



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**


PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

**Diseño de propuesta Gráfica
que promueva la cultura financiera
entre jóvenes adultos que aspiran lograr
autonomía económica**

Sara Estefanía Carrión Sánchez

22 de diciembre 2023

María de Lourdes Montaña



Periplo

Resumen

Las nuevas generaciones en Ecuador atraviesan una realidad muy heterogénea: desde jóvenes sin trabajo fijo y estable hasta quienes tienen un trabajo más o menos estable con un sueldo que puede variar. En cualquier caso existe sin duda un manejo económico con mayor o menor sentido de dependencia.

Millennials y centennials como jóvenes que conforman la población económicamente activa manejan cantidades de dinero que muchas veces no logran articular con sus proyectos de vida a largo plazo debido a la inexistencia de planificación financiera. Desde el diseño es posible fomentar la cultura financiera en los jóvenes con la finalidad de ayudar a manejar su independencia económica.

Abstract

The new generations in Ecuador are going through a very heterogeneous reality: from young people without a fixed and stable job to those who have a more or less stable job with a salary that may vary. In any case, there is undoubtedly an economic management with a greater or lesser sense of dependence.

Millennials and centennials as young people who make up the economically active population manage amounts of money that often fail to articulate with their long-term life projects due to the lack of financial planning. From design it is possible to promote financial culture in young people in order to help them manage their economic independence.



Agradecimientos

A mi querida madre y hermanito que han sido el mayor soporte durante toda mi vida y trayectoria académica, por brindarme siempre su cariño e impulsarme a tomar valor para seguir adelante.

A mi pareja Gabriel por su incondicional apoyo y cariño, que fueron clave de mi motivación en cada paso.

A mi amigo Lenin, por su buena predisposición y ayuda durante todo el proceso.

A mi tutora Lourdes por su excelente guía y paciencia.

Y a todos los profesores que me brindaron sus conocimientos y experiencia, piezas clave para mi realización como profesional.



Índice

Resumen	3
Abstract	3
Agradecimientos	4
Introducción	8
Antecedentes	9
Hipótesis del trabajo	16
Objetivos	16
Objetivo Principal	16
Objetivos específicos	16
Descripción	17
y Diagnostico.....	17
Presentación del caso.....	18
Diagnostico del caso.....	19
Instituciones y educación financiera.....	24
Manejo del dinero.....	25
Caracterización del usuario	27
Análisis tipológico	29
Conclusiones.....	32
Definición del problema gráfico	32
Requerimientos del proyecto	33
Desarrollo de la propuesta de diseño.....	35
Generación de la idea.....	36
Estilo Gráfico	37
Gestalt	38
Among us	39
Doodles	39
Evaluación del estilo gráfico	41
Esprintar	42
Sácalo fuera	43
Reconstrucción	44
Desarrollo del prototipo	45
Naming	46
Dinámica del juego	46
Requisitos de compra para las metas financieras.....	47





Empaque.....	48
Manual de juego.....	49
Empaque tarjeta.....	50
Contenido del mazo.....	51
Cartas de situación negativa (Rojas).....	51
Cartas de fortuna (Verdes y naranjas).....	52
Cartas de dinero (azules).....	53
Duende.....	56
Persona herida.....	57
Golden siren.....	57
Paleta Cromática.....	58
Rojo.....	59
Verde.....	60
Naranja.....	60
Azul.....	61
Violeta.....	61
Gris.....	62
Retícula.....	62
Tipografía.....	64
Producto.....	66
Final.....	66
Evaluación de la propuesta.....	67
Detalles técnicos y de producción.....	69
Costos y presupuestos.....	74
Conclusiones.....	76
Recomendaciones.....	77
Bibliografía.....	78
Anexos.....	82
Anexo 1.....	82
Encuesta.....	82
Anexo 2.....	83
Tablas de resultados.....	83
.....	83
Anexo 3.....	90
Entrevista.....	90
Anexo 5.....	100



Anexo 6.....	101
--------------	-----

Índice imágenes

Gráfico 1: Evolución de factores críticos.....	11
Fuente: Financial Industry Regulatory Authority (FINRA), 2012.....	11
Gráfico 2: Cultura financiera, comparación años 2013-2020.....	15
Fuente: Red de Instituciones Financieras de Desarrollo, 2022.....	15
Gráfico 3: Árbol de problemas.....	16
Fuente: Sara Carrión.....	16
Gráfico 4: Triangulación: Instituciones– Internet y redes - Entorno (Amistades, otros) Fuente: Sara Carrión.....	21
Gráfico 5: Fórmula para calcular la muestra de investigación.....	23
Gráfico 6: Perfil de usuario	
Autora: Sara Carrión.....	28
Gráfico 11: Collage leyes de la Gestalt	
Autora: Sara Carrión.....	39
Gráfico 12: Collage Among Us	
Autora: Sara Carrión.....	40
Gráfico 13: Collage Doodles	
Autora: Sara Carrión.....	40
Gráfico 14: Proceso bocetos	
Autora: Sara Carrión.....	41
Gráfico 15: Proceso Esprintar	
Autora: Sara Carrión.....	43
Gráfico 17: Empaque	
Autora: Sara Carrión.....	49
Gráfico 18: Manual páginas y medidas	
Autora: Sara Carrión.....	50





Gráfico 19: Estuche para tarjetas de crédito
 Autora: Sara Carrión.....51

Gráfico 20: Cartas de gasto
 Autora: Sara Carrión.....52

Gráfico 21: Cartas fortuna
 Autora: Sara Carrión53

Gráfico 22: Tarjetas de crédito
 Autora: Sara Carrión.....54

Gráfico 23: Cartas de dinero
 Autora: Sara Carrión.....54

Gráfico 28: Duende fortuna
 Autora: Sara Carrión.....57

Gráfico 29: Persona herida
 Autora: Sara Carrión.....58

Gráfico 30: Golden siren
 Autora: Sara Carrión.....58

Gráfico 31: Paleta cromática
 Autora: Sara Carrión.....59

Gráfico 32: Rojo
 Autora: Sara Carrión.....60

Gráfico 33: Verde
 Autora: Sara Carrión.....61

Gráfico 34: Naranja
 Autora: Sara Carrión.....61

Gráfico 35: Azul
 Autora: Sara Carrión.....62

Gráfico 36: Morado
 Autora: Sara Carrión.....62

Gráfico 37: Gris
 Autora: Sara Carrión63

Gráfico 38: Cuadrícula y organización
 Autora: Sara Carrión.....64

Gráfico 39: Tipografía Chunk Five
 Autora: Sara Carrión.....65

Gráfico 40: Tipografía Helvetica
 Autora: Sara Carrión.....66

Gráfico 41: Tipografías carta de crédito



Autora: Sara Carrión.....66

Gráfico 43: Validación usuario
 Autora: Sara Carrión.....69

Gráfico 44: Cartas producto final
 Autora: Sara Carrión.....70

Gráfico 45: Cartas de tarjetas de crédito
 Autora: Sara Carrión.....71

Gráfico 47: Caja
 Autora: Sara Carrión.....72

Índice tablas

Tabla 1: Costos de producción (500 unidades)
 Autora: Sara Carrión.....76

Tabla 2: Valor de gastos personales y precio por hora
 Autora: Sara Carrión.....77

Tabla 3: Costos totales del presupuesto
 Autora: Sara Carrión.....77

Introducción



Antecedentes

La capacidad financiera, entendida como la “toma de decisión efectiva sobre la gestión de dinero” (Nava, 2019), es escasa en la mayoría de los jóvenes adultos en un sentido general; pero aún más en el Ecuador, los jóvenes carecen de autonomía económica y la mayoría realizan elecciones poco efectivas con respecto a su presupuesto, lo que facilita que caigan en “trampas financieras” que representan un grave obstáculo en su vida y bienestar general.

Según la encuesta Nacional de capacidades financieras (National Financial Capability Study), realizada en Estados Unidos en 2012 por el Autoregulador de la Industria Financiera (Financial Industry Regulatory Authority) la generación de los millenials, es decir los nacidos en 1974 y 1994, exhiben un número alarmante de problemáticas en sus comportamientos financieros, entre ellos bajos niveles de educación financiera y altos niveles de deuda, reducción en los ahorros y el aumento del uso de financiamiento por mecanismos no regulados, tal y como se muestra en el gráfico 1.

Pero los tiempos han cambiado y la realidad estadounidense difiere de la latinoamericana. Ciertamente el surgimiento de los centennials ha mantenido el mismo declive en cuanto a conocimiento financiero, el cual se ve mucho más agravado en la realidad latinoamericana, donde la edad de emancipación de los jóvenes de sus padres suele ser superior a los 25 años, a diferencia de Europa donde es de 20, o Estados Unidos, donde es inferior a los 25, de acuerdo con la plataforma Dada Room (2016).

Perú encabezaba la lista con una edad promedio de independencia de los jóvenes de 29 años, mientras que Ecuador no se queda atrás: según datos del INEC en el 2019, la edad promedio para independizarse fue de 27 años (Chávez, 2016). Sin embargo, la pandemia, la crisis económica y la mayor precarización del empleo, han provocado, según un estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), que la edad de independencia, en promedio, aumente hasta los 29 y 30 años (Silva, 2023). Latinoamérica comparte una realidad compleja con sus vecinos y en el caso de Ecuador los datos arrojan que “el ingreso promedio de los jóvenes de entre 18 y 32 años no es mayor a los \$510 mensuales” (Silva, 2023)



Según un artículo de diario La Hora el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) dice que el 50% de la población ecuatoriana está conformada por jóvenes, millennials (22%) y centennials o generación z (28%); y menciona que un estudio realizado por Deloitte en el 2023 revela que el 47% de los millennials y el 46% de los centennials viven al límite de sus sueldos y deben ajustar sus presupuestos hasta la llegada del próximo salario (Rodríguez, 2023).

Esto sin mencionar lo que ya otras plataformas alertan: la emancipación de la vivienda en jóvenes ecuatorianos es inferior al 30% en comparación con otros países.

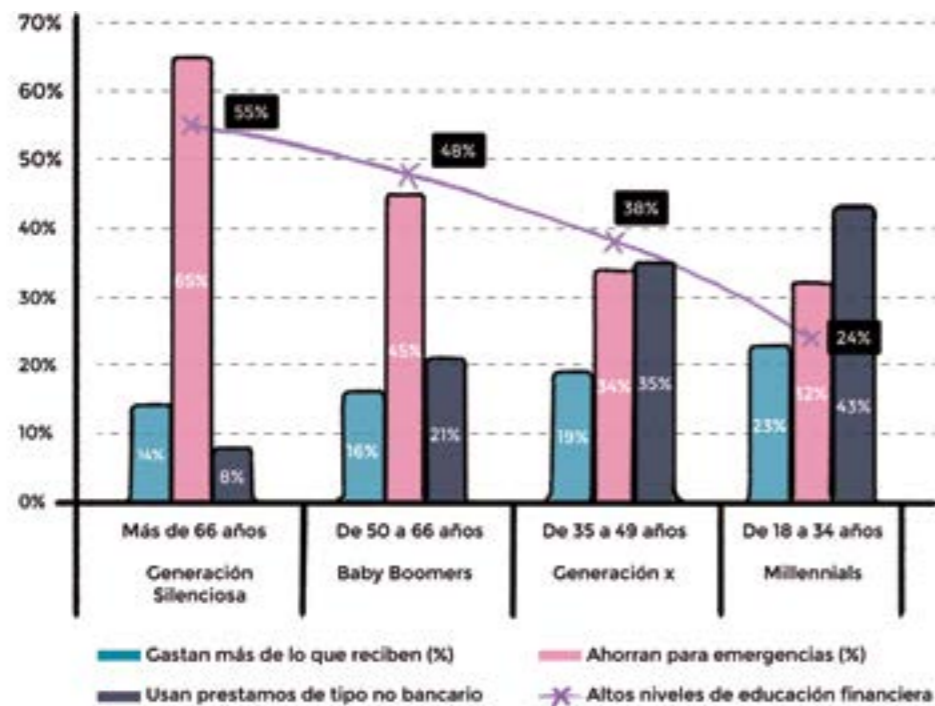


Gráfico 1: Evolución de factores críticos
Fuente: Financial Industry Regulatory Authority (FINRA), 2012

El elevado costo de la vivienda, preferir seguir estudiando, la adquisición de deudas estudiantiles, tener empleos con bajo salario y ahorrar para la adquisición de bienes, son las razones más comunes para continuar viviendo con sus padres; mientras que las tres principales preocupaciones que aquejan a estas generaciones de jóvenes en la actualidad son: el desempleo, el cambio climático y el costo de vida; siendo este último el que mayor inquietud provoca. Llegando a sentir inseguridad acerca de poder acceder a una jubilación digna (Rodríguez, 2023).



Esta incertidumbre económica refuerza la importancia de generar una cultura financiera para lograr sus metas financieras a corto, mediano o largo plazo y enfrentarse a la emancipación financiera.

El sistema capitalista en el que se desenvuelven la mayoría de los países en el mundo actual tiene como instrumento principal a la ideología del consumismo, en la que se pretende que el consumo es el centro y motor de la vida social y que las elecciones de consumo del individuo son las que definen su posición en el mundo.

Desde la escuela de Frankfurt han surgido críticos a la misma pues llega incluso a determinar la identidad de los sujetos, así como sus relaciones psicosociales y, desde luego, materiales.

Bajo esta lógica, la publicidad y el marketing juegan roles fundamentales para alcanzar a más gente e impulsar sus elecciones de consumo por encima de cualquier noción de planificación a futuro o ahorro, creando entes acríticos, carentes de análisis: “la falta de capacidades y competencias del consumidor impide una actitud crítica para que valore el impacto social y ambiental del consumo, contribuyendo a que los diferentes mecanismos y medios publicitarios utilizados por el capitalismo globalizado condicionen en la mente del consumidor una actitud consumista” (Maldonado, Aguirre, & Campar, 2018, pág. 99)

Debido a esto, la educación financiera se convierte en una herramienta de importancia mundial y varios países han planteado su incorporación en los planes de estudio escolares y de nivel medio; prueba de ello tenemos los modelos de éxito de China y Bélgica donde a través de los organismos de sus estados centrales se estableció la obligatoriedad de incluir a la educación financiera junto con materias de la malla curricular de primaria y secundaria a nivel nacional. En China el enfoque tiene base en los siguientes ejes de conocimiento:

- Conceptos financieros: Por ejemplo, conocimiento del modelo de economía de mercado socialista, servicios financieros básicos, qué es el dinero y cómo funciona y derechos y responsabilidades de los consumidores” (Campos Díaz, 2019, pág. 97).
- Habilidades financieras: Por ejemplo, gestión de presupuestos y del gasto, poder identificar los productos financieros que se adaptan a las necesidades de cada persona y cómo buscar y



encontrar Asesoramiento financiero independiente” (Campos Díaz, 2019, pág. 98).

- Actitudes y concienciación: Por ejemplo, concienciación sobre los riesgos asociados con los productos financieros, la relación entre riesgo y retorno y la necesidad del ahorro” (Campos Díaz, 2019, pág. 98)

Estos principios sobre economía son inculcados en los primeros años de primaria y se desarrollan paulatinamente en el transcurso de su formación académica.

Según (Campos Díaz, 2019, pág. 37): “El factor determinante de éxito en Flandes (Bélgica), es que los educadores han tenido una formación profesional de educación financiera de modo que existe mayor seguridad y confianza para impartir conocimiento a sus estudiantes”.

Resulta importante revisar algunos conceptos de lo que es la educación financiera para ponerla en práctica. Es posible observar que todas coinciden en lo mismo: manejo de información de manera adecuada para mejorar el estilo de vida.

La cultura financiera es el medio de administración y consolidación de finanzas personales, para lo cual debe existir un buen dominio de comportamientos y habilidades sobre ellas, además de un considerable conocimiento sobre los productos financieros existentes.

A menor nivel de educación financiera corresponde un menor grado de cultura financiera y por consiguiente menor bienestar social y desarrollo económico (Zapata, Cabrera, Hernández, & Martínez Morales, 2016).

La Educación Financiera (EF) es el proceso mediante el cual las personas o actores financieros mejoran su comprensión acerca de los conceptos y productos de finanzas; además, es en este proceso donde se obtiene la información e instrucción necesaria para el desarrollo de habilidades y confianza, de modo que exista una conciencia de riesgos y oportunidades al momento de tomar decisiones financieras, inclusive, para saber a dónde acudir en caso de dudas y así ejercer acciones eficaces para mejorar el bienestar económico personal y familiar (Latina, 2013).



Las finanzas son uno de los factores primordiales dentro de la economía de un país, la meta principal de una correcta administración de los recursos de una nación es el crecimiento económico y la multiplicación de las oportunidades de crecimiento para lograr un nivel de vida digno para la ciudadanía (Zapata, Cabrera, Hernández, & Martínez Morales, 2016).

Sin embargo, en el Sistema de Educación Regular (SER) de Ecuador, la instrucción en educación financiera no se ve incluida en el Currículo Nacional Obligatorio, es decir, no se responde a la necesidad de formar ciudadanos competentes en el ámbito financiero para mejorar la administración de sus ingresos (Quezada, Tinizaray, & Herrera, 2021), por lo que, la salud financiera de los jóvenes en la actualidad va en decrecimiento.

Los análisis de educación financiera se realizan a partir de tres factores determinantes, estos son: conocimiento financiero, comportamiento financiero y actitudes financieras. Considerando que la calificación máxima a obtener es de 21 puntos; se considera que la población cuenta con un buen puntaje a partir de los 12 puntos; y es igual para cada factor: en conocimiento se debe obtener un puntaje igual o mayor a 5, en comportamiento un puntaje igual o mayor a 6 y en actitud un puntaje igual o mayor a 3 (Campos Díaz, 2019).

Aunque ha habido un crecimiento económico en las regiones de América Latina y Caribe en general, la cultura financiera no es muy buena o es apenas regular, en el caso de Ecuador existen problemas principalmente con los aspectos de conocimientos y comportamientos financieros, tal como lo asevera (Holguín, 2022, pág. 9): “se observan debilidades en la comprensión del alcance y profundidad de los conceptos y su aplicación práctica, por lo que, se debe reforzar en el análisis e importancia que estos y otros temas relacionados a la toma de decisiones financieras, para que la población cuente con herramientas que le permita alcanzar el bienestar financiero”.

Durante el año 2021 gracias al programa de cultura y educación financiera en Ecuador se estudió el nivel de conocimiento de los jóvenes estudiantes de instituciones de educación superior; se revelaron los siguientes datos (Quezada, Tinizaray, & Herrera, 2021):

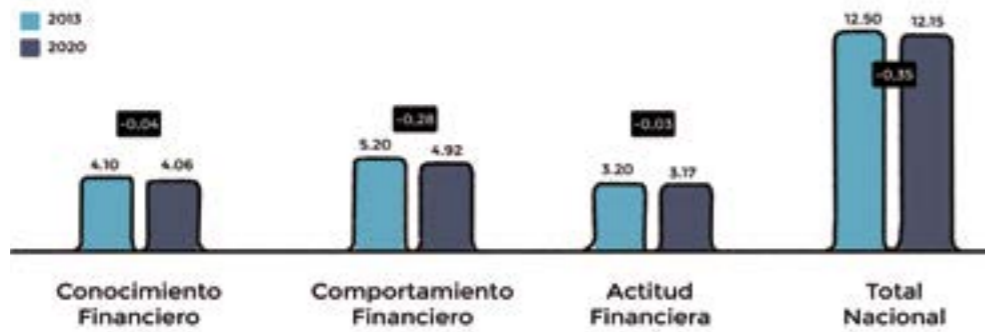


Gráfico 2: Cultura financiera, comparación años 2013-2020
Fuente: Red de Instituciones Financieras de Desarrollo, 2022

Existe un decrecimiento del 0.35% a nivel general en comparación de estos dos años. Esto se debe a que la diferencia entre el porcentaje de metas de ahorro y los que llegan a cumplirlas, es considerable; es decir; a pesar de que existe cierta predisposición y de que se crean planes de ahorro, estos no llegan a implementarse, revelando que no existe una conducta de ahorro y que mayormente la población cubre sus gastos con préstamos (Quezada, Tinizaray, & Herrera, 2021).

También se visibiliza que hay que reforzar los hábitos de evaluación de las capacidades de pago antes de la compra, pago de cuentas a tiempo y vigilo personal de finanzas, ya que existe un decrecimiento en estos ámbitos en la comparación de los años; por otra parte, aunque el factor de actitud financiera se encuentre considerablemente bien, ya que la población presenta una preferencia por ahorrar que por gastar y que en este actor específico ha habido un crecimiento, el otro actor de atención al mañana presenta un decrecimiento donde solo el 36% de los individuos llegan a pensar que esto es importante (Quezada, Tinizaray, & Herrera, 2021).

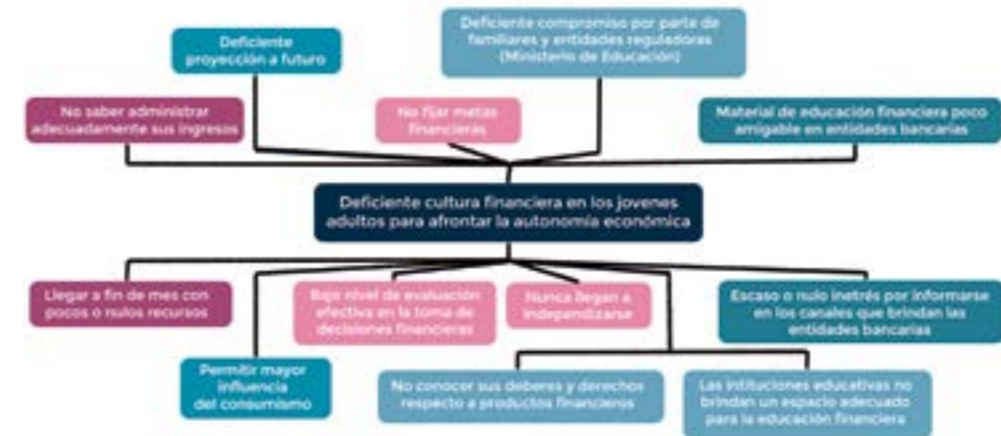


Gráfico 3: Árbol de problemas
Fuente: Sara Carrión

Existen varios motivos por los que la cultura financiera de los ecuatorianos es apenas buena y va en descenso, como se puede observar en la figura 3 “Árbol de problemas” varios de estos se deben mayormente a las creencias, hábitos y valores que deben obtenerse en casa y en las instituciones educativas.

Otros, como por ejemplo la poca capacidad de proyección a futuro y el desorden de prioridades, son propios de la fase etaria por la que están pasando los estudiantes y el entorno capitalista en el que se desenvuelven, finalmente se presentan motivos relacionados con el material que se emplea en el aprendizaje de finanzas en las instituciones educativas y entidades financieras, que suele ser poco didáctico o nulo, ya que no existe una priorización a este tema por parte de las entidades reguladoras.

Hipótesis del trabajo

Los escasos índices de cultura financiera que presenta el Ecuador requieren una herramienta lúdica desde el diseño gráfico que aporte a la socialización y el aprendizaje de nociones de ahorro y planificación financiera y las consecuencias de no hacerlo.

Objetivos

Objetivo Principal

Promover los conocimientos y buenas prácticas financieras mediante piezas gráficas de carácter lúdico con nociones de ahorro, organización y planificación que aporten en el aprendizaje de la educación financiera.

Objetivos específicos

- Conocer a través de entrevistas, encuestas e investigación de textos las características e intereses respecto al manejo financiero de los jóvenes adultos en la actualidad de modo que permita el desarrollo de una propuesta atractiva y eficiente.
- Desarrollar una propuesta gráfica de carácter lúdico que aporte a un correcto manejo de las finanzas personales, con elementos innovadores que correspondan al lenguaje visual contemporáneo del público objetivo.
- Validar el proyecto con la colaboración de usuarios y diseñadores gráficos para su puesta en marcha.

Descripción y diagnóstico



Presentación del caso

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador por sus siglas PUCE, es una universidad privada, fundada en el año 1946, es decir que cuenta con 77 años de antigüedad. Según la rendición de cuentas dada por el rector, Dr. Fernando Ponce el 14 de abril del 2023, cerca del año 2022, la PUCE cuenta con 26.299 alumnos distribuidos en sus 7 sedes a nivel nacional, ubicadas en Amazonas, Ambato, Esmeraldas, Ibarra, Chone, Portoviejo y Santo Domingo, incluyendo la matriz en Quito.

La institución menciona que “La misión de la Universidad es la constante búsqueda de la verdad y la promoción de la dignidad humana en todas sus dimensiones, mediante la investigación, la conservación y comunicación del saber, y la vinculación con la sociedad, para el desarrollo sostenible e integral, nacional e internacional.” (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2023). Dentro de las búsquedas de la universidad esa la formación de sujetos funcionales y acordes a las necesidades del país. Debido a lo cual el bienestar económico mediante un manejo adecuado de los recursos resulta ser fundamental.

Los usuarios que conforman el público objetivo del presente proyecto son estudiantes pertenecientes a los últimos semestres de la universidad. Sobre todo, por el hecho de que forman parte del mercado laboral o están listos para formar parte de este debido a su formación académica.

Este grupo será considerado para el diagnóstico del problema, en cuyas encuestas se refleja la escasa información que tienen respecto a la educación financiera, así como ideas erradas que circulan en su entorno respecto al dinero y a su manejo, por lo que resulta fundamental brindar una herramienta que facilite estas nociones para su manejo cotidiano de los recursos. De acuerdo con la Asociación de Bancos del Ecuador, no existe mayor registro de las nociones de los jóvenes respecto al manejo financiero (Asociación de Bancos del Ecuador, 2022).

Diagnostico del caso

Para adentrarse en el presente proyecto se resalta la importancia de la investigación como algo “fundamental a la hora de diseñar, puesto que es aquí donde se comprende al cliente o público y de este modo plantear una correcta comunicación, en esta fase se proponen los objetivos estructurados y medibles de manera que se puedan revisar y desarrollar” (Leonard & Ambrose, 2013, pág. 15). El público objetivo de esta investigación son los jóvenes adultos que se encuentran en los últimos semestres de sus carreras, estudiantes de la PUCE ubicada al norte de Quito.

Para entender la influencia del entorno sobre las creencias, conocimientos, actitudes y comportamientos financieros de un grupo social es necesario también considerar al entorno de los estudiantes, entre los que figuran familiares, amigos y redes sociales, mismos que intervienen como mediadores del conocimiento; ya que la socialización es el medio de construcción de significados colectivos en torno a un tema específico, es decir, las creencias del medio influyen sobre las creencias que los adultos jóvenes tienen sobre la educación financiera (Moscovici, 1985).

Para lograr el diagnóstico del caso se realizó análisis de los conocimientos de educación financiera que poseen sus alumnos, si es que lo tienen, el desarrollo de sus clases y el impacto que tiene toda esta información transmitida sobre las creencias, conocimientos, actitudes y comportamientos.

Se aplicaron encuestas a los estudiantes de los últimos semestres de la PUCE con el propósito de reconocer los contenidos tanto de socialización como de conocimientos mayormente difundidos en el proceso educativo financiero de los adultos jóvenes, de igual manera se espera conocer qué aspectos pedagógicos son aquellos que los estudiantes valoran más como parte de su proceso de formación, ya que los mismos son de crucial importancia en la asimilación del contenido e incorporación de los conocimientos al conjunto de creencias de los estudiantes.



Gráfico 4: Triangulación: Instituciones– Internet y redes - Entorno (Amistades, otros) Fuente: Sara Carrión

En lo que respecta a las instituciones, cabe mencionar a la familia, las instituciones educativas, y las instituciones productivas (empresas), en las cuales han trabajado por corto o mediano plazo. Todas estas instituciones forman parte de los diversos procesos de los jóvenes adultos, además de colaborar en la construcción de conceptos e ideas respecto a diversos temas de importancia, entre los cuales destaca la economía y el manejo del dinero.

A continuación, se analizará la relación de los participantes de esta investigación con dichas instituciones.

Las instituciones educativas han demostrado graves carencias respecto a la enseñanza de la educación financiera, ya que esta no se encuentra contemplada en la malla curricular de escuelas y colegios (con la salvedad de la asignatura de emprendimiento en algunas instituciones educativas que, aun así, no cubre una sólida enseñanza del manejo de los recursos).

Esta carencia se mantiene en la universidad, al menos en las carreras que no guardan relación con conocimientos económicos y financieros. (Organización Internacional del

Trabajo, 2022).

La familia, por otra parte, forma parte importante de los jóvenes en sus primeros años y en sus procesos primarios de construcción lingüística y social. Las ideas respecto al mundo en general surgen dentro del espacio familiar que reproduce nociones que pueden ser correctas o incorrectas. Sin embargo, esto solo sucede durante los primeros años.

Parte importante de las necesidades y características de la etapa de adultos jóvenes es el desear ser escuchado, encontrar un espacio; ya que es aquí donde los jóvenes construyen sus relaciones sociales fuera del marco familiar, se afianza la identidad y la individualidad al poner a prueba los conocimientos y habilidades aprendidas en etapas previas en contextos de socialización externas a la familia nuclear de los adolescentes jóvenes (Erickson, 1950).

Los hábitos se desarrollan según dos fuentes de aprendizaje: el aprendizaje vicario, es decir por imitación de comportamientos socialmente aprendidos ya que la familia es el marco referencial de la sociedad, es decir, es un microsistema, y ya que es aquí donde se entienden y desarrollan las interacciones con los demás, por lo tanto los primeros aprendizajes, se deduce la importancia de una correcta cultura financiera de los padres, de manera que se evidencien los beneficios y estabilidad que esta trae; además de una buena transmisión hacia los jóvenes (Bandura, 1977).

Las instituciones productivas que forman parte de la vida de los adultos jóvenes aparecen más adelante en el transcurso de su preparación para la vida laboral. Estas instituciones son las empresas en las cuales pueden realizar sus prácticas profesionales o ejercer sus primeros empleos, o también aquellas en las cuales se convierte en consumidor de bienes y servicios. Desde los almacenes hasta el banco en el cual deposita su dinero. Es en este encuentro donde los adultos jóvenes ponen en práctica sus ideas respecto al manejo de dinero e invierten sus recursos o los intercambian por productos que satisfagan sus necesidades.



Es, por lo tanto, fundamental, mencionar la importancia de dichas instituciones en las cuales se construye y ejerce la noción de manejo de dinero.

La Internet es actualmente la fuente principal de información mediante dispositivos digitales de uso común como celulares, computadoras, tablets, etc. Esto hace que el tiempo que una persona pasa conectada sea cada vez mayor, volviéndose cotidiano el uso de las redes sociales y la Internet en general. Los mismos medios de comunicación se han visto absorbidos por plataformas digitales, abandonando las vías de comunicación convencionales como la televisión y los diarios impresos.

Esto hace que el uso de los dispositivos digitales para acceder a la red sea cada vez mayor y, a su vez, que los consumidores de Internet usen en su trabajo y ocio estos medios de información.

Esto revela la importancia de la Internet y las redes sociales en la vida de las personas, sobre todo las generaciones comprendidas como “nativos digitales”, que han nacido en un entorno digital, quienes coinciden con los centennials, quienes participan del presente proyecto. Los estudiantes de los últimos semestres de la PUCE representan al menos el 15% de la totalidad de alumnos de la universidad, es decir 3945 estudiantes, de los cuales se establece una muestra con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%, arrojando un total de 53 estudiantes que han formado parte del análisis del siguiente estudio. Para el cálculo de la muestra se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$\text{Tamaño de muestra} = Z^2 \cdot (P) \cdot (1-P) / C^2$$

Z = Nivel de confianza (95% o 99%)

P = .5

C = Margen de error (0.4 = ±4)

Gráfico 5: Fórmula para calcular la muestra de investigación Fuente: QuestionPro, 2022



Por lo tanto, se realizaron encuestas a los 53 alumnos de los últimos semestres de la PUCE acerca de los conocimientos y hábitos financieros obtenidos en su entorno y las instituciones que los rodean (Ver anexo 1).

Además, se evaluó los conocimientos que ellos tienen respecto a la educación financiera, la imagen que han construido en torno al dinero, el ahorro y las inversiones. Así como el manejo que ellos tienen de los distintos productos financieros como cuentas bancarias, tarjetas de crédito y demás.

De las encuestas realizadas se obtuvieron las siguientes respuestas (Ver anexo 2):

Los participantes son en su mayoría mujeres (52,8%), y sus edades fluctúan entre los 18 a los 31 años, siendo en su mayoría estudiantes de 22 años (24,5%) y teniendo en su mayoría desde los 21 a los 26 años. Esto refleja que la mayoría de los estudiantes que conforman el público objetivo para la investigación son centennials, pues nacieron aproximadamente a finales de la década de los 90s y a inicios de los 2000.

Resulta importante señalar que la gran mayoría de los estudiantes encuestados son solteros, siendo un 96% de la muestra. Además, el 98, 2% son ecuatorianos, por lo que su formación académica, laboral y demás ha sucedido dentro del país. A esto se añade el hecho de que la mayoría de jóvenes encuestados son de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes de la PUCE, siendo un 47,2% de la muestra.

El resto se distribuyen entre las demás facultades de la universidad.

Es importante señalar que el 79,2% de los estudiantes han señalado conocer lo que es la educación financiera. Esto demuestra que afirman tener una idea respecto a lo que es este tipo de conocimientos.





Instituciones y educación financiera

Los estudiantes encuestados revelan en su mayoría que no han recibido información sobre educación financiera en las instituciones educativas de las que han formado parte, con un 60,4%.

Así también indican que la mayor parte de información que disponen sobre la educación financiera proviene mayoritariamente de sus familias (56,6%) y en segundo y tercer lugar de sus instituciones educativas y de la Internet respectivamente. Lo que refleja que el peso de las instituciones es mayor al de las redes sociales en cuanto a la construcción de sus ideas sobre educación financiera. Así mismo, la mayoría de los encuestados dependen económicamente de sus padres en un 77,4% por lo que es natural la evidencia de la influencia familiar en el manejo económico.

Respecto a las ideas que tienen los encuestados sobre educación financiera destaca la noción de “administrar el dinero” en un sentido general, siendo pocos los que han desarrollado la idea de este tipo de educación como el conocimiento de ingresos, gastos, activos, pasivos y la forma de ahorrar de manera eficaz, además de tomar decisiones financieras inteligentes. Este resultado refleja que las nociones respecto a educación financiera son muy vagas e imprecisas, además de que no saben en realidad lo que implica este tipo de educación, en contraste con el resultado que reflejaba que en su mayoría ellos afirmaban saber respecto a educación financiera.

Así también, la muestra de estudiantes encuestados es casi equivalente en cuanto a quienes afirman tener una fuente de ingresos fija y quienes no. La diferencia entre ambos se acerca a la falta de un empleo formal con una diferencia pequeña (50,9%) respecto a quienes sí afirman tener una fuente estable de ingresos. Esto refleja la realidad de la mayoría de los adultos jóvenes, quienes no consiguen empleos fijos y terminan trabajando en la informalidad. Aun así, esto no significa que no manejen dinero o puedan ahorrar o invertir sus recursos.



Manejo del dinero

Los estudiantes encuestados afirman en cuanto al manejo del dinero que los rubros en los que invierten sus ingresos ocupan el siguiente orden: educación, transporte y servicios básicos en ese orden, por lo que se observa las prioridades que ellos dan al uso de sus recursos de manera general giran en torno a su formación académica, considerando que la PUCE es una institución académica privada y demanda una inversión de los recursos de manera regular y constante.

Respecto a la importancia que dan los estudiantes al ahorro es claro que la mayoría considera que es fundamental (81,1%), así también, la mayor parte de los estudiantes encuestados afirman tener hábitos de ahorro, en un 67,9% de la muestra. Esto refleja que la idea respecto al ahorro es en su mayoría prioritaria para el manejo de los recursos de los adultos jóvenes encuestados.

En su cotidianidad, los estudiantes destinan sus recursos fundamentalmente a la comida y al transporte, por lo que estos rubros representan una fuente de gasto diario para desarrollar sus actividades. Respecto al manejo financiero, la mayoría de los encuestados afirma no haber invertido en educación financiera (86,8%) y espera en su mayoría poder cumplir sus metas financieras en un mediano plazo, con un 56,6% de la muestra. Esto refleja una contradicción en cuanto a su puesta en práctica de la educación financiera, pues no pueden cumplir sus metas financieras en el plazo planeado sin haber invertido previamente en este tipo de formación.

Curiosamente, el principal motivo de ahorro para los adultos jóvenes son viajes (50,9%), seguido por educación y diversión (39,6%). Esto demuestra que sus metas financieras están asociadas con motivos de recreación principalmente, además de su formación académica. La mayoría de los adultos jóvenes encuestados afirman tener una cuenta de ahorro (86,8%) y en segundo lugar, manejan también una tarjeta de crédito (45,3%). Lo que refleja que son participantes activos de mecanismos de crédito y ahorro en instituciones financieras. Esto recalca la importancia





de que se formen en educación financiera, pues manejan dinero en su día a día. Además, la mayoría afirma que su práctica para adquirir un bien al que no pueden acceder con sus ingresos inmediatos se dedica al ahorro, en un 69,8%. Otras estrategias que utilizan para acceder a estos bienes es endeudarse con familiares o conocidos (26,4%) o diferir dicho bien a corto plazo (34%). Por lo que adquirir deudas también forma parte de las prácticas de los integrantes de la muestra.

En cuanto al contraste entre la idea sobre el dinero que tienen los encuestados frente a la que circula en su entorno, es importante señalar que la idea que tiene la mayoría de encuestados respecto al dinero gira en torno a que es un recurso importante para la vida y que es fundamental ahorrar para el futuro. Pero existen muchas otras nociones que han manifestado los integrantes de la muestra como el hecho de que está asociado a la libertad y al cumplimiento de los sueños de cada individuo, además de que no hay que malgastarlo.

Por otro lado, la idea sobre el dinero existente en los círculos sociales de los estudiantes encuestados coincide con la que ellos manejan, pues destaca la importancia del dinero como recurso necesario y la de ahorrar para el futuro. Otras ideas también conforman el compendio de nociones que refleja el entorno a los adultos jóvenes encuestados, como por ejemplo que el dinero no lo es todo o que es importante invertirlo. Sin embargo, es posible observar las coincidencias entre las nociones del entorno y las que manejan los integrantes de la muestra.

Finalmente, las encuestas realizadas reflejan el interés de los integrantes de la muestra por recibir en su mayoría educación financiera (92,6%), por lo que se justifica la elaboración del presente proyecto desde el mismo interés de los estudiantes encuestados. Factor importante para tomar en cuenta, primero para plantear piezas gráficas que sean familiares al entorno en el que se desarrollan los adultos jóvenes en su cotidianidad de modo que se sientan identificados, y segundo para saber qué el aspecto de proyección a largo plazo debe ser fomentado con prioridad en el proyecto.



Caracterización del usuario

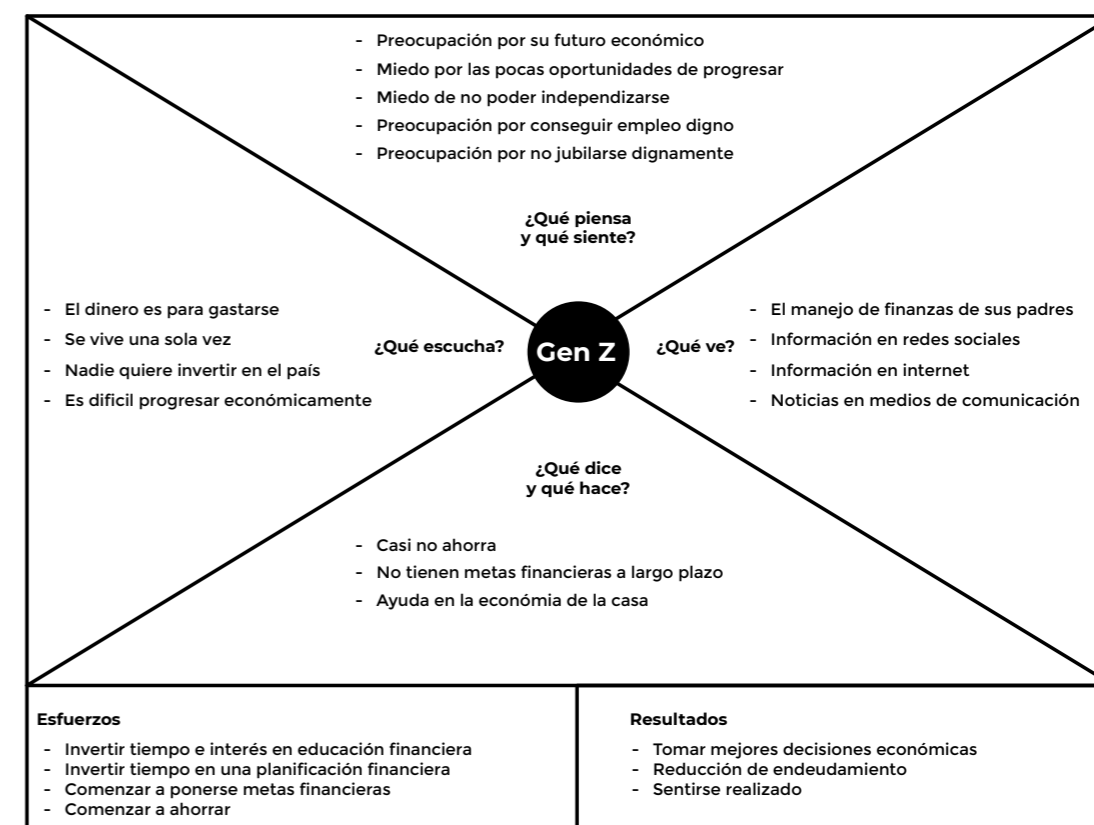


Gráfico 6: Perfil de usuario
Autora: Sara Carrión

El perfil de usuario es una herramienta que permite evidenciar el conjunto de rasgos distintivos del usuario, lo cual es necesario para desarrollar los requerimientos del proyecto de modo que resulte útil y satisfaga las necesidades que se hayan detectado.

Los usuarios que conforman el público objetivo del presente proyecto son adultos jóvenes que pertenecen a los últimos semestres de las carreras de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Tal como se pudo observar en los resultados de las encuestas realizadas, la mayoría de ellos



pertenecen al grupo conocido como centennials, es decir, nacidos entre fines de la década de los 90s e inicios de la década del 2000. En vista de que son usuarios de productos financieros y ya están por ejercer su título profesional de tercer nivel en trabajos que pueden o no ser estables, pero que generan ingresos susceptibles de ser invertidos y ahorrados en instituciones financieras.

Según la investigación realizada por Romo sobre las características de los centennials estos son la población nacida entre 1995 y 2010, se distinguen porque han nacido en el auge de lo digital con acceso a toda la información y conocimiento, se catalogan como “nativos digitales”, se caracterizan por vivir hiperconectados, su deseo de inmediatez e interacción continua. (2021)

De acuerdo con Yanin Alfaro (2022), “la generación Z se siente perdida entre los nuevos y los viejos modelos bancarios. Los también llamados centennials están estableciendo su base financiera en un entorno inflacionario y se enfrentan a decisiones difíciles para lograr sus objetivos financieros”.

Esta carencia resalta la necesidad de este grupo objetivo de recibir información financiera, pues se encuentra en el umbral del mercado laboral y muchos de ellos ya se encuentran trabajando hoy en día. Es por ello que la autora agrega: “aunque aproximadamente dos tercios de los centennials ahorran para alcanzar sus objetivos financieros, el 85% dijo que tenía barreas financieras” y concluye: “los miembros de la generación Z son más propensos que otras generaciones a combinar la ambición financiera con el deseo de vivir cómodamente”. (Alfaro, 2022)



Análisis tipológico



Nombre: Finanzas para todos
Origen: España
Público Objetivo: Público en general - Jóvenes

ANÁLISIS GRÁFICO (M. JHONSON):



¿La información existente en el contexto del usuario es abundante, extensa, complicada y el público no la emplea, no la usa y la rechaza por lo cual es necesario filtrar todo y proponer información gráfica que se torne imprescindible?
En general la información que se encuentra en la plataforma no es extensa, pero en la sección de “guías” si lo es ya que tiene todos los conceptos y contenidos.



¿Hay gran cantidad de palabras y es necesario simplificar para que la gente lea más pero se necesita que no sea aburrido y lograr que sea útil e interesante?

Sí, más que nada en la explicación de conceptos y conocimientos, son pdfs con 4 o 5 páginas que pueden resultar aburridas.



¿Cómo funcionan y son utilizados los materiales existentes y qué problemas presentan?
La plataforma está dividida por secciones, lo que facilita la navegación, en la sección de herramientas, por ejemplo, el problema encontrado es que no existen indicadores de la importancia de los productos a obtener o de que manera sirven al usuario.



¿Qué nuevos medios se puede emplear para este aprendizaje y que sean viables en el contexto?
No aplica

ANÁLISIS GRÁFICO (T.SAMARA):



Forma y Espacio: En su mayoría se puede observar el empleo de figuras cuadas y rectangulares para separación de secciones y cuadros de texto, sin embargo se emplean también figuras propias de la marca (como el circulo y la cruz) a manera de dar dinamismo a la composición.



Color: Se emplea una paleta cromática mayormente en tonos azules y celestes en baja opacidad y se hace uso tonos complementarios saturados para resaltar y dar jerarquías a los elementos.



Tipografía: Mayormente se emplean tipografías de la familia san serif, en los subtítulos se emplea la tipografía Galano Grotisque Bold y para las cajas de texto regular se emplea la tipografía Mazzard L Medium. Para los Encabezados se usa tipografía perteneciente a la familia de las serifas,



Imágen: Para las separación de secciones se utiliza fotografías de fondo, tras una transparencia en la cromática ya preestablecida; también se manejan dentro de figuras geométricas sobrepuestas entre ellas o con elementos de la marca.

La organización del conjunto: La estructura de la plataforma se rige por una maya cuadrangular, se separa el ancho de las secciones según las medidas de la pantalla mayormente existe una división en la mitad que determina donde se colocara el texto y las imágenes, alternando entra cada sección para que exista una dinámica y ritmo entre los elementos.

CARÁCTERÍSTICAS COMERCIALES:

Material sin fines de lucro

Gráfico 7: Análisis tipológico “Finanzas para todos” (España)
Autora: Sara Carrión



Nombre: Planeando mi Futuro
Origen: Ecuador
Público Objetivo: Público en general - Jóvenes

ANÁLISIS GRÁFICO (M. JHONSON):

¿La información existente en el contexto del usuario es abundante, extensa, complicada y el público no la emplea, no la usa y la rechaza por lo cual es necesario filtrar todo y proponer información gráfica que se torne imprescindible?

La información es bastante extensa, se maneja por niveles, mediante PDF´s, videos y ejercicios.

¿Hay gran cantidad de palabras y es necesario simplificar para que la gente lea más pero se necesita que no sea aburrido y lograr que sea útil e interesante?

La cantidad de palabras está distribuida de manera equilibrada a lo largo del contenido, sin embargo si resulta aburrido el modo de presentación de la información.

¿Cómo funcionan y son utilizados los materiales existentes y qué problemas presentan?

La plataforma está dividida por niveles, su navegación resulta sencilla; el problema que se encuentra en esta plataforma es el tipo de formato en el que se presenta la información, ya que al buscar educar debería existir material con el cual interactuar.

¿Qué nuevos medios se puede emplear para este aprendizaje y que sean viables en el contexto?
Interactividad.

ANÁLISIS GRÁFICO (T.SAMARA):

Forma y Espacio: Se emplean mayormente formas e imágenes en 2D, se utilizan retículas cuadradas y ley de tercios que ayuda a dar jerarquías y organización de elementos.

Color: Se emplea una paleta cromática con colores brillantes, primarios y secundarios.

Tipografía: En todo el documento se emplean tipografías de la familia sans serif, con diferentes pesos, permiten una correcta legibilidad y leibilidad.

Imágen: Se emplean imágenes simples, mayormente con iconos que permiten una mejor guía durante todo el documento; a lo largo de los PDF´s y videos se puede apreciar la guía de un personaje representativo del proyecto, evidenciando en donde estamos ubicados

La organización del conjunto: Se emplean retículas, rectangulares y cuadradas, la mayoría de los documentos se dividen en dos columnas y se emplea la ley de tercios para jerarquizar elementos dentro de la composición.

CARÁCTERÍSTICAS COMERCIALES:
 Material sin fines de lucro

Gráfico 8: Análisis tipológico "Planeando mi futuro" (Ecuador)
 Autora: Sara Carrión



Nombre: Finanzas para todos
Origen: Ecuador
Público Objetivo: Público en general

ANÁLISIS GRÁFICO (M. JHONSON):

¿La información existente en el contexto del usuario es abundante, extensa, complicada y el público no la emplea, no la usa y la rechaza por lo cual es necesario filtrar todo y proponer información gráfica que se torne imprescindible?

La información es bastante extensa, se trata mediante varias secciones dentro de un PDF interactivo.

¿Hay gran cantidad de palabras y es necesario simplificar para que la gente lea más pero se necesita que no sea aburrido y lograr que sea útil e interesante?

Hay gran cantidad de palabras que buscan ejemplificarse mediante comics de casos cotidianos de la vida, sin sigue siendo muy extenso.

¿Cómo funcionan y son utilizados los materiales existentes y qué problemas presentan?

Se trata de un extenso documento PDF interactivo, donde existen vinculos que llevan a otros PDF´s, estos ejemplifican el tema principal del PDF de donde se derivan mediante comics.

¿Qué nuevos medios se puede emplear para este aprendizaje y que sean viables en el contexto?
Interactividad.

ANÁLISIS GRÁFICO (T.SAMARA):

Forma y Espacio: Se emplean formas cuadradas y rectangulares, se emplea el principio de repetición o monotonía en todas las composiciones.

Color: Se emplea una paleta cromática donde el tono amarillo es el que tiene mayor jerarquía y las graficas llevan colores calidos y brillantes.

Tipografía: En todo el documento se emplean tipografías con serifs en las páginas de explicación del contenido, dentro de los comics se emplean tipografías sans serif.

Imágen: Se emplean imágenes simples, en 2D, ilustraciones con estética infantil.

La organización del conjunto: Se emplean retículas, rectangulares y cuadradas, similares a las de los comics, donde se organiza el texto y las imágenes dando jerarquía a la imagen.

CARÁCTERÍSTICAS COMERCIALES:
 Material sin fines de lucro

Gráfico 9: Análisis tipológico "Finanzas para todos" (Ecuador)
 Autora: Sara Carrión

Conclusiones

El material que suele ocuparse para “educación financiera” se remite a brindar información de modo unidireccional, no se le permite mayor interacción al usuario, más allá de pequeñas secciones que contienen calculadoras de presupuesto o un automarcado de los niveles completados.

Definición del problema gráfico

De acuerdo al análisis tipológico se observa que el material existente para capacitación financiera resulta poco lúdico y eficaz en su objetivo de generar conciencia en torno a la educación financiera, por lo que no ayuda a generar ambientes de aprendizaje caracterizados por “la exploración a través de los sentidos y la diversión” (Gómez Escobar, 1999, pág. 2).

De acuerdo con Frascara, “la educación no es reducible a la transmisión de información” y “en la educación, la participación activa del usuario del diseño es indispensable” (Frascara, 2000, pág. 138), por lo que se justifica la creación de un producto que promueva la interacción de sus usuarios. El diseño educativo “persigue modificaciones de conducta y de convicciones” donde “el individuo está movido a desarrollarse de manera independiente” (Frascara, 2000, pág. 139), objetivo que no se logra con herramientas unidimensionales como documentos digitales y extensos textos en la red.

Requerimientos del proyecto

Para realizar un análisis más profundo de los requerimientos del público objetivo, se utilizará la herramienta propuesta por Luis Rodríguez Morales (2004) vectores de la forma (Figura 9) para identificar de qué manera se pueden cubrir estos requerimientos y obtener un producto final que le sea de utilidad.

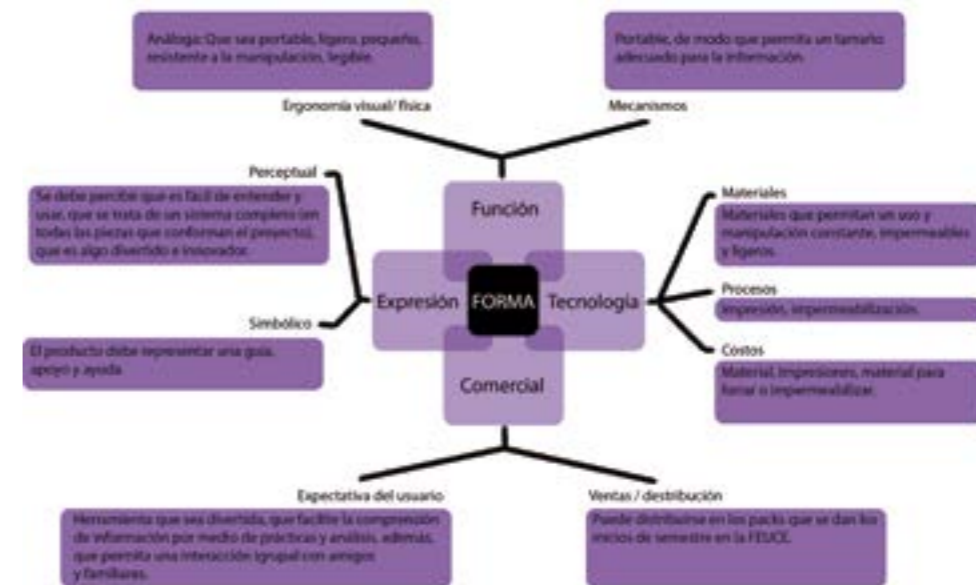


Gráfico 10: Vectores de la forma
Autora: Sara Carrión

- En cuanto a su función debe ser ligero y portable, de modo que el usuario pueda llevarlo en su mochila y no le genere molestias; debe estar impermeabilizado y listo para su constante manipulación; la tipografía debe ser legible y leíble respecto a la pieza gráfica donde se encuentre.



- En el factor tecnológico se imprimirá en cartulinas couche de 300g con un laminado brillante de lado y lado, para el empaque se utilizará cartón plegable de 0,16 con un laminado mate para su impermeabilización.
- El juego debe representar para el usuario un apoyo y una guía que aludan y persuadan al usuario de interesarse por la educación financiera.
- Este producto se distribuirá en los packs que da la FEUCE a inicios de semestre.

Desarrollo de la propuesta de Diseño





Generación de la idea

El concepto de diseño tiene una importancia que radica en el hecho de que “todo proceso creativo depende para su gestación, desarrollo y puesta en práctica de una previa conceptualización”; por lo que “un detenido análisis de factores y condicionantes” dan lugar a la idea del producto a presentar (Ayala, 2011).

El proceso de generación de ideas que han permitido construir el presente proyecto se fundamentó en el trabajo de Ellen Lupton “Intuición, acción, creación” donde desarrolla el “proceso de diseño” desde el design thinking (pensamiento de diseño) (Lupton, Graphic design thinking, 2012, pág. 110). Entre las técnicas trabajadas por la autora, el presente trabajo utiliza las “Figuras retóricas”, mismas que refieren a las figuras literarias, entre las cuales, se hará uso de la metáfora (traslación del sentido recto de una voz a otro figurado en virtud de una comparación tácita) y la sinécdoque (designar un objeto nombrando una de sus partes o viceversa) (Lupton, Graphic design thinking, 2012, pág. 112).

“La falta de educación financiera es como un infiltrado en tu mente y en tu billetera”

El concepto surge de la importancia de tener una buena educación financiera como factor vital para la toma de decisiones diarias y proyecciones a futuro, cuando no existe una buena cultura financiera cedemos fácilmente ante las tentaciones del consumismo.

Este concepto se aborda desde la metáfora plasmada en el producto del juego de cartas que refleja la dinámica de intercambio económico de la población económicamente activa con ingresos, egresos y endeudamiento. Considerando la ludomática aplicada en el diseño trabajada por Gloria Gómez, el producto a realizarse engloba la dinámica social mediante el uso de nuevas tecnologías buscando nuevas formas de sensibilizar al público (Gómez Escobar, 1999, pág. 2).

La metáfora se utiliza para la creación de la línea gráfica a través del uso de las leyes de la Gestalt, empleando la ley de “Fonfo figura” donde existen dos imágenes las cuales pueden percibirse o no; aterrizando la idea del “infiltrado” imagen que está presente pero no siempre se visualiza. La sinécdoque se manifiesta en el manejo de los gráficos como representaciones de un todo, dado el caso del uso de elementos referenciales a símbolos que representan poder adquisitivo, suerte o infortunio. A partir del concepto trabajado en el presente proyecto se esbozan tres estilos de línea gráfica.

Estilo Gráfico

A partir de la obtención de la idea se realizaron tres propuestas de estilos gráficos que se corresponden con el concepto, estas son: gestalt, among us y doodles. La importancia del estilo gráfico radica en la “entonación” que esta provee al producto final. La originalidad del producto se determina por los detalles con los que decide expresarse, tal como lo indica Jardí:

“Elegir el estilo de un dibujo o de un tipo de letra es algo que, de hecho, todos, como usuarios de ordenador, hacemos con frecuencia. Cada vez que elegimos un tipo de letra, determinamos cuál va a ser la entonación con la que se leerán las palabras.

Para un creador visual, este proceso podría resumirse con este esquema: a partir de una voluntad dada (“el encargo”, aquello que nos piden que comuniquemos), nos servimos de una palabra existente y le damos una “entonación” determinada. Definimos su fuerza expresiva con elementos no verbales”. (Jardí, 2012, pág. 33)



Gestalt



Gráfico 11: Collage leyes de la Gestalt
Autora: Sara Carrión

Las “Leyes de la percepción” o “Leyes de la Gestalt” fueron planteadas por eminentes psicólogos de principios del siglo XX en Alemania como Lewin, Kohler, Koffa y Wertheimer quienes, en un laboratorio de psicología experimental, demostraron que el cerebro humano organiza los elementos percibidos en forma de configuraciones (gestalts) o totalidades (Leone, 2011, pág. 2).

A partir de esta aseveración, plantearon principios para clasificar este tipo de organizaciones cerebro-visuales entre leyes generales y particulares. El presente trabajo se fundamenta en el uso del principio general de figura y fondo que juega con la percepción de los elementos que se presentan en un espacio y el fondo que contiene dichos elementos.

Además, el producto final se fundamenta en la ley de cierre o completitud, donde es el cerebro el que completa las figuras abiertas e inconclusas por la incomodidad que provocan y con el propósito de volver legibles y coherentes los elementos observados (Leone, 2011, pág. 5).



Among us

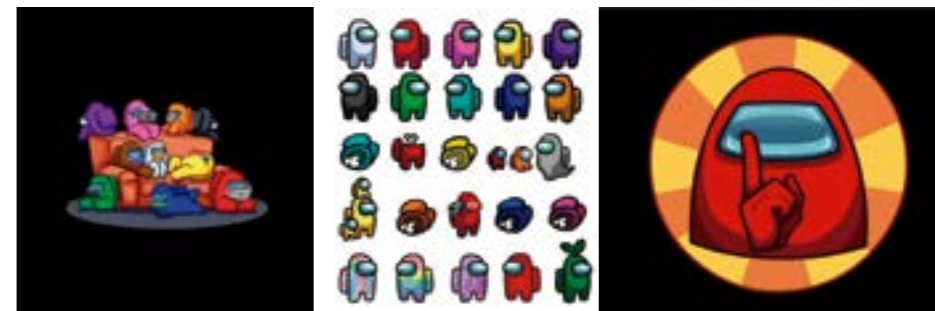


Gráfico 12: Collage Among Us
Autora: Sara Carrión

El estilo gráfico de Among us se utiliza en referencia al infiltrado de la metáfora. El “hay un intruso entre nosotros” como concepto del juego se refleja en el “intruso en nuestra billetera” que se propone manifestar el juego del presente proyecto.

Debido a esto se propone emplear una línea gráfica similar por la correspondencia metafórica. La línea gráfica de Among us utiliza personajes simples, con líneas bordes gruesas y una paleta cromática con tonos planos. Esto brinda un estilo sencillo, de fácil legibilidad visual y con el énfasis lúdico requerido.

Doodles



Gráfico 13: Collage Doodles
Autora: Sara Carrión



En cuanto a los doodles, su traducción al inglés como garabatos, refleja la intención de decorar, plasmar y manifestar de manera creativa ideas libres.

El objeto de este estilo gráfico parte de tener una afinidad con el usuario joven por despegarse de la identidad corporativa y transgredir las formas convencionales empleadas en las instituciones de enseñanza financiera. Permiten una mayor exploración gráfica debido a su carácter libre y esto se asocia con la noción de entretenimiento e imaginación en el producto.

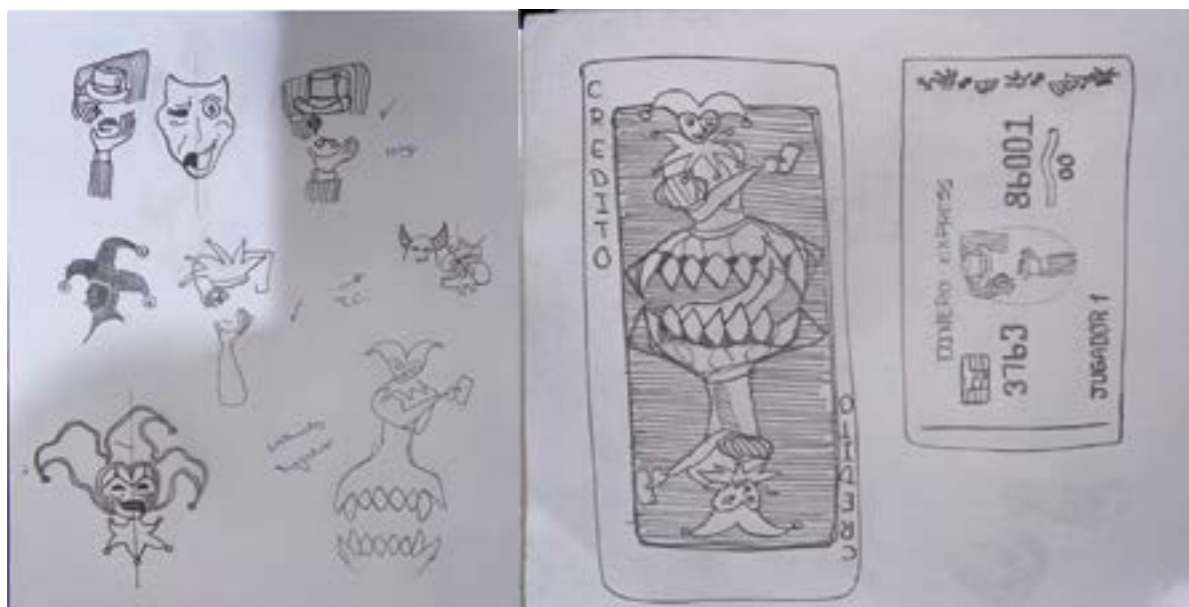


Gráfico 14: Proceso bocetos
Autora: Sara Carrión



Evaluación del estilo gráfico

Se realizó una evaluación de diseño con el especialista Sebastián Cevallos, docente de la PUCE, quien señaló que, si bien el concepto coincide con los tres estilos gráficos, “la estética de Among Us puede caer fuera del rango de edad del usuario”, entre otras razones porque tiene mucho bagaje cultural existente, no propone una experiencia visual atractiva y puede caer fuera de las preferencias de los usuarios.

Por lo demás, puso énfasis en el cuidado de que el estilo gestalt se separe de los lenguajes gráficos corporativos y la experimentación que requiere para lograr impacto y pregnancia, pero cumple con los demás requerimientos como proponer una experiencia de uso adecuada, atractiva e innovadora.

Lo mismo sucede con los doodles, que además permiten mucha apertura en la experimentación visual. Recogiendo estas observaciones, y en congruencia con las mismas, se decide proseguir con el proyecto utilizando una mezcla de los estilos gráficos gestalt y doodles.

Las figuras retóricas a nivel conceptual trabajan en conjunto con las leyes de la gestalt en el producto gráfico, particularmente con la ley de fondo - figura donde “la percepción sucede en forma de recortes; percibimos zonas en las que centramos la atención y a las que llamamos figura y zonas circundantes que quedan justamente en un plano de menor jerarquía al que denominamos fondo (Leone, 2011, pág. 2).

Esta ley se mantiene de manera latente en el concepto gráfico donde la falta de educación financiera es un infiltrado que se invisibiliza en el trasfondo del intercambio económico cotidiano.

También se trabaja con la ley de cierre o de la completitud, donde “las formas abiertas o inconclusas provocan



incomodidad, por lo que existe una tendencia a completar con la imaginación aquello que falta” (Leone, 2011, pág. 5). Esto se percibe en los diseños de los personajes de las cartas señaladas anteriormente donde, en un ejercicio cerebro-visual, se completan las figuras.

Los elementos dados refieren a los personajes que no estarán completos gráficamente, pero serán legibles en tanto se les adjudica una relación a sus partes para completar el todo de la imagen que representan.

Exploración de la forma

Las herramientas utilizadas para exploración de la forma fueron esprintar, sácalo afuera y reconstruir mencionadas por Ellen Lupton. Se consideró que estas fueron las más adecuadas para desarrollar el producto, ponerlo a prueba, efectuar un prototipado y determinar la disposición óptima de sus elementos de acuerdo a su funcionalidad.

Esprintar



Gráfico 15: Proceso Esprintar
Autora: Sara Carrión

Esta herramienta busca organizar los procesos creativos para optimizar el tiempo y volverlo más funcional. En palabras de Lupton “esprintar sirve para trazar rumbos visuales en cortos períodos de tiempo”.

Se siguieron los cuatro pasos propuestos por la autora: fijar



parámetros, calentamiento, tirarse a la piscina y tiempo de decisión. De esta manera, se fijaron las reglas de juego mediante la comparación con otros juegos de cartas preexistentes, buscando los más divertidos e interesantes. Posterior a ello se realizó una serie de ensayos de prueba-error con compañeros, amigos y familiares que pertenecen al rango de edad del público objetivo para definir las reglas del juego más apropiadas y descartar aquellas que no sean funcionales con el propósito del mismo. Finalmente, se desarrolló el primer prototipado para “ordenar, comparar y descartar las opciones viéndolas todas a la vez” (Lupton, Graphic design thinking, 2012, pág. 115).

Sácalo fuera

Busca “quitar telarañas” para poner a prueba el producto en un entorno físico y estudiar de esa manera las posibles fallas y maneras de mejorarlo. Los pasos de esta herramienta se figuraron en cuanto a su textura y a los catalizadores meteorológicos.

Para determinar el primer paso se hizo el prototipado en papel bond y se vio que no era funcional porque era delgado y no es manejable para fines prácticos durante el juego.

Posterior a ello, se efectuó la experimentación del material en el ambiente de acuerdo a su funcionalidad, se sometió a líquidos y se vio que no resistiría el sudor ni un clima húmedo, por lo que se optó por elaborar las cartas en papel couché laminado por su carácter semi impermeable (Lupton, Graphic design thinking, 2012, pág. 145).



Reconstrucción



Gráfico 16: Proceso reconstrucción
Autora: Sara Carrión

Busca “crear un lenguaje visual propio” para canalizar el poder expresivo de los elementos a utilizarse. En cuanto a esta herramienta, se aplicaron los pasos señalados por Lupton: reunir materia prima, analizar las fuentes, observar, elaborar un diccionario de elementos y crear imágenes propias. Para la visualización de los elementos se trabajó con objetos reales y modelos para observar previamente como quedarían en cuanto a su disposición en la composición, su ubicación dentro de la ilustración y en la construcción del personaje mismo.

Se definió un diccionario de elementos al confirmar que las formas y trazos utilizados corresponden a una misma base kinésica en lo que respecta a las posiciones de las manos de todos los personajes. Desde luego se expresaron las variaciones de acuerdo con la simbología que busca transmitirse, pero manteniendo un lenguaje visual común que configura la homogeneidad en el juego, lo que le da originalidad al producto visual (Lupton, Graphic design thinking, 2012, pág. 160).

Desarrollo del prototipo



La ludomática es importante por cuanto ayuda en el proceso de interiorización del conocimiento desde actividades cotidianas. En palabras de Gloria Gómez, la “ludomática tiene como uno de sus objetivos desarrollar las capacidades metafóricas de los usuarios, posibilitar la apropiación de reglas y herramientas para intervenir en micromundos” y busca “la creación de un ambiente educativo de interacción con características lúdicas, creativas y colaborativas, con reglas, lenguajes, propuestas pedagógicas y gráficas en un intento por construir un ambiente educativo activo” (Gómez Escobar, 1999, págs. 10-11).

En este contexto, se adjudica al presente proyecto el carácter lúdico que requiere para reproducir la dinámica de aprendizaje en un entorno recreativo mediante el juego de cartas, mismo que “nos estimula a pensar y a razonar estrategias y por otro lado, nos invita a estar en compañía de gente y a mejorar nuestros lazos sociales” (Canal Sénior, 2022), lo que ayuda a mejorar las capacidades cognitivas. Debido a esto se ha seleccionado este tipo de actividad para llevar a cabo el objetivo de enseñanza en finanzas personales.

Naming

Este juego tiene como nombre Periplo, aludiendo a la meta final que debe adquirirse para ganar el mismo. Periplo significa viaje y esta meta corresponde al objetivo de ahorro más optado por los jóvenes adultos entrevistados para el presente proyecto.

Dinámica del juego

El juego tiene en total 64 cartas y se juega con un máximo de 5 jugadores y un mínimo de dos. Se reparten 10 cartas a cada uno y comienza la persona de la derecha del repartidor. Al inicio del turno cada jugador procede a separar dos cartas para ponerlas en ahorros. Esto es opcional, pero recomendable debido a que es un requerimiento tener ahorros para comprar metas. Lo primero que hace el jugador es identificar las deudas que tiene en su mano e intentar deshacerse de cuantas le sea posible en cada turno. Las



deudas se presentan en las cartas de calamidad o de mala suerte. Luego de pagar dichas deudas, y en caso de poseer alguna, el jugador puede hacer efectiva la carta de fortuna según las reglas de la misma.

A continuación, el jugador puede adquirir una meta si cumple con los requerimientos que dicha meta tenga. El objetivo es adquirir las metas en orden: a corto, mediano y largo plazo, pues no es posible adquirir una de un plazo mayor sin haber obtenido la inmediata anterior.

Quien adquiere la meta a largo plazo (el periplo) gana el juego. Las metas solo pueden comprarse antes de que el oponente tome una carta del jugador que le precede. Posterior a esto y para finalizar su turno, el jugador da a escoger una carta al siguiente usuario a su derecha sin mostrarla.

Requisitos de compra para las metas financieras

Cada meta tiene los siguientes requerimientos: el celular (corto plazo) se puede comprar con 50 dólares y el jugador debe tener cada carta de ahorro igual o superior a 30 dólares.

La laptop (mediano plazo) se puede comprar con 100 dólares y el jugador debe tener cada carta de ahorro igual o superior a 40 dólares. El periplo (largo plazo) se puede comprar con 150 dólares y el jugador debe tener cada carta de ahorro igual o superior a 50 dólares.

Para comprar la meta a largo plazo no se debe tener ninguna deuda ni en la mano ni en la tarjeta de crédito. Solo así es posible ganar el juego.





Empaque

El packaging de este juego es similar al de un mazo de cartas normal, con una diferencia en sus medidas; puesto que ya que el mazo lleva más cartas de lo habitual, un manual y estuches para las cartas de crédito; por lo que debe ser más ancho, de modo que entre todos los elementos en una sola caja y facilite la portabilidad del juego.

En el anverso se encuentra el logotipo a color y el nombre del juego, en los laterales y en la solapa superior se encuentran los iconos representativos de cada carta y en la parte del reverso se encuentra el contenido del mazo por colores y el logotipo a blanco y negro (al igual que en el reverso de todas las cartas), de modo que se genere pregnancia a partir de la repetición.

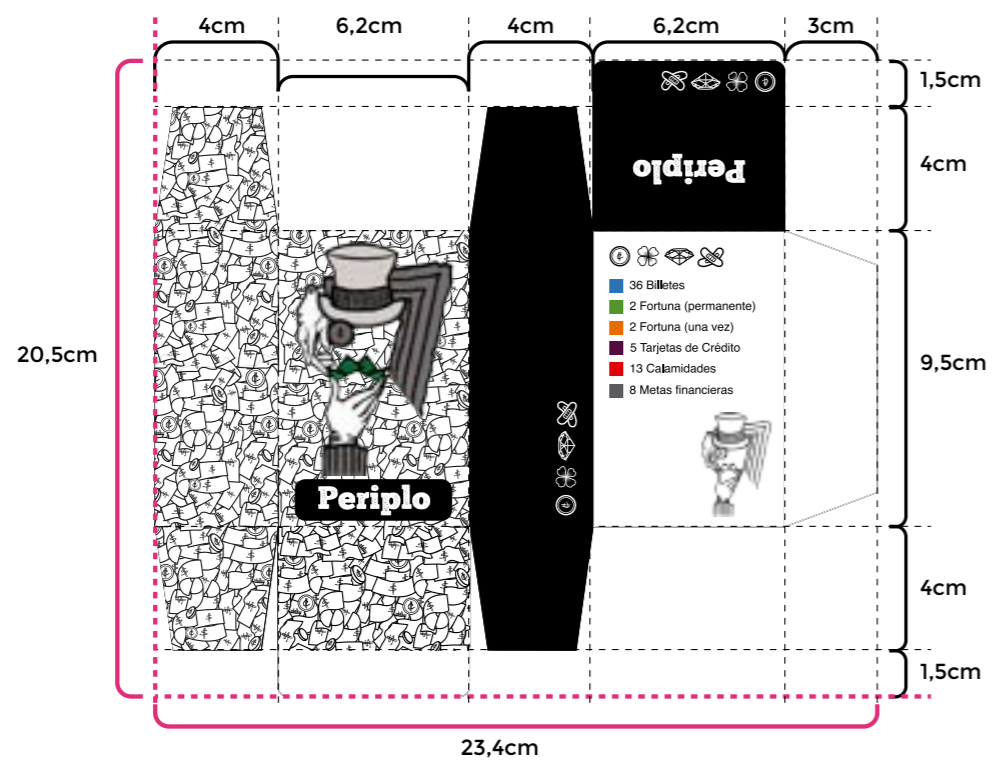


Gráfico 17: Empaque
Autora: Sara Carrión



Manual de juego

Puesto que se trata de un juego nuevo, se requiere un manual de explicación, mismo que comunica al usuario todo el contenido que debería encontrar en el empaque, como armar la mesa para las partidas; qué hacer durante cada ronda; el contenido de cada carta y su función en el juego y finalmente como hacer uso del contador de la tarjeta de crédito.

Este tiene 4 hojas de contenido con una impresión a doble cara.

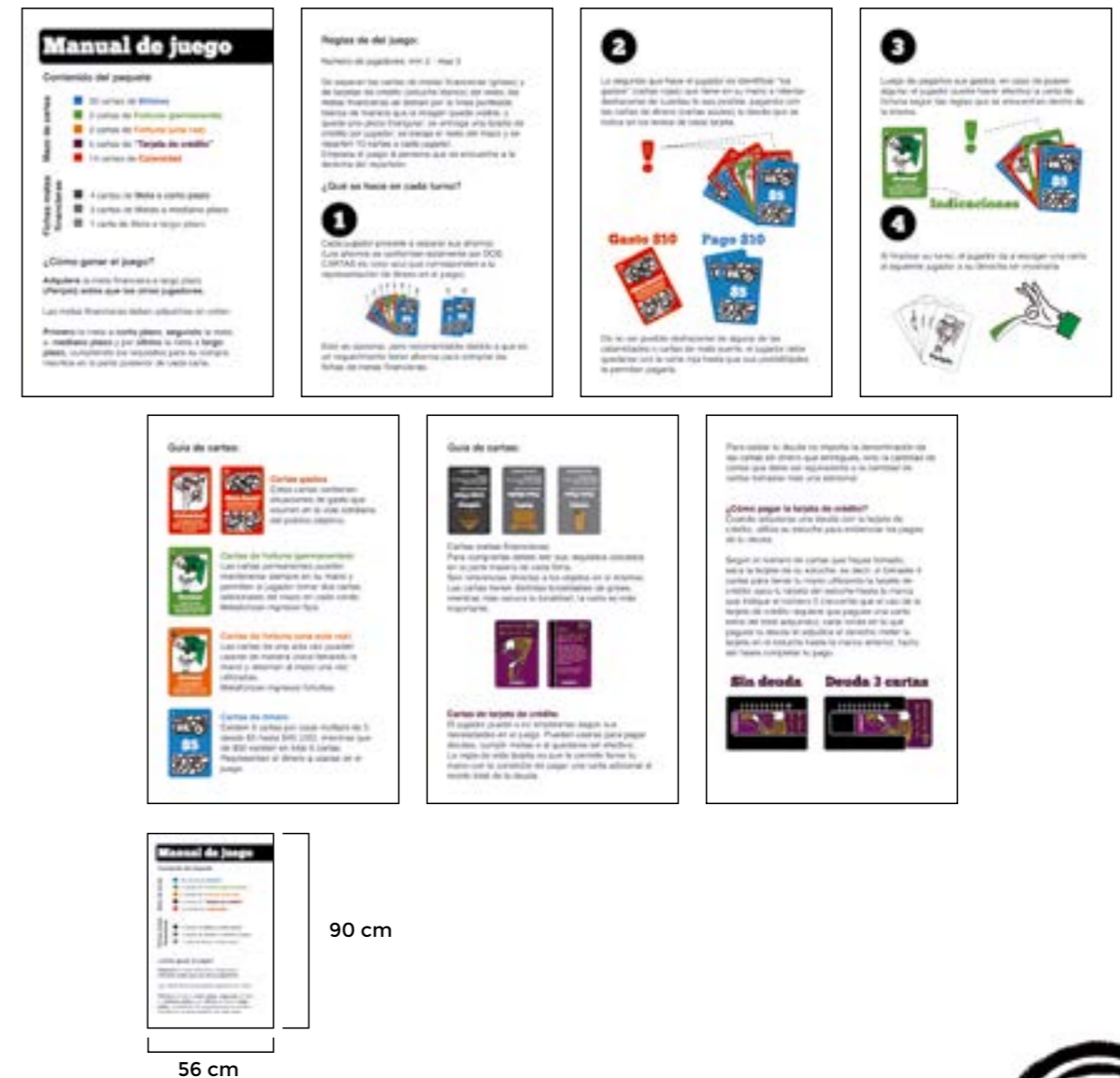


Gráfico 18: Manual páginas y medidas
Autora: Sara Carrión



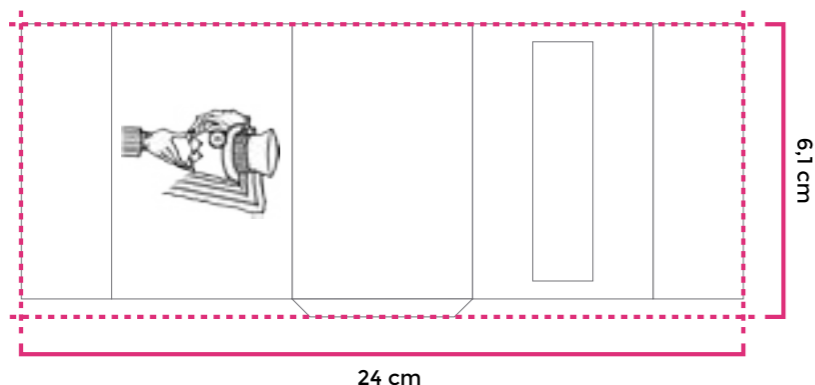


Empaque tarjeta

Ya que es necesario marcar el pago de las deudas que se adquirieron con la tarjeta de crédito, el contador de deudas que viene en forma de estuche para la tarjeta de crédito ayuda también al usuario a evidenciar tanto para él como para el resto de los jugadores su deuda y los pagos realizados.

Según el número de cartas que se haya tomado y contando con la carta extra que se debe pagar en representación del interés del préstamo de la tarjeta de crédito se procede a sacar la tarjeta de crédito del estuche hasta la marca del número equivalente a la deuda (es decir, si adquirí una deuda de 4 cartas, sacaré la tarjeta del estuche hasta la marca con el número 5) y cada que se realice un pago, se mete la tarjeta dentro del estuche hasta la marca anterior de donde se encuentre hasta completar el pago.

Anverso pieza gráfica



Reverso pieza gráfica

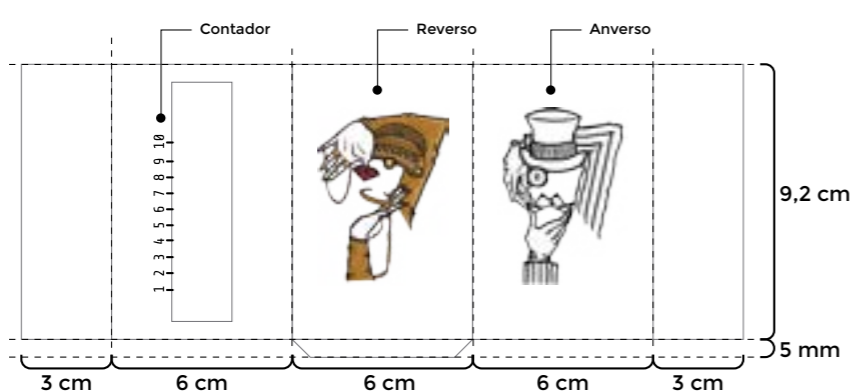


Gráfico 19: Estuche para tarjetas de crédito
Autora: Sara Carrión



Contenido del mazo

El juego está compuesto por 64 cartas en total, mismas que se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

Cartas de situación negativa (Rojas)



Gráfico 20: Cartas de gasto
Autora: Sara Carrión

Existen 14 cartas de situaciones negativas entre las cuales se encuentran: 4 cartas de calamidad, con situaciones muy graves que pueden ocurrir en la vida cotidiana y representan un fuerte golpe a la economía.

Las otras 10 cartas de situaciones negativas menos graves que afectan levemente a la economía. Estas cartas metaforizan los gastos que puede tener el público objetivo.



Cartas de fortuna (Verdes y naranjas)



Gráfico 21: Cartas fortuna
Autora: Sara Carrión

El juego tiene cuatro cartas de fortuna, de las cuales dos son permanentes (verdes) y dos son para utilizarse una sola vez (naranjas).

Las cartas permanentes pueden mantenerse siempre en el mazo y permiten al jugador tomar dos cartas adicionales en cada ronda.

Tratan sobre oportunidades que pueden darse en la cotidianidad y que permiten obtener un ingreso mensual. Metaforizan ingresos fijos.

Las cartas de una sola vez pueden usarse de manera única llenando la mano y retornan al mazo una vez utilizadas.

Representan eventos inusuales que dan buena suerte. Metaforizan ingresos fortuitos.

Tarjetas de crédito (moradas)



Gráfico 22: Tarjetas de crédito
Autora: Sara Carrión

Existe una carta de tarjeta de crédito por cada jugador. Son optativas, el usuario puede o no emplearlas según sus necesidades en el juego. Pueden usarse para pagar deudas, cumplir metas o al quedarse sin efectivo.

La regla de esta tarjeta es que te permite llenar tu mano con la condición de pagar una carta adicional al monto total de la deuda. No importa la denominación de las cartas de dinero, sino la cantidad que debe ser equivalente a la cantidad de cartas tomadas más una adicional.

Cartas de dinero (azules)

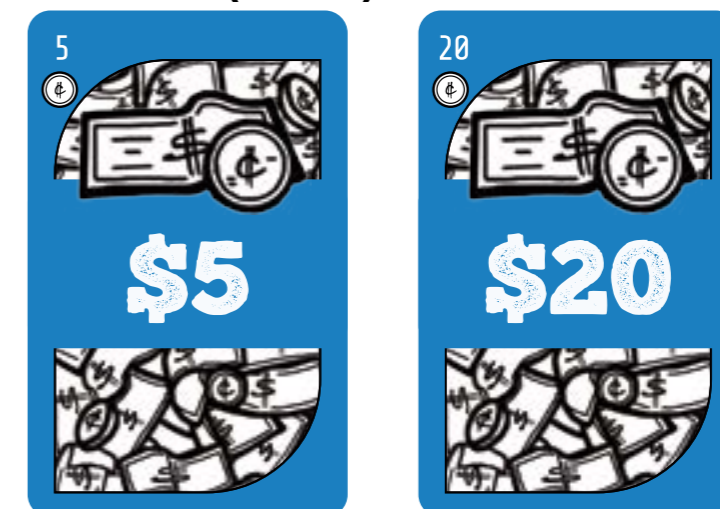


Gráfico 23: Cartas de dinero
Autora: Sara Carrión



Existen 33 cartas de efectivo, que representan el dinero a usarse en el juego. Existen 3 cartas por cada múltiplo de 5 desde \$5 hasta \$45 USD, mientras que de \$50 existen en total 6 cartas. Las cartas tienen la denominación en números grandes en el centro.

Cartas de metas financieras (grises)



Gráfico 24: Cartas de metas financieras
 Autora: Sara Carrión

Las cartas de metas financieras son en total 8: 4 a corto plazo, 3 a mediano plazo y una a largo plazo. La carta a corto plazo tiene la imagen de un de un celular, la carta a mediano plazo tiene la imagen de una laptop y la carta a largo plazo tiene la imagen de un crucero. Son referencias directas a los objetos en sí mismos. Las cartas tienen distintas tonalidades de grises, mientras más oscura la tonalidad, la carta es más importante.



Logo y personajes



Gráfico 25: Personajes
 Autora: Sara Carrión

Hombre adinerado

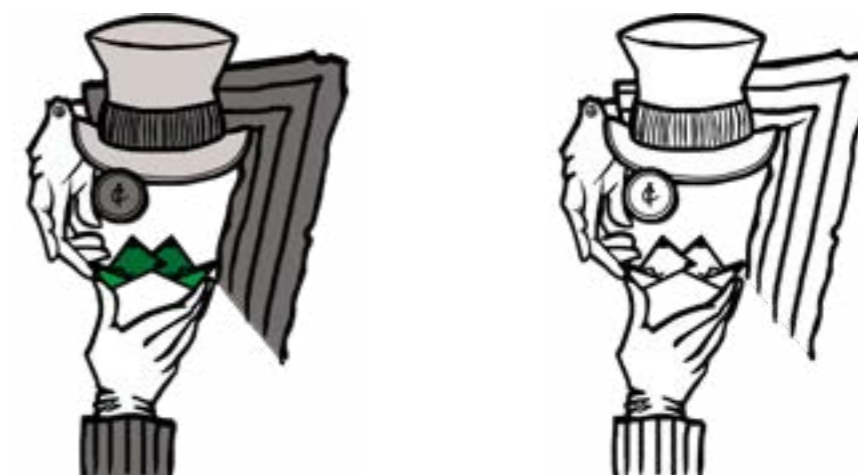


Gráfico 26: Logo
 Autora: Sara Carrión

Gráfico 27: Logo B/N
 Autora: Sara Carrión

El logo del juego presenta la imagen del gentleman inglés, un estereotipo famoso entre el siglo XIX y XX con características de un hombre de buenos modales, educación refinada y vestir formal. El éxito económico y social son cualidades que distinguen a este personaje, por lo que se presenta como un logro conseguir estas características, la mayoría de estas positivas.



De manera análoga al personaje del juego monopolio, un sujeto adinerado de inicios de los años XX, se ha escogido a este personaje como logo del presente proyecto por representar realización, prosperidad, logro y éxito en los ámbitos que la época moderna requiere.

Duende



Gráfico 28: Duende fortuna
Autora: Sara Carrión

Criatura mitológica de forma humanoide, pequeña, perteneciente al folclore de muchas culturas. Uno de los más famosos es el Leprechaun, de origen irlandés. Asociado a las festividades de San Patricio y con ropajes verdes propios de la cultura de este país.

El duende es un personaje que representa a la prosperidad y abundancia. Se dice que los duendes atraen buena suerte y fortuna. Si alguien regala un duende, significa que desea prosperidad a la otra persona. Este personaje refiere, por esta razón, precisamente en el juego a la buena fortuna, la suerte y la abundancia económica.



Persona herida

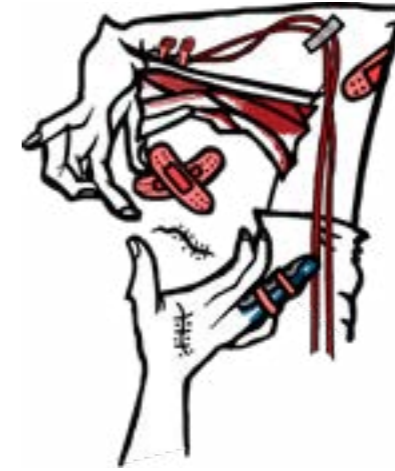


Gráfico 29: Persona herida
Autora: Sara Carrión

Personaje con vendajes que refiere a alguien que ha sufrido algún percance físico. Los curitas, parches y coseduras en diversas partes de su cuerpo reflejan el daño recibido, del cual, dependiendo de la gravedad, se puede tardar mucho o poco tiempo en recuperarse. Metaforiza accidentes, infortunios y mala suerte en cuanto a la economía.

Golden siren



Gráfico 30: Golden siren
Autora: Sara Carrión



La sirena es una criatura mitológica del folclore que aparece en leyendas e historias que datan de la antigüedad, donde se la presentaba como un ser híbrido entre humanos y aves. No fue sino hasta la edad media que se la presenta con una figura pisciforme. En relatos contemporáneos aparece asociada a la riqueza que se perseguía durante las épocas de colonización y conquista, como una mujer rodeada casi por completo de joyas y oro.

Su canto, en todas estas representaciones, es cautivador, abrumador y hace perder la razón a quien lo escucha, atrayendo consecuencias que pueden resultar fatales. En este contexto, se utiliza en el juego su representación más contemporánea por ir asociada a la ilusión de la riqueza, y la pérdida de esta. Aparece en las cartas de tarjeta de crédito, haciendo alusión a la idea errada que suele adoptarse en torno a ésta, donde se la mira como un ingreso cuando es en realidad un gasto que muchas veces termina confundiendo a la gente (como el canto de las sirenas) y dejándola estancada con deudas y graves problemas financieros, tal como dicen los especialistas en educación financiera.

Paleta Cromática

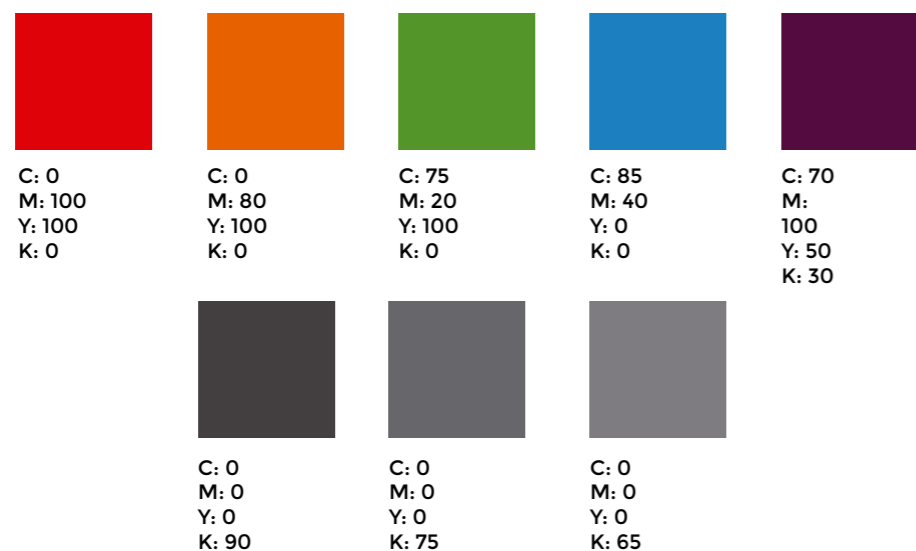


Gráfico 31: Paleta cromática
Autora: Sara Carrión



Utilizar una cromática adecuada es fundamental en el diseño a seleccionar. Lupton refiere en su obra “el diseño como storytelling” que “la paleta cromática tiene que funcionar como un todo, pero puede ir cambiando y evolucionando para expresar cambios dramáticos” (Lupton, 2019, pág. 109). Esta apreciación demuestra la importancia de utilizar los colores adecuados para transmitir un mensaje ya que “además de transmitir significados culturalmente específicos, el color puede suscitar respuestas que parecen estar inscritas en la psique humana” (Lupton, 2019, pág. 104).

El producto del presente proyecto se realizó con el uso de colores primarios y secundarios. Se emplearon colores planos brillantes, en donde cada grupo de cartas se diferencia por el uso de colores acordes a la intencionalidad.

Rojo



Gráfico 32: Rojo
Autora: Sara Carrión

Las cartas rojas utilizadas se manejan en el contexto de peligro que, tal como señala Eva Heller en psicología del color, puede referir que “algo no marcha bien”, cuando se lo asocia incluso con la sangre, las heridas y el daño ocasionado (Heller, 2004, pág. 66).

Esta cromática llamativa se aplica como indicativo de advertencia por el daño al que hace referencia para el jugador en las cartas que tienen este color como “Calamidad” y “Mala suerte”.





Verde



Gráfico 33: Verde
Autora: Sara Carrión

Las cartas verdes están asociadas a la buena suerte precisamente por lo que representan: esperanza, primavera (fertilidad) y confianza. Es también el color que caracteriza a la fiesta de San Patricio y a Irlanda, razón por la cual existe una conexión directa con los duendes y, por ende, con las cartas que representan la buena fortuna (Heller, 2004, pág. 120).

Naranja



Gráfico 34: Naranja
Autora: Sara Carrión

El naranja, si bien es un color exótico, lleva consigo la representación de lo llamativo, lo gustoso y lo aromático. Este color relacionado con la sociabilidad y la diversión tiene cualidades positivas que se han atribuido a las cartas de fortuna y buena suerte.

Son sus elementos llamativos y poco convencionales lo que lo vuelven atractivo para aparecer en este tipo de carta (Heller, 2004, pág. 183).



Azul



Gráfico 35: Azul
Autora: Sara Carrión

El color azul, además de ser el preferido por la mayoría de las personas (46% de los hombres y 44% de las mujeres), representa la creatividad, la ilusión, el anhelo y la fantasía. Asociado con la paz, este color se ha seleccionado para las cartas de dinero dentro del juego por su representación de algo deseado, como resultan los recursos económicos. Su tono atractivo configura la noción del dinero para los usuarios.

Violeta



Gráfico 36: Morado
Autora: Sara Carrión

El color morado, por representar el poder y la sobriedad, ha sido seleccionado para la tarjeta de crédito como elemento adquisitivo, combinado con el dorado que refleja el lujo, la fama y la felicidad (además ser el color de la élite), por la posibilidad que ofrece este elemento dentro de las finanzas personales (Heller, 2004, pág. 106; 121)

Gris



Gráfico 37: Gris
Autora: Sara Carrión

El color gris en las cartas de las metas financieras aparece por su representación de lo complejo, difícil y hasta cruel. La dificultad y disciplina que requieren concretar las metas personales de los sujetos no es algo atractivo sino difícil, visto incluso muchas veces visto como anticuado y sombrío (Heller, 2004, pág. 267). Esta asociación del color refleja la dificultad de cada meta que aumenta su opacidad a medida que la meta es más difícil.

Retícula

Timothy Samara define la retícula como “una forma de presentar juntas todas las piezas” del diseño con el fin de comunicar. Dichas piezas son “imágenes, símbolos, campos de texto, titulares, tablas de datos, etc.” La importancia de esta radica en su utilidad, pues “una retícula está indicada para ayudar a resolver problemas de comunicación que presentan un alto grado de complejidad” (Samara, Diseñar con y sin retícula, 2004, pág. 20). Es pues, necesaria para organizar la información a presentar en un diseño con la finalidad que comunique de manera eficaz el mensaje que desea transmitir.

Otro aspecto importante es la estructura de la misma “consiste en un conjunto determinado de relaciones basadas en la alineación, que actúan como guías para la distribución de los elementos en todo el formato” (Samara, Diseñar con y sin retícula, 2004, pág. 27). La retícula brinda orden a los elementos dentro del espacio visual y otorga jerarquía a los



mismos (Samara, Diseñar con y sin retícula, 2004, pág. 28). La retícula tiene la finalidad de generar un “orden visual” en donde se puede aplicar la ley de tercios, la cual es una guía de composición que coloca los elementos importantes en el tercio izquierdo o derecho de una imagen, brindando jerarquía a los elementos. Dicha ley guarda estrecha relación con la proporción áurea que busca generar una relación de equilibrio, armonía y simetría que se manifiesta en elementos que se pueden hallar en la naturaleza como las plantas, las conchas, el viento y las estrellas, entre otros y que reflejan la belleza que se puede construir al momento de organizar los elementos de un diseño (Samara, Diseñar con y sin retícula, 2004, pág. 43).

El producto del presente proyecto trabaja con retículas generadas a partir de la ley de tercios en todas las cartas, con el propósito de aprovechar del mejor modo el espacio disponible en las mismas. Todas las cartas tienen un margen de 0.5mm en todos los lados. Para colocar los elementos se procura dar jerarquía a las ilustraciones y a los títulos: “Calamidad”, “Fortuna”, etc. Este aprovechamiento del espacio también se realiza en la esquina superior izquierda donde se presenta un ícono representativo de naturaleza de cada carta, facilitando la lectura rápida de las mismas dentro de la mano y de ese modo agilizar la dinámica del juego en cada partida.

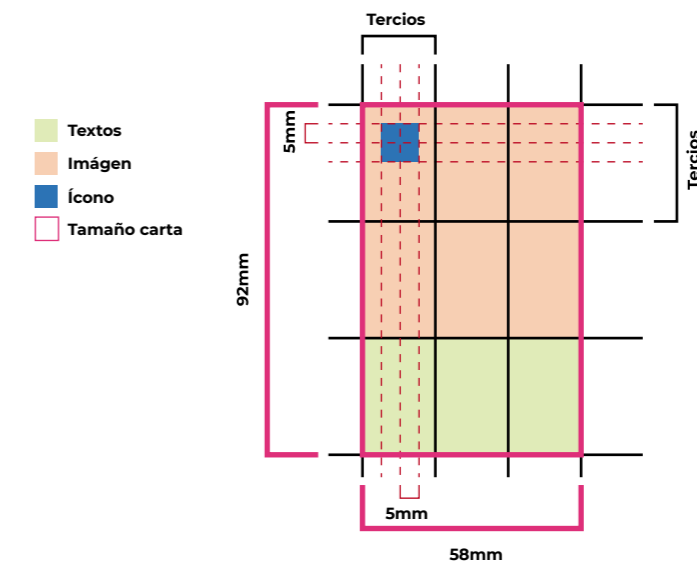


Gráfico 38: Cuadrícula y organización
Autora: Sara Carrión





Tipografía

La tipografía está definida como “el arte de colocar letras» para lograr que el texto se acomode estéticamente de acuerdo con la composición y el propósito del material”.

Su importancia radica en que “es un canal de expresión para aumentar la eficacia de un mensaje, por eso es crucial conocer los tipos de letras que existen y sus usos principales” (Samara, 2007, pág. 57).

Existen 4 tipos de tipografías comunes: serif, sans serif, itálica y display, de las cuales se da más importancia en el presente trabajo a las letras sans serif en vista de que “no cuentan con adornos o patines en sus terminaciones; sus orillas son lisas y planas. Se consideran una tipografía simplificada y de fácil lectura. Brindan una sensación de modernidad, neutralidad y seguridad” (Samara, 2007, pág. 23). Debido a estas facilidades que brindan, resultan las más adecuadas para trabajar en elementos de carácter lúdico como los del presente proyecto.

Se utilizan dos tipografías, tanto para la tarjeta de crédito como para el resto de las cartas. Todas se manejan en color blanco para crear contraste con los colores de fondo. Para la realización de la de las cartas normales se utiliza la tipografía ChunkFive Print en los encabezados. Tiene 20,5 pts y se la utiliza en virtud de buscar la jerarquía en el texto y brindar un orden de lectura para el usuario. Se eligió esa tipografía porque es similar al estilo gráfico de los doodles, ya que tienen la cualidad de líneas orgánicas y libres que simulan el trazo de un lápiz.

Título Chunk Five 20,5 pts

Gráfico 39: Tipografía Chunk Five
Autora: Sara Carrión



Las cartas regulares presentan en sus cajas de texto la tipografía helvética, que pertenece a la familia Sans Serif, las mismas que brindan facilidad para la legibilidad y leibilidad (buscar referencia). Se las emplea con dos pesos: bold para subtítulos y regular para el resto del texto. Ambas en 10 puntos. Enric Jardí ha definido la Helvética como “uno de los tipos más populares, incluso entre quienes no conocen nada de diseño” (Jardí, 2012, pág. 31).

Subtítulos	Helvetica	bold	10 pts
Texto	Helvetica	regular	10 pts

Gráfico 40: Tipografía Helvética
Autora: Sara Carrión

Para la tarjeta de crédito del juego se buscó imitar la tipografía de una tarjeta de crédito real, por lo que se empleó Rock Salt Regular en 11 puntos para el nombre de la tarjeta. Además, para las cajas de texto donde se explica las reglas de uso y donde se coloca el código numérico se empleó la tipografía Share Tech Mono en 10 puntos para facilitar su lectura, en busca de una óptima leibilidad.

ROCK SALT	REGULAR	11PTS
Share Tec Mono	regular	10pts

Gráfico 41: Tipografías carta de crédito
Autora: Sara Carrión



Producto Final

Evaluación de la propuesta

En términos de Jenn y Ken Visocky la “experiencia del usuario” que también suele llamarse diseño de experiencia del usuario o validación, “valoran la capacidad de un producto de satisfacer las necesidades del usuario final (accesibilidad, funcionalidad, facilidad de uso), a la vez que se cumplen los objetivos del proyecto (presupuesto, tamaño, requisitos técnicos)”. Para los autores, este tipo de método de investigación “se utiliza normalmente en el diseño interactivo y de sitios web, pero muchos conceptos se pueden aplicar a cualquier producto destinado al uso humano, sea digital o no” (Visocky O´Grady & Visocky O´Grady, 2018, pág. 74), de allí su pertinencia.

La validación es un paso importante en el proyecto de diseño porque pone a prueba el producto elaborado con especialistas y usuarios que dan su criterio respecto a la eficacia del producto, sus opiniones de lo que podría mejorarse y el visto bueno en caso de resultar eficaz y funcional en su estructura, elementos y demás.

En caso del presente producto, la validación sirvió para corroborar la pertinencia de las reglas del juego, sus elementos y disposición de estos en función del concepto establecido. Para lo cual, se presentan a continuación las validaciones elaboradas a usuarios que participaron en pruebas llevadas a cabo previo a la presentación del producto final.

De acuerdo a la validación efectuada por Pablo Guzmán “está bien pensada la dinámica del juego para conseguir el objetivo planteado” y tiene una línea gráfica clara asociada al concepto del “infiltrado en tu mente y tu billetera”. Además, opina que la paleta cromática sí corresponde a cada carta y los pictogramas son claros.

Las piezas gráficas responden a las necesidades del juego y la topografía responde a los parámetros de legibilidad y leibilidad establecidos, además que se corresponde con la línea gráfica de las ilustraciones y sus elementos presentan



el tamaño adecuado.

A esto añade la importancia de que los jugadores desarrollen pragnancia dentro del juego con la finalidad de que puedan comprender los íconos y demás elementos planteados a nivel visual, por lo que es importante que el usuario se familiarice con el juego. Como observación extra, el docente señaló que es preferible no utilizar marcas ajenas dentro del diseño por motivo de licencias, patentes y derechos reservados.



ráfico 43: Validación usuario
Autora: Sara Carrión

Con respecto a las validaciones efectuadas por los usuarios, tres usuarios participaron en la prueba de 21, 26 y 23 años respectivamente. La mayoría de las apreciaciones fueron positivas. En cuanto al factor de entretenimiento uno de los usuarios la calificó con 8 sobre 10 y los otros dos con 9 sobre 10. Todos aceptaron que volverían a jugar de nuevo, lo recomendarían a otras personas e incluso lo comprarían si estuviera a la venta.

Consideran que el tamaño, colores, imágenes, material y personajes son los adecuados para el juego. Además, las reglas les parecieron claras y hallaron en las mismas utilidad para poder aprender a manejar de mejor manera sus finanzas personales. La única observación que manifestaron los participantes fue que el juego fuera más dinámico, con la finalidad de que no demore tanto en su desarrollo.

A partir de las validaciones se puede observar de manera general que el juego cumple su propósito y ha recibido aceptación de parte de especialistas, docentes y usuarios,



por lo que lo consideran entretenido y útil para llevar a cabo su propósito de aportar en mejorar el manejo de las finanzas personales. Además, existe un consenso sobre la pertinencia de los elementos de diseño utilizados en las piezas gráficas considerando elementos como la cromática, imágenes, retícula, íconos y demás.

El material del juego y su puesta en práctica van acordes con el uso del manual de instrucciones, tiene instrucciones claras y comprensibles para los usuarios. Por lo cual, se puede mencionar que el producto tiene amplia aceptación y una puntuación adecuada.

Detalles técnicos y de producción

Una vez explicadas las características del juego, sus reglas, concepto gráfico y demás, se procede a detallar en el presente apartado los detalles técnicos de cada elemento que conforma el producto final.



Gráfico 44: Cartas producto final
Autora: Sara Carrión





Cartas

Material: couché de 300g
Acabado: laminado brillante
Medidas: 58x92mm



Gráfico 45: Cartas de tarjetas de crédito
Autora: Sara Carrión

Tarjetas de crédito

Material: PBC
Acabado: laminado mate
Medidas: 85x55mm



Gráfico 46: Cartas de tarjetas de crédito
Autora: Sara Carrión



Tarjetas de metas financieras

Material: couché de 300g con grafado en la mitad para poder doblarlas y que queden como fichas
Acabado: laminado brillante
Medidas: 58x92mm



Gráfico 47: Caja
Autora: Sara Carrión

Caja de naipes

Material: cartón plegable de 0,16mm de grosor
Acabado: laminado mate
Medidas: 23.40mm de ancho x 20.60mm de alto



Gráfico 48: Manual de juego
Autora: Sara Carrión





Manual de juego

Material: Couche de 150g
Acabado: brillante
Medidas: 90mm x 56mm



Gráfico 49: Manual de juego
Autora: Sara Carrión



Estuche de tarjetas de crédito

Material: Couche de 150g
Acabado: laminado mate y grafado para dobleces
Medidas: 61mm x 240mm



Gráfico 50: Estuche de tarjetas de crédito
Autora: Sara Carrión

Costos y presupuestos

Es importante reconocer el presupuesto y los costos del producto puesto que de este modo se sabra su viabilidad, mediante un análisis de los costos de materiales, procesos, acabados, etc. Y el costo del diseño como tal. Para este proyecto se tomará como referencia una producción de 500 unidades.

COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Cantidad	Descripción	P.Unitario	Valor total
500	Naipes de 62 piezas más caja incluida	\$8	\$4.000
500	Paquete de 5 cartas de tarjetas de crédito impresas en PVC con laminado mate	\$18	\$9.000
500	Paquete de 5 estuches para tarjeta de crédito en couche de 150g con laminado mate	\$7	\$3.500
		Total	\$16.500
		Valor por unidad	\$33

Tabla 1: Costos de producción (500 unidades)
 Autora: Sara Carrión

Para la obtención del presupuesto total se debe tomar en cuenta los costos de diseño, partiendo desde el calculo del precio por hora del proceso creativo y el operativo, estos están directamente relacionados con el valor de los gastos propios del diseñador, como se puede obserbar en la tabla 2 el valor por hora obtenido es de \$3,58 por hora en ambos ambitos.

Cáculo valor de los gastos personales

Rubro	Frecuencia	Valor aprox.	Valor por año
Alimentación	Diaria	365	\$ 10,00 \$ 3.650,00
Salud	Mensual	12	\$ 10,00 \$ 120,00
Vivienda	Mensual	12	\$ 50,00 \$ 600,00
Vestimenta	Trimestral	4	\$ 100,00 \$ 400,00
Transporte	Diario	365	\$ 2,00 \$ 730,00
Entretenimiento	Semanal	52	\$ 20,00 \$ 1.040,00
TOTAL			\$ 6.540,00
Ahorro		5%	\$ 327,00
Gastos anuales			\$ 6.867,00
Gasto mensual			\$ 572,25
Valor hora trabajo creativo			\$ 3,58
Valor hora trabajo operativ			\$ 3,58

Tabla 2: Valor de gastos personales y precio por hora
 Autora: Sara Carrión

RESUMEN	
1 Honorarios profesionales	\$ 2.217,47
3 Transporte	\$ 64,00
4 Producción, modelos, prototipos	\$ 48,50
5 Equipos de oficina	\$ 205,03
6 Materiales e insumos de oficina	\$ 1,94
9 Servicios básicos	\$ 68,89
SUB TOTAL PRESUPUESTO	\$ 2.605,82
Experiencia del diseñador	0% - 50% 0% \$ -
Impacto del proyecto (Bajo - Medio - Alto)	0% - 100% 0% \$ -
Imprevistos	10% 260,58
TOTAL PRESUPUESTO	\$ 2.866,40

Tabla 3: Costos totales del presupuesto
 Autora: Sara Carrión

Se toma en cuenta otros gastos realizados durante el proceso de realización del producto como los equipos e implementos usados, el precio de los prototipados para validaciones, trasporte,etc.

El precio total del proyecto (500 unidades) incluido el valor por el diseño es de \$19.366,40 mientras que el valor final por unidad incluyendo el precio de diseño sería de \$38,73 dólares americanos, lo que evidencia que si se encuentra dentro del rango de precios de productos similares dentro del mercado ya que estos están sobre los \$40.



Conclusiones

Se cumple el objetivo principal, en tanto este producto promueve los conocimientos y buenas prácticas financieras mediante las piezas gráficas de carácter lúdico que configuran el mazo de cartas. Elementos de la educación financiera como la planificación y buena administración del dinero se ejercitan mientras se utiliza el presente producto.

Mediante encuestas y entrevistas se evidenció que el público objetivo, es decir, los jóvenes adultos a pesar de tener nociones de educación financiera no presentan buenos hábitos de planificación, ahorro o administración; mas desean tener un mayor conocimiento para administrar de mejor modo sus ingresos y lograr su autonomía económica.

La población de adultos jóvenes se vio conectada con este tipo de actividades por las situaciones reales que presenta, a esto se suma una línea grafica que responde a un concepto poco trabajado en el país y que tiene una apertura a la imaginación y creatividad lo suficientemente amplio para generar entretenimiento y reflejar una imagen alejada de los convencionalismos corporativos.

Las validaciones con los expertos en diseño revelaron que las posibilidades que ofrecen líneas gráficas contemporáneas como los doodles, abren las oportunidades a utilizar la creatividad y tienen amplia aceptación con el público objetivo: joven adulto. Y que se empleó el color y las tipografías de manera adecuada.

Las validaciones realizadas con el público objetivo demostraron que el juego presenta una dinámica entretenida para el aprendizaje de manejo de finanzas. La línea gráfica presentada tuvo buena acogida por los jóvenes.



Recomendaciones

- Es necesario generar herramientas que colaboren de manera eficaz en la enseñanza de los adultos jóvenes para el manejo de sus finanzas personales. Se recomienda dar más apertura a la realización de este tipo de proyectos orientados desde el diseño gráfico. Las iniciativas originales y estilos contemporáneos dan apertura a mayor uso de la imaginación, por lo que resultan llamativos para el público objetivo.
- Se ha observado la necesidad de realizar productos que se encuentren más apegados a la realidad de los usuarios, aún más para un público objetivo con características socioculturales tan particulares como las existentes en Ecuador y demás países de la región, para lo cual queda abierta la puerta para realizar investigaciones más detalladas con adultos jóvenes donde se pueda conocer sus vivencias en la cotidianidad y experiencias que les ha dejado el buen o mal manejo de sus finanzas.
- Escuchar las dudas y requerimientos de este sector de la población es fundamental no solo para satisfacer sus necesidades sino también para promover el crecimiento económico del país a partir de los aportes que puede brindar el diseño gráfico.
- Se considera importante el realizar productos lúdicos con reglas claras y concisas con la finalidad de que generen gran acogida por el público y se recomiende su uso. En una época donde existe una cultura de lo "viral" es necesario crear productos llamativos, simples, con un mensaje claro, pero también innovadores y que puedan utilizar los elementos que brinda el diseño desde la creatividad y estilos que salgan de las normas corporativas para reivindicar las posibilidades de creación y promover la participación de las nuevas generaciones.

Bibliografía

- Alfaro, Y. (7 de Octubre de 2022). Bloomberg. Obtenido de 3 cosas que la Generación Z busca de los servicios financieros: <https://www.bloomberglinea.com/2022/10/07/3-cosas-que-la-generacion-z-busca-de-los-servicios-financieros/>
- Asociación de Bancos del Ecuador, A. (18 de Octubre de 2022). Asobanca. Obtenido de Educación financiera para jóvenes: El gran desafío está en el seguimiento y medición de los resultados: <https://asobanca.org.ec/educacion-financiera-para-jovenes-el-gran-desafio-esta-en-el-seguimiento-y-medicion-de-los-resultados/>
- Ayala, A. (1 de 10 de 2011). La importancia del concepto. Obtenido de Foro Alfa: <https://foroalfa.org/articulos/la-importancia-del-concepto>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Campos Díaz, J. (16 de Junio de 2019). La educación financiera como base de la cultura del ahorro y la previsión social. Barcelona: Universidad de Barcelona. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/144301>
- Canal Sénior. (7 de Junio de 2022). Los juegos de cartas ayudan a mejorar tu capacidad cognitiva. Obtenido de Canal Sénior: <https://canalsenior.es/noticias/los-juegos-de-cartas-ayudan-a-mejorar-tu-capacidad-cognitiva/#:~:text=Como%20podemos%20ver%2C%20jugar%20a,y%20a%20mejorar%20nuestros%20lazos%20sociales.>
- Chávez, S. (24 de Junio de 2016). De 10 sports. Obtenido de <https://www.de10.com.mx/vivir-bien/que-edad-se-independizan-los-jovenes-en-el-mundo/#:~:text=Estados%20Unidos%3A%2024%20a%3Blos%20Brasil%3A%2025%20a%3Blos%20>

Colombia,Argentina%20y%20M%C3%A9xico%3A%2028%20a%C3%B1os%20Per%C3%BA%3A%2029%20a%C3%B1os

- Erickson, E. (1950). La Teoría del desarrollo psicosocial. Barcelona: Paidós.
- Frascara, J. (2000). Diseñom gráfico y comunicación. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Gómez Escobar, G. (1999). Ludomática: Diseño gráfico para ambientes educativos lúdicos, creativos, colaborativos e interactivos. Bogotá: Universidad de Los Andes.
- González Brun, A. (2016).
- Heller, E. (2004). Psicología del color. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Holguín, C. (2022). La reactivación de la economía del país y las microfinanzas. Microfinanzas. Quito.
- Jardí, E. (2012). Pensar con imágenes. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Latina, B. d. (21 de Septiembre de 2013). Gobierno de México. Obtenido de ¿Qué es la Educación Financiera?: <https://www.gob.mx/bancodelbienestar/documentos/que-es-la-educacion-financiera>
- Leonard, N., & Ambrose, G. (28 de Mayo de 2013). Scribd. Obtenido de Investigación en el diseño: <https://es.scribd.com/document/377597995/Investigacion-en-El-Diseno-Neil-Leonard>
- Leone, G. (5 de 12 de 2011). Leyes de la Gestalt. Obtenido de Gestalt-blog: www.gestalt-blog.blogspot.com
- López, J. (2016). La (Des) educación Financiera en Jóvenes Universitarios Ecuatorianos: Una Aproximación Teórica. *Latindex*, 36-41.



- Lupton, E. (2012). *Graphic design thinking*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Lupton, E. (2019). *El diseño como storytelling*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Maldonado, C., Aguirre, I., & Campar, R. (2018). El nuevo sujeto social del consumo responsable. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración* (4), <https://doi.org/10.32719/25506641.2018.4.5>.
- Melania, M. (2023). Nivel de educación financiera en estudiantes de bachillerato de instituciones públicas y privadas en Ecuador: diferencias entre los sistemas . Tesla. *Revista científica*, 1-13.
- Moscovici, S. (1985). *Psicología social*. México: Paidós.
- Organización Internacional del Trabajo, O. (29 de Abril de 2022). Educación financiera. Obtenido de <http://www.ilo.org/global/lang--es/index.htm>
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador, P. (18 de Enero de 2023). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de *Identidad y Misión*: <https://www.puce.edu.ec/identidad-y-mision/>
- Quezada, P., Tinizaray, G., & Herrera, A. (2021). Educación financiera y factores determinantes: Evidencias desde Ecuador. Quito.
- Rodríguez, H. (10 de Julio de 2023). La mitad de los millennials y centennials viven al límite de su sueldo. *La Hora*, pág. 18.
- SaludVital. (1 de Noviembre de 2022). SaludVital. Obtenido de *¿Cuánto tiempo pasan los adolescentes en las redes sociales?:* <https://www.saludvital.cl/preguntas/cuanto-tiempo-pasan-los-adolescentes-en-las-redes-sociales/>
- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.



- Samara, T. (2007). *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Silva, E. (31 de Marzo de 2023). Bajos ingresos y altos costos hacen que los jóvenes ecuatorianos se independicen cada vez más tarde. *La Hora*, pág. 18.
- Visocky O ´ Grady, J., & Visocky O ´ Grady, K. (2018). *Manual de investigación para diseñadores*. Barcelona: Blume.
- Zapata, A. A., Cabrera, E., Hernández, J., & Martínez Morales, J. (2016). Educación financiera entre jóvenes universitarios: Una visión general. *La (Des) educación Financiera en Jóvenes Universitarios ecuatorianos: una aproximación teórica*. *Revista Empresarial*, 10(37), 36-41.

Anexos

Anexo 1

Encuesta

a) Presentación:

La siguiente es una encuesta destinada a realizar un “Diseño de una propuesta Gráfica que promueva la cultura financiera entre jóvenes adultos bajo relación de dependencia laboral que aspiran lograr autonomía económica” para el proyecto final de la carrera de Diseño de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Mi nombre es Sara Carrión y te agradezco por dedicarle unos minutos a responder las siguientes preguntas de la manera más honesta.

b) Datos personales:

Sexo
Edad
Estado civil
Nacionalidad
Facultad de la PUCE a la que pertenece

c) Preguntas sobre educación financiera

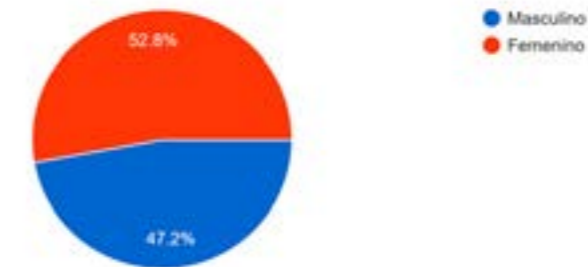
1. ¿Sabe usted lo que es la educación financiera?
2. ¿En el sistema educativo ha tenido acceso a enseñanza y contenidos relativos a la educación financiera?
3. ¿Qué entiende usted por educación financiera?
4. ¿De dónde vienen los conocimientos que orientan sus acciones financieras?
5. ¿Tiene usted alguna fuente de ingresos fija?
6. ¿Depende económicamente de sus padres?
7. ¿Qué rubros ocupan los tres primeros lugares en cuanto al manejo de su dinero?
8. ¿Considera usted que ha desarrollado hábitos de ahorro?
9. ¿Qué tiempo cree que le tomará alcanzar sus principales metas financieras?
10. ¿A que tipo de gastos destina usted su dinero en el día a día?

11. ¿Invierte o ha invertido alguna vez su dinero en educación financiera?
12. ¿Cuáles son sus principales motivos de ahorro?
13. ¿Qué creencias sobre el dinero tiene usted?
14. ¿Qué creencias sobre el dinero son las mas escuchadas en sus círculos sociales?
15. ¿Es acreedor de algún producto financiero?
16. Cuando desea adquirir algún bien que tiene un costo superior al que le permiten gastar sus ingresos, ¿cómo logra realizar la adquisición?
17. ¿Le entusiasma la idea de recibir educación financiera?

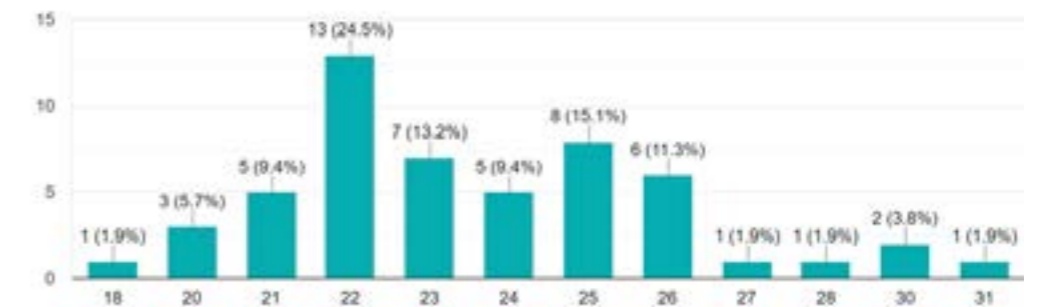
Anexo 2

Tablas de resultados

Sexo
53 responses

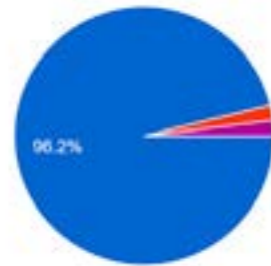


Edad
53 responses





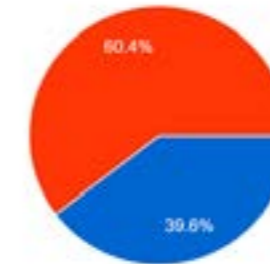
Estado civil
53 responses



- Soltero
- Casado
- Divorciado
- Viudo
- Unión libre

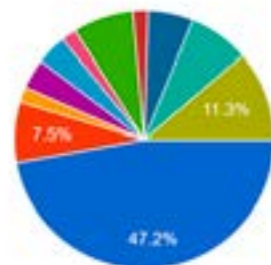


¿En el sistema educativo ha tenido acceso a enseñanza y contenidos relativos a la educación financiera?
53 responses



- Si
- No

Facultad a la que pertenece
53 responses

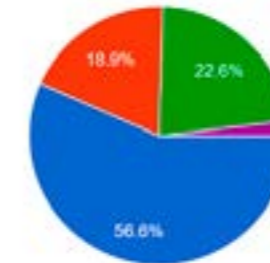


- Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes
- Facultad de Ciencias Administrativas...
- Facultad de Ciencias de la Educación
- Facultad de Ciencias Exactas y Natur...
- Facultad de Ciencias Filosófico-Teoló...
- Facultad de Ciencias Humanas
- Facultad de Enfermería
- Facultad de Comunicación Lingüística...

▲ 1/2 ▼

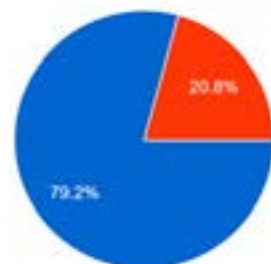


¿De donde vienen los conocimientos que orientan sus acciones financieras?
53 responses



- Familia
- Instituciones educativas
- Bancos
- Internet / Redes sociales
- Trabajo

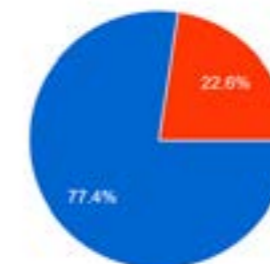
¿Sabe usted lo que es la educación financiera?
53 responses



- Si
- No



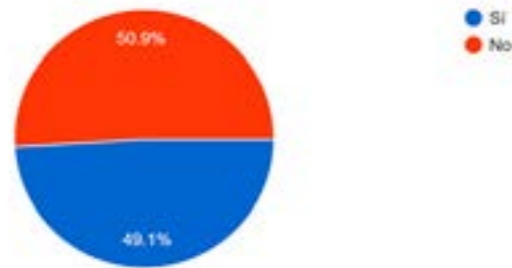
¿Depende económicamente de sus padres?
53 responses



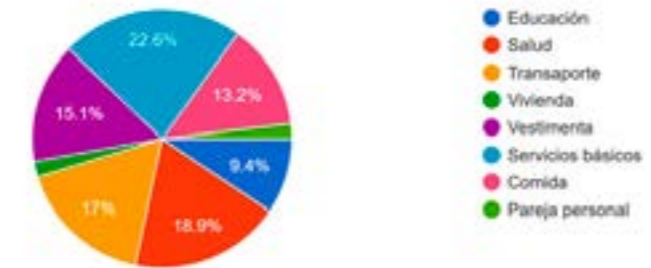
- Si
- No



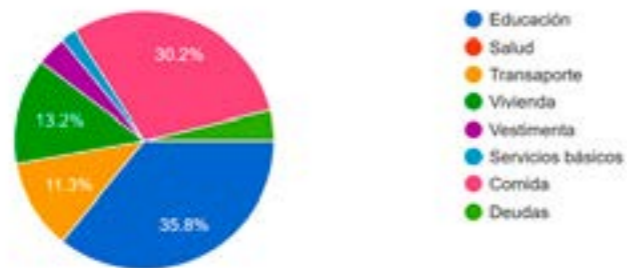
¿Tiene usted alguna fuente de ingresos fija?
53 responses



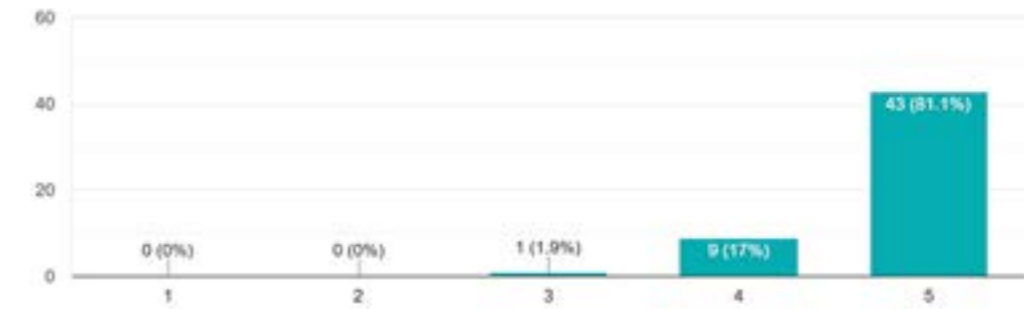
¿Cuál de las siguientes ocupa el TERCER LUGAR en cuanto al manejo de su dinero?
53 responses



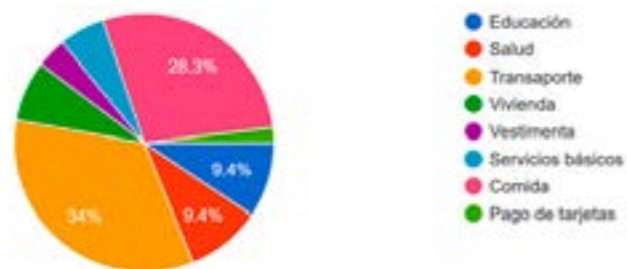
¿Cuál de las siguientes ocupa el PRIMER LUGAR en cuanto al manejo de su dinero? (Es decir, aquel rubro en el que gasta más)
53 responses



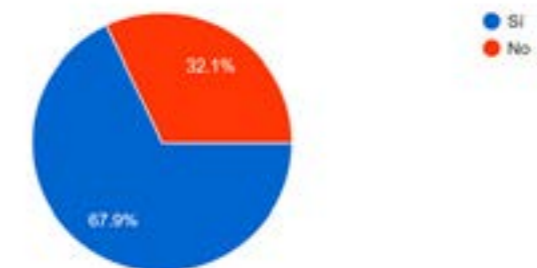
¿En escala del 1 al 5 que tan importante considera el ahorro?
53 responses



¿Cuál de las siguientes ocupa el SEGUNDO LUGAR en cuanto al manejo de su dinero?
53 responses

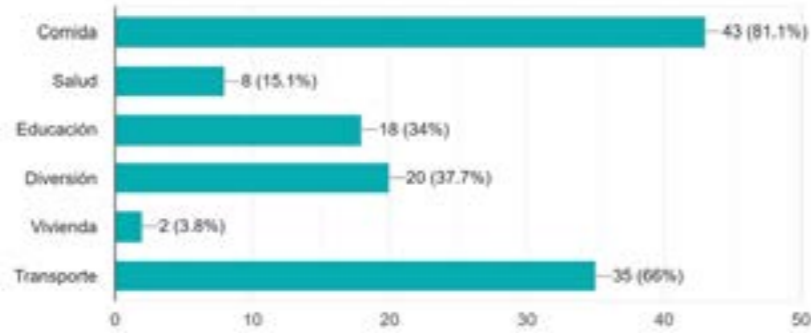


¿Considera usted que ha desarrollado hábitos de ahorro?
53 responses



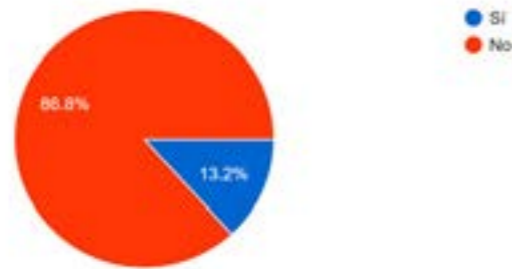
¿A que tipo de gastos destina usted su dinero en el día a día?

53 responses



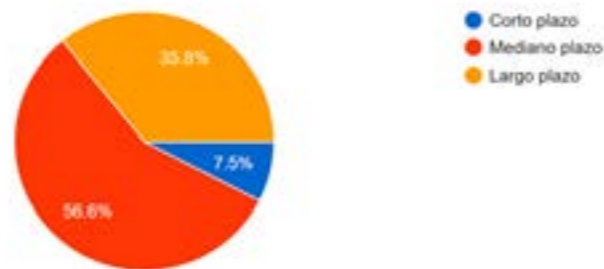
¿Invierte o ha invertido alguna vez su dinero en educación financiera?

53 responses



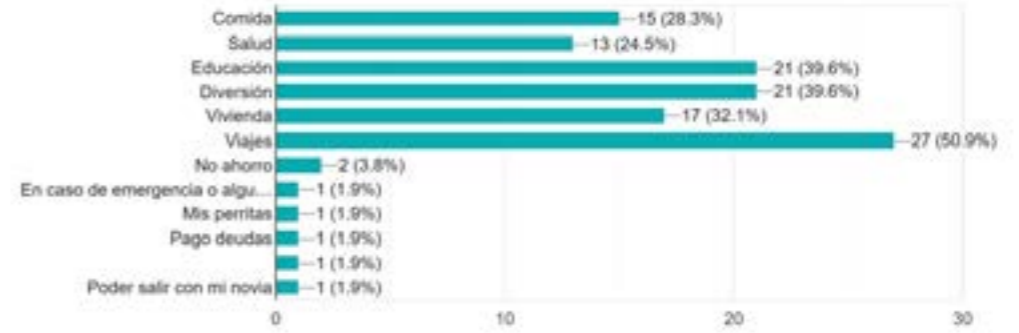
¿Qué tiempo cree que le tomará alcanzar sus principales metas financieras?

53 responses



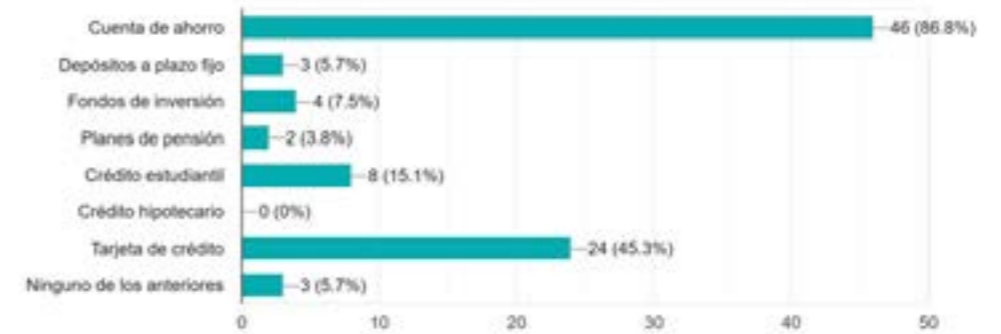
¿Cuáles son sus principales motivos de ahorro?

53 responses



¿Es acreedor de alguno de los siguientes productos financieros?

53 responses

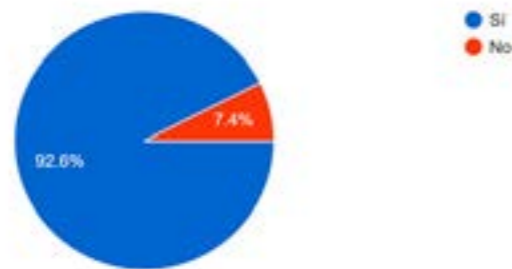


Cuando desea adquirir algún bien que tiene un costo superior al que le permiten gastar sus ingresos, ¿cómo logra realizar la adquisición?

53 responses



¿Le entusiasma la idea de recibir educación financiera?
54 responses



Anexo 3

Entrevista

Entrevistadora: Buenas tardes, nos encontramos aquí con el profesor Galo Sánchez, coordinador de la carrera de finanzas, buenas tardes profe como está. Nos va a ayudar respondiendo ahorita algunas preguntas de las encuestas realizadas. La primera pregunta sería. ¿Se evidencia de alguna forma que existe una cultura financiera en los jóvenes en la actualidad?

Entrevistado: La verdad es que no, porque de verdad la experiencia que yo tengo. En el tema de educación financiera, lamentablemente todavía la normativa y la cantidad de personas capacitadas en el Ecuador es un porcentaje muy bajo. La Superintendencia de bancos en el año 2013 sacó una normativa en la cual obligó a las instituciones financieras a tener un programa de educación financiera por cada institución. Atado a eso yo he venido capacitando con los bancos al menos a más de 45000 personas. Te puedo confirmar que en ese gran número de capacitados la mayoría, por no decir menos del 80% del de la población joven capacitada, estando en la universidad, su primera charla en la educación financiera fue justamente en esa situación en universidad y por un tema muy aislado. No existe un instituto de Educación Superior que dentro de sus mallas curriculares tenga algún complemento que trabaje con finanzas personales.

Entrevistadora: Es verdad. Bueno, acerca de del estudio que yo revisé para mí, varios estudiantes afirmaban que ellos consideran que el ahorro es fundamental para ellos y decían que tenían que sí tenían hábitos de ahorro, sin embargo, existen datos que se hicieron en una encuesta promovida por el programa de cultura y educación financiera que hizo una comparación entre los años del 2013 y 2020, ya en el cual dice que hay un decrecimiento de la cultura financiera, más que nada porque hay una brecha súper grande entre el porcentaje de metas financieras que tienen las personas no y los que llegan a cumplirlas.

Entonces es como que tienen metas financieras, sin embargo, no llegan a cumplirlas. Y está este tema de que los estudiantes creen que sí tienen hábitos de ahorro y les parece importante, pero está el otro dato que toca contrarrestar, bueno, como que es contrario. ¿Por qué cree usted que se da esta disparidad entre lo que creemos que sabemos y lo que realmente sabemos y cómo podría aportar esto a la cultura del endeudamiento?

Entrevistado: A ver. Yo quiero darte un dato que me que es muy familiar para mí, sobre todo en provincia. Cuando tú preguntas a las personas, en el sentido de las finanzas personales. Si ellos tienen deuda, chicos de 18 años que están comenzando en la universidad, dicen que sí y están en la universidad pública. Entonces tú dices ¿cómo es que un chico de 18 años que tentativamente no tiene formalmente como conseguir un endeudamiento antes de los 18 años alza la mano y te dice que está endeudado.

Pues las deudas se traspasan familiarmente, es decir, no necesariamente ellos son los endeudados, pero sí puede ser que la familia como tal se encuentra endeudado y él colabora en el pago de las deudas. Eh. La pandemia es un evento importante donde la gente para poder cuadrar su día a día, terminó endeudándose no para mejorar su calidad de vida, sino para poder conseguir pagar el día a día. Esa es una realidad, es una realidad que posiblemente dure 2 o 3 años, que deberíamos de estar por salir de ese tema en el contexto de las generaciones. Sin embargo, la realidad de endeudamiento y por ende, la posibilidad de ahorro, es muy baja en estas en estas poblaciones jóvenes, y más aún de



universidades estatales públicas de, digamos, de estratos sociales, de económicos bajos y medios.

Entrevistadora: Entonces, ¿los jóvenes que estamos en universidades pagadas...?

Entrevistado: Posiblemente se están financiando con tarjeta de crédito. Entonces al final del día también están endeudados. Si hay un apoyo más de la familia, pero no es que las familias ahorraron para pagar su educación, sino que pagan la educación con el ingreso mensual. Programan en el año y meten dentro de los gastos ese tema.

Entrevistadora: Entonces, también me gustaría saber cuáles son los verdaderos hábitos de ahorro y cómo se llega a desarrollar esto.

Entrevistado: Mira, ahí yo creo que un mito importante en el tema del ahorro es del para qué. Sí, más que saber qué es el ahorro del para qué. ¿Por qué el para qué? Porque estoy seguro que tú en la edad que tienes debes tener un montón de objetivos, sueños, metas, cosas que quisieras alcanzar y en muchas de ellas se compromete dinero. ¿Qué pasa si yo te diera hoy la posibilidad de decirte que el dinero no es un problema para conseguir tus sueños? Seguro que muchos de estos que estarían ahí y hay muchos que son muy superficiales, un viaje, un vehículo de alta gama que no necesitas. Y así no.

Pero el tema es que nuestra juventud en todas las generaciones en cada etapa no se ha mejorado en ese sentido al no tener educación financiera desde un inicio, no tome en cuenta la importancia de ciertos tipos de ahorro. Y sobre todo, de que esos tipos de ahorro. En algún momento pueden caducar, pueden dejar de hacerse.

¿A qué voy? El mayor enemigo del ahorro es justamente la falta de objetivos, metas y sueños. El día que tú te quedas sin objetivos, sin metas, sin sueños, lo que ganas en el mes te gastas en el mes. Porque no hay un sentido para seguir ahorrando, no hay un para qué. Mientras exista el para qué hay un objetivo claro, hay una meta clara, hay un horizonte y sabes para lo que estás haciendo. El rato que no lo hay,



no encuentras un sentido válido para ahorrar. Yendo a eso, ¿cuál debería ser el primer objetivo de ahorro? Imprevistos, emergencias. Si la pandemia no te enseñó a que tienes que ahorrar para emergencias, ¿qué te va a enseñar? Segundo, la mejor edad para comenzar la jubilación no son los 40 años, no son los 50 años, no son los 60 años.

Es desde el primer día que comenzaste a trabajar. Porque ese dinero va a ganar la mayor cantidad de intereses y se puede quintuplicar en el tiempo por el tema de los intereses, porque esos intereses a la vez se van a volver capital y también van a ganar intereses. Eso pasa en cualquier programa de ahorro de largo plazo.

Entonces, si él es tú, si el chico universitario, el chico que comienza trabajando como universitario. El chico, el joven que comienza a trabajar independiente, esté endeudado o no, entiende que algo de su presupuesto tiene que estar dedicado a su vejez, a su largo plazo. Tiene ese objetivo claro, nunca le va a caducar el sueño. Porque para llegar a jubilarse tiene que pasar un montón de años. Ya cuando estoy jubilado tengo otras metas, otras aspiraciones, tener una vida tranquila, vivir de la renta, de invitar a mis hijos, disfrutar de viajes, con mi pareja. Dependiendo de la situación que yo viva, tal vez estoy viéndolo muy de mi generación. Pero, es muy triste ver muchas personas que llegan a la edad de jubilación sin haber tenido un peso, haber habido trabajando bastante, pero no haber dedicado a algún esfuerzo algún valor, a un ahorro que no se puede ocupar por una emergencia, así como por ejemplo una entrada a un concierto, una final de fútbol. Hasta una enfermedad que en principio no sea tan grave. Si se respeta ese dinero de la jubilación, uno seguramente puede encontrar algunas cosas que en el futuro le premian a un año por el hecho de ese ahorro.

Entrevistadora: Perfecto, muchas gracias. La siguiente pregunta sería ¿qué requerimientos debemos tomar en cuenta para considerar tener una tarjeta de crédito?

Entrevistado: Que la tarjeta no es un ingreso, sino es una deuda. Y eso muchas veces no pasa. Yo normalmente en las charlas de educación financiera que doy les pongo un





contexto fácil. El día de mañana vas a tener 27 años. Te van a subir el sueldo. Digamos que está en relación de dependencia, ganas 800 dólares y te van a subir a 900. Regresas a la casa pateando el perro, porque crees que tu esfuerzo no es de un crecimiento de 800. Es de un crecimiento de 800 más. Pasar de 800 a 1600.

Pero la realidad de los salarios, que los salarios no crecen en esa velocidad. No crecen al doble. Crecen con un porcentaje del 10% y eso ya es buenísimo. Si ganas 800 y te suben 80 dólares el sueldo es un 10%, pero tal vez para ti esos 80 dólares no significan nada. ¿Qué pasa con las tarjetas de crédito? La primera vez que sacas una tarjeta de crédito, te van a pedir validar ingresos. Validas ingresos y te asignan un cupo.

Pero si tú eres muy bueno pagando no necesitas volver a reportar tus ingresos. Sino que por el hecho de cumplir la deuda, la tarjeta que sigue aumentando los cupos. Fácilmente una persona de 28 años con experiencia laboral de 4 o 5 años, puede haber arrancado con una tarjeta de 800 dólares; pero en 5 años, pues posiblemente tenga un cupo de 5000 o 6000 dólares.

Pero su salario mensual sea 800 dólares. ¿Eso qué quiere decir? Que puede comprometer en deuda hasta un año en la tarjeta de crédito de su trabajo. Si llega a pasar eso y no entendió que la subida de la tarjeta de crédito, los aumentos en los cupos de la tarjeta de crédito no son un ingreso, sino que es deuda.

Que por ende no hay que festejar por el aumento en el crédito en la tarjeta de crédito, yendo a gastar, porque al final del día estoy comprometiéndome a un mayor pago de deuda. Y tengo esa disciplina de entender que esto es un préstamo que puede funcionar muy bien. Yo pago con tarjeta de crédito en mis compras, llega fin de mes, pago completo la tarjeta de crédito y no me cobra un solo interés. ¿Qué me ahorrado? Organizarme mejor, para eso sirve la tarjeta. Tengo una emergencia, no tengo los gastos suficientes. ¿Puedo diferir? Está claro y dejo de pagar. El rato que una persona llega a un a pagar los mínimos le resulta



muy difícil poder salir, muy difícil.

Entrevistadora: Es cierto. Eso profe, muchas gracias. Tal vez si es que usted tiene algún dato, alguna estadística de los niveles de endeudamiento en los jóvenes adultos con tarjetas de crédito...

Entrevistado: No tengo, no tengo datos de endeudamiento de tarjeta de crédito. Tengo el dato del 2013 de la población, económica, de la del realizada por el Banco Central. En ese dato, el 70% de la población con acceso a la tarjeta de crédito estaba sobre endeudado. Y esa fue la razón principal por la cual puso una normativa la Superintendencia de Bancos para salir adelante, para poder hacer capacitaciones para finanzas personales.

Entrevistadora: ¿Tal vez hay un modelo de éxito, un país donde haya un buen uso de la tarjeta de crédito...?

Entrevistado: No, no te sabría referenciar a un país. Realmente yo trabajo con las personas que yo trabajo, que es una compañía solamente de educación financiera. Básicamente nos han formado a nosotros para dar las capacitaciones más no tengo datos de fuera del Ecuador.

Tengo datos de la OCDE atado al Ecuador, a temas de emprendimiento, algunas cosas en general, pero no con respecto a otros países, como para decirte el programa de tal país desde el mejor... no, no lo tengo. Pero, siendo muy, muy interno en casa y un poco en lo que yo he viajado... eh, siento que hay ciertos países que sí lo manejan mejor que nosotros, por una simple razón: lamentablemente en el en el Ecuador, en el gobierno, si no estoy mal, de Sixto Durán Ballén, se llamó a consulta popular el hecho de que el Ecuador permita tener fondos de pensión privados. Se satanizó con el tema del IESS, para mí. Y satanizar este tema llevó que al ecuatoriano se le asuste diciendo de que si nosotros nos pasábamos a un seguro para llevar solo la jubilación en un tema privado, quebrábamos al IESS. Al final del día el IESS ya está quebrado.

O está en camino de eso y todos los años nos asustan con





lo mismo. Y a la final del día, el trabajador con relación de dependencia, el único lugar donde puede dejar los fondos para su jubilación es el IESS. No pueden otro, no está permitido en el Ecuador.

Cualquier otra alternativa en el Ecuador es una alternativa privada, no llevada a un contexto legal, a una normativa. Por lo cual tiene algunas variables, como por ejemplo: típico encontrar un formato de póliza de vida atada a un seguro de largo plazo. Pero al final del día, el que vende ese producto está vendiendo una póliza de vida y cobra la póliza de vida.

No es un producto puro de ahorro a largo plazo. En Colombia lo tiene, Perú lo tiene para hacer muy específicos en el ejemplo. Perú el momento de la pandemia solo sacó una normativa en la cual permitió que sus fondos de inversión para jubilación privados permitan sacar un porcentaje del total de los ahorros hechos por su gente para el momento de la pandemia.

Sacrificando un poco el futuro, sí, pero era tan grave el tema de la pandemia, que fue una forma fácil de no sacrificar economía, ayudar a la gente y que todas las personas que aportaron a los fondos de inversión para el largo plazo puedan recuperar algo de su dinero y poder hacer el gasto y permanecer quietas en casa sin tener que salir.

El Ecuador para esto había ya mensualizado el fondo de reserva. No teníamos ahorros, no teníamos recursos, murió mucha gente y otro montón de gente no tuvo los recursos suficientes ni para llevar ni pan a casa. Y buscaba salir a trabajar en lo que sea. ¿Para qué? Exponiendo su vida literalmente. ¿Por qué? Porque no había ahorrado y porque no tenía dónde sacar algo de dónde podría haber ahorrado. Si ese momento el IESS no entregaba plata, no podía entregarlo porque no tenía la liquidez. ¿Por qué? Porque el fondo de reserva estaba mensualizado.

Entrevistadora: Ok. Bueno, eso sería todo profe, le agradezco mucho. Muchas gracias por su tiempo.



Anexo 4 Validación de los usuarios

Test de validación del usuario

Nombre: David Reinoso

Edad: 21 años

Estimado usuario, luego de jugar Periplo, por favor sírvase responder el siguiente cuestionario.

Califique las proposiciones señaladas considerando las siguientes valoraciones:

1. Estoy en total desacuerdo
2. No estoy de acuerdo
3. No estoy ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. Estoy de acuerdo
5. Estoy totalmente de acuerdo

Proposición	1	2	3	4	5
1. El juego es entretenido				X	
2. Lo volvería a jugar de nuevo					X
3. El juego me parece estéticamente atractivo					X
4. Las reglas del juego son claras					X
5. El manual de instrucciones me ha resultado bastante útil					X
6. Recomendaría este juego a otras personas					X
7. Las imágenes de las cartas me parecen adecuadas					X
8. El tamaño de las cartas es el adecuado					X
9. El material de las cartas es el adecuado					X
10. El juego me parece útil para manejar de mejor manera mi dinero					X
11. El juego me ha ayudado a tomar conciencia sobre el uso de las tarjetas de crédito					X
12. Los colores utilizados en las cartas son adecuados					X
13. Los personajes resultan adecuados para los fines del juego					X
14. Compraría este juego si tuviera la oportunidad para jugarlo con amigos y/ o familiares					X

Observaciones: La partida duró más tiempo del esperado



Test de validación del usuario

Nombre: Gabriel Novillo

Edad: 26 años

Estimado usuario, luego de jugar Periplo, por favor sírvase responder el siguiente cuestionario.

Califique las proposiciones señaladas considerando las siguientes valoraciones:

1. Estoy en total desacuerdo
2. No estoy de acuerdo
3. No estoy ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. Estoy de acuerdo
5. Estoy totalmente de acuerdo

Proposición	1	2	3	4	5
1. El juego es entretenido				X	
2. Lo volvería a jugar de nuevo					X
3. El juego me parece estéticamente atractivo					X
4. Las reglas del juego son claras					X
5. El manual de instrucciones me ha resultado bastante útil					X
6. Recomendaría este juego a otras personas					X
7. Las imágenes de las cartas me parecen adecuadas					X
8. El tamaño de las cartas es el adecuado					X
9. El material de las cartas es el adecuado					X
10. El juego me parece útil para manejar de mejor manera mi dinero					X
11. El juego me ha ayudado a tomar conciencia sobre el uso de las tarjetas de crédito					X
12. Los colores utilizados en las cartas son adecuados					X
13. Los personajes resultan adecuados para los fines del juego					X
14. Compraría este juego si tuviera la oportunidad para jugarlo con amigos y/o familiares					X



Test de validación del usuario

Nombre: Erick Boas

Edad: 23 años

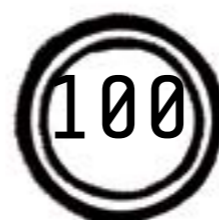
Estimado usuario, luego de jugar Periplo, por favor sírvase responder el siguiente cuestionario.

Califique las proposiciones señaladas considerando las siguientes valoraciones:

1. Estoy en total desacuerdo
2. No estoy de acuerdo
3. No estoy ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. Estoy de acuerdo
5. Estoy totalmente de acuerdo

Proposición	1	2	3	4	5
1. El juego es entretenido				X	
2. Lo volvería a jugar de nuevo					X
3. El juego me parece estéticamente atractivo					X
4. Las reglas del juego son claras					X
5. El manual de instrucciones me ha resultado bastante útil					X
6. Recomendaría este juego a otras personas					X
7. Las imágenes de las cartas me parecen adecuadas					X
8. El tamaño de las cartas es el adecuado					X
9. El material de las cartas es el adecuado					X
10. El juego me parece útil para manejar de mejor manera mi dinero					X
11. El juego me ha ayudado a tomar conciencia sobre el uso de las tarjetas de crédito					X
12. Los colores utilizados en las cartas son adecuados					X
13. Los personajes resultan adecuados para los fines del juego					X
14. Compraría este juego si tuviera la oportunidad para jugarlo con amigos y/o familiares					X

Observaciones: Que la dinámica del juego sea un poco más rápida





Anexo 5

Validación del docente

Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico		
Título del trabajo: Diseño de una propuesta gráfica que promueva la cultura financiera entre jóvenes adultos que aspiran estar bajo relación de dependencia laboral y lograr autonomía económica.		
Estudiante: Sara Carrión		
Evaluado por: Pablo Guzmán		
Fecha: 25 de octubre de 2023		
Preguntas	SÍ	NO
1. ¿La dinámica del juego responde al objetivo planteado de promover los conocimientos y buenas prácticas financieras a través de piezas gráficas de carácter lúdico con nociones de ahorro, planificación financiera y deuda que aporten en el aprendizaje de educación financiera?	X	
2. ¿La línea gráfica presentada corresponde al concepto propuesto de “la falta de educación financiera es un infiltrado en tu mente y en tu billetera”	X	
3. ¿La paleta cromática seleccionada responde correctamente a la lógica presentada en cada carta?	X	
4. ¿Se entienden de manera clara las ilustraciones y las guías del juego?	X	
5. ¿Las piezas gráficas empleadas responden eficazmente a las necesidades del juego?	X	
6. ¿La tipografía seleccionada responde correctamente a los principios de legibilidad y leibilidad en el producto?	X	
7. ¿La tipografía seleccionada responde adecuadamente a la línea gráfica planteada en las ilustraciones?	X	
8. ¿El tamaño de las ilustraciones es adecuado?	X	
9. ¿El tamaño y representación de los íconos empleados en las esquinas de las cartas funcionan correctamente?	X	



Anexo 6

Validación de estilo

Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico para los conceptos y estilos gráficos propuestos				
Título del trabajo: Diseño de una propuesta gráfica que promueva la cultura financiera entre jóvenes adultos que aspiran estar bajo relación de dependencia laboral y lograr autonomía económica.				
Estudiante: Sara Carrión				
Evaluado por: Sebastián Cevallos, MFA				
Fecha: 25 de octubre de 2023				
Preguntas	Concepto y estilo 1	Concepto y estilo 2	Concepto y estilo 3	Observaciones/sugerencias
1) ¿El concepto responde al objetivo general del trabajo?	Sí	Sí	Sí	El concepto es el mismo entre los tres estilos gráficos.
2) ¿El concepto responde a las expectativas de los usuarios a los que se dirige el trabajo?	Hay que cuidar que el estilo se separe de los lenguajes gráficos corporativos.	La estética de Among Us puede caer fuera del rango de edad del usuario	Sí	
3) ¿El concepto responde de forma novedosa al problema planteado?	Requiere mucha experimentación para lograr impacto y pregnancia.	Tiene mucho bagaje cultural existente	Los doodles permiten mucha apertura en la experimentación visual	
4) ¿El concepto propone una experiencia de uso adecuada?	Sí	Sí	Sí	El producto es el mismo entre los tres estilos.
5) ¿El estilo gráfico es adecuado para el/los usuarios a los que se dirige el trabajo?	Sí	Puede caer fuera de las preferencias de los usuarios	Sí	
6) ¿El estilo gráfico propone una	Sí	No	Sí	

