha**

**3) Marca dónde** se realizó  
la transacción



Cajero BANSEFI  
(gratis)



Ventanilla BANSEFI  
(gratis)



Cajero de otro banco  
(comisión)

**4) Escribe tu saldo inicial,**  
marca el  
**tipo de transacción**  
y escribe el **monto**

Saldo inicial \$ 700.00

Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \$ 100.00

Consulta  
de saldo

Costo de  
comisión  
más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \$ 600.00

**5) Resta** las cantidades

¡Ahora ya sabes tu saldo final!

Si haces una **consulta de saldo en un cajero BANSEFI**, registra así los datos:

1) Pega el comprobante

2) Escribe la fecha

29 - oct- 2013

Fecha

3) Marca **dónde** se realizó la transacción

Cajero BANSEFI (gratis)

Ventanilla BANSEFI (gratis)

Cajero de otro banco (comisión)

4) Escribe tu **saldo inicial**, marca el **tipo de transacción** y escribe el **monto**

Saldo inicial \$ 600.00

Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \_\_\_\_\_

Consulta de saldo

Costo de comisión más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \$ 600.00

5) Tu saldo inicial debe **coincidir con el saldo final**

BANSEFI  
RFC: BAN500901167  
29/10/13 14:58 J16604  
VENUSTIANO CARRANZA 109  
CUAUHTEMOC, MEXICO  
TARJETA: \*\*\*\*\*

FOLIO: 493  
CONSULTA DE SALDO DE  
CTA DE CHEQ: CHECKING  
DISPONIBLE: \$600.00  
SALDO TOT.: \$600.00

AID:  
PROD:  
ARQC:  
ARPC:

# Cajero otro Banco

Cuando voy a un cajero de otro banco puedo **retirar dinero y consultar mi saldo, pero SIEMPRE me cobran una comisión.**

La comisión varía dependiendo del banco.



# Si haces un **retiro en cajeros de otro banco** registra así los datos:

**1) Pega** el comprobante

**\*\* BANCOXX , S.A. \*\***  
 INSTITUCION DE BANCA MULTIPLE,  
 GRUPO FINANCIERO BANCOXX  
 AVENIDA :XXXX NO. XX  
 FECHA HORA CAJERO  
 13/11/24 16:32:45 MM3  
 NUM.TARJETA:  
 \*\*\*\*\*  
 UBICADO EN:  
 CIUDAD DE MEX DF  
 FECHA DE APLICACION:13/11/24  
 FOLIO: 0944 AUT:4322  
 NUM.CUENTA: \*\*\*\*\*

RETIRO DE CHEQUES \$100.00  
 COMISION CAJERO : \$28.00  
 IVA COMISION : \$4.48

**2) Escribe** la fecha

24 - nov - 2013

**Fecha**

**3) Marca dónde** se realizó la transacción

Cajero BANSEFI (gratis)

Ventanilla BANSEFI (gratis)

Cajero de otro banco (comisión)

**4) Escribe tu saldo inicial,** marca el **tipo de transacción** y escribe el **monto**

Saldo inicial \$ 600.00

Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \$ 100.00

Consulta de saldo

**5) Al saldo inicial resta el retiro y luego resta la comisión** (la comisión tiene un I.V.A. que debes restar también) el resultado será **tu saldo final**

Costo de comisión más I.V.A. - \$ 32.48

Todos los retiros o consulta de saldos que realices en cajeros de otros bancos tienen una comisión diferente

Saldo final = \$ 467.52

# Si haces una **consulta de saldo en cajeros de otro banco** registra así los datos:

**1)** Pega el comprobante

**2)** Escribe la fecha

20 - dic - 2013

**Fecha**

**3)** Marca **dónde** se realizó la transacción

Cajero BANSEFI (gratis)

Ventanilla BANSEFI (gratis)

Cajero de otro banco (comisión)

**4)** Escribe tu **saldo inicial**, marca el **tipo de transacción** y escribe el **monto**

**\*\* BANCOXX , S.A. \*\***  
 INSTITUCION DE BANCA MULTIPLE,  
 GRUPO FINANCIERO BANCOXX  
 AVENIDA :XXXX NO. XX  
 FECHA HORA CAJERO  
 13/12/20 16:32:45 MM3  
 NUM.TARJETA:  
 \*\*\*\*\*  
 UBICADO EN:  
 CIUDAD DE MEX DF  
 FECHA DE APLICACION:13/12/20  
 FOLIO: 0944 AUT:4322  
 NUM.CUENTA: \*\*\*\*\*

DISPONIBLE: \$455.92  
 COMISION CAJERO : \$10.00  
 IVA COMISION : \$1.60

Saldo inicial \$ 467.52

Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \_\_\_\_\_

Consulta de saldo

Costo de comisión más I.V.A. - \$ 11.60

Saldo final = \$ 455.92

**5)** Al saldo inicial **resta la comisión** (la comisión tiene un I.V.A. que debes restar también) el resultado será **tu saldo final**, que coincide con el saldo brindado por el banco

Todos los retiros o consulta de saldos que realices en cajeros de otros bancos tienen una comisión diferente

# ¡Ahora practica lo que has aprendido!

Registra un depósito en ventanilla BANSEFI

1) Pega el comprobante

2) Escribe la fecha

Fecha \_\_\_\_\_

3) Marca **dónde** se realizó la transacción

- Cajero BANSEFI (Gratis)
- Ventanilla BANSEFI (Gratis)
- Cajero de otro banco (comisión)

4) Escribe tu **saldo inicial**, marca el **tipo de transacción** y escribe el **monto**

Saldo inicial \$ 100.00

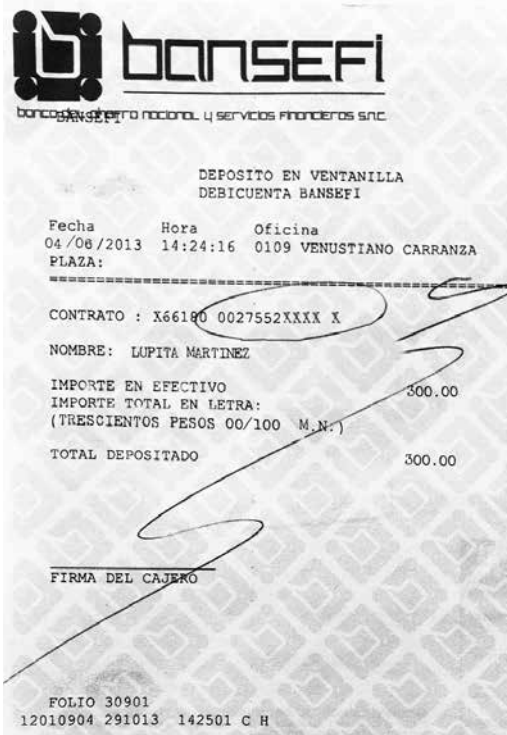
Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \_\_\_\_\_

Consulta de saldo

Costo de comisión más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \_\_\_\_\_



5) • Si haces un **depósito suma las cantidades**  
 • Si haces un **retiro resta las cantidades**  
 • Si utilizas cajeros de otros bancos  
 • **no olvides restar** la comisión

¡El resultado es tu saldo final!



# el librito de AHORROS PARA MIS EMERGENCIAS



¡Es muy fácil usarlo!

Sólo debes pegar  
todos tus comprobantes  
y escribir o marcar:

- La fecha
- Dónde se realizó la transacción
- El tipo de transacción
- La cantidad de dinero involucrada
- El saldo

Para empezar escribe tu saldo actual, puedes  
consultarlo en la sucursal o cajero BANSEFI  
más cercano



# Ahora te toca a tí, registra tus comprobantes

---

**1)** Pega  
el comprobante

**2)** Escribe  
la fecha

\_\_\_\_\_ **Fecha**

**3)** Marca **dónde** se realizó  
la transacción

Cajero BANSEFI  
(Gratis)

Ventanilla BANSEFI  
(Gratis)

Cajero de otro banco  
(comisión)

**PEGA**  
TU COMPROBANTE  
**AQUÍ**

**4)** Escribe tu **saldo inicial**,  
marca el  
**tipo de transacción**  
y escribe el **monto**

Saldo inicial \_\_\_\_\_

Depósito **+** \_\_\_\_\_

Retiro **-** \_\_\_\_\_

Consulta  
de saldo

- 5)** • Si haces un **depósito suma las cantidades**  
• Si haces un **retiro resta las cantidades**  
• Si utilizas cajeros de otros bancos **no olvides restar** la comisión

Costo de  
comisión  
más I.V.A. **-** \_\_\_\_\_

Saldo final **=** \_\_\_\_\_

¡El resultado es tu saldo final!

# Ahora te toca a tí, registra tus comprobantes

1) Pega  
el comprobante

2) Escribe  
la fecha

Fecha \_\_\_\_\_

3) Marca **dónde** se realizó  
la transacción

Cajero BANSEFI  
(Gratis)

Ventanilla BANSEFI  
(Gratis)

Cajero de otro banco  
(comisión)

PEGA  
TU COMPROBANTE  
AQUÍ

4) Escribe tu **saldo inicial**,  
marca el  
**tipo de transacción**  
y escribe el **monto**

Saldo inicial \_\_\_\_\_

Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \_\_\_\_\_

Consulta  
de saldo

Costo de  
comisión  
más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \_\_\_\_\_

5) Si haces un **depósito suma las cantidades**  
• Si haces un **retiro resta las cantidades**  
• Si utilizas cajeros de otros bancos **no olvides restar** la comisión

¡El resultado es tu saldo final!

# Ahora te toca a tí, registra tus comprobantes

---

**1)** Pega  
el comprobante

**2)** Escribe  
la fecha

\_\_\_\_\_ **Fecha**

**3)** Marca **dónde** se realizó  
la transacción

Cajero BANSEFI  
(Gratis)

Ventanilla BANSEFI  
(Gratis)

Cajero de otro banco  
(comisión)

PEGA  
TU COMPROBANTE  
AQUÍ

**4)** Escribe tu **saldo inicial**,  
marca el  
**tipo de transacción**  
y escribe el **monto**

Saldo inicial \_\_\_\_\_

Depósito **+** \_\_\_\_\_

Retiro **-** \_\_\_\_\_

Consulta  
de saldo

- 5)**
- Si haces un **depósito suma las cantidades**
  - Si haces un **retiro resta las cantidades**
  - Si utilizas cajeros de otros bancos **no olvides restar** la comisión

¡El resultado es tu saldo final!

Costo de  
comisión  
más I.V.A. **-** \_\_\_\_\_

Saldo final **=** \_\_\_\_\_

# Ahora te toca a tí, registra tus comprobantes

1) Pega  
el comprobante

2) Escribe  
la fecha

Fecha \_\_\_\_\_

3) Marca **dónde** se realizó  
la transacción

Cajero BANSEFI  
(Gratis)

Ventanilla BANSEFI  
(Gratis)

Cajero de otro banco  
(comisión)

PEGA  
TU COMPROBANTE  
AQUÍ

4) Escribe tu **saldo inicial**,  
marca el  
**tipo de transacción**  
y escribe el **monto**

Saldo inicial \_\_\_\_\_

Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \_\_\_\_\_

Consulta  
de saldo

Costo de  
comisión  
más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \_\_\_\_\_

5) Si haces un **depósito suma las cantidades**  
• Si haces un **retiro resta las cantidades**  
• Si utilizas cajeros de otros bancos **no olvides restar** la comisión

¡El resultado es tu saldo final!

# Establecimientos donde puedes realizar retiros y pagar con tu tarjeta

Podemos pagar y retirar dinero en muchos establecimientos.

Algunos de estos establecimientos son:

Almacenes Zaragoza

Bodega Aurrera

Calimax

Cifra

City Club

Comercial Mexicana

Mega Comercial Mexicana

Bodega Comercial Mexicana

Sumesa

City Market

Al Precio

El Porton

Fresko

Office Depot

Sam's

Soriana

Soriana Super

Soriana Express

Soriana Mercado

Suburbia

Superama

Super City

VIP's

Walmart

Casa Ley

Tiendas Chedraui



# Recuerda los beneficios que te da BANSEFI con tu cuenta "Ahorro para mis emergencias"



El dinero que guardes  
sigue siendo tuyo,  
**nadie te lo quita**



Puedes  
**depositar y retirar**

**ES GRATIS**

No tienes que  
**pagar nada**



Ahorros **respaldados**  
por el gobierno (IPAB)



La cuenta  
**sólo es tuya**  
nadie tiene  
acceso a ella



Autores: Carlos Chiapa y Silvia Prina.

Basado en Jaime Ramos Duffaut y Rita Carrillo Robles, "Una mujer que ahorra es una vida que cambia vidas: Serie de módulos para el desarrollo de capacidades financieras "Diva, la ahorrativa", Instituto de Estudios Peruanos - IEP, 2012.

Diseño gráfico: Ixel Miranda.

# Mi oportunidad de **AHORRAR** para estar siempre protegida

**Oportunidades**



MÓDULO PARA EL DESARROLLO DE CAPACIDADES FINANCIERAS, MÉXICO 2014

Autores: Carlos Chiapa y Silvia Prina. Basado en Jaime Ramos Duffaut y Rita Carrillo Robles, "Una mujer que ahorra es una vida que cambia vidas: Serie de módulos para el desarrollo de capacidades financieras "Diva, la ahorrativa," Instituto de Estudios Peruanos - IEP, 2012. **DISEÑO GRÁFICO: Ixel Miranda.**

---



## **Estimado(a) capacitador(a):**

*Este módulo ha sido especialmente elaborado para la sesión de capacitación  
"Mi oportunidad de ahorrar."*

*Estimamos que durará alrededor de 30 minutos. Lo invitamos a tomar en consideración  
las siguientes recomendaciones:*

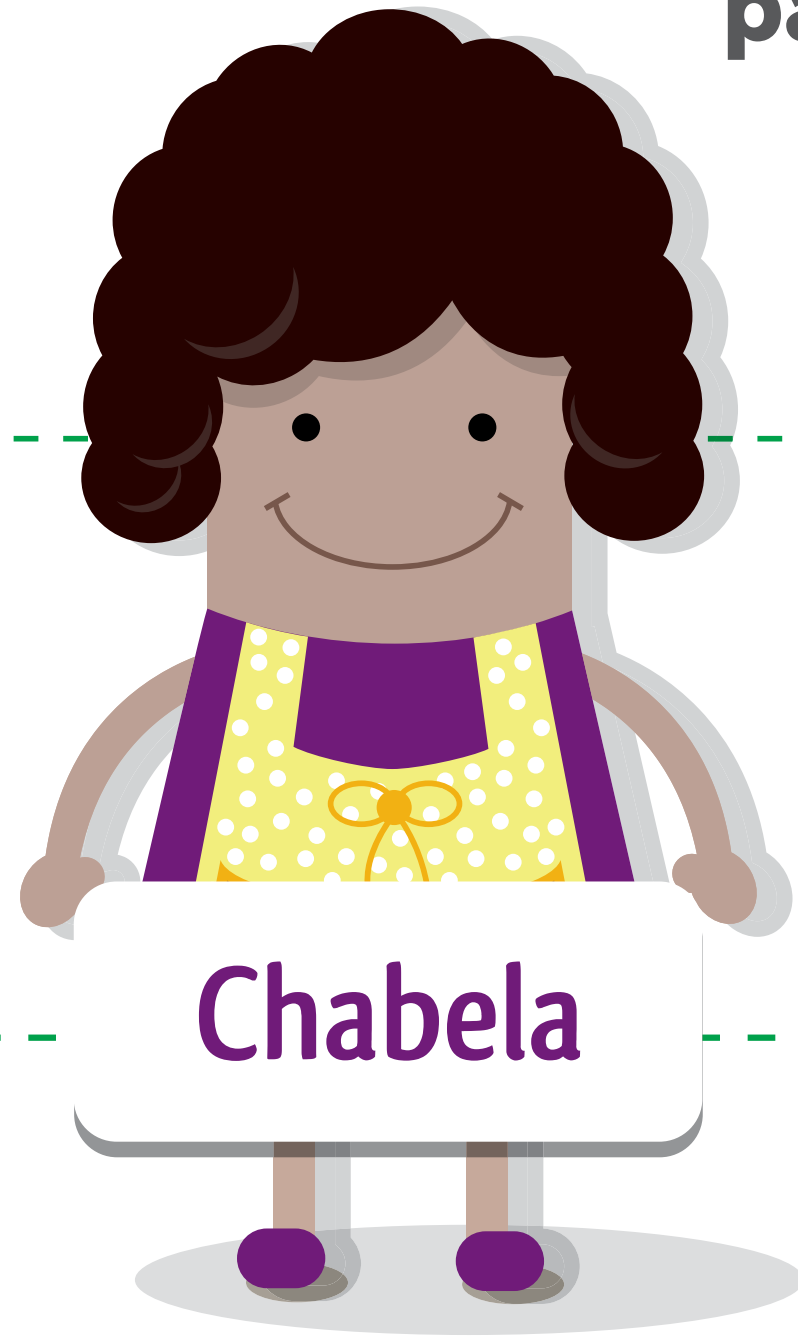
- Cada material cuenta con situaciones ilustradas que están duplicadas. Las páginas a todo color tienen la finalidad de ser presentadas a todas y cada una de las participantes. Es recomendable que le pida a las participantes que se ubiquen en un semicírculo de tal forma que pueda caminar toda el aula o el ambiente donde trabajará con ellas y así mostrarles las ilustraciones.
- Las páginas de texto en blanco y negro tienen la finalidad de ayudarle a presentar cada una de las situaciones ilustradas.
- Lee cada diálogo de manera pausada y con énfasis para llamar su atención e interés. Recuerde que no todas las beneficiarias pueden escuchar y observar con rapidez, así que hay que hablar despacio y en voz alta.
- Al presentar el material, le recomendamos ir indicando con el dedo la figura del personaje que en cada momento esté "hablando." En las diapositivas en las que ningún personaje hable, le recomendamos indicar con el dedo la imagen a la que se esté haciendo referencia.

**¡GRACIAS!**

# Mi oportunidad de **AHORRAR**

para estar siempre protegida

Oportunidades



Chabela

presentan:



Lupita

Ellas son beneficiarias de Oportunidades  
que te ayudarán a entender  
¡cómo ahorrar en tu cuenta BANSEFI  
y obtener más beneficios!

**¡ACOMPÁÑANOS!**

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

Chabela y Lupita son beneficiarias de Oportunidades y te ayudarán a entender cómo ahorrar y obtener más beneficios de tu cuenta de BANSEFI.

Hoy vamos a:

- Aprender cómo podemos usar nuestra cuenta de BANSEFI que obtuvimos a través de Oportunidades.
- También vamos a aprender a usar “el librito de mis ahorros” para llevar el control de nuestro ahorro.

¡Hola Chabela!  
¿Cómo estas?

¡Lupita,  
qué gusto!



## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

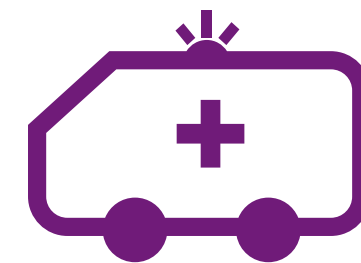
Un día Lupita y Chabela se encuentran.

**CHABELA:** ¡Lupita, qué gusto! Veo que estás muy bien.

**LUPITA:** ¡Hola Chabela! Hace mucho tiempo que no nos vemos. Mi familia y yo hemos mejorado mucho nuestra calidad de vida gracias a que decidió ahorrar en el banco BANSEFI. ¿Cómo estás tú?



¿Cómo?!



## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

**CHABELA:** ¡Qué gusto me da Lupita!

Yo no estoy tan bien. Te cuento que hace unos días mi hijito, el menor, se enfermó. Imagínate que tuve que recurrir a amigos y familiares para pedir dinero prestado para comprar las medicinas.

**LUPITA:** Chabela, ¿pero qué no tienes ahorros?

**CHABELA:** ¿Ahorros? Pues no... Nunca he ahorrado... No confío en los bancos y cada vez que gano algunos quintos adicionales, los guardo en casa. Pero, ¡siempre termino gastándolos!

**LUPITA:** Chabela, una nunca sabe lo que puede pasar. Muchas cosas pueden suceder y como madres debemos buscar la mejor manera de protegernos ante los imprevistos.

**GUARDAR**

ahorrar





## CAPACITADOR:

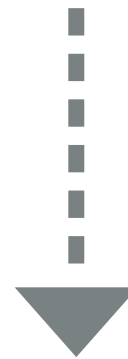
Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

Lupita y Chabela continúan conversando:

**LUPITA:** Chabela, una manera de protegernos  
ante los riesgos e imprevistos es el ahorro.

El ahorro es una parte de nuestro dinero que se  
guarda hoy para usarlo en el futuro.

Así, el ahorro nos sirve para afrontar gastos que no  
teníamos planeados y atender problemas como la  
enfermedad de tu hijito.



# DEPÓSITO DE AHORROS



## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

Una manera segura de ahorrar es guardando nuestro dinero en un banco como BANSEFI.

El ahorro en el banco está seguro, ya que el banco por ley tiene la responsabilidad de proteger nuestro dinero.

Cuando ahorras en un banco como BANSEFI, puedes estar mejor preparada para enfrentar cualquier emergencia.

Como beneficiarias de Oportunidades, ya tenemos una cuenta de ahorro en el banco BANSEFI.

En esta cuenta recibimos el apoyo de Oportunidades.

# Ventajas de ahorrar en



**SALDO**

**CONFIDENCIAL**

**Sólo yo sé cuánto dinero tengo en mi cuenta**



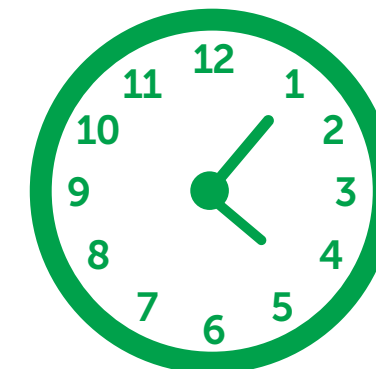
**El banco no puede compartir esta información con nadie**



**Soy la única que puedo tomar mi dinero**



**Ahorros respaldados por el gobierno (IPAB)**



**Siempre está disponible cuando lo necesito**

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

Ahorrar con mi cuenta en BANSEFI tiene muchas ventajas:

- Primero, sólo yo sé cuánto dinero tengo en mi cuenta en BANSEFI.
- Además, el banco BANSEFI, por ley, no puede compartir esta información con nadie.
- También, yo soy la única que puede tomar el dinero que está en mi cuenta.
- Otra ventaja es que mi dinero en el banco BANSEFI está siempre protegido por ley, a través del Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB).
- Finalmente, una gran ventaja es que mi dinero en la cuenta en BANSEFI está disponible en cualquier momento.

Chabela, ¡ahorrar  
con nuestra cuenta



es muy fácil!

¿Pero, cómo funciona  
la cuenta?



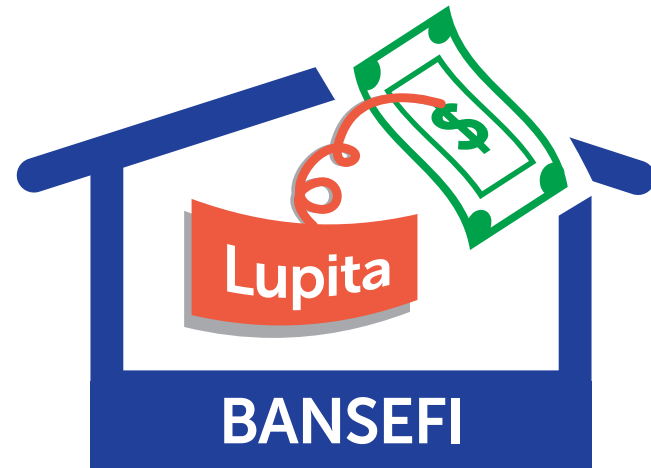
**CAPACITADOR:**

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

**LUPITA:** Chabela, ¡ahorrar con nuestra cuenta de  
BANSEFI es muy fácil!

**CHABELA:** ¿Pero, cómo funciona la cuenta?

# TU CUENTA



El dinero que dejes  
sigue siendo **tuyo**,  
**nadie te lo quita**



Puedes  
**depositar y retirar**

**ES GRATIS**

No tienes que **pagar nada**





## CAPACITADOR:


Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

**LUPITA:** Con tu cuenta en BANSEFI:

- No necesitas sacar todo el dinero de tu apoyo de Oportunidades.

Lo que dejes, ¡es tu ahorro! Nadie te lo quita.

- La cuenta es segura, porque tus ahorros los respalda el gobierno por ley a través del IPAB.
- Puedes realizar retiros (o sea, sacar tu ahorro) y realizar depósitos (o sea, aumentar tu ahorro) en sucursales BANSEFI.
- Tu sucursal de BANSEFI más cercana es:



¿Lupita pero cuánto tengo que ahorrar?

Lo que yo hago es muy sencillo. Cada vez que recibo mi apoyo de Oportunidades, dejo el 10% en mi cuenta de BANSEFI.

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

**CHABELA:** ¿Lupita pero cuánto tengo que ahorrar?

**LUPITA:** Lo que yo hago es muy sencillo.

Simplemente, cada vez que recibo mi apoyo de Oportunidades, dejo el 10% en mi cuenta de BANSEFI.

¡Así tengo la oportunidad de ahorrar!

Te explico...

Cada bimestre recibes tu apoyo de Oportunidades en tu cuenta de BANSEFI.


En vez de sacar todo tu apoyo, puedes dejar el 10% en tu cuenta de BANSEFI.

¡Así puedes empezar a ahorrar para emergencias!

Ahorra el **10%** de tu apoyo

tu APOYO                      tu AHORRO del 10%

**\$ 1,250.00**                      **\$125.00**



Sólo mueve el punto un lugar a la izquierda

**\$ 1 250.00**



**\$ 125.00**

**EJEMPLO**

**\$ 1,370.00**                      **\$ 137.00**



## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

**LUPITA:** Mira, te explico.

¡Es muy fácil calcular el 10% de tu apoyo!

Por ejemplo, si tu apoyo es 1,250 pesos, el 10% son 125 pesos.

Para calcular el 10% de tu apoyo que podrías ahorrar:

Escribe el monto de tu apoyo y mueve el punto un lugar a la izquierda.

Entonces, la próxima vez que recibas tu apoyo, deja 125 pesos en tu cuenta como ahorro para emergencias.

Y la próxima vez que Oportunidades te deposite de nuevo, ¡haz lo mismo!

¡Vamos a ver si quedó claro!

Por ejemplo:

¿Si recibes un apoyo de 1,370 pesos cuánto sería el 10%?

137 pesos.

# Ventanilla



Mi CUENTA  
Cuenta No.  
564 89 00 78

Y si quiero ahorrar más, voy con el dinero y el número de mi cuenta a la sucursal BANSEFI y pido que se haga el depósito

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

**LUPITA:** Y si quiero ahorrar más,  
voy con el dinero y el número de mi  
cuenta a la sucursal BANSEFI y pido que  
se haga el depósito.

¡Y ahora que tengo el  
**LIBRITO DE MIS AHORROS**,  
llevo el control de mi cuenta  
a la perfección!

¡Oye sí, me dijeron que  
tú ya lo sabes usar!





## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

**LUPITA:** Llevar el control de mi cuenta, me ha funcionado mucho,  
y ya aprendí a usar el “LIBRITO DE MIS AHORROS.”

**CHABELA:** ¡Oye sí, me dijeron que tú ya lo sabes usar!

# el librito de MIS AHORROS

---

Yo registro TODAS las transacciones que hago en mi cuenta de BANSEFI en el librito de mis ahorros.

¡Así siempre sé cuánto dinero tengo en mi cuenta!



## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

**LUPITA:** Yo registro TODAS las transacciones que hago  
en mi cuenta de BANSEFI en el librito de mis ahorros.

¡Así! siempre sé cuánto dinero tengo en mi cuenta!

¡Ahora vamos a aprender a usar el librito!

En las **sucursales**



**DEPOSITAR**  
dinero

**RETIRAR** tu dinero      Consultar  
**TU SALDO**

es **GRATIS**

En los **cajeros**



**RETIRAR**  
tu dinero

Consultar  
**TU SALDO**

es **GRATIS**

En los **cajeros de**  
**otros bancos**

**RETIRAR**  
tu dinero

Consultar  
**TU SALDO**

tiene un  
**COSTO EXTRA**

Puedo usar  
**mi tarjeta para**

**COMPRAR**  
en el super

**PAGAR EN CUALQUIER**  
establecimiento que cuente  
con terminal bancaria

**SIN**  
**COMISIONES**

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

Ahora abrimos todas el librito en la primera página.  
¿Ya encontraron todas la primera página? Se ve así.

## CAPACITADOR:

Asegúrese que todas las beneficiarias estén en la página correcta.

En esta página se presenta lo que tú puedes hacer con tu cuenta de BANSEFI y cuánto te cuesta.

Aparece lo que se puede hacer en sucursales de BANSEFI,

en cajeros de BANSEFI,

en los cajeros de otros bancos,

y también se explica que puedes usar tu tarjeta para comprar en el súper y pagar en cualquier establecimiento que cuente con terminal bancaria.

# el librito de MIS AHORROS

Nombre:

Cuenta número:

Localidad en la que vivo:

Sucursal BANSEFI  
más cercana:

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

Ahora vamos a la segunda página. Esta página se ve así.

## CAPACITADOR:

Asegúrese que todas las beneficiarias estén en la página correcta.

En esta página hay espacios en blanco para que puedas escribir tu nombre, el número de tu cuenta de BANSEFI en donde recibes el apoyo de Oportunidades, y el nombre de la localidad en la que vives.

Además, viene una estampa con el nombre y la dirección de la sucursal BANSEFI más cercana a esta localidad.

¿Quién sabe cuál es la sucursal más cercana?

La sucursal más cercana es

---

y su dirección es

---

# ¡Calcular el 10% es muy fácil!

Escribe la cantidad que recibes cada bimestre

1) \$ 1 2 5 0 . 0 0

Ahora mueve el punto un espacio hacia la izquierda

2) \$ 1 2 5 0 0 0



El resultado es el 10% de tu apoyo de Oportunidades

3) \$ 1 2 5 . 0 0 0

\$125.00

¡puede ser tu ahorro!





## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

Si volteas la página, en la siguiente página aparece el ejemplo que ya vimos sobre cómo calcular el 10%.

¿Están todas en la página correcta?

La página se ve así.

## CAPACITADOR:

Asegúrese que todas las beneficiarias estén en la página correcta

De esta manera, tienes el ejemplo de cómo calcular el 10% y lo puedes consultar en tu casa las veces que quieras.

Finalmente, al fondo viene un espacio libre para que escribas el monto del apoyo que recibes de Oportunidades y puedas calcular su 10%.

# Ventanilla



Para depositar dinero  
a mi cuenta,  
voy con el **dinero**  
**y el número de mi cuenta**  
a la sucursal BANSEFI  
y pido en ventanilla  
que se haga el depósito.



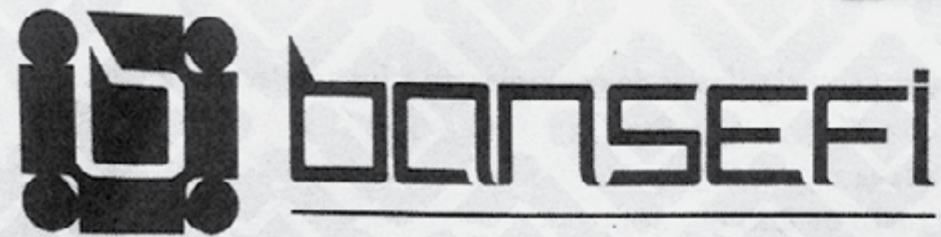
## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

En la página que sigue, aparece Lupita recordándote  
cómo depositar dinero en tu cuenta de BANSEFI.

Como ya vimos, necesitas ir a la sucursal de BANSEFI  
con tu dinero y el número de tu cuenta  
y pedir en ventanilla que se haga un depósito a tu cuenta.

# ¿Cómo tus mis comprobantes?



BANCO DEL AHORRO NACIONAL Y SERVICIOS FINANCIEROS S.N.C.

DEPOSITO EN VENTANILLA

DEBICUENTA BANSEFI

04/08/2013

Hora Oficina  
14:24:16 0109 VENUSTIANO CARRANZA

CONTRATO : X66180 0027552XXXX X

NOMBRE: LUPITA MARTINEZ

IMPORTE EN EFECTIVO 300.00

IMPORTE TOTAL EN LETRA:  
(TRESCIENTOS PESOS 00/100 M.N.)

TOTAL DEPOSITADO 300

FIRMA DEL CAJERO

FOLIO 30901  
12010904 291013 142501 C H

Banco

Tipo de transacción

Fecha de la operación

Monto depositado

Si realizas retiros o consultas tu saldo podrá haber una comisión, y deberás ubicarla.

Las operaciones hechas en **BANSEFI** no tienen ningún costo.

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

Si volteas la página, en la página que sigue,  
Lupita te explica cómo leer los comprobantes  
que obtienes cuando vas al banco.

Cuando haces un depósito o retiro, siempre recibes  
un comprobante.

El comprobante te dice:

- La fecha
- El costo de la transacción, si hay costo
- La operación realizada
- El monto depositado o el monto retirado

# Ventanilla



Cuando voy a una ventanilla de una sucursal BANSEFI puedo hacer:  
**depósitos, retiros y consulta de saldos.**



## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

En la página que sigue, Lupita te enseña qué transacciones puedes hacer en una ventanilla de una sucursal BANSEFI.

Entonces, ¿qué transacciones puedes hacer en una ventanilla de BANSEFI?

Depósitos,  
retiros,  
y consultas de saldo.

Y en las tres páginas que siguen, Lupita te explica cómo registrar los datos en tu librito

si haces un depósito en ventanilla BANSEFI

si haces un retiro en ventanilla BANSEFI

y si haces una consulta de saldo en ventanilla BANSEFI.

# Cajero



Cuando voy a un cajero BANSEFI puedo **retirar dinero y consultar mi saldo.**





## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

En la página 11, Lupita te enseña que cuando vas a un cajero BANSEFI puedes retirar dinero y consultar tu saldo.

Y en las dos páginas que siguen, Lupita te explica cómo registrar los datos en tu librito si haces un retiro en un cajero BANSEFI y si haces una consulta de saldo en un cajero BANSEFI.

# Cajero de otro banco

Cuando voy a un cajero de otro banco puedo retirar dinero y consultar mi saldo, pero SIEMPRE me cobran una comisión. La comisión varía dependiendo del banco.



## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

En la página 14, Lupita te enseña que cuando vas a un cajero de otro banco puedes retirar dinero y consultar tu saldo.

Lupita también te avisa que en un cajero de otro banco SIEMPRE te cobran una comisión, y que la comisión varía dependiendo del banco.

Después, en las dos páginas que siguen, Lupita te explica cómo registrar los datos en tu librito si haces un retiro en un cajero de otro banco y si haces una consulta de saldo en un cajero de otro banco.

**1) Pega**  
el comprobante

**2) Escribe**  
la fecha

4 - jun- 2013

Fecha

**3) Marca dónde** se realizó  
la transacción

- Cajero BANSEFI  
(gratis)
- Ventanilla BANSEFI  
(gratis)
- Cajero de otro banco  
(comisión)

**4) Escribe tu saldo inicial,**  
marca el  
**tipo de transacción**  
y escribe el **monto**

Saldo inicial \$ 600.00

Depósito + \$ 300.00

Retiro - \_\_\_\_\_

Consulta  
de saldo

Costo de  
comisión  
más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \$ 900.00

**banSEFI**  
BANCO NACIONAL DE SERVICIOS FINANCIEROS S.A.C.

DEPOSITO EN VENTANILLA  
DEBICUENTA BANSEFI

Fecha Hora Oficina  
04/06/2013 14:24:16 0109 VENUSTIANO CARRANZA  
PLAZA:

CONTRATO : X66180 0027552XXXX X

NOMBRE: LUPITA MARTINEZ

IMPORTE EN EFECTIVO 300.00  
IMPORTE TOTAL EN LETRA:  
(TRESCIENTOS PESOS 00/100 M.N.)

TOTAL DEPOSITADO 300.00

FIRMA DEL CAJERO

FOLIO 30901  
12010904 291013 142501 C H

**5) Suma** las cantidades  
¡Ahora ya sabes tu saldo final!

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

Y ahora vamos a aprender juntas cómo registrar la información que tenemos en un comprobante.

Vamos todas a la página 8 del librito.

¿Estamos todas listas?

## CAPACITADOR:

segúrese que todas las beneficiarias estén en la página 8.

En esta página, Lupita te explica cómo registrar los datos si haces un depósito en una ventanilla de BANSEFI.

Es simple, tienes que seguir los siguientes pasos.

**PRIMERO**, tienes que pegar el comprobante en tu librito. Esto es un ejemplo, así que el comprobante ya está pegado.

**SEGUNDO**, escribe la fecha en la cual realizaste el depósito. Si miras el comprobante, tiene escrito 4 de junio, así que hay que escribir 4 de junio.

**TERCERO**, marca en dónde realizaste el depósito. Dado que fue en ventanilla, tienes que marcar con una "X" la casilla de ventanilla BANSEFI.

**CUARTO**, escribe tu saldo inicial. Imagina que tenías en tu cuenta 600 pesos. Así que tienes que escribir 600. Después, marca que hiciste un depósito y escribe el monto del depósito. En este caso fueron 300 pesos.

Finalmente, suma las cantidades, y escribe tu saldo final. 600 pesos que tenías más los 300 pesos que depositaste, son 900 pesos.

¡Éste es tu saldo final!

¡No es difícil!

**1) Pega**  
el comprobante

**2) Escribe**  
la fecha

4 - jun- 2013

Fecha

**3) Marca dónde** se realizó  
la transacción

Cajero BANSEFI  
(gratis)

Ventanilla BANSEFI  
(gratis)

Cajero de otro banco  
(comisión)

**4) Escribe tu saldo inicial,**  
marca el  
**tipo de transacción**  
y escribe el **monto**

Saldo inicial \$ 100.00

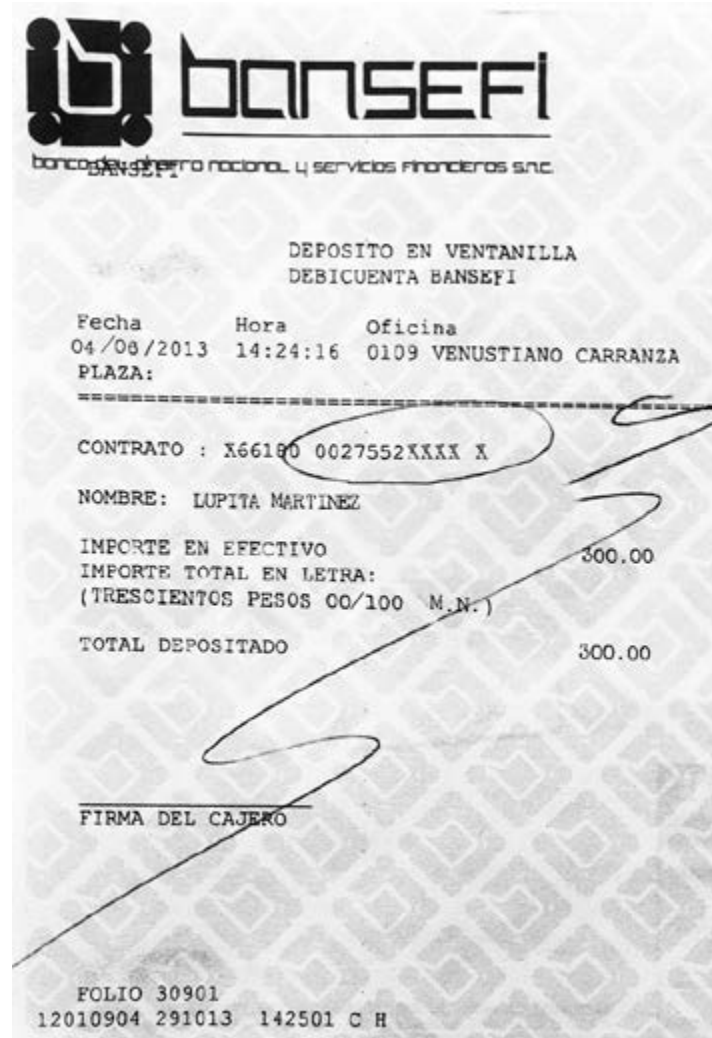
Depósito + \_\_\_\_\_

Retiro - \_\_\_\_\_

Consulta  
de saldo

Costo de  
comisión  
más I.V.A. - \_\_\_\_\_

Saldo final = \_\_\_\_\_



**5)**

Si haces un depósito suma las cantidades

Si haces un retiro resta las cantidades

Si utilizas cajeros de otros bancos

no olvides restar la comisión

¡El resultado es tu saldo final!

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta para explicar la diapositiva

¡Ahora vamos todas a la página 17 del librito para practicar lo que acabamos de aprender!

En este ejemplo el comprobante ya está pegado.

Quiero que cada una de ustedes intente llenar esta página, siguiendo lo que aprendimos en la página 8.

Voy a darles 2 minutos.

## CAPACITADOR: Espere dos minutos

¿Sí pudieron?

Ahora lo revisamos juntas.

¿Cuál fue la fecha en la que se realizó el depósito?

4 de junio, como está escrito en la parte de arriba del comprobante. Así que hay que escribir 4 de junio.

¿En dónde se realizó la transacción?

En ventanilla, así que tienes que marcar con una "X" la casilla de ventanilla BANSEFI.

Dado que esto es un ejemplo, tu saldo inicial ya está escrito. Son 100 pesos.

Después, hay que marcar qué operación se realizó y el monto.

¿Qué operación se realizó?

Un depósito.

¿Cuánto se depositó?

300 pesos.

Entonces, marca que hiciste un depósito de 300 pesos.

Finalmente, suma las cantidades, y escribe tu saldo final. 100 pesos que tenías más los 300 pesos que depositaste, son 400 pesos.

¡Éste es tu saldo final!

¡No es difícil! ¿Verdad?

Con Oportunidades y  **banSEFI**  
Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros, S.N.C.  
Mi oportunidad de ahorrar  
¡es más fácil!

¡Pero Lupita, espérate!  
¿Y cómo saco mi ahorro  
en una emergencia?





## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

**LUPITA:** ¡Con Oportunidades y BANSEFI mi oportunidad  
de ahorrar

se vuelve más fácil Chabela!

CHABELA: ¡Pero Lupita, espérate!

¿Y cómo saco mi ahorro en una emergencia?

# FARMACIA

Si tenemos una emergencia podemos:

- Retirar en ventanilla
- Retirar en cajero
- Pagar con nuestra tarjeta en farmacias y otros lugares



**MEDICINA**

## CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

**LUPITA:** ¡Chabela!

¡Si tenemos una emergencia podemos retirar  
nuestro dinero en la sucursal o  
en cualquier cajero!

¡Y claro! Podemos pagar con nuestra tarjeta  
en muchos lugares como farmacias, la Comer,  
Walmart, Chedraui o Soriana.



**MÉXICO**

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA  
**SEDESOL**



4050 6382 2354 8541

4050

VENCE 03/12

**LUPITA MARTÍNEZ**

VALID ONLY IN MEXICO / VÁLIDA SÓLO EN MÉXICO



CAPACITADOR:

Lea aquí despacio y en voz alta  
para explicar la diapositiva

**LUPITA:** ¡Usando mi cuenta de BANSEFI para  
“AHORRAR PARA MIS EMERGENCIAS”  
estoy siempre protegida!

Mi oportunidad de  
**AHORRAR**  
para estar siempre protegida



Oportunidades

