

VI Conferencia de Educación Económica y Financiera de América Latina y el Caribe
26-28 de noviembre de 2014
Santiago de Chile



**“Semiótica, códigos de comunicación
y su uso en una app de capacitación financiera”**

Magali DE VARAX



1



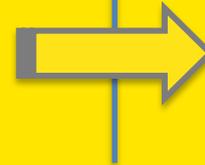
**Estudio de semiótica:
códigos de comunicación**



2

INICIATIVA LISTA 

**Aplicación
Colombia LISTA**





METODOLOGIA



Octubre 2012 – Abril 2013
Colombia

Población del programa de Transferencias Monetarias
Condicionadas **MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN**

LA SEMIÓTICA:

**ESTUDIA LA PRODUCCIÓN DE SIGNIFICADOS: DEFINE PATRONES SIMBÓLICOS
EN LA COMUNICACIÓN E INVESTIGA SU INTERPRETACIÓN POR LOS RECEPTORES**



Cómo nos comunicamos con las poblaciones de bajos ingresos
entorno a temas relacionados con ahorro, crédito y representación
de la pobreza.



PRINCIPALES HALLAZGOS



Disyuntiva entre la comunicación enfocada en el **ahorro** como una práctica que exige una disciplina racional con beneficios lejanos y el **crédito** presentado de forma mucho más emocional.

Disyuntiva entre la comunicación que representa a las **instituciones financieras** como lugares seguros, al tiempo que la **casa** se representa como un lugar inseguro para el ahorro.

Importancia de la imagen de **transformación** y como a través de la semilla del ahorro se activa un proceso de transformación a nivel económico, social y emocional.



CÓDIGOS IDENTIFICADOS



La puesta en marcha de estos códigos nos ayudan a construir una comunicación mucho más emocional y cercana a la población

CÓDIGOS EMERGENTES

Hacia donde **EVOLUCIONAR**

CÓDIGOS DOMINANTES

Lo que debemos **CONSERVAR**

CÓDIGOS RECESIVOS

De lo que debemos **ALEJARNOS**



CÓDIGOS RECESIVOS





CÓDIGOS DOMINANTES





CÓDIGOS EMERGENTES





LA INICIATIVA LISTA

LOGRANDO INCLUSIÓN SOCIAL CON TECNOLOGÍA Y AHORRO

Programa de educación financiera con tabletas a través de un app



Funciona sin conexión a internet



Permite que las personas se capaciten en su propia casa y ritmo



Fue diseñada especialmente para personas de bajo nivel educativo

Probado con más de 2.000 personas y en fase de expansión en Colombia

En fase de prueba en Brasil y República Dominicana



Apoiado por:

Citi Foundation





FOMENTAR LA CULTURA DEL AHORRO



Valorando prácticas de ahorro ya existentes, incluyendo no monetarias y comunitarias.

Teniendo en cuenta el ahorro informal, presentando sus ventajas y desventajas





FOMENTAR LA CULTURA DEL AHORRO



Enfocando el ahorro en metas de corto, mediano y largo plazo

Y presentando el seguro como una forma de afrontar emergencias





APROVECHAR EL CAPITAL SOCIAL



Diversidad, inclusión y referencias culturales



Testimonios motivadores de pares





EMPODERAR A LAS PERSONAS



Dando conocimiento práctico, que se pueda aplicar



Y promoviendo un uso autónomo de los servicios financieros



LA POBLACIÓN OBJETIVO COMO AGENTE DE CAMBIO



Tanto con la metodología de implementación:



Como con la herramienta tecnológica usada:



Y los contenidos desarrollados y método de capacitación basado en el autoaprendizaje:





Gracias!
Thank you!



Demos en Google Play y Appstore:
Buscar por **Fundación Capital LISTA**