



**Decanato de ciencias económicas y empresariales
Escuela de mercadeo**

**IMPLEMENTACIÓN DE DESIGN THINKING PARA
PRODUCTOS DE INICIACIÓN DE CRÉDITO DE CLIENTE.
CASO: BANCO ADEMI, PERIODO 2019-2020**

Sustentantes

Omar Bido	2012-2190
Brinia Paulino	2012-2099

Asesores:

**Sra. Carolyn Feliz, M.A. (Auxiliar)
Sr. Sandy Ramírez (conferencista)**

**Monografía Para optar por el título de licenciatura en
mercadeo**

**Distrito Nacional, R.D.
Julio 2019**

RESUMEN EJECUTIVO

Banco Múltiple Ademi es una institución privada sin fines de lucro, políticos ni religiosos, con su oficina principal localizada en Santo Domingo, República Dominicana, incorporada por el decreto No. 745 de fecha 11 de febrero de 1983 del poder ejecutivo, en virtud de la ley No. 520 del 26 de julio de 1920, relativa a organizaciones de interés social. **(Peguero, 2019)**

A pesar de la antigüedad del banco en el mercado está sufriendo altos porcentajes de morosidad y baja participación de mercado orientado a su segmento el cual es el microcrédito.

La presente investigación se llevó a cabo para fomentar el mejoramiento continuo de los procesos internos de la entidad bancaria, incorporando técnicas orientadas al mejoramiento de procesos de crédito los cuales están sujetos al design thinking.

Implementando el producto (creditofacil) el cual cuenta con nuevas modalidades de cuotas y control de la morosidad para así poder brindar un crédito eficiente y controlado para esos clientes que quieran hacer crédito en sus buros.

AGRADECIMIENTOS

Omar Bido

Primero quiero comenzar agradeciéndole a Dios, por ser el que todo lo puede y lo permite. Gracias dios por haberme darne las fuerzas y deseos para poder concluir con esta gran etapa de la vida.

Luego, a toda mi familia por confiar en mí; mis padres, hermanos, primos, abuelos y tíos quienes fueron pilares importantes en todo el trayecto. Y finalmente, a mi compañera de monográfico: Brinia Paulino por haber estado desde el inicio de este proyecto donde conectamos las ideas, nos ayudarnos mutuamente y nos motivamos cada día hasta finalizar con éxito.

Brinia Paulino

En primer lugar quiero dar gracias a Dios por permitirme llegar a la recta final, por enseñarme que todo tiene su hora y cada sacrificio una recompensa. Gracias padre celestial por hacer esto posible, por guiar mis pasos, por ayudarme a levantarme sin importar cuantas veces pudiera caer.

Gracias a mis padres por tantos sacrificios que tuvieron que realizar para que juntos alcanzáramos esta meta propuesta, a mis tíos, abuelos y hermanos que con tanto amor me ayudaron durante esta trayectoria, a mi esposo por su apoyo incondicional. Gracias a todos por confiar en mí, en especial a mi compañero de monográfico: Omar Bido por haber estado siempre presente en cada paso que dimos juntos para lograr con éxito nuestro sueño tan anhelado.

DEDICATORIAS

Omar Bido

A mis padres:

Carmen Rosario y Jose Bido por encaminarme y formarme como una persona de valores, por confiar en mí, siempre estar y llenarme de esperanza cada uno de los días de mi vida.

A mis hermanos:

Diego Bido, Solange Bido y Joselito Bido por brindarme su apoyo, cariño, por estar en todos los momentos importantes en mi vida y por ser unas de las personas fundamentales en el ámbito motivacional para dar éste gran paso en mi vida.

A mis mejores amigos:

Emil Segura y Miguel Suero Por el apoyo que me brindaron durante este transcurso de mi carrera, por ser los hombros en los momentos apretados.

Sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí, mis primos, abuelos, tíos, por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de su orgullo

Brinia Paulino

A mis padres:

Rosa Escolásticos y Henri Almonte por formarme en valores, por alentarme a seguir adelante a luchar por mis sueños, gracias por confiar en mí y ser ese motor que da vida a mi existir.

A mis tíos:

Moraima Escolásticos, Camilo Mata, Luz Divina Rodríguez, y Juan Pablo Escolásticos por su apoyo incondicional y por apostar a mí siempre.

A mi abuela y hermana:

Dulce Martínez y Sasha Paulino por demostrarme que puedo contar con ustedes siempre sin importar las circunstancias.

A mi esposo:

Edward Pérez por acompañarme en cada paso que doy, gracias por ser ese ente motivador e inspirador en mi vida sin tu apoyo incondicional este logro no hubiese sido posible, gracias por tanto.

Gracias a todos mis familiares porque cada uno de ustedes suma en mis pasos y en mi vida, ustedes son mi motivación y parte esencial en mi formación como ser humano y profesional, gracias por el apoyo y por estar conmigo siempre.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
DEDICATORIAS	III
AGRADECIMIENTOS	IV
INTRODUCCIÓN.....	1
 CAPÍTULO I: DESIGN THINKING PARA PRODUCTOS DE INICIACIÓN DE CRÉDITO	
1.1. Tendencia del Design Thinking y su uso en sistemas bancarios.....	3
1.2. Antecedentes del Design Thinking en entidades bancarias.....	6
1.3. Importancia de los productos de iniciación de créditos de clientes.....	7
1.4. Educación de los clientes a los productos de iniciación de créditos	12
1.5. Diagnóstico de la situación actual.....	15
1.6. Implementación del método inspiración para recopilación de datos	18
 CAPÍTULO II: VALORAR EL MODELO Y EJEMPLIFICAR EL MODELO E INSTRUMENTO DE CAMBIO DEL OBJETO EN ESE CAMPO DE ACCIÓN CON LA MEJORA DEL NEGOCIO O EMPRESA.	
2.1. Valoración del Design Thinking para productos de iniciación de crédito	27
2.2. Ventajas y desventajas del Design Thinking para productos de crédito.....	30
2.3. Implementación de ideación para la educación y desarrollo de productos...	33
 CAPITULO III: MODELO O INSTRUMENTO DE CAMBIO DEL OBJETO DE ESTUDIO EN EL CAMPO DE ACCIÓN.	
3.1. Condiciones previas	42
3.2. Modelo de design thinking para productos de iniciación de crédito.....	44
3.3.Design thinking para productos de iniciación de crédito de cliente.....	46
3.4. Desarrollo de implementación para la educación y desarrollo de productos	48
 CONCLUSIONES.	52
RECOMENDACIONES	53
BIBLIOGRAFÍA.....	54
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

La falta de acceso a recursos financieros es uno de los grandes obstáculos de las personas de hoy día que quieren ayuda financiera para invertir en sus proyectos de negocios y personales.

De acuerdo a los datos del Banco Mundial, aproximadamente 2.500 millones de personas y 200 millones de micro y pequeñas empresas en el mundo no cuentan con ningún servicio financiero que les apoye en su economía familiar o en la expansión de su negocio. Se encuentran excluidos del sistema financiero, especialmente por su falta de recursos económicos y por su situación de riesgo.

(Ratings, 2019)

En los últimos años la sociedad dominicana es muestra de la necesidad que tienen sus ciudadanos de conocer más sobre sus finanzas y se está mostrando cada vez más como parte del desarrollo normal en la sociedad.

Las instituciones financieras se están enfocando en estos temas porque el elemento central de todo negocio es el cliente y uno con mayor inteligencia tiene más durabilidad y rentabilidad en el mercado.

Este tipo de conocimiento no debe ir a un público en específico, más bien debe ser parte de la educación integral de todos a partir de los 14 años de edad, ya que crea conciencia para un mayor y mejor uso de los productos financieros. La inversión en educación financiera es la mejor fórmula para ganar: se rentabiliza el cliente y al mismo tiempo se le entrega un regalo para toda la vida.

En cuanto a qué se atribuye el crecimiento de la educación financiera y su importancia, también se resalta que el entender que las finanzas es un instrumento fundamental para el logro de las metas y el crecimiento de cada persona, se ha creado una tendencia en los últimos años, y al comprender que la salud financiera afecta la calidad de vida, se le está prestando la importancia adecuada.

Un buen historial crediticio es el reflejo de que en todos los créditos financieros o comerciales que toma una persona mantuvo una frecuencia de pago oportuna.

Si se paga los compromisos crediticios a tiempo, se tendrá un historial de crédito con excelente calificación, que permitirá tomar nuevos créditos.

¿Cómo se construye el historial?

El historial crediticio se construye al adquirir tarjetas de crédito, al solicitar préstamos, al solicitar contratos de servicios a tu nombre, como teléfono con factura, entre otros, según la Superintendencia de Bancos.

La persona que va a iniciar a construir su historial crediticio debe tener pendiente que el historial o referencia del buen o mal manejo que le dé a sus cuentas se mantiene por buen tiempo. Las deudas se actualizan, no se borran, se explica en un instructivo de un Buró de Crédito.

Se puede gestionar con la entidad bancaria para eliminar atrasos y actualizar el estatus, por ejemplo después de haber saldado una deuda, pero el historial de crédito es parte del perfil financiero del cliente. Es por esto que la persona debe esforzarse por mantener un buen expediente crediticio.

¿Cómo se logra?

Pagando a tiempo las facturas o deudas pendientes. Cumpliendo responsablemente con las obligaciones y gestionando los ingresos.

Es por eso que implementando design thinking a productos de iniciación del banco ademi queremos crear conciencia y el buen manejo de las finanzas de los clientes. Así mismo disminuyendo los riesgos de créditos para el cliente y para la institución.

CAPÍTULO I:

IMPLEMENTAR EL DESIGN THINKING PARA PRODUCTOS DE INICIACIÓN DE CRÉDITO DE CLIENTES PARA EL BANCO ADEMI

1.1 . Tendencia del estudio del Design Thinking y su uso en sistemas bancarios

En un contexto de cambios cada vez más acelerados, los bancos tienen conciencia de lo importante que es innovar y cambiar de acuerdo a cómo va avanzando el mundo, y además si se le suma la presión a transformaciones digitales de todos los procesos bancarios que hoy en día avanza hacia nuevas tecnologías, estos son cambios significativos tanto a nivel local como internacional y una de las metodologías que ayuda en los cambios es el design thinkin.

En un mundo complejo, donde la dinámica mercados y la industria están cambiando constantemente, ¿cómo puede el sector bancario mantener el ritmo? ¿Cómo puede garantizar que los servicios, los productos y la experiencia que ofrece evolucionan con las necesidades y expectativas del individuo del siglo XXI?

Es por ello que se anima a los empleados, en todas las funciones, departamentos y posiciones de trabajo, a pensar como diseñadores.

Design thinking: una metodología que fomenta el diseño definido de acuerdo a las necesidades humanas y en colaboración con el público objetivo.

La mayoría de personas desconoce lo que es el design thinking, lo asocia probablemente con organizaciones creativas, empresas de diseño, agencias de publicidad o startups tecnológicas. El design thinking proviene de esas industrias, pero es un proceso intrínsecamente humano que pone en juego una serie de aptitudes que todos poseemos, que a menudo se pasan por alto gracias a estrategias más convencionales de resolución de problemas.

Desde una perspectiva más amplia, el uso de esta metodología ofrece tanto a las organizaciones como a las personas una poderosa ventaja.

El design thinking consta de cuatro etapas. Al comenzar a manejar esta técnica cognitiva, profesionales y organizaciones deben seguirlas una a una en el orden correcto. **(Garcia, 2018)**

Las siguientes son:

1. Comprensión

Para crear un producto que la gente realmente quiera utilizar, primero se debe entender a las personas que se quiere que lo utilicen. No hay que pensar en el usuario como un cliente, sino como un ser humano; una persona que se mueve y vive en un contexto determinado, y que tiene una serie de necesidades que pueden ser satisfechas.

Solo cuando se conocen las necesidades de las personas para las que se trabaja, se puede realmente empezar a definir los problemas que están cruzándose en el camino. Un Journey Map es una excelente manera de identificar y elaborar estrategias para momentos clave del producto, experiencia o servicio que estás diseñando. Trabajar con el concepto de los momentos clave del usuario ayuda a visualizar la experiencia del cliente de principio a fin, manteniendo un enfoque centrado en las personas.

2. Ideación

Con este sólido contexto, ya puedes empezar a añadir las primeras pinceladas creativas a tu lienzo, para buscar nuevas soluciones que podrían abordar el problema en cuestión. La imaginación es la base de la creatividad, de modo que es importante idear un ambiente en el que los que van a solucionar los problemas se sientan cómodos diciendo cosas estúpidas.

Todas las ideas son válidas, y estimular el pensamiento libre aumenta la competencia. Y cuantas soluciones más viables se obtengan, más probable será encontrar una que acabe con el problema.

3. Prototipo

Esta es una fase experimental, en la que se crea una sucesión de versiones beta reducida del producto o servicio. Las soluciones están integradas en los prototipos. ¿cuál de los prototipos ofrece una mejor solución al problema en las primeras tres etapas? ¿Cuál de los prototipos es merecedor de que inviertas todos los recursos en él?

4. Evaluación

Una vez elegido el mejor prototipo, se puede comenzar a trabajar para perfeccionarlo. Evaluar es medir, por lo que la recopilación de datos tanto cualitativos como cuantitativos será extremadamente útil durante esta etapa ¿Qué versión del prototipo funciona mejor? ¿Cuáles son las ramificaciones de su uso continuo y a largo plazo? ¿Crea problemas imprevistos que requieren el desarrollo de nuevas soluciones?

El Design Thinking no termina aquí. Basta con pensar en el iPhone. Sale una versión nueva cada año, se arrojan actualizaciones del sistema operativo, por lo menos, cada trimestre. Incluso cuando se lanza un producto, las empresas de más éxito continúan desarrollándolo siguiendo los cuatro pasos anteriores.

1.2. Antecedentes del Design Thinking en entidades bancarias

El innovador concepto de agencia de “Capital ONE” (**Garcia, 2018**)

Capital One Financial Corporation es un holding bancario especializado en tarjetas de crédito, préstamos para automóviles y bancos con sede en Mclean, Virginia.

Con una participación de mercado del 5%, Capital One es también la segunda compañía de financiamiento de automóviles más grande de los Estados Unidos, después de Ally Financial.

En el año 2015 Capital One (EE.UU) estaba lanzando un nuevo concepto de agencia “Café Banco” es decir que se percibía como una cafetería pero era una sucursal bancaria, esto debido a su adquisición de ING DIRECT BANK.

En un entorno en el cual crece el uso de la banca en línea y la banca móvil, los bancos desean conseguir más clientes a base de mejores experiencias y relaciones, y para hacerlo quieren incentivar que visiten sus sucursales para solicitar sus productos bancarios (tarjetas de crédito, préstamos, entre otros) y asimismo mejorar la experiencia de quienes siguen visitando sus agencias para operaciones tradicionales (ventanillas, cajeros ATM, y depositar).

Un formato de café en el que puedes consumir café Premium Gourmet, wi-fi gratis, en donde no hay personal bancario que te atienda como tradicionalmente lo hacían, es decir ni hay alguien que te va a aperturar una cuenta bancaria, ni te van a entregar una solicitud de préstamo para completar, sino que te el personal del “Café banco” te dirige hacia un sitio web para que respondas algunas preguntas básicas.

Desde que *design thinking* existe, ha revolucionado la forma de ver, estructurar, desarrollar proyectos y negocios.

Ha permitido que los desarrollos del futuro se centren en necesidades reales de la gente, mas no en supuestos y juicios de valor subjetivos como solía pasar.

Como ejemplo de este éxito y revolución tenemos los proyectos desarrollados por IDEO para el Banco de América y diferentes empresas de productos médicos entre muchos otros.

También podemos mencionar las empresas que partiendo de generar promesas de valor únicas como Whatsapp, Netflix y Uber lograron revolucionar industrias completas, generando empresas muy exitosas y multimillonarias.

1.3. Importancia de los productos de iniciación de créditos de clientes.

Banco Ademi (Peguero, 2019)

Surge en el año 1997, por iniciativa del Consejo Directivo y de la Alta Gerencia de la Asociación para el Desarrollo de Microempresas, Inc. (Ademi), encabezada por su presidente fundador, Don Camilo Lluberes Henríquez; dicha institución tenía 14 años desarrollando, de manera ininterrumpida, un programa de crédito a micro y pequeñas empresas a nivel nacional, con excelentes resultados en cuanto al número de empresas beneficiarias, empleos generados y autosuficiencia financiera.

La Asociación para el Desarrollo de Microempresas, Inc. (Ademi), institución privada sin fines de lucro, políticos ni religiosos, con su oficina principal localizada en Santo Domingo, República Dominicana, fue incorporada a través del decreto No. 745 de fecha 11 de febrero de 1983 del Poder Ejecutivo, en virtud de la ley No. 520 del 26 de julio de 1920, relativa a organizaciones de interés social.

Inició sus operaciones el 1 de Abril de 1983 en los barrios marginados de la ciudad de Santo Domingo, con el objetivo principal de crear y fortalecer empleos precarios a través de la asistencia financiera y gerencial a micro y pequeñas empresas que operaban en el área urbana. Luego, por iniciativa de grupos y organizaciones provinciales de las diferentes regiones del país, extendió su programa a nivel nacional.

El Banco de Desarrollo Ademi, S. A. fue constituido formalmente el 17 de julio de 1997 como una compañía por acciones, amparado en las leyes de la República Dominicana. La Junta Monetaria del Banco Central de la República Dominicana dictó su Cuarta Resolución de fecha 11 de septiembre de 1997, en la que autorizó la apertura del Banco de Desarrollo Ademi, S. A.

El Banco inició sus operaciones el 27 de enero de 1998 bajo el marco legal establecido en la ley No. 292 del 30 de junio de 1996 sobre entidades financieras, que promueve el desarrollo económico, y con la autorización para ofrecer servicios ampliados.

Durante el año 2005 la institución recibió la autorización por parte de la autoridad monetaria para transformarse en Banco de Ahorro y Crédito, con base en los requerimientos de la Ley Monetaria y Financiera del año 2002.

A lo largo de los años, la institución ha ocupado una sólida posición dentro de su mercado de operación. La amplia experiencia de sus principales accionistas en el mercado micro financiero, le permitió consolidarse como el banco de ahorro y crédito más grande del país y, especialmente dentro del segmento de financiamiento al micro, pequeña y mediana empresa.

Desde sus inicios Banco Ademi ha contado con el apoyo y respaldo de instituciones internacionales como son el Banco Europeo de Inversiones (BEI), así como con el apoyo del sector privado dominicano.

Desde mayo de 2013 el Banco está autorizado a ofrecer todos los productos y servicios propios de los bancos de servicios múltiples de la República Dominicana.

Misión

Impulsar el desarrollo sostenible de nuestros clientes, creando un efecto social positivo en los sectores menos favorecidos de la sociedad dominicana.

Visión

Ser una entidad bancaria referente a nivel nacional e internacional que basa sus servicios financieros en procesos simples y ágiles que permiten incentivar crecimiento, sostenibilidad y grandeza para empleados, accionistas y la comunidad a la que sirve y acompaña: los emprendedores pertenecientes a los sectores más desfavorecidos de la sociedad.

Valores

1. **Compromiso:** Creamos propio el propósito institucional y trabajamos continuamente en el logro de nuestra Visión, Misión y nuestros Objetivos Estratégicos.
2. **Enfoque a Resultados:** Aseguramos la alineación de los esfuerzos personales y grupales para contribuir a los objetivos institucionales.
3. **Transparencia:** Brindamos información clara, precisa y oportuna a nuestros reguladores, nuestros clientes, nuestros colaboradores y a la comunidad en general.
4. **Compasión activa / solidaridad:** Nos interesamos en lo que les ocurre a los demás y tratamos de ayudar en lo que se pueda. Nos esforzamos por entender

y acompañar las necesidades de nuestros clientes, colaboradores y compañeros.

5. **Excelencia:** Apostamos por la calidad total en los productos y servicios que ofrecemos, tanto al interno de la organización como hacia los clientes externos y el público en general.
6. **Integridad:** Hacemos siempre lo correcto, actuamos de manera impecable, aunque nadie nos vea.
7. **Orientación al servicio:** Nos anticipamos a las necesidades de nuestros clientes internos y externos buscando su satisfacción, felicidad y lealtad.
8. **Justicia (Meritocracia):** Garantizamos que el mérito sea la métrica principal a considerar para evaluar nuestros procesos y toma de decisiones, tanto al interno como a lo externo.
9. **Disciplina / Tenacidad:** Nos esforzamos por lograr aquello que queremos. Sabemos que los mayores logros se consiguen con disciplina, tenacidad y perseverancia.

Cartera de productos

- Préstamos personales
- Cuentas personales
- Tarjetas de crédito personales
- Seguros
- Certificados financieros
- Préstamos para Micro
- Préstamos para Pymes
- Tarjeta de crédito empresariales
- Cuentas empresariales
- Seguros empresariales
- Servicios de transferencias

- Servicios de cheques de administración
- Pago de Impuestos
- Pago de servicios
- Divisas

Importancia iniciación de crédito.

Es de suma importancia tener acceso al primer crédito y saber utilizarlo, un crédito es fundamental para la vida diaria. Es probable que los clientes ya utilicen un crédito, ya sea a través de una tarjeta o un préstamo.

Aprender sobre esta poderosa herramienta, permite utilizarla mejor y ganar en calidad de vida.

El crédito permite acceder hoy a lo que, de otra forma , llevaría meses o años adquirir. En las sociedades modernas prácticamente no hay consumo importante sin crédito, y es símbolo de desarrollo social y económico. Puede ser una forma muy conveniente de hacer todo tipo de compras: desde las más simples y cotidianas (alimentos, vestimenta, etc.) hasta las más grandes y especiales (una casa, un auto, etc.).

Aprender acerca del funcionamiento del crédito (ya sea tarjeta de crédito, préstamo u orden de compra) puede ayudar a reducir costos y evitar utilizar más crédito del adecuado.

1.4. Educación de los clientes con respecto a los productos de iniciación de créditos

La educación financiera es una constante en nuestra vida. La manera en que experimentamos con las finanzas va cambiando a medida que vamos creciendo. Asimismo también va cambiando a medida que van pasando los años y los productos financieros suelen volverse más confusos y las entidades mucho más exigentes. La principal carta de presentación que tenemos a nuestro favor es nuestro historial de crédito, por esto, la prioridad de las entidades de intermediación financiera responsables es ofrecer a los socios y clientes, informaciones reales, transparentes y adecuadas que les permitan aprender sobre el mercado financiero y mantenerse actualizados en estos temas. **(Ratings, 2019)**

Inicialmente, es muy importante entender que la Educación Financiera se mantiene latente a lo largo de nuestras vidas. La educación financiera nos abre las puertas para volvernos ciudadanos más responsables, alejarnos de la cultura del consumismo o al menos sentar las bases sobre la importancia del crédito y la planificación para alcanzar las metas a nivel financiero, nos permite planificar mejor las decisiones del entorno financiero y evitar el sobre endeudamiento. Un problema que afecta gravemente a la población local y mundial.

Los créditos son realmente soluciones. Un crédito tomado con planificación, consciencia y compromiso puede significar la solución y el alivio de muchos individuos, familias y empresas. Nuestro principal activo somos nosotros mismos. El historial de crédito es parte esencial de nosotros, por eso es tan importante cuidarlo.

Componentes del puntaje de crédito (Ratings, 2019)

1. Historial de pago – 35%: refleja si pagas tus cuentas a tiempo, si has tenido atrasos o si alguna de tus cuentas ha sido clasificada como pérdida por falta de pago.

2. Balances – 30%: la proporción de tus balances pendientes en comparación con la cantidad de crédito que tienes disponible.

Antigüedad de tu historial de crédito – 15%: indica hace cuánto tiempo que estás tomando prestado.

1. Solicitudes de crédito recientes – 10%: determina cuántas solicitudes has tramitado en los últimos meses.

2. Nuevo crédito – 10%: cuántos tipos de crédito tienes en este momento como el carro, la hipoteca, las tarjetas de crédito, etc.

Elementos a tomar en cuenta para iniciar crédito

1. Historial de crédito: la forma en que pagas muestra a los acreedores tu responsabilidad financiera. Pagos hechos a tiempo y pagos más altos que el mínimo requerido son señales muy positivas. Por el contrario, los atrasos, recargos y llamadas de cobro no son nada buenas.

2. Nivel de endeudamiento: de acuerdo con los expertos, el balance de tus cuentas no debe exceder el 30 % del crédito que tienes disponible. Por ejemplo, si tu línea de crédito de una tarjeta es de \$10,000, el balance máximo mensual que deberías tener en la misma no debe exceder \$3,000. Si siempre estás al límite y pagando solo el mínimo, se puede interpretar como un reflejo de falta de capacidad de pago, lo que no es positivo.

3. Antigüedad de tu historial de crédito: muchos dueños de negocio se sienten confundidos y frustrados cuando ven que a pesar de que tienen pocas cuentas y pagan a tiempo, no tienen un crédito excelente. Esto se debe a que las empresas e instituciones bancarias le dan mucha importancia a un historial de crédito extenso que demuestra la consistencia y capacidad de pago a largo plazo.

4. Solicitudes de crédito recientes: cuantas más solicitudes de crédito tengas, tu puntaje de crédito disminuirá. Demasiadas solicitudes pueden ser un reflejo de que estás corto de dinero, y esa no es una buena señal para una empresa o institución que te vaya a prestar dinero, ya que cuestiona tu capacidad para pagarles en el futuro.

5. Composición del crédito: si en tu reporte de crédito solo aparecen cuentas de tarjetas de crédito, puedes añadir variedad pidiendo a otros acreedores que le proporcionen tu información de pagos a las agencias de crédito. Esta información puede incluir tu préstamo de estudiante, tus tarjetas de crédito de tiendas, tu crédito en tiendas de muebles, etc.

La paciencia es importante en este proceso. Toma tiempo establecer el crédito y construir un registro de reembolsos y pagos oportunos. Es mejor ir de a poco, y desarrollar un registro de crédito sólido, que solicitar demasiadas tarjetas de crédito o préstamos más grandes de lo que puede manejar.

1.5. Diagnóstico de la situación actual

Fitch Ratings afirmó que las calificaciones nacionales de largo y corto plazo del Banco Múltiple Ademi, respectivamente, basándose en su fuerte rentabilidad, retornos amplios y suficientes niveles de capital. **(Ratings, 2019)**

Señala que las calificaciones del banco podrían favorecerse de mejoras permanentes en su participación de mercado, en su perfil de fondeo y liquidez y en el nivel de concentraciones, mientras se logren mantener niveles adecuados de calidad de cartera y niveles amplios de capitalización. **(Ratings, 2019)**

Sin embargo los niveles de mora en préstamos de iniciación de crédito han estado aumentado des considerablemente a finales del 2018, por lo que se requiere educar a los nuevos clientes en cuanto a su capacidad para pagar e inversión del mismo crédito. **(Ratings, 2019)**

Evaluación para los microcréditos

La evaluación de riesgo de la cartera de microcréditos se realiza sobre la base del análisis de los criterios establecidos en el Reglamento de Microcréditos, asignado a la categoría de riesgo que corresponda a cada deudor, tomando en consideración las condiciones particulares de cada crédito, a fin de estimar una provisión que cubra las pérdidas esperadas de esta cartera. La evaluación del deudor se realiza en base a la totalidad de sus deudas, de forma que exista una única calificación para cada deudor. En el proceso de evaluación del deudor, se dará importancia a la determinación del historial de pago del deudor a la estabilidad de la fuente de recursos y se tomarán en consideración las garantías otorgadas por el deudor.

Cobro Intereses Tarjetas de Crédito

El cálculo y cobro de los intereses por concepto de operaciones de tarjetas de crédito, se efectúa sobre el saldo insoluto conforme lo establece el instructivo operativo para la aplicación del Reglamento de Tarjetas de Crédito de fecha 12 de junio del 2013.

Comparación de balances generales de banco Ademi al 30 de septiembre 2018

BANCO MULTIPLE ADEMI, S. A. BALANCES GENERALES Al 30 de Septiembre 2018 (Valores en RD\$)	
ACTIVOS	
Fondos Disponibles	
Caja	394,217,694
Banco Central	1,696,147,409
Bancos del país	188,092,556
Bancos del extranjero	48,251,028
Otras disponibilidades	9,033,783
	2,335,742,470
Inversiones	
Mantenidas hasta el vencimiento	-
Otras inversiones en instrumentos de deuda	3,295,328,121
Rendimientos por cobrar	72,254,932
Provisión para inversiones	-2,144,544
	3,365,438,509
Cartera de Créditos	
Vigente	12,192,180,332
Reestructurada	161,910,177
Vencida	395,502,966
Cobranza judicial	4,612,983
Rendimientos por cobrar	398,656,371
Provisiones para créditos	-537,190,476
	12,615,672,353
Cuentas por cobrar	
Cuentas por cobrar	288,704,664
Rendimientos cuentas por cobrar	0
	288,704,664
Bienes Recibidos en Recuperación de Créditos	
Bienes recibidos en recuperación de créditos	304,713,745
Provisión por bienes recibidos en recuperación de créditos	-236,211,297
	68,502,448
Propiedades, Muebles y Equipos	
Propiedades, muebles y equipos	345,887,729
Depreciación acumulada	-193,414,089
	152,473,640
Otros activos	
Cargos diferidos	396,383,957
Intangibles	21,043,110
Activos diversos	186,288,448
Amortización acumulada	-4,402,078
	599,313,437
TOTAL DE ACTIVOS	19,425,847,521

Comparación de balances generales al 31 de marzo 2019

BANCO MULTIPLE ADEMI S. A. BALANCES GENERALES Al 31 de Marzo 2019 (Valores en RD\$)	
ACTIVOS	
Fondos Disponibles	
Caja	336,962,431
Banco Central	1,827,538,225
Bancos del país	209,661,352
Bancos del extranjero	156,529,395
Otras disponibilidades	13,481,899
	2,544,173,302
Inversiones	
Mantenidas hasta el vencimiento	-
Otras inversiones en instrumentos de deuda	2,488,081,763
Rendimientos por cobrar	61,399,155
Provisión para inversiones	(1,475,460)
	2,548,005,458
Cartera de Créditos	
Vigente	12,623,465,669
Reestructurada	112,080,970
Vencida	421,729,641
Cobranza judicial	4,612,983
Rendimientos por cobrar	382,055,738
Provisiones para créditos	(548,043,161)
	12,995,901,840
Cuentas por cobrar	
Cuentas por cobrar	138,624,433
Rendimientos cuentas por cobrar	0
	138,624,433
Bienes Recibidos en Recuperación de Créditos	
Bienes recibidos en recuperación de créditos	283,319,367
Provisión por bienes recibidos en recuperación de créditos	(227,845,204)
	55,474,163
Propiedades, Muebles y Equipos	
Propiedades, muebles y equipos	288,164,842
Depreciación acumulada	(162,711,977)
	125,452,865
Otros activos	
Cargos diferidos	393,332,537
Intangibles	146,564,726
Activos diversos	102,944,688
Amortización acumulada	(12,782,460)
	630,059,491
TOTAL DE ACTIVOS	19,037,691,552
Cuentas contingentes	848,835,642

En este análisis podemos observar que para marzo 2019 la cartera de crédito a aumentado RD\$380,229.487

Mejorando así los resultados de septiembre 2018, con la ayuda de la implementación de Design Thinking a los créditos de iniciación se aumentaría aún más ya que se incentivará a los nuevos clientes a adquirir los productos y educándolos en cómo invertir su crédito en buenas oportunidades de negocios, en la importancia de manejar y mantener buen historial crediticio.

1.6. Implementación del método inspiración para recopilación de datos

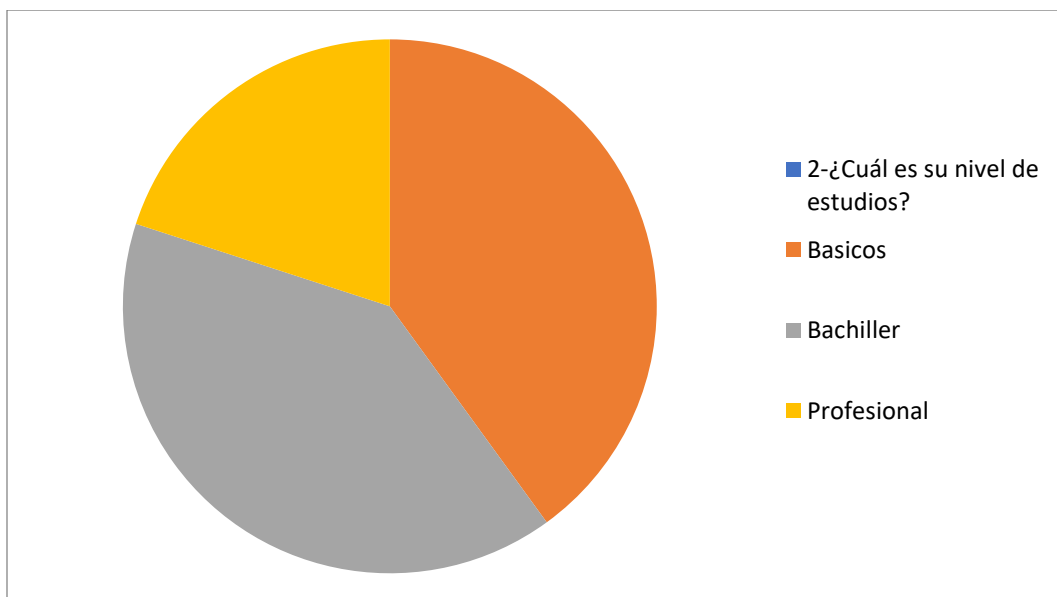
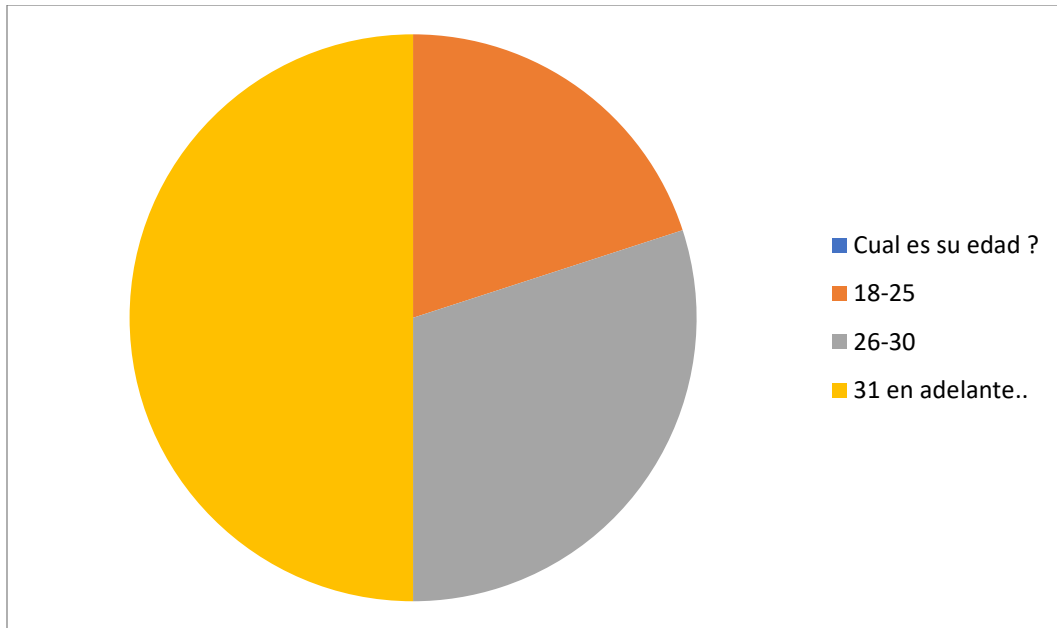
Los métodos del design thinking son 3 etapas las cuales son inspiración, ideación e implementación de las cuales se profundiza la creatividad del que los aplica para buscar soluciones a problemas de producto o servicio en el mercado.

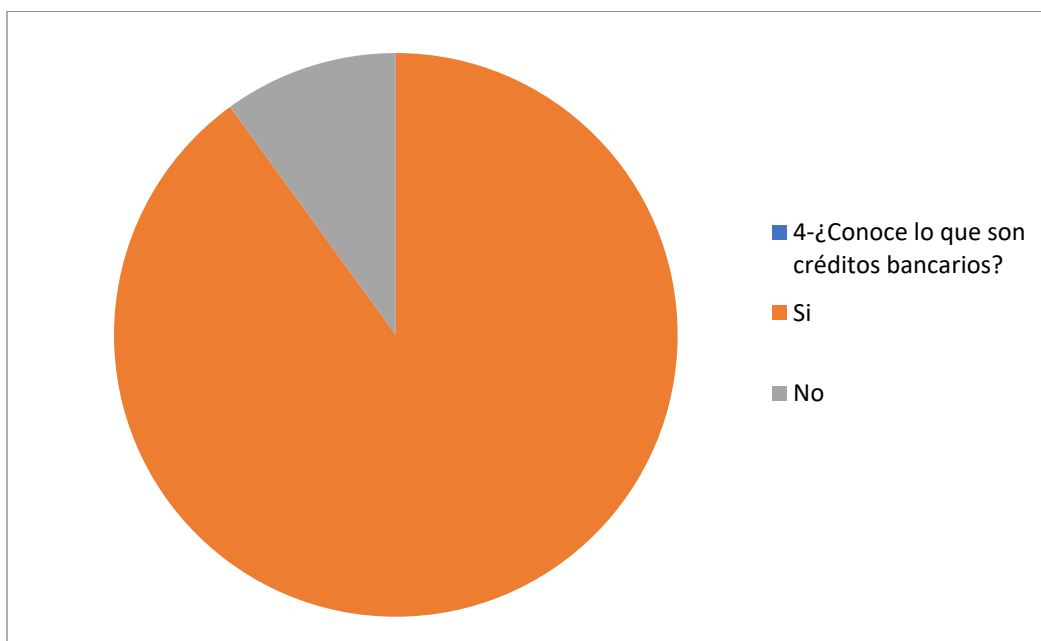
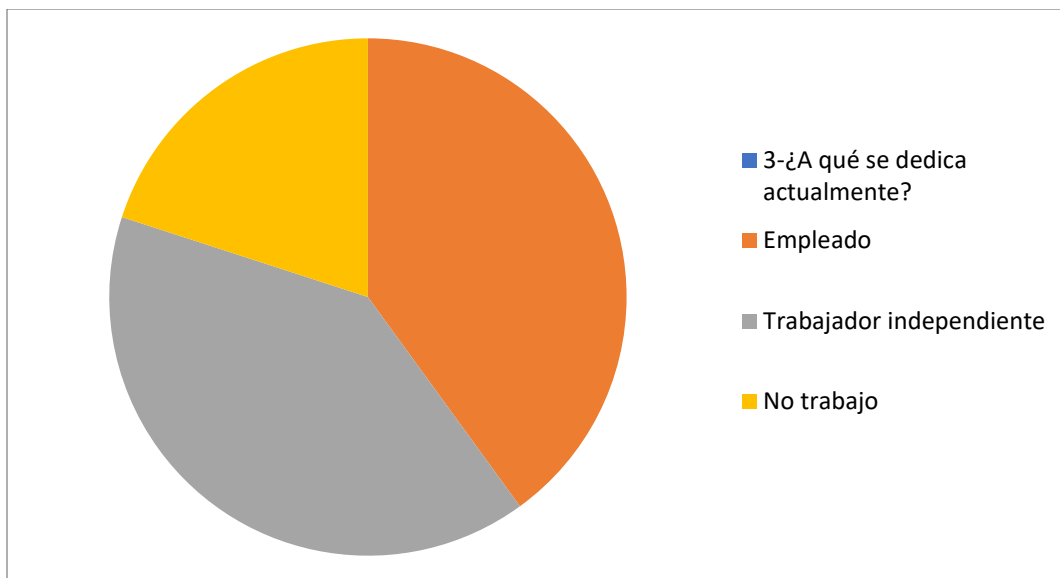
Iniciando con el método inspiración se aplicó las siguientes técnicas para descifrar más a fondo la problemática de la educación a iniciación de créditos bancarios.

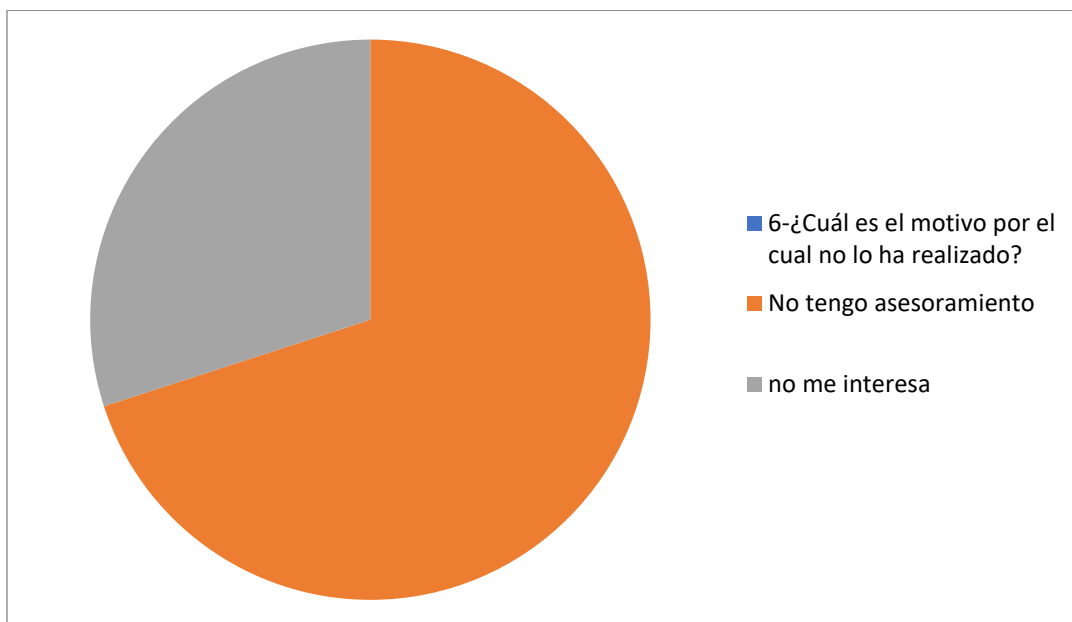
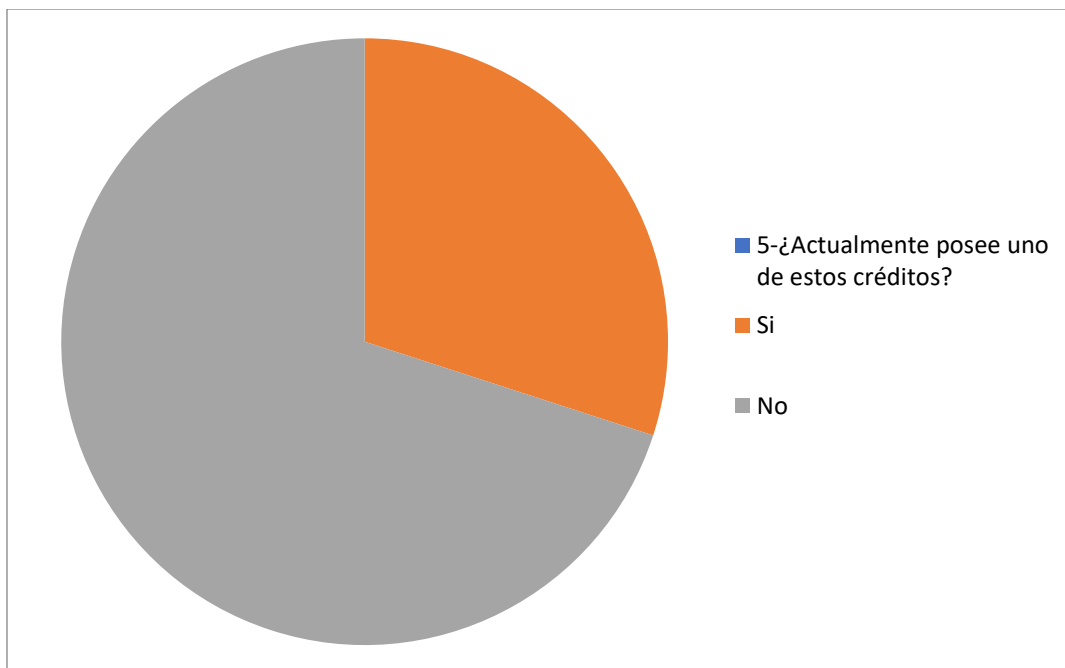
- **Entrevista**

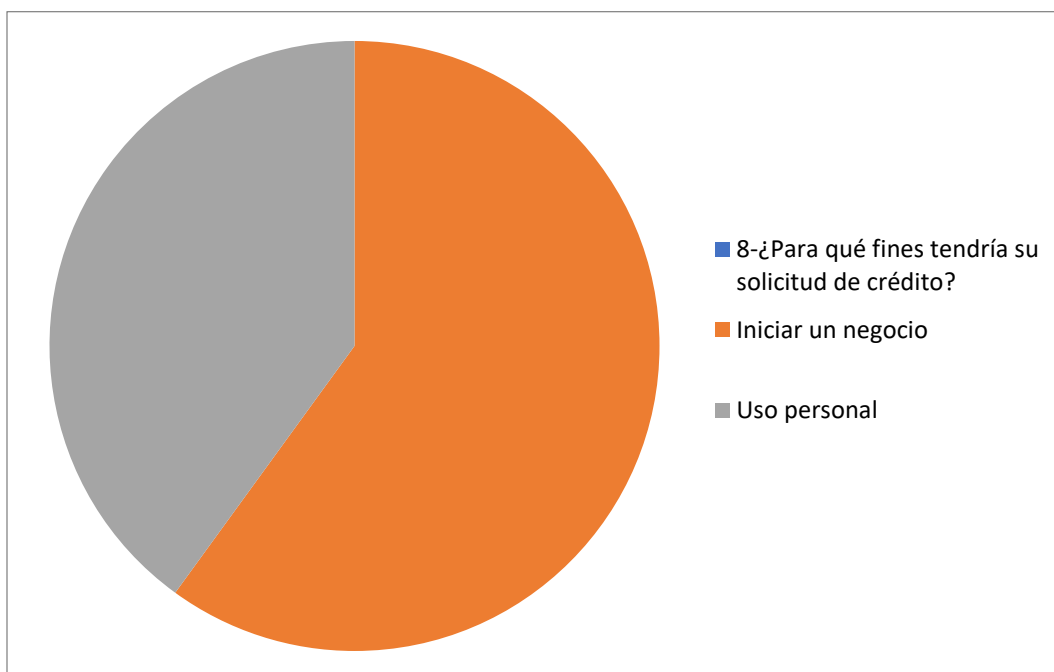
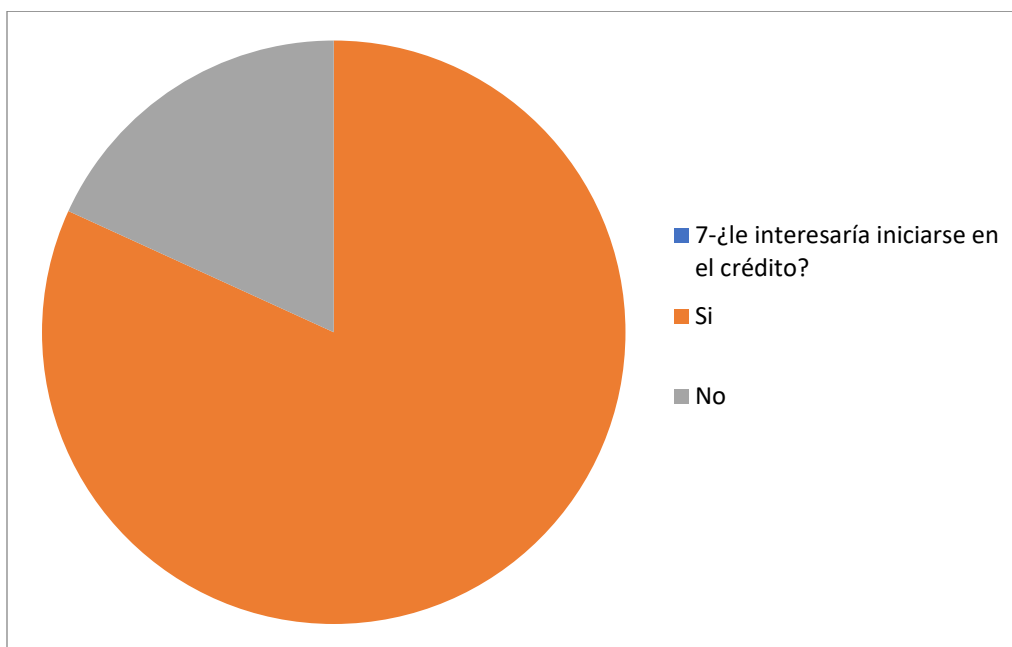
La entrevista constituye un instrumento de comunicación y una técnica de investigación fundamental en las ciencias humanas. Se emplea en la investigación social (recopilación de datos) y en tareas profesionales con diversos fines: información (periodismo), ayuda social (asistencia social), asesoramiento psicológico (psicología), asesoramiento educativo, vocacional y personal (orientación), psicoterapia (psiquiatría), selección profesional y académica de postulantes (evaluación de candidatos), etc. Es el proceso de relación que se da en el encuentro de dos personas, entrevistador y entrevistado. Su finalidad puede ser investigativa, terapéutica, de asesoramiento educativo, preventivo, de desarrollo vocacional, de crecimiento personal, informativo o, también evaluativa.

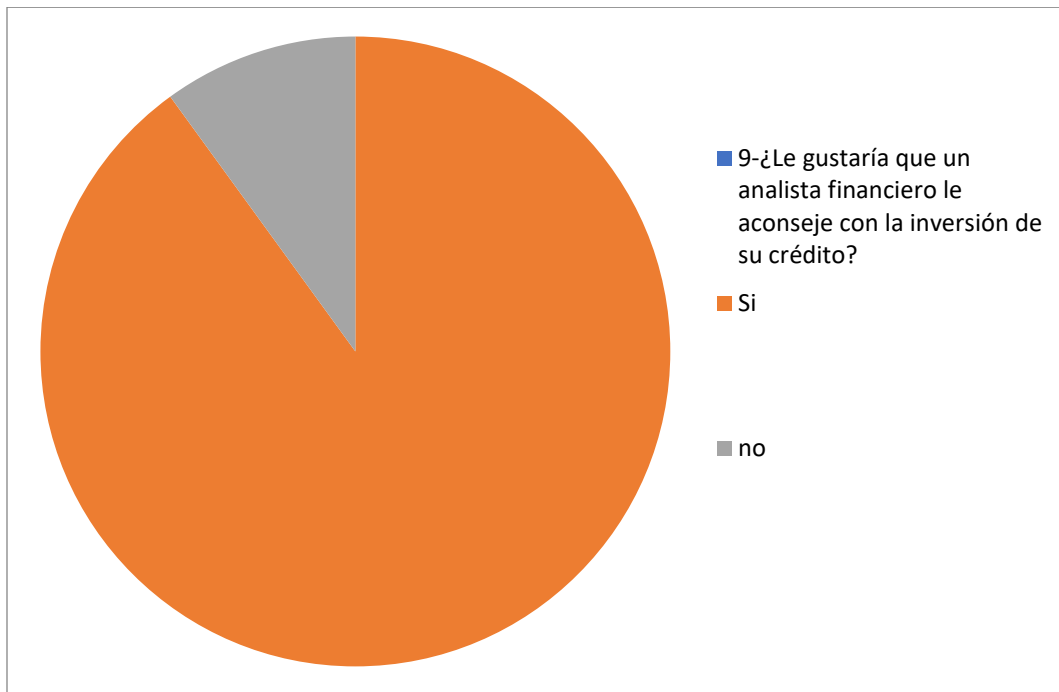
Con la técnica de entrevista pudimos entrevistar a varias personas de las cuales no tienen buro crediticio. Aplicando algunas preguntas a estas personas pudimos analizar que no se han iniciado en el crédito por falta de conocimientos de los beneficios que estos le ayudan y por bajos ingresos económicos.











Luego de analizar los resultados de la entrevista pudimos notar que las mayorías de personas carecen de una educación financiera. Por lo que entendemos que es necesario educar a estas personas a iniciarse en el crédito ya que les abre las puertas a tener oportunidad de iniciar un negocio por medio de préstamos de negocios y tener así una mejor calidad de vida.

- **Entrevista a experto**

La entrevista a experto consiste en un interrogatorio realizado por el grupo por uno de sus miembros, a un experto, persona capacitada o especialista en un tema o actividad.

En la entrevista a expertos tuvimos el placer de entrevistar a la gerente de la sucursal de la carretera mella realizándoles las siguientes preguntas:

1-¿Qué porcentajes de nuevos clientes fallan al pagar las primeras cuotas de su crédito?

Por lo que eh podido analizar en nuestra sucursal más del 45% de los clientes se atrasan en sus primeras cuotas.

2-¿A qué se deben estos incumplimientos?

Por diversos motivos desde falta de dinero hasta familiares enfermos o peor la muerte del deudor

3-¿Entiende usted que el cliente necesita educación crediticia?

Claro. Por qué por medio de la educación crediticia los clientes pueden tener un gran conocimiento y manejo de sus préstamos y tarjetas en el banco.

4-¿Cómo se podría introducir estas educaciones crediticias?

Por medios de publicidades, plataformas digitales y al momento de solicitar el crédito su oficial de negocios lo corresponda con las informaciones y manejos requeridos.

5-¿Entiende usted que se solucionarían los problemas de préstamos y tarjetas atrasadas con estas educaciones?

En su gran mayoría si porque esto ayudaría a las personas a tener más conciencia cuidar su buro crediticio y tener más responsabilidad con sus deudas. Disminuyendo así el porcentaje de clientes con moras

Después de realizar un profundo análisis a estas conclusiones podemos entender que por medio de una buena educación financiera el banco disminuirá los riesgos de mora y de créditos incobrables. Por lo que entendemos que al aplicar estos conocimientos y seguimientos a los clientes, estos tendrán más conciencia con sus deudas dentro del banco.

- **Los 5 porque**

Es una técnica para realizar preguntas iterativas, usadas para explorar las relaciones de causa y efecto subyacentes a un problema particular. El objetivo principal de la técnica es determinar la causa raíz de un defecto o problema repitiendo la pregunta ¿Por qué?

Los 5 porque es una técnica derivada de las técnicas (Entrevista y Entrevista Experto), consiste en llegar a las creencias de la persona para la cual diseñamos. Este método inicia realizándole una pregunta amplia a la persona que entrevistamos a medida en que responde vamos preguntado porque 5 veces seguidas, cabe destacar que solo se llega al punto objetivo solo cuando vamos por el 4 o 5 porque.

IMPLEMENTACION DE LOS 5 POR QUE GERENTE BANCO ADEMI

Realizamos entrevista Sarah Cuevas Gerente de la sucursal Ademi Carretera Mella y obtuvimos el siguiente resultado.

A las personas se les dificulta iniciar su crédito en las instituciones financieras por la mala política que posee el sistema financiero del país, considero que esas políticas de crédito deben ser reformuladas, dar montos más pequeños a personas que nunca han tomado crédito sin tener que atarlos a un garante.

La Superintendencia de Bancos no es flexible a la hora de regir los créditos de los cliente por primera vez, siempre tratan de que las personas que nunca han tomado crédito se inicien con una tarjeta de crédito y la mayoría de ellos nunca tienen un buen manejo y terminan afectándose el poco crédito que logran conseguir, no existe educación financiera en el país, los bancos otorgamos una tarjeta un cliente que nunca ha tomado crédito sin antes educarle, dígase enseñarle cómo se maneja el producto y la importancia de saber manejarlo ya que esto depende el éxito en su carrera crediticia, la mayoría de los clientes no tienen idea de que así como sube un score manejando bien una tarjeta de crédito, así mismo lo destruye en caso de que ocurra la contrario, dígase que no sepan manejarse con ella.

El gobierno no se ha preocupado por educar a la población, por implementar que en los colegios se hable sobre la importancia del crédito, sobre la importancia de saber manejarlo ya que la economía del país se dinamiza con los créditos y los futuros empresarios son esos jóvenes que se encuentra terminando la escuela o iniciando la universidad y no saben muchas veces ni siquiera que es una cuenta de ahorros menos lo que es un crédito y su importancia.

CAPITULO II:

VALORAR EL MODELO Y EJEMPLIFICAR EL MODELO E INSTRUMENTO DE CAMBIO DEL OBJETO EN ESE CAMPO DE ACCIÓN CON LA MEJORA DEL NEGOCIO O EMPRESA.

2.1. Valoración del design thinking para productos de iniciación de crédito de cliente.

Como vemos, aplicar correctamente el Design Thinking entendido en su amplia concepción (creatividad, trabajo en equipos multidisciplinares, storytelling...) conlleva numerosos beneficios económicos, de tiempo y de satisfacción de nuestro clientes/consumidores, por lo que si aún no has empezado a poner en práctica el Design Thinking en tu empresa todavía estás a tiempo de disfrutar de todos los beneficios que conlleva. En el ámbito de iniciación de crédito es importante implementar Design Thinking ya que con esta herramienta podemos estructurar prototipos de productos que realmente nuestro público objetivo necesita. Es una herramienta palpable ya que se da la teoría y se pone en práctica cada método.

La vida crediticia es una carta de presentación que muestra el comportamiento ante las deudas. Con ello, se puede adquirir a futuro diversas propiedades o acceder a un crédito de cualquier tipo. A lo largo de la vida, las personas solicitan dinero prestado para cumplir objetivos que difícilmente podrían alcanzar de otra forma, tales como la compra de una vivienda propia, educación, vehículo, entre otros. Cumplir este tipo de propósitos a través de un financiamiento responsable trae como consecuencia aumentar su patrimonio y mejorar su calidad de vida.

Cuando no se tiene el dinero suficiente para llevar a cabo una idea o adquirir un bien, los créditos son una buena opción, pero muchas veces no se puede acceder a ellos por no tener un historial crediticio. Utilizando Design Thinking podemos

crear productos que satisfagan las necesidades de ese mercado poco atendido por las instituciones financieras, logramos realizar prototipos y pruebas para medir el nivel de satisfacción del cliente con la nueva facilidad hasta alcanzar un bien que realmente funcione en el mercado y que cumpla con las expectativas esperadas por los clientes.

Design Thinking es una metodología de trabajo utilizada en procesos de diseño de productos, servicio, experiencias etc, y se lleva a cabo con los pasos de: investigar, diseñar, probar y corregir.

Este método permite a las empresas generar soluciones innovadoras a la gestión de las personas, reduciendo niveles de estrés, y ofreciendo nuevos retos y oportunidades a los empleados. También es un método que sirve para diseñar procesos de formación, cambios en el clima laboral, cambios en elementos corporativos etc. Es único para diseñar experiencias que generen mayor implicación y satisfacción del trabajador con la empresa.

Los negocios se enfrentan a nuevos problemas que no han conocido antes, o a nuevas formas de competencia, o nuevas limitaciones. Cuando compites con nuevos problemas, muchas veces es útil utilizar un nuevo enfoque, un nuevo proceso para hacer cosas. Por eso una gran cantidad de nuevos negocios están girando hacia el DesignThinking como una nueva forma de obtener innovación y resolver problemas".

Podemos entender con lo anterior que la innovación y el diseño son clave para que se dé este proceso al tratar de resolver un problema o una necesidad de los usuarios a través del conocimiento que se tiene del cliente e información coleccionada para convertirla en ideas o prototipos. Según Dan Brown, el diseño debe ser un esfuerzo continuo, un proceso de aprendizaje acerca de los usuarios, respondiendo a sus comportamientos y evolucionando el producto o servicio de forma continua.

Por ello, es que se da por sentado la importancia del design thinking en un negocio ya que el centro o núcleo de una empresa debe ser su mercado. Esto no quiere decir que el design thinking garantice la innovación pero ésta si contiene los principios del design thinking y eso es lo que atrae a los clientes.

Actualmente no se puede entender ningún tipo de negocio, ya sea para una pyme, autónomo, empresa, etc. que en su momento no necesite o pueda necesitar un crédito. El crédito es importante porque facilita, en un momento dado, el tener liquidez para poder comprar, hacer pagos, algún tipo de inversión, etc. Actualmente, el crédito es un tema que en la mayoría de las entidades financieras, exigen un mínimo de liquidez a la empresa para asegurarse el cobro de éste, en caso de que el deudor no pueda hacer frente a los pagos.

El crédito no sólo ayuda en muchos aspectos empresariales sino que, además, aporta confianza en el sistema financiero de un país, evita que el tejido industrial del mismo se rompa y, sobre todo, de cara al exterior invita a la inversión de todo tipo de empresas extranjeras en el propio país

Si bien es cierto que actualmente el principal problema que existe en la mayoría de los países, debido a la crisis, es que las entidades financieras no dan créditos a sus clientes, parece que esta tendencia está cambiando ya que las propias entidades se dan cuenta de que, si no facilita el crédito, esto al final repercute negativamente en sus propios balances.

Para los bancos, el crédito no sólo significa el dar dinero, implica también que van a recibir el dinero que han prestado con unos intereses que benefician a la propia entidad. La morosidad es un elemento que va implícito en el crédito, ya que hay un porcentaje de morosidad que la entidad tiene en cuenta. Sin embargo, es mucho más el beneficio lo que obtiene el propio banco por los créditos que concede, que el dinero que pierde por la morosidad.

El valor del crédito está en que, con las condiciones adecuadas, todos nos podemos beneficiar de él, en mayor o menor medida. Además, nos refuerza en muchas situaciones personales y profesionales que podemos tener.

2.2. Ventajas y desventajas del Design Thinking para productos de iniciación de crédito de cliente y su aplicación.

El Máster de Design Thinking y Customer Experience tiene el objetivo de crear profesionales de la innovación que dispongan de las herramientas conceptuales y prácticas para desarrollar con éxito procesos de innovación y de Design Thinking en las empresas, focalizando en el uso de herramientas y técnicas metodológicas, practicando técnicas de “empatía” para ponerse en la piel de clientes potenciales y detectar necesidades no satisfechas, desarrollando su creatividad, aplicándola a la solución de problemas reales de negocio y reflexionando sobre su propio perfil como potenciales profesionales de la innovación, en particular su propia actitud delante del riesgo, el error y la incertidumbre. (Garcia, 2018)

La metodología del Design Thinking ayuda a las empresas a ver oportunidades donde habitualmente encontraría problemas. Haciendo uso de esta metodología es posible encontrar de forma más sencilla el equilibrio entre lo analítico y lo emocional. esta metodología ayuda a conocer al cliente en profundidad.

El trabajo en equipo es clave para el desarrollo. Con diferentes profesionales que puedan dar sus diferentes puntos de vista sobre la idea de producto se pueden alcanzar soluciones muy creativas. Da igual que el equipo sea pequeño o grande, la diversidad de puntos de vista es lo fundamental para poder dar respuesta a las necesidades de usuarios muy diversos.

El design thinking aporta numerosos beneficios, tanto en el terreno personal, como en el terreno profesional. Con esta metodología seremos capaces de conocer a

nuestro cliente, de ponernos en su piel y descubrir y detectar las necesidades que tiene. Conseguiremos poner a nuestro cliente en el centro de la cadena de valor.

Esta metodología admite con exactitud los problemas, convertirlos en oportunidades y encontrar soluciones innovadoras y creativas para las empresas.

El crédito constituye la esencia del desarrollo económico; sin el crédito sería imposible la existencia del comercio ya que éste subsiste gracias al crédito.

La necesidad de otorgar al comprador plazo para el pago obliga, a su vez, al distribuidor a solicitarlo del fabricante. El crédito comercial, también denominado crédito inter empresarial o “trade credit”, es el crédito que se conceden las empresas no financieras entre sí y representa un canal de financiación básico al margen de los tradicionales circuitos bancarios.

El crédito comercial se suele conceder de manera informal a través de aplazamientos del pago de una transacción sobre bienes o servicios, en la que el vendedor actúa “de facto” como prestamista y el comprador como prestatario. Los expertos definen el crédito inter empresarial como un canal de financiación extra bancaria a corto plazo que permite la desintermediación financiera. En este sentido, aquellas empresas con mayor capacidad para acceder a los mercados de crédito pueden actuar como financiadores de sus clientes a través del cobro aplazado.

El crédito puede ser asumido como el combustible que le permite a una empresa arrancar. Además, contar con buenas condiciones en el acceso al financiamiento se traduce en un aumento de la productividad, de la innovación tecnológica y una mayor probabilidad de sobrevivir en el caso de probar suerte en los mercados internacionales.

Otro beneficio del Design Thinking para las empresas es que no solo permite definir bien los problemas, sino que los convierte en oportunidades. De hecho,

gracias a esta metodología encontrar soluciones innovadoras y creativas para posibles soluciones de las empresas es bastante sencilla.

Ventajas. (Garcia, 2018)

- Una de las grandes ventajas del Design Thinking es que nos permite conocer a nuestro cliente, es decir, ponernos en su piel y descubrir sus necesidades. Tal y como explican en el artículo “La metodología Design Thinking y el beneficio que tiene para las empresas” de DIME Network, con esta metodología “conseguiremos poner a nuestro cliente en el centro de la cadena de valor”. Esto se debe, en gran medida, a que una de las claves de este método es desarrollar empatía con los usuarios, algo que se consigue a través de la observación de los mismos.
- Se potencia la capacidad creativa y un enfoque disruptivo que aporte ideas innovadoras a los problemas o necesidades del usuario, en este caso los cliente que nunca han podido tomar crédito.
- Las soluciones que se obtienen están muy bien definidas, ya que se basa en el trabajo en equipos multidisciplinares. Esto aporta a su vez una mejora significativa en la coordinación de los equipos de trabajo, su comunicación y sus sinergias en la co-creación para lograr el objetivo común que es atender las necesidades de un mercado de iniciación de crédito poco atendido hoy día por las entidades financieras .
- Los proyectos son testeados previamente por los clientes para obtener su feedback, por lo que las posibilidades de éxito y el ahorro de costes son mucho mayores. De esta forma se convierte en una herramienta muy eficaz en la toma de decisiones ya que, como en la cultura científica, el Design Thinking está basado en datos objetivos, en la experimentación y el testeo.

- La comunicación de los proyectos mejora de manera exponencial, debido a que el grado de empatía con el cliente es muy alto y a que utilizamos herramientas como el storytelling para enviar el mensaje.
- Incrementa nuestra productividad.
- Incrementa la capacidad profesional de nuestros empleados.
- Aumenta la competitividad de nuestros productos y servicios.

Desventajas. (Garcia, 2018)

- Las desventajas de la herramienta Design Thinking para implementar un producto orientado a la iniciación de crédito son difíciles de localizar, pero podría mencionar por ejemplo que no existen unos tiempos delimitados para la ejecución de cada fase o que el éxito de una fase no te garantiza el éxito de las que vienen a continuación.
- La complejidad.
- La globalización.
- La necesidad de dotar de sentido a los productos.
- El cambio de unas estructuras orientadas al producto a estructuras orientadas al proceso.
- La responsabilidad social corporativa.

2.3. Implementación del método ideación para la educación y desarrollo de productos de iniciación crediticio.

El paso a esta fase supone empezar a crear soluciones para los problemas concretos encontrados. En las fases anteriores, centramos nuestros esfuerzos en comprender y concretar la información obtenida en focos de acción. Ahora, se trata de generar soluciones para esos aspectos elegidos que parecen recoger importantes necesidades y deseos para el usuario.

Etapas (idea y prototipo) tomar las técnicas de ideación

Las siguientes técnicas a aplicar en este capítulo son:

- Los cinco primeros
- Como podríamos
- Como determinar el prototipo
- **Cinco primeros**

Esta técnica consiste en escoger las 5 mejores ideas de solución a un problema de un determinado grupo de personas, las cuales realizan 5 ideas cada una y se toma las mejores ideas de cada integrante y se unen hasta completar las 5 mejores.

Con esta técnica desarrollamos 5 ideas cada uno de las cuales se escogieron las 5 mejores, las cuales solucionarían la problemática de la educación crediticia.

Omar Bido:

- 1-Implementacion de programas educativos gratuitos para clientes del banco.
- 2-Creacion de productos controlados en desembolsos programados por el cliente.
- 3-Asignacion de oficiales que les den seguimiento a sus clientes.
- 4-Premiar clientes que tengan buen manejo en sus primeros prestamos.
- 5-inducir al buen manejo crediticio para renovación del crédito.

Brinia Paulino:

- 1- Desarrollo de programas educativos en las escuelas y universidades.
- 2- Manteniendo anfitriones en cada sucursal que migren a los clientes a los canales alternos como el internet banking.

- 3- Brindando asesoría a las pymes tanto a los socios como a sus empleados.
- 4- Otorgando a los jóvenes la facilidad de financiar sus estudios y que les cuente como historial crediticio con tasa fija.
- 5- Creando una plataforma financiera que permita dar crédito por primera vez sin necesidad de garante.

Las ideas escogidas son:

- 1- Implementación de programas educativos gratuitos para clientes del banco.
- 2- Creación de productos controlados en desembolsos programados por el cliente.
- 3- Asignación de oficiales que les den seguimiento a sus clientes.
- 4- Otorgando a los jóvenes la facilidad de financiar sus estudios y que les cuente como historial crediticio con tasa fija.
- 5- Creando una plataforma financiera que permita dar crédito por primera vez sin necesidad de garante.

Después de elegir las mejores propuestas podemos entender que las más eficientes maneras de solucionar las problemáticas con los créditos es aplicando ideas de creaciones de productos que se adecuen a la necesidad y a su vez oficiales que den el seguimiento adecuado.

- **Como podríamos**

Es una técnica la cual consiste en identificar las problemáticas que plantean desafíos para las personas para las que se está diseñando. Consiste en como esos desafíos se convierten en oportunidades para el diseño.

Con la técnica se desarrolló las ideas principales seleccionadas de la técnica anterior los cinco primeros, de las cuales se explicó cómo se podría implementar estas ideas en el banco.

1- Implementación de programas educativos gratuitos para clientes del banco

Mediante de desarrollos de programas educativos para el cliente se seleccionarían personas capacitadas para inducir estas actividades las cuales tendrían lugar en establecimientos elegidos por el banco de manera mensual y durante un periodo definido.

2- Creación de productos controlados en desembolsos programados por el cliente

Mediante estudios de factibilidad se implementarían los siguientes productos los cuales son tarjetas controladas y prestamos controlados. Los cuales se otorgarían a los clientes mediante desembolsos divididos del crédito en planificación con el cliente.

3- Asignación de oficiales que les den seguimiento a sus clientes

Mediante la asignación de oficiales capacitados se estaría instruyendo al cliente en la inversión de su crédito de manera efectiva para así también poder cumplir con el pago del crédito.

4- Otorgando a los jóvenes la facilidad de financiar sus estudios y que les cuente como historial crediticio con tasa fija.

Atraves de préstamos educativos con tasa fija de 9 % durante la vida de la carrera o estudio a cursar, con la finalidad de apoyar a los jóvenes que costean sus estudios, esta sería una forma de que a medida en que ellos paguen sus estudios vayan creando histórico crediticio y subiendo su score.

5- Creando una plataforma financiera que permita dar crédito por primera vez sin necesidad de garante.

Mediante préstamos de montos bajos que le sean aprobados a los clientes solo con su historial de cuenta sin necesidad de buscar un garante porque nunca han tomado crédito. Estos créditos tendrían una tasa competitiva fija por la vida del crédito.

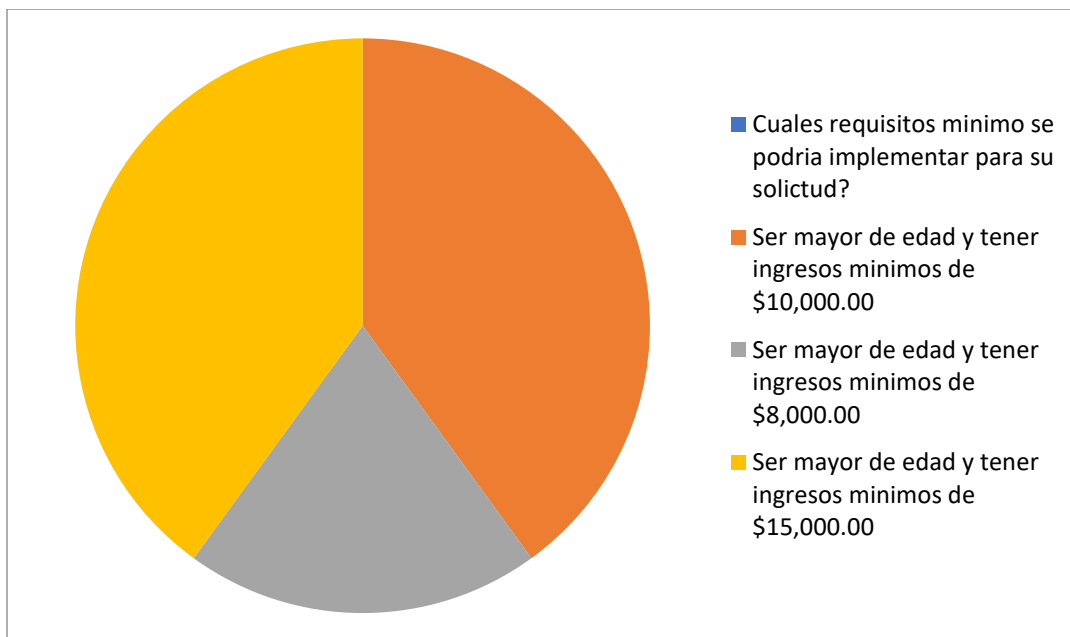
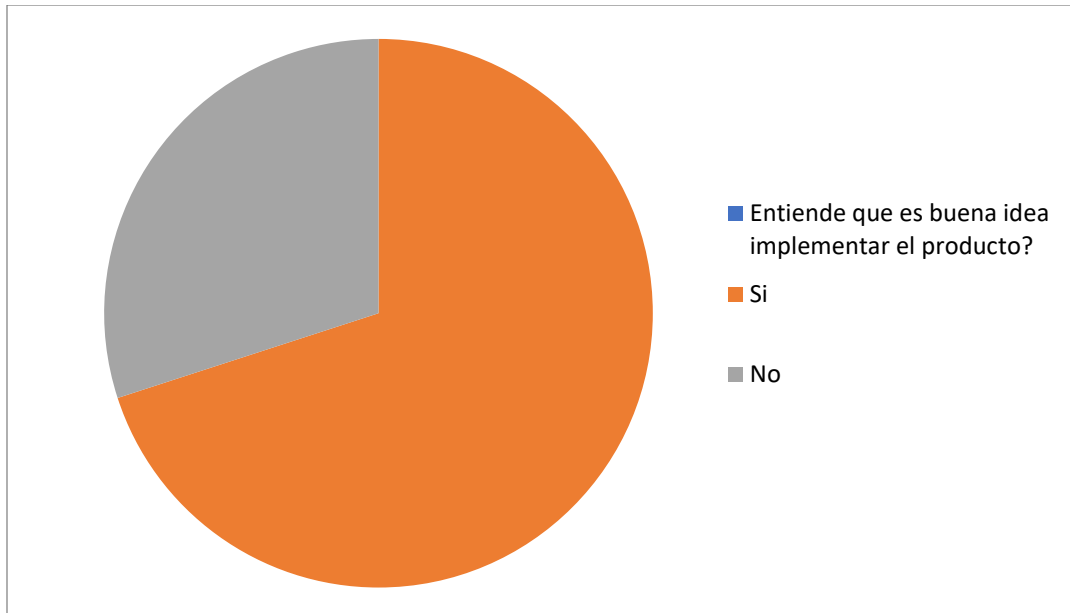
Después de analizar las ideas desarrolladas se puede comprender como se podría introducir estas ideas a un prototipo el cual sea satisfactorio y eficiente para la entidad bancaria y el cliente, mediante estudios y aceptación de los mismos.

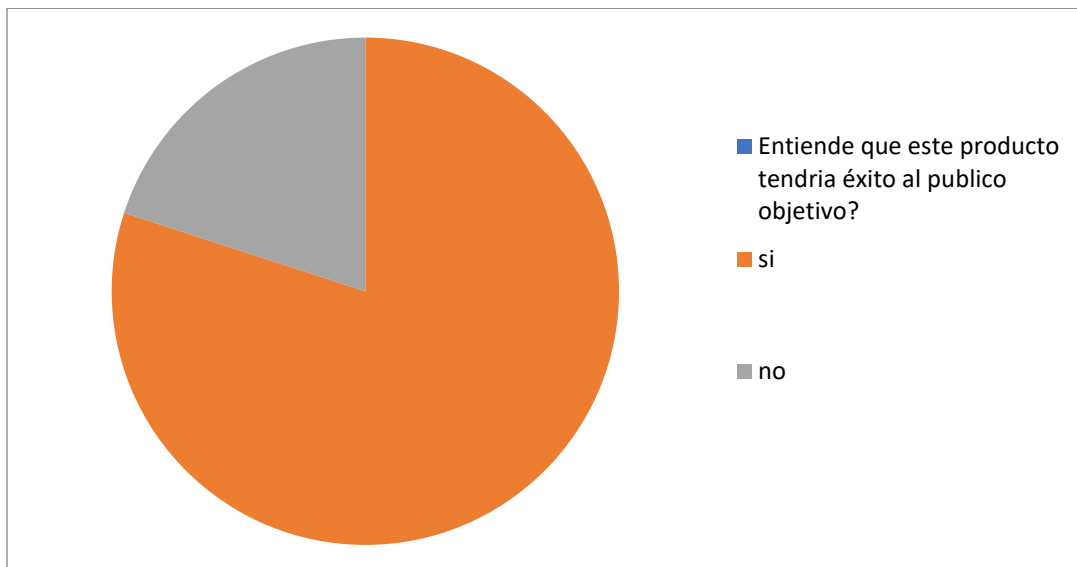
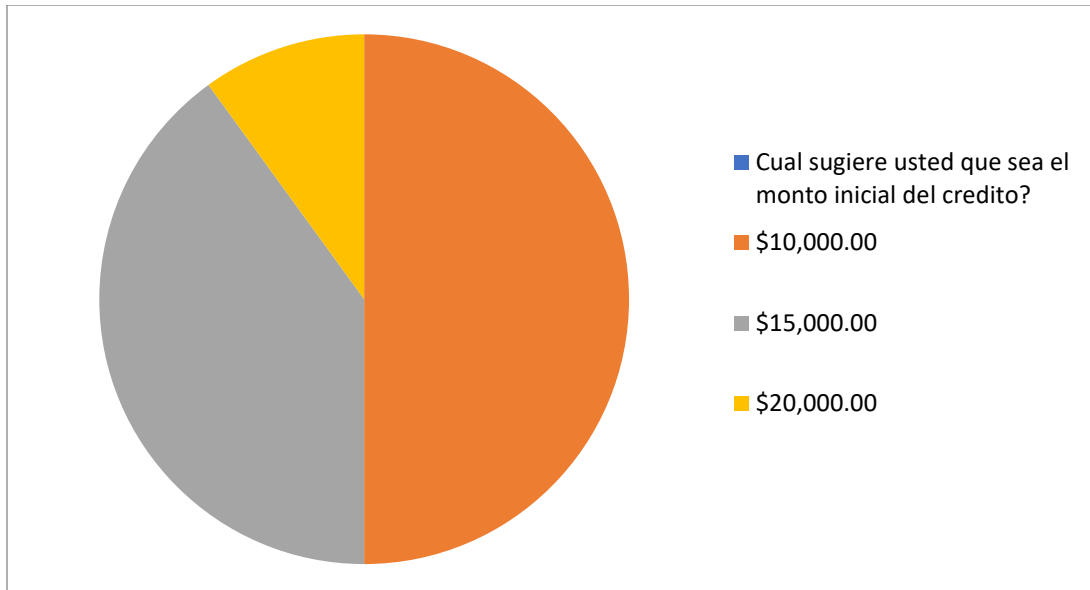
- **Determinar que prototipo**

Es una técnica la cual consiste en introducir posibles prototipos para la evaluación de sí mismos para conocer que se puede mejorar del producto o servicio que se quiera implementar. Prototipar no se trata de ser precioso, se trata de hacer prototipos sencillos y escasos para no solo ahorrar tiempo, sino también enfocar las pruebas en los elementos críticos.

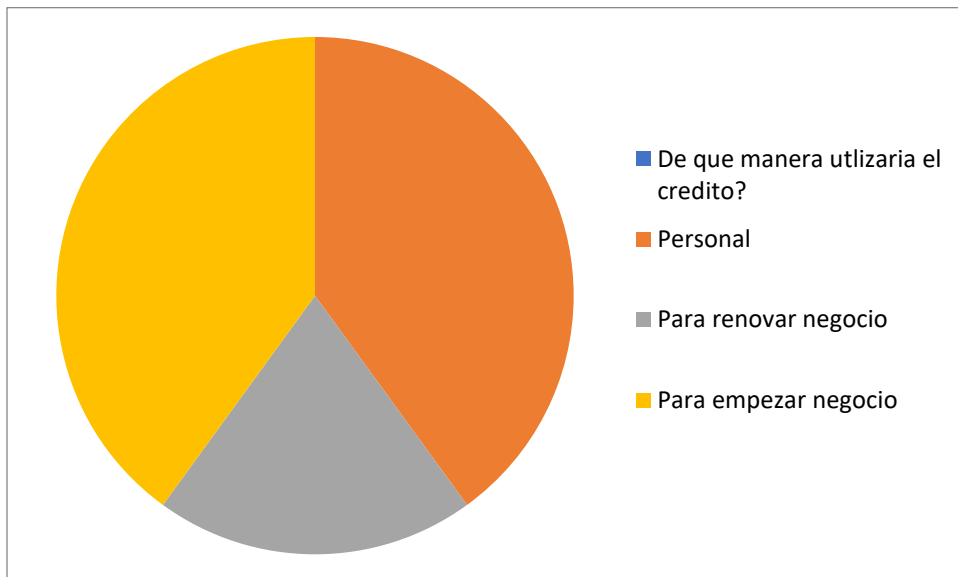
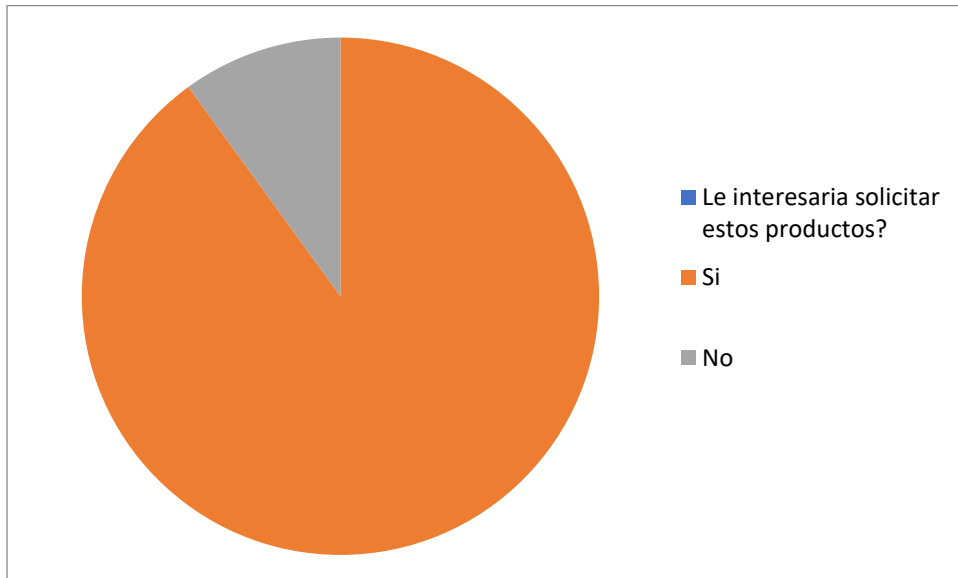
En esta técnica decidimos realizar encuestas tanto al público objetivo como a los empleados de la entidad bancaria, para así poder conocer más lo que se necesita y se desea de los productos seleccionados que son tarjetas de crédito controladas y prestamos controlados.

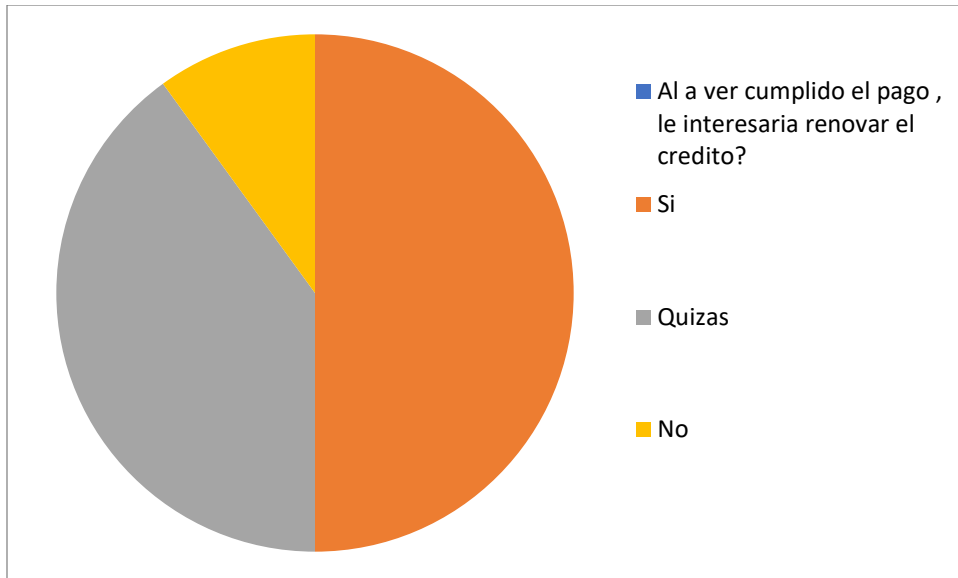
Se le realizó la encuesta a 10 empleados al azar del banco realizando diversas preguntas de los productos a implementar:





Se realizó la siguiente encuesta a 10 posibles clientes del producto a desarrollar las cuales fueron:





CAPITULO III: MODELO O INSTRUMENTO DE CAMBIO DEL OBJETO DE ESTUDIO EN EL CAMPO DE ACCIÓN.

3.1 Condiciones previas

Condiciones previas por lo tanto podemos ver como factores críticos de éxito Eso determina el éxito de un proyecto. El problema aquí es que la implementación de las condiciones previas no es la misma para cada proyecto, pero puede variar de un proyecto a otro. Antes del inicio de un proyecto, debemos describir los detalles de las condiciones previas en la asignación para que formen parte del proyecto. Es importante que solo iniciemos un proyecto después de que se hayan cumplido las condiciones previas.

Nombre del proyecto

El nombre del proyecto a lanzar será (Credifacil) para el segmento de clientes de bajos recursos que necesiten crear crédito para su buro y así darle la oportunidad de tener un buen crédito y poder beneficiarse del mismo para una mejor calidad de vida.

¿Quién es el cliente?

Al público el cual va dirigido el proyecto es al público de clase baja, ya que en este segmento es donde las personas mayormente tienen menos educación financiera y sostenibilidad económica por lo que decidimos lanzar los productos a este segmento con el propósito de tener éxito de los mismos.

Departamento encargado

El departamento el cual tendrá la tarea de llevar a cabo el proyecto de acuerdo al pie de la letra

Será el departamento de crédito y mejoras al servicio, con el fin de lograr un excelente manejo de las operaciones y servicios brindados de los productos los cuales son **(Préstamo fácil y Tarjeta fácil)**

Personal encargado del proyecto

El personal que trabajara directamente los productos serán los oficiales de negocios, los cuales tienen la experiencia adecuada para llevar a cabo esta tarea y poder convencer a esos futuros clientes de los beneficios de estos productos para sus buros crediticios.

Además de las encargadas de servicio que brindaran la información y los requisitos para solicitar estos productos en cada sucursal del banco Ademi.

Objetivo del proyecto

Lograr obtener más participación en el mercado en el segmento elegido y así poder disminuir las moras de los créditos otorgados a los clientes.

Lanzamiento del proyecto

Dentro de esta etapa se realizarán publicidades tanto digitales como tradicionales para dar a conocer los nuevos productos y así poder tener una buena popularidad en el mercado. También los oficiales ofrecerán el producto en las calles y a la vez se promocionará por medio de volantes que estarán dando los mismos oficiales.

Proceso de evaluación del producto

Durante la etapa de solicitud, el oficial hará las evaluaciones adecuadas para garantizar que el cliente tenga capacidad de pago.

- Por medio de visitas al hogar del cliente y negocio si este tiene.
- Por medio de evaluación de ingresos que tenga el cliente
- Por clasificación de data crédito.
- Por medio de evaluaciones psicológicas hacia el cliente.

3.2. Modelo de Design Thinking para productos de iniciación de crédito de cliente

Una característica fundamental de la metodología Design Thinking es que está centrada en el usuario y en los problemas que a éste se le pueden plantear y en la empatía. Estas dos concepciones están estrechamente relacionadas, es primordial hacer previamente una composición de lugar, un análisis de la situación, tener conciencia de donde estamos y qué necesitamos. **(Nigel Cross)**

Tenemos que ser curiosos y cuestionarnos todo con un gran deseo de mejorar y de aprender, cualidad primordial es ayudar al segmento más débil a tener oportunidades en el mercado. Que no se nos escape nada y tenemos que darnos cuenta de todo, de cosas que a simple vista o de manera rápida no pudiéramos apreciar o valorar. Tenemos que ser empáticos, por medio de la empatía nos integramos en el entorno y tratamos de adaptarnos a él. El ambiente y el usuario nos condicionan y hay que conocerlos, entenderlos, fusionarnos y relacionarnos con él.

El proceso de Design Thinking lo realizamos por medio de 5 acciones fundamentales (García, 2018)

EMPATIZAMOS

Comenzamos con una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando o buscando y también de su entorno. Debemos ser capaces de ponernos en la piel de dichas personas para ser capaces de generar soluciones consecuentes con sus realidades. Tenemos que meternos en la piel y en la cabeza de los usuarios y de sus problemas.

DEFINIMOS

Durante la etapa de definición filtramos la información recopilada durante la fase de Empatía y nos quedamos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al

alcance de nuevas perspectivas interesantes. Asemajaremos problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.

IDEAMOS

La etapa de Ideación tiene como objetivo la generación de cuantas más opciones, mejor. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo, no hay límites y no tenemos que tener prejuicios de valor. Todo puede valer y en muchas ocasiones las ideas más raras son las que generan las soluciones más innovadoras.

Prototipamos

A partir de este momento ya existe algo físico, algo que podemos visualizar o que podemos tocar, aunque por supuesto se puede tratar de algo virtual en el caso de una aplicación informática, etc. Bajamos al plano real o de la tierra lo que hasta ahora era algo etéreo.

La característica de hacer un modelo o prototipo “rápido” conecta con la idea de Producto Mínimo Viable de la metodología Lean Startup, hacemos algo que no nos consuma demasiados recursos ni demasiado tiempo para poder probarlo cuanto antes (fase posterior de testeo), se saca al mercado se analiza, se aprende de los errores y se mejora, fundamental este flujo de actuación “rápido” que es transversal y se utiliza en muchas de las metodologías de gestión actuales.

3.3 Design thinking para productos de iniciación de crédito de cliente.

El design thinking es la arquitectura sobre la que se establecen los procesos de pensamiento que apuntan a la innovación y al desarrollo de nuevas ideas, siempre en un marco de actuación que persigue la satisfacción del cliente por la vía más directa, la entrega de valor. **(Nigel Cross)**

Un ciclo de design thinking se caracteriza por:

- La búsqueda de la innovación centrada en la persona.
- La necesidad de la observación para descubrir las necesidades no satisfechas dentro de un contexto y las limitaciones de una situación particular.
- La iteración de las soluciones, que se van completando con nuevas ideas, probando y ajustando.
- El involucramiento de clientes o usuarios finales, que minimiza la incertidumbre y el riesgo de la innovación.
- El uso de las percepciones, en las que se confía, entendiéndose que complementan a los datos objetivos.

Ante la problemática expuesta antes por los cliente sobre lo difícil que es adquirir su primer crédito, llegamos a obtener que para lograr los resultados avanzados que vienen con el pensamiento creativo desde una perspectiva de diseño, empoderar al equipo de la organización es de suma importancia. Esto significa que los líderes deben adoptar una gama de funciones fundamentales que pueden facilitar una cultura de inventiva e ideas audaces. Para ello, deberán seguir los siguientes pasos:

1. Transmitir una visión que los empleados puedan comprender como base. Esta base permitirá una mayor asunción de riesgos en el proceso de experimentación porque los objetivos finales estarán mucho más claros.
2. Inspirar a los demás. Si bien el design thinking promueve la simplificación como un medio de expansión en nuevas direcciones, no es una tarea fácil. Pero cuando los líderes asumen estos desafíos y determinan formas efectivas de abordar los problemas a medida que surgen, siempre hay margen para el ajuste.
3. Involucrarse con el trabajo en marcha. Un líder que está en sintonía con el design thinking debe estar en el campo en todo momento, no sólo cuando los problemas amenazan con detener el progreso.

Podría decirse que la clave para fomentar el design thinking en Banco Ademi está en el liderazgo, que deberá fomentar un crecimiento significativo y animar a probar soluciones alternativas y nuevas vías, desde la aceptación de que es probable que sea necesario introducir cambios y adaptar los resultados para generar mayor valor.

El reto consiste en diseñar con las personas, no para ellas. Este tipo de trabajo colaborativo ayudará a la empresa a entender qué hay detrás de cada individuo. Además permite averiguar qué elemento común les une para así aplicar esta solución a otros clientes similares.

En un contexto de cambios cada vez más acelerados, los bancos tienen claro la importancia de innovar o ser cambio, y además si le sumamos la presión por la transformación digital, hoy en día tenemos en el sector bancario cambios significativos tanto a nivel local e internacional, y uno de las metodologías que están ayudando en este camino es el Design Thinking.

En un mundo tan complejo, donde la dinámica de los consumidores, mercados y la industria están cambiando constantemente, ¿cómo puede el sector bancario mantener el ritmo? ¿Cómo puede garantizar que los servicios, los productos y la experiencia que ofrece evolucionan con las necesidades y expectativas del individuo del siglo XXI?

Ser original no es un requisito previo para ser creativo o tener éxito. La mayoría de la innovación es impulsada por personas que robaron una idea, principio o concepto de otro lugar para luego aplicarlo a su industria. Para hacer frente a los desafíos planteados por la era digital, eso es exactamente lo que el sector bancario debe lograr hoy, mantener un servicio personalizado, educar a sus cliente, enseñarles cómo manejar su crédito, pero sobre todo ofrecer productos innovadores que satisfagan esas necesidades no cubiertas por ese grupo de personas que nunca han tomado crédito o que se les dificulta tomar crédito por primera vez en las instituciones financieras.

3.4. Desarrollo del método implementación para la educación y desarrollo de productos de iniciación crediticio.

Las técnicas a implementar esta fase del trabajo serán:

- Prototipos en vivo
- Seguir recibiendo comentarios
- Seguir itinerario

PROTOTIPOS EN VIVO

Un prototipo en vivo es una de las formas más poderosas de probar su solución en el mercado.

Le brinda la oportunidad de realizar pruebas de estrés de su solución en condiciones reales. Puede durar desde unos pocos días hasta unas pocas semanas, y es una oportunidad para aprender cómo funciona su solución en la

práctica. Los Prototipos en vivo tienen que ver con comprender la viabilidad y la viabilidad de su idea.

Desarrollo del método de implementación Prototipos en vivo

Se implementará un plan piloto en la sucursal Banco Ademi Carretera Mella en donde los gestores de negocios tendrán en el menú de su sistema AS400 la opción de crear solicitudes del producto Credifacil (Préstamo fácil y Tarjeta fácil), en donde tendrán la oportunidad de oferta el producto a los clientes que visiten la oficina solicitando su primera facilidad crediticia realizando la solicitud en vivo y retroalimentando al cliente sobre:

En caso de Préstamo fácil: Monto aprobado según perfil del cliente, tasa, tiempo de fijación de tasa, fecha de pago y que el desembolso se realiza al instante a una cuenta de ahorros.

En el caso de Tarjeta fácil: Monto aprobado según perfil del cliente, tasa por financiamiento, fecha de corte, comisiones por moras, comisiones por avance de efectivo, comisión anual de cuota de protección y que el plástico se le entregaría en 5 días laborables.

SEGUIR RECIBIENDO COMENTARIOS

Esta técnica consiste en recopilar los comentarios de las personas para las que estás diseñando es un proceso interminable y es fundamental a medida que impulsas tu idea. A medida que ejecute Prototipos en vivo, ponga a prueba su idea y determine cómo definir el éxito, medir y evaluar su trabajo, querrá que los miembros del equipo se dediquen a obtener comentarios de socios clave y de las personas a las que desea servir.

Desarrollo del método de implementación Seguir recibiendo comentarios

Luego de haber ejecutado el plan piloto en la sucursal Banco Ademi Carretera Mella implementado el Prototipo en vivo de crear solicitudes del producto Credifacil (Préstamo fácil y Tarjeta fácil), en donde los gestores de negocio tendrán la oportunidad de oferta el producto a los clientes que visiten la oficina solicitando su primera facilidad crediticia, un representante de negocios estará encargado de entrevistar a los cliente a los cuales se les haya realizado las solicitudes de Credifacil, obteniendo información de cómo el cliente se siente con la facilidad, si cumple con las cualidades básicas que buscan.

En el caso de Préstamo fácil: los clientes serán entrevistados luego del desembolso con la finalidad de obtener información y saber si realmente el producto satisface las necesidades de nuestro público objetivo, se evaluara el tiempo de espera del cliente en sucursal para el desembolso, si la tasa otorgada es la adecuada, monto aprobado, si la fecha de pago es la correcta.

En el caso de Tarjeta fácil: los clientes serán entrevistados luego de haberles entregado el plástico, ser activado y hayan realizado consumos con la finalidad de obtener información y saber si realmente el producto satisface las necesidades de nuestro público objetivo, se evaluara el tiempo de espera por parte del cliente para que le sea entregado su plástico, si está de acuerdo con el monto aprobado, si el diseño del plástico es atractivo y cumple con sus expectativas, si la tasa por financiamiento es considerable, si la fecha de corte otorgada es la adecuada, si las comisiones por moras, por avance de efectivo y comisión anual de cuota de protección son asequibles.

En caso de que la información recopilada no sea positiva por parte de los clientes, el producto Credifacil será referido al departamento de mercadeo operativo y crédito para realizar las especificaciones y correcciones de lugar que le permitan a la facilidad propuesta tener éxito en el mercado.

Seguir itinerario

Esta técnica consiste en después del lanzamiento del producto o servicio al mercado se evalúe y dependiendo de las críticas que tenga el mercado se ajuste a mejoras para lograr una mayor satisfacción para el cliente.

Desarrollo del método de implementación Seguir itinerario

Se implementaran pruebas de los productos en lo que se buscara en como perfeccionarlos y ajustarlos para el segmento enfocado y poder lograr una buena aceptación en el mercado y ser competitivo ante los demás servicio ofrecidos por otras entidades bancarias.

Por medio de las siguientes evaluaciones se estará observando y analizando el comportamiento de las personas al ver el producto y sus opiniones de sus procesos y solicitudes las cuales son:

- Evaluaciones de los requisitos del producto
- Interacción del cliente con los oficiales a cargo del servicio
- Sugerencias de los clientes en cómo mejorarlo
- Sugerencias del personal que brinda el servicio

Por medio de estas evaluaciones se puede obtener sugerencias de ambas partes tanto del cliente como el personal capacitado y así lograr que el producto tenga éxito y permanezca en el mercado y también se posicione ante los competidores.

CONCLUSIONES

El buen funcionamiento del sistema financiero es primordial para el crecimiento de la economía de un país

El sistema financiero permite que el dinero circule en la economía, que pase por muchas personas y que se realicen transacciones con él, lo cual incentiva un gran número de actividades, como por ejemplo, la inversión en proyectos que, sin una cantidad mínima de recursos, no se podrían realizar, siendo esta la manera como se alienta toda la economía.

Es importante destacar que el desarrollo financiero tiende a modificar la estructura de las tasas de interés tanto para el prestatario, como para el prestamista, alterando por tanto el comportamiento de ahorro en la economía. En otras palabras, el efecto positivo sobre la productividad del capital y la eficiencia de la inversión son las características más importantes que a través del sistema financiero promueven el crecimiento de la economía.

Siempre se deben tener en cuenta los criterios y las bases suficientes para tomar las decisiones que mejor le convengan a la persona que hace la solicitud, aquellas que ayuden a mantener los recursos obtenidos anteriormente y adquirir nuevos que garanticen el beneficio económico futuro, también verificar y cumplir con las obligaciones con terceros para así llegar al objetivo primordial de tener una oportunidad para poder emprender negocios y obtener ganancias adecuadas para el sustento de sus familias y de su negocio

Por lo que el implemento de estos productos garantiza en como las personas de bajo recursos puedan crear créditos y tener un buro crediticio capaz de tomar prestamos adecuados para la realización de su propio negocio y así poder sustentarse y tener la oportunidad de salir de la pobreza con su innovación y desempeño

RECOMENDACIONES

Entre las recomendaciones que debe considerar la entidad bancaria banco Ademi están:

1. Implementar el prototipo de Credifacil para así lograr entender que es lo mejor para combatir la morosidad del banco ante créditos entregados a clientes.
2. Adoptar los procesos del design thinking ante la problemática de la falta de educación crediticia que tienen los segmentos más bajos.
3. Revisar periódicamente el procedimiento de implementación de estas técnicas en el campo del mercado.
4. Cumplir con todas las disposiciones, políticas y procedimientos enunciados en las técnicas del design thinking al alcance las herramientas necesarias para ejecución.
5. Mantener informado a todo el personal sobre los cambios ejercidos con Credifacil y las estrategias para reforzar los procesos internos.
6. Dar seguimiento continuo a las actividades establecidas de las fases a que estas se realicen de forma coordinada y eficiente.
7. Todo el personal del departamento de créditos y mejoras del servicio de debe estar alineado con los encargados de otras áreas con el propósito de llevar el registro y control de los empleados apoyándose en los sistemas de control de gestión.
8. Garantizar que las técnicas de design thinking sea utilizado para actividades propias del departamento de crédito y mejoras del servicio. En caso de prácticas indebidas se estarían tomando las medidas disciplinarias correspondientes.

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.designkit.org/methods/19>

http://d1r3w4d5z5a88i.cloudfront.net/assets/guide/Field%20Guide%20to%20Human-Centered%20Design_IDEOorg_Spanish-ffa025302066d08eb3247093e1f3a93.pdf

Designpedia (LEO) Juan Gasca Rubio, Rafael Zaragoza
Álvaro Edición no. 1 (10/31/2014)

Design Thinking, Nigel Cross Edición no.3 The 10 Faces of
Innovation, Tom Kelley

Bancoademi.com.do/media/2010/memoria-anual-banco-
ademi-2019.

ANEXOS

Preguntas de la entrevista

Dentro de las preguntas realizadas a 10 personas al azar están las siguientes:

1-¿Cuál es su edad?

2-¿Cuál es su nivel de estudios?

3-¿A qué se dedica actualmente?

4-¿Conoce lo que son créditos bancarios?

5-¿Actualmente posee uno de estos créditos?

6-¿Cuál es el motivo por el cual no lo ha realizado?

7-¿le interesaría iniciarse en el crédito?

8-¿Para qué fines tendría su solicitud de crédito?

9-¿Le gustaría que un analista financiero le aconseje con la inversión de su crédito?

Entrevista a experto

En la entrevista a expertos tuvimos el placer de entrevistar a la gerente de la sucursal de la carretera mella realizándoles las siguientes preguntas:

1-¿Qué porcentajes de nuevos clientes fallan al pagar las primeras cuotas de su crédito?

Por lo que eh podido analizar en nuestra sucursal más del 45% de los clientes se atrasan en sus primeras cuotas.

2-¿A qué se deben estos incumplimientos?

Por diversos motivos desde falta de dinero hasta familiares enfermos o peor la muerte del deudor

3-¿Entiende usted que el cliente necesita educación crediticia?

Claro. Por qué por medio de la educación crediticia los clientes pueden tener un gran conocimiento y manejo de sus préstamos y tarjetas en el banco.

4-¿Cómo se podría introducir estas educaciones crediticias?

Por medios de publicidades, plataformas digitales y al momento de solicitar el crédito su oficial de negocios lo corresponda con las informaciones y manejos requeridos.

5-¿Entiende usted que se solucionarían los problemas de préstamos y tarjetas atrasadas con estas educaciones?

En su gran mayoría si porque esto ayudaría a las personas a tener más conciencia cuidar su buro crediticio y tener más responsabilidad con sus deudas. Disminuyendo así el porcentaje de clientes con moras

Pregunta de los 5 Porque

1. ¿Por qué consideras que se le dificulta a los clientes tomar su primer crédito en las instituciones financieras?

Por la mala política que posee el sistema financiero del país, considero que esas políticas de crédito deben ser reformuladas, dar montos mas pequeños a personas que nunca han tomado crédito sin tener que atarlos a un garante.

2. ¿Por qué el sistema financiero del país posee mala política?

Porque los reguladores dígase la Superintendencia de Bancos no es flexible a la hora de regir los créditos de los cliente por primera vez, siempre tratan de que las personas que nunca han tomando crédito se inicien con una tarjeta de crédito y la mayoría de ellos nunca tienen un buen manejo y terminan afectándose el poco crédito que logran conseguir.

3. ¿Por qué la Superintendencia de Bancos siempre trata que los cliente se inicien con tarjeta de crédito?

Porque existe menos riesgo debido a que en un tarjeta de crédito se le puede otorgar a un cliente un monto mínimo por ejemplo de RD\$5,000.00, pero con un préstamo es diferente los montos mínimo a otorgar siempre son por encima de los RD\$15,000.00 por lo general.

4. ¿Por qué existe más riesgo con las tarjetas de crédito al momento de iniciar un historial crediticio?

Simple no existe educación financiera en el país, los bancos otorgamos una tarjeta un cliente que nunca ha tomado crédito sin antes educarle, dígase enseñarle

como se maneja el producto y la importancia de saber manejarlo ya que esto depende el éxito en su carrera crediticia, la mayoría de los clientes no tienen idea de que así como sube un score manejando bien una tarjeta de crédito, así mismo lo destruye en caso de que ocurra la contrario, dígase que no sepan manejarse con ella.

5. ¿Por qué no existe educación financiera en el país?

Porque el gobierno no se ha preocupado por educar a la población, por implementar que en los colegios se hable sobre la importancia del crédito, sobre la importancia de saber manejarlo ya que la economía del país se dinamiza con los créditos y los futuros empresarios son esos jóvenes que se encuentran terminando la escuela o iniciando la universidad y no saben muchas veces ni siquiera que es una cuenta de ahorros menos lo que es un crédito y su importancia.

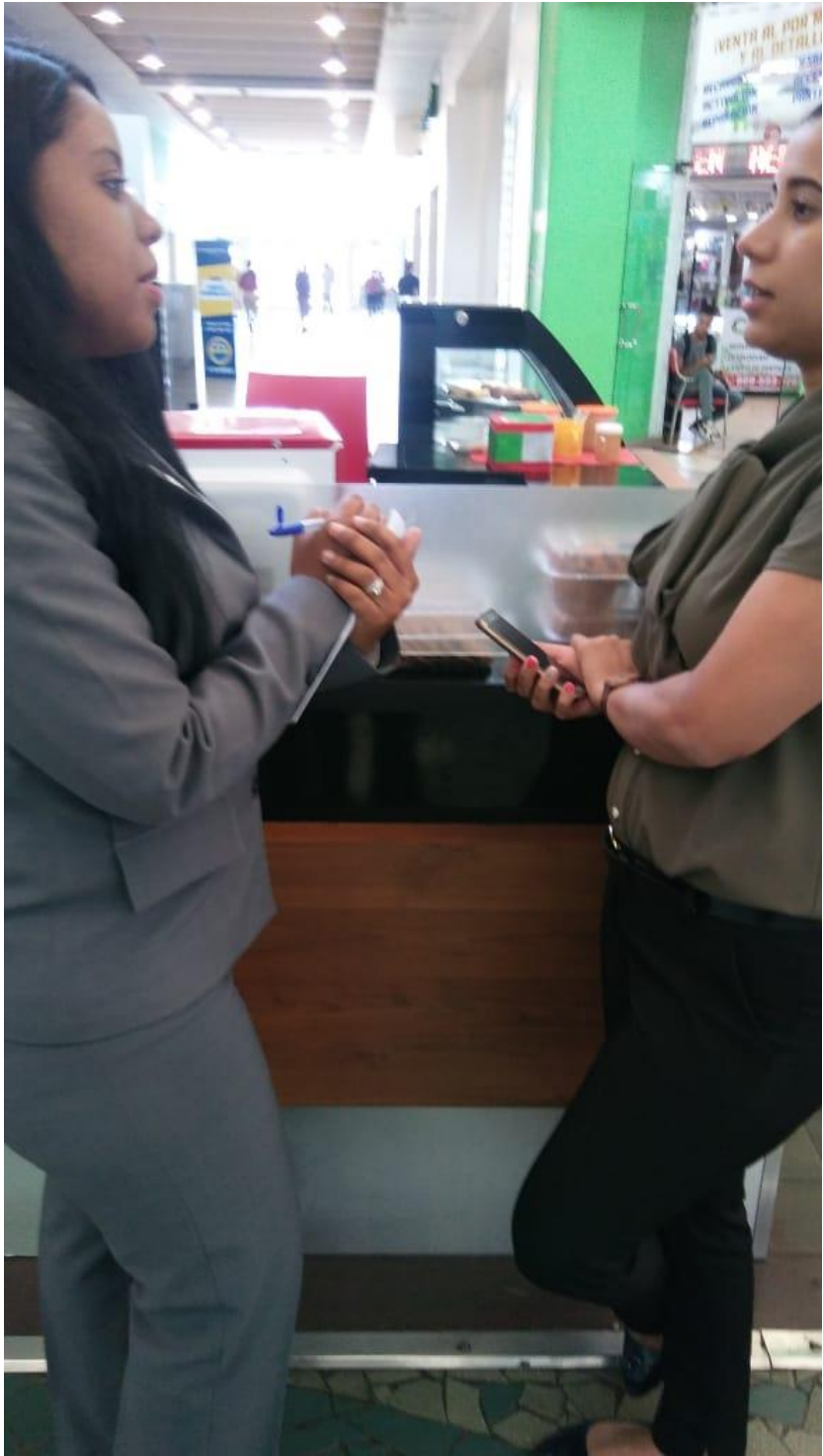




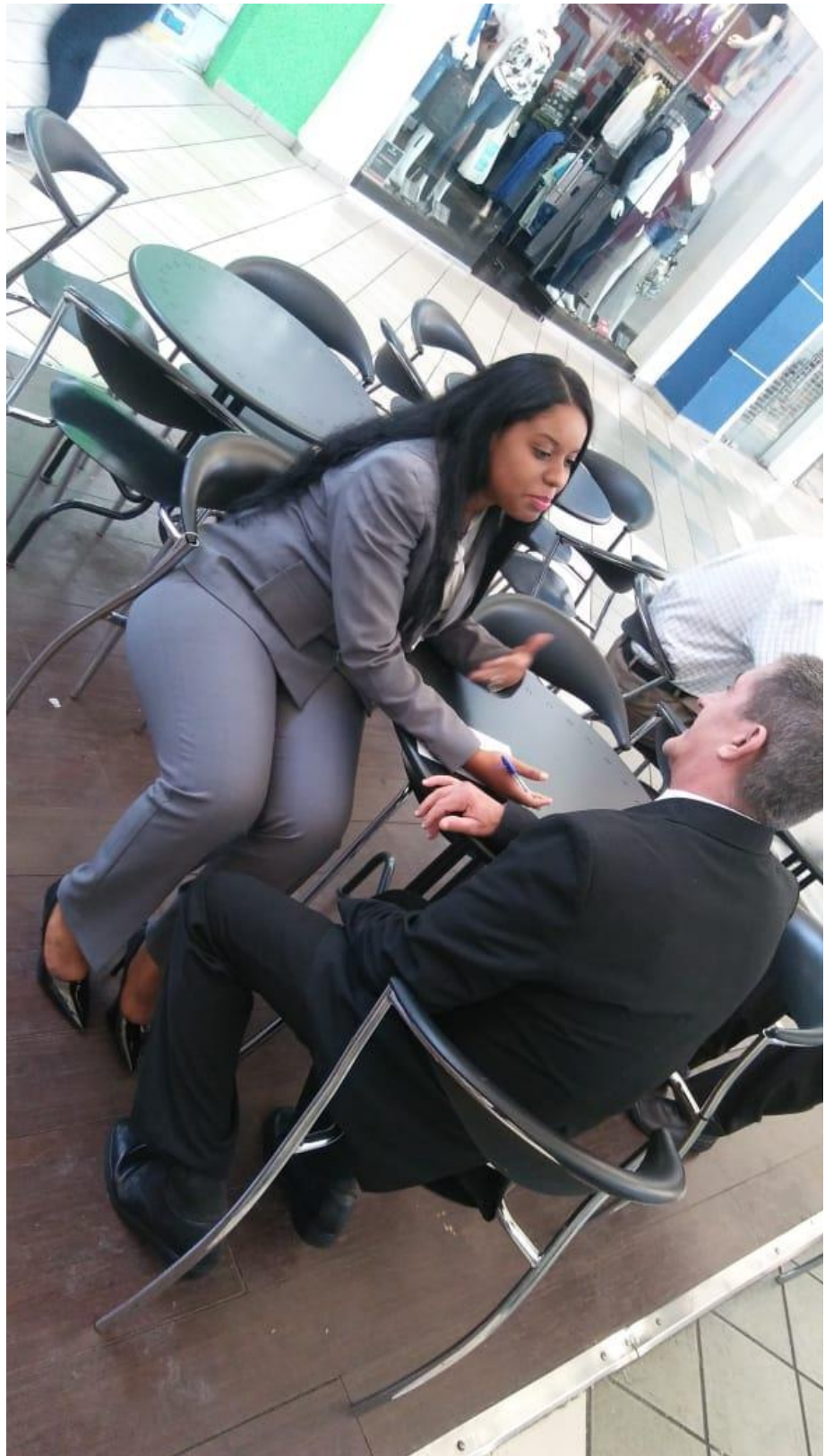


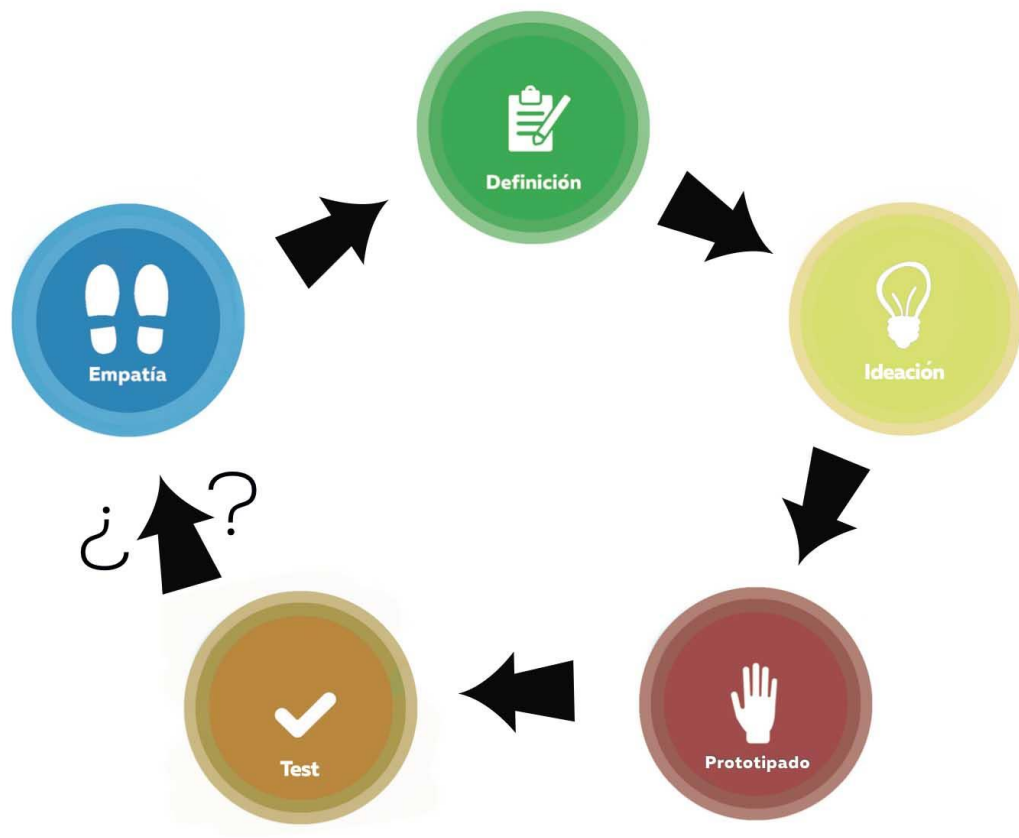












THE PLAGIARISM CHECKER

PREMIUM

To investigate possible plagiarism, click on any of the "possible plagiarism" links in the table below. You will be referred to the source material for you to make an informed decision about the content of your student's paper.

Congratulations. You are using the premium version which searches more than three times as many phrases, and ignores many types of citations.

Text being analyzed	Result
Utilizando Design Thinking podemos crear productos que satisfagan...	✓ OK
funcionamiento del sistema financiero es primordial para el crecimie...	✓ OK
Préstamo fácil: los clientes serán entrevistados luego del desembol...	✓ OK
Cumplir con todas las disposiciones, políticas y procedimientos enu...	✓ OK
comenzar a manejar esta técnica cognitiva, profesionales y organiz...	✓ OK
cantidad de nuevos negocios están girando hacia el DesignThinking...	 1 matches
From blog.posgradostec.info/item/conoce-la-importancia-del-designthinking-en-tu-negocio... : Cuando compites con nuevos problemas, muchas veces es útil utilizar un nuevo enfoque, un nuevo proceso para hacer cosas. Por eso una enorme cantidad de nuevos negocios están girando hacia el DesignThinking como una nueva forma de obtener innovación y resolver problemas".	
Implementando el producto (creditofácil) el cual cuenta con nuevas ...	✓ OK
prácticas indebidas se estarían tomando las medidas disciplinarias ...	✓ OK
Además, nos refuerza en muchas situaciones personales y profesio...	✓ OK
metodología admite con exactitud los problemas, convertirlos en op...	✓ OK
Porque los reguladores dígame la Superintendencia de Bancos no es	✓ OK
Compromiso: Creamos propio el propósito institucional y trabajamo...	✓ OK
Entre las recomendaciones que debe considerar la entidad bancaria...	✓ OK
Capital One Financial Corporation es un holding bancario especializ...	 1 matches
From https://www.inversionesenelmundo.com/7-acciones-para-comprar-en-estas-epocas-segun... : Capital One Financial Corporation es un holding bancario especializado en tarjetas de crédito, préstamos para automóviles, productos bancarios y de ahorro. "Vemos un crédito favorable, un crecimiento moderado de los préstamos y una administración de gastos bien pensada para respaldar nuestra perspectiva fundamental positiva; ...	
versión nueva cada año, se arrojan actualizaciones del sistema ope...	✓ OK
involucramiento de clientes o usuarios finales, que minimiza la incer...	✓ OK
Cumpliendo responsablemente con las obligaciones y gestionando l...	✓ OK
Superintendencia de Bancos siempre trata que los cliente se inicien	✓ OK
Señala que las calificaciones del banco podrían favorecerse de mej...	✓ OK
Estas dos concepciones están estrechamente relacionados, es prim...	✓ OK

Results: Unknown - investigate with links above

[Download Plagiarism Report PDF](#)

Word count: 11791

[Go Back](#)

Nota. Las coincidencias que aparecen en este reporte son debido a que son bibliografías y no pueden ser cambiadas.