



**UNAPEC**  
**UNIVERSIDAD APEC**

**DECANATO DE ARTE Y COMUNICACIÓN**  
**ESCUELA DE PUBLICIDAD**

Trabajo de grado para Optar por el Título de Licenciatura en Publicidad

Título:

**Campaña de Concientización dirigida a jóvenes Dominicanos sobre el manejo adecuado De las tarjetas de crédito, Santo Domingo, Rep. Dom., Año 2018.**

Sustentantes:

<b>Br. Caroline Maldonado Ventura</b>	<b>2013-2314</b>
<b>Br. Cynthia Reyes De los Santos</b>	<b>2014-1496</b>

Asesor:

**Msc. Rafael Jubileo Santana**

**Santo Domingo, Rep. Dom.,**  
**Marzo 2018**

Los conceptos emitidos en el presente trabajo de grado son de exclusiva responsabilidad de los sustentantes.



*Campaña de concientización sobre  
el manejo de tarjetas de  
crédito,  
Santo Domingo, República Dominicana  
2018.*



“El secreto del cambio esta en focalizar tu  
Energia, no en luchar contra lo viejo, sino en  
Construir lo nuevo.”  
*Socrates (470-399 a.C.)*

# Índice

Dedicatorias y	
Agradecimientos .....	Pag. 12
Resumen .....	Pag. 17
Introducción .....	Pag. 19
Planteamiento	
del problema .....	Pag. 20
Objetivo General .....	Pag. 21
Objetivos Específicos .....	Pag. 21
Justificación .....	Pag. 22

# CAPITULO 1- LAS TARJETAS DE CRÉDITO (Marco teorico)

1.1 Las instituciones Bancarias .....	23
1.1. 1 Antecedentes .....	25
1.1.2 Concepto .....	25
1.1.3 Clasificación, tipos de entidades bancarias .....	26
1.2. El crédito Bancario .....	27
1.2.1. Antecedentes .....	27
1.2.2. Evolución a través del tiempo.....	27
1.2.3 Modalidades de crédito bancario .....	28
1.2.4 La tasa de interés .....	28
1.2.5 la tasa de interés en la República Dominicana .....	29
1.3 las tarjetas de crédito .....	30
1.3.1 Reseña histórica .....	31
1.3.2 Tipos de tarjetas de crédito .....	32
1.3.3 Requisitos, acceso a tarjetas de crédito .....	32
1.4 El manejo de las tarjetas de crédito .....	33
1.5 las tarjetas de crédito en la República Dominicana .....	34
1.5.1 Historia .....	34
1.5.2 Calificar para tarjetas de crédito .....	35
1.5.3 La deuda de las tarjetas de crédito .....	36
1.6 Leyes y regulaciones .....	38
1.7 La superintendencia de bancos .....	39
1.7.1 Información General .....	39

1.7.2 Funciones principales .....	40
1.7.3 Misión .....	40
1.7.4 Visión .....	40
1.7.5 Valores .....	40
1.8 El CICLA .....	41
1.9 Presente y futuro de las tarjetas de credito .....	42

## CAPITULO 2- CAMPAÑA Y PUBLICIDAD DE BIEN SOCIAL (Marco teórico)

2.1 Publicidad .....	45
2.1.1 Antecedentes .....	45
2.1.2 Concepto .....	46
2.1.3 Clasificación de la publicidad .....	46
2.1.4 Alcance de la publicidad .....	47
2.2 La publicidad de bien social .....	47
2.3 La campaña publicitaria .....	48
2.3.1 Concepto .....	48
2.4 Fases de desarrollo de una campaña .....	48
2.5 Publicidad de bien público y social .....	48
2.6 Elementos de la campaña de bien social .....	49
2.7 La publicidad de bien social .....	49
2.8 Análisis de campañas de bien social .....	50
2.9 Conclusión de Análisis de Campañas de bien social .....	54





## CAPITULO 3- METODOLOGÍA

3.1 Diseño de investigación .....	57
3.1.1 Tipo de investigación .....	57
3.2 Población y muestra .....	57
3.2.1 Tamaño muestra .....	58
3.3 Método y técnica de recolección de datos .....	60
3.3.1 Entrevista .....	60
3.3.2 Encuestas .....	62
3.4 Objetivos de la encuesta .....	62
3.5 Justificación de la encuesta .....	63
3.6 Presentación y análisis de los resultados de la encuesta .....	63
3.7 Conclusión de la encuesta .....	72

## CAPITULO 4- PROPUESTA DE CAMPAÑA

4.1- Plan de trabajo creativo .....	73
4.1.1- Planteamiento del problema .....	75
4.1.2- Justificación de la campaña .....	76
4.2- Briefing creativo .....	77
4.2.1- Racional de campaña .....	78
4.2.2- Blanco de público o target .....	79
4.2.2.1- Perfil demográfico	
4.2.2.2- Perfil psicográfico	
4.3- Objetivos de la campaña .....	79
4.4- Estrategia creativa .....	79
4.4.1- Promesa de la campaña .....	79
4.4.1.1- Promesa básica	
4.4.1.2- Promesa secundaria	
4.4.1.3- Personalidad/Tono de la campaña	
4.4.1.4- Eje psicológico de la campaña	
4.5- Concepto de la campaña .....	80
4.6- Eslogan de la campaña .....	80
4.7- Tipo de campaña .....	80
4.8- Duración de la campaña .....	80
4.9- Medios a utilizar .....	80
4.10- Etapas de la campaña .....	81
4.11- Presentación la propuesta de campaña .....	82
4.11.1. Fase 1. Información .....	82
4.11.2. Fase 2. Crear conocimiento .....	89
4.11.3. Fase 3. Acción .....	97



- Conclusión .....	107
- Recomendaciones .....	109
- Glosario .....	110
- Bibliografía .....	115
- Anexos .....	119
- Anexos 1. Anteproyecto .....	119
- Anexos 2. Entrevistas .....	133
- Anexos 3. Modelo de encuesta .....	141
- Anexos 4. Artículo .....	147



*Dedicatorias  
y  
Agradecimientos*

## *Caroline Maldonado Ventura*

A Benjamin O., Katlyn, Max y Michael

Gracias por ser mi inspiración, Gracias por ser mi apoyo

## *Cynthia Reyes de los Santos*

Dedico esta tesis a mi abuela: Dulcilia Alcántara Mora, quien terrenalmente no esta, pero en mi alma siempre permanece, porque sus enseñanzas fueron invaluable, añoraba tanto compartir esto con usted.

A mi hermana, Perla, esta dedicatoria también es para ti, espero servirte de ejemplo, y que este trabajo te sirva de inspiración para lograr lo que sueñas.

A mi hija: Dulce Aurora, que Dios mediante te veré nacer, llegaste a mi vida en un momento especial, me diste fuerza, me inspiraste a seguir y me haz dado la alegría que nunca soñé.

## *Dedicatoria Grupal*

A nuestro asesor Rafael Jubileo Santana, quien fue nuestro guía, incansable durante todo el trayecto,  
Gracias!

A aquellos jóvenes de nuestra sociedad, nunca dejen de estudiar, crean en sus sueños, nunca tengan miedo, hagan lo que les apasione, pero sobre todo, que eso les haga feliz.

## *Cynthia Reyes de los Santos*

A ti Dios, que ocupas el primer lugar sobre todas las cosas, en quién creo y confío firmemente. Gracias por guiarme, bendecirme, llevarme en el camino correcto y colocar en el mismo las personas que han estado a lo largo de este camino. Gracias porque estas presente en cada una de las cosas y brindas a tus hijos tu amor y bendición. Me has dado fuerza, valentía, consuelo y gracia, cuando te llamo me escuchas, por eso no hay palabra más grande en este gran momento, que darte las Gracias, este camino largo de éxitos, de retos cumplidos y estudios no hubiera sido posible sin tu bendición.

A la Universidad Apec y cada Maestro que conocí y de los cuales aprendí a lo largo de mi trayectoria académica, por los conocimientos de la carrera que han servido para la preparación en el ámbito laboral.

A mis Padres, Antia De los Santos y Alberto Polanco, por su apoyo, la educación brindada, por su ejemplo, por aquellas palabras y actos que han expresado y mostrado cuando los necesito. Gracias por estar, porque gracias a sus sacrificios, se ven los frutos.

A mi Madre, a ti ser inigualable e insustituible, llena de palabras precisas para cada momento, por ser mi soporte en cada momento, por tus consejos, tu apoyo, tus correcciones, tu crianza, por tu pasión y amor en cada cosa que haces, porque eres una persona y Madre única, excepcional, luchadora, perseverante, por tu FE. Mami, no tengo suficientes palabras, sino lagrimas de felicidad porque me siento orgullosa de ser tu hija. Porque entregas el alma, por tu calidad de ser humano, tus palabras no se equivocan, por ti y para ti todo Madre.

A mi Esposo y Compañero de vida, Víctor Alexander Peñaló, quien me ha apoyado desde el inicio, en cada trabajo, en cada desvelo, representas parte importante de mi vida desde que llegaste a ella y agradezco tu compañía a lo largo de este camino. Eres una persona llena de ambiciones, respeto, amor, mi fuerza y permaneces a mi lado cuando te necesito, gracias por ser como eres y brindarme el regalo más hermoso, Dulce Aurora,.

A mi compañera de estudios y tesis, Caroline Maldonado, por los buenos momentos, por las risas y llantos, por acompañarme, tu dedicación y esfuerzo en este trabajo, por tu soporte, tu calidez. Espero continuar con tu amistad para siempre, eres una gran persona.

A mis familiares y amigos, que estuvieron presentes en cada momento, comparto con ustedes esta alegría, por su ayuda, compañía y por colaborar en cada proyecto de esta trayectoria académica. Son tantos, pero los quiero de todo corazón.

## *Caroline Maldonado Ventura*

Cuando se es niña siempre se quiere un hada madrina, alguien que te de un vestido hermoso para así conocer el príncipe de tus sueños, pero lo que nunca se imagina es que esa hada madrina sera no solo una, sino varias personas que te amaran, te apoyaran y te acompañaran, personas que te guiaran y te enseñaran que nada en la vida es imposible, y estoy sumamente agradecida por que tuve decenas de hadas madrinas con el pasar de los tiempos, a los cuales les quiero agradecer.

Ante todo agradezco a Dios, por brindarme la posibilidad de vivir y así Cumplir todas mis metas. Agradezco a mi padre Benjamín Óscar Maldonado por mostrarme que todo en la vida es posible si pones dedicación y esfuerzo, a mi madre Katlyn Maldonado por enseñarme que no hay nada en este mundo que no pueda hacer, a mis hermanos Max y Michael Maldonado por acompañarme, brindar ideas o solo animarme en los momentos en los cuales uno no sabe quien es, al igual Agradezco a toda mi familia por tener fe en mi, a amigos y Compañeros que me han acompañado en cada etapa de mi vida, algunos se van otros se quedan pero cada uno forma parte de memorias y recuerdos. Agradezco a mi compañera de Tesis Cynthia Reyes, por acompañarme , por las risas y los llantos y ser la otra cabeza que pensó para esta tesis. Agradezco a la universidad APEC, por ser el ámbito estudiantil y brindar profesores de Excelencia que hicieron que mi profesión no sea mas un sueño, sino una realidad.

Muchas Gracias!



---

## Resumen

Las tarjetas de crédito se han convertido en uno de los instrumentos de pago preferidos para las operaciones de consumo en el presente. En nuestra sociedad, las tarjetas han pasado a ser parte del día a día de muchas personas que las utilizan de manera metódica para el pago de sus obligaciones y preferencias, en sustitución del dinero en efectivo. El uso de las tarjetas resulta accesible para casi cualquier persona, con independencia de su grado de formación mercantil e incluso de su nivel educativo general. El crecimiento del empleo de las tarjetas se ha efectuado debido a la simpleza con la cual se llevan a cabo los pagos con la misma.

Usualmente las personas o usuarios suelen tener entre dos y tres tarjetas de crédito. Utilizarla impacta el historial crediticio de cada usuario y por este mismo motivo, la evaluación que posteriormente realizarán las entidades financieras al solicitar financiamiento. La generalización de estos instrumentos de pago ha provocado un aumento significativo de deudas y repercute en el desarrollo económico de cada usuario, debido a un mal manejo en su utilización.

El presente trabajo abarca una explicación sobre las tarjetas de crédito en general con la finalidad de determinar si la falta de conocimiento sobre el manejo adecuado de las tarjetas de crédito, repercute y desarrolla una problemática progresiva en los usuarios de tarjetas de la República Dominicana, en este caso, usuarios jóvenes y desarrollar una campaña de concientización a la población sobre el uso y manejo adecuado de tarjetas de crédito de Santo Domingo, República Dominicana durante el presente año (2018).

# Introducción

La falta de conocimiento al buen manejo de tarjetas de crédito, es un enfoque primordial en el aspecto económico, ya que el ser humano se ve cada vez más expuesto a los cambios tecnológicos que van ocurriendo con el pasar de los tiempos, lo cual incluye más utilización y desarrollo de las tarjetas de crédito para compras de bienes y servicios.

Las compras por Internet o online es una de las causas de grandes deudas en los últimos años, las personas se ven expuestas y vulnerables a este tipo de comercialización, el cual con el manejo inadecuado de sus tarjetas de crédito llegan a tener deudas difícil de pagar y altos tasas de intereses por falta de pago.

Un grupo de personas de personas, específicamente, jóvenes, desconocen la importancia de tener un buró crediticio limpio y las oportunidades que esto trae consigo.

Según investigaciones los bancos se dirigen con el título de nuevos clientes a jóvenes entre los 18 y 30 años de edad, personas que desconocen los conocimientos de un buen manejo de sus tarjetas de crédito, con una explicación mínima sobre estas.

Por lo tanto, la ignorancia del manejo adecuado de las tarjetas de crédito repercute de manera negativa en la sociedad en todos los ámbitos y sus efectos son largos reflejados en nuestra historia financiera, transformándose en un problema que afectan considerablemente a los jóvenes.

## *Planteamiento del problema*

Las tarjetas de crédito son un mecanismo de financiamiento diario. Se basan en un objeto de plástico con una banda magnética, un microchip y números en relieve, identificada para realizar pagos en dinero crediticio.

República Dominicana inició con este proceso bancario el 07 de Septiembre del año 1966, esperando hasta el año 1981 para ver el nacimiento de la segunda compañía en utilizar el proceso de uso de Tarjetas de Crédito.

Luego de 36 años de la creación de su segunda compañía en utilizar este proceso, República Dominicana sostiene el inconveniente de como mostrar a usuarios el manejo de sus tarjetas de crédito, para esto las instituciones bancarias nacionales han realizado campañas a nivel nacional, sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito, sin llegar a ninguna conclusión favorable.

Cada año se presentan altos porcentajes de clientes con deudas por falta de pago e altos cargos de intereses."El interés diario que los bancos cargan a los consumos de tarjetas de crédito es el resultado de dividir las tasas de

interés mensual de su plástico entre 30 días, según explicó el director del Departamento de protección al usuario de la Superintendencia de bancos, Julio Cesar Muñoz.

Incluso con este alto cargo de intereses los habitantes de la República Dominicana continúan en busca de tarjetas de crédito revelando que entre los años 2014 y septiembre del año 2016 han sido emitidas 102,550 nuevas tarjetas, y se indica que la cantidad de tarjetas de crédito en poder de la población Dominicana aumentará conforme el paso de los años, al igual que las deudas por altos cargos de intereses.

A pesar de los grandes beneficios que traen consigo la utilización de las tarjetas de crédito, la mayor parte de la población es ajena al conocimiento de la misma. Por esto la campaña busca contribuir a la sociedad Dominicana, la enseñanza de beneficios que consigo traen la implementación y buena utilización de la misma.

## Objetivo General

Diseñar una campaña de concientización dirigida a jóvenes dominicanos sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito.

## Objetivos Específicos

- Determinar si la falta de conocimiento sobre el manejo adecuado sobre las tarjetas de crédito presenta una problemática en la República Dominicana.
- Establecer la estrategia de comunicación para la Campaña e indicar que instituciones pueden avalarla.
- Delimitar elementos característicos a tomar en cuenta Para el desarrollo de una campaña de concientización para el manejo de tarjetas de crédito en Santo Domingo.



## Justificación

El tema propuesto tiene importancia por la limitada preocupación que ha generado la República Dominicana hacia la falta de conocimiento sobre el uso y manejo adecuado de tarjetas de crédito.

Según la periodista Carmeli Clemente en su artículo “Jóvenes Dominicanos sin cultura financiera”, Periódico Diario Libre (2015): “Algunos jóvenes desconocen la importancia de tener un buró crediticio limpio y las oportunidades que esto trae consigo. Sin embargo, es una realidad que es propensos a manchar su historial por desconocimiento o por satisfacer sus vanidades.

Este desorden económico en que incurre la población juvenil cuando inicia la etapa laboral se debe a la falta de cultura financiera, así lo afirma el economista Ciriaco Cruz. El experto sostiene que los bancos se dirigen a la población más joven, porque son los más vulnerables para caer en el endeudamiento.

Una de las consecuencias del mal manejo financiero es que

esa información se refleja en el historial de crédito durante 48 meses y, según el Artículo 64 de la Ley 172-13, el tiempo de contrato de la cuenta, junto al monto, será trabajado de manera distinta.

Luego de investigar artículos y opiniones de distintos autores y periodistas se llegó a la conclusión de realizar una campaña dirigida a jóvenes Dominicanos entre los 16 y 30 años de edad, ya que estos son nuevos usuarios para las empresas bancarias, son personas sin un conocimiento previo sobre tarjetas de crédito.

La campaña propuesta será desarrollada para mostrar a los jóvenes Dominicanos como ser menos vulnerables a caer en el endeudamiento, mostrando los beneficios de una buena / optima utilización de las tarjetas de crédito. Con la misma representar una demanda social, por ende establecer una comunicación con el banco público que fomentaría el desarrollo funcional de la misma.

# 1

*Las tarjetas de crédito  
(Marco teórico)*



## 1.1. LAS INSTITUCIONES BANCARIAS

### 1.1.1. ANTECEDENTES

Se puede decir que los bancos nacieron con la necesidad de realizar simples operaciones de cambio y crédito a niveles personales, pero pronto se comenzaron a desarrollar funciones más amplias, a abarcar más personas y pasaron a contar con organizaciones más complejas.

Desde hace 4000 años quedaban definidas las principales funciones de una intermediaria financiera las cuales fueron: Custodia de fondos, Transferencia de fondos y Concesión de crédito.

La intermediación financiera apareció y floreció en diferentes regiones a medida que las actividades agrícolas o comerciales se fueron arraigando y generalizando en diferentes partes del

### 1.1.2. CONCEPTO

Según Antonio Aguirre (2003) Las instituciones financieras son aquellas caracterizadas por el hecho de que los instrumentos financieros constituyen sus activos más importantes de manera habitual. A diferencia de Manuel MP (2012) las instituciones bancarias son entidades que presta servicios financieros a sus clientes, es decir, una compañía que ofrece a sus clientes (fa-

mundo.

La guerra de 1914 precipita la evolución de los bancos desde una época de reglas y normas, a una de sistemas. Hablamos ahora de los sistemas bancarios, integrados por diferentes componentes, no ya sólo bancos del estado o privados, sino también aquellos que pertenecen a colectividades locales o regionales, a sindicatos o cooperativas, bancos universales y especializados.

A través del tiempo surge la banca moderna con instituciones que ejercían la intermediación monetaria atendiendo a todo cliente que se acercara en su mayoría, a título individual.

(Rodriguez, Monografias.com)

milias, empresas, Estado) servicios relacionados con el dinero que posee o necesita.

En conclusión las instituciones bancarias son aquellas que ofrecen un servicio financiero a sus clientes y brindan seguridad y estabilidad a su dinero.

### 1.1.3. CLASIFICACIÓN, TIPOS DE ENTIDADES BANCARIAS

Las entidades financieras se clasifican de la siguiente manera:

- **El Banco Central:** Es aquel que maneja el sistema bancario de un País y es responsable de forjar el dinero de curso legal y sostener una cantidad satisfactoria de monedas y billetes en circulación.

- **El banco Comercial:** ejerce como agente, enlace, negociante entre propietarios, así como aceptar depósitos y facilitar a clientes los cuales suelen ser empresas comerciales.

- **Bancos:** Son instituciones que ofrecen servicios financieros personales y comerciales con el fin de obtener ganancias para sus inversionistas o dueños.

- **El Banco de Ahorros y Préstamos:** son instituciones que se especializan en recibir depósitos para el ahorro y realizan préstamos y hipotecarios y de bienes raíces.

- **Los Bancos Corporativos y Rurales:** Son bancos que otorgan préstamos a los campesinos y cooperativas o co-

fradías que tengan una misma iniciativa comercial, iniciativa social o particular, y que precisan fondos. (Urbano Mateos, 2016)

- **Banco Cooperativo:** es un banco comercial o banco múltiple constituido, obligatoriamente, con cartera comercial. Se diferencia de los demás por tener como accionistas-controladores cooperativas centrales de crédito, las cuales deben detener por lo menos el 51% de las acciones con derecho a voto. Ofrece productos y servicios financieros a las cooperativas, ampliando y creando nuevas posibilidades de negocios y gestión centralizada de los recursos financieros del sistema. De esta forma, las cooperativas de crédito cuentan con una línea completa de tarjetas de crédito, ahorro, cobranza bancaria, líneas de créditos de recursos transferidos por instituciones gubernamentales, fondos de inversiones, entre otros, en condiciones significativamente competitivas.

## 1.2. EL CRÉDITO BANCARIO

### 1.2.1. ANTECEDENTES

- En sus comienzos, el préstamo se efectuaba en especies, y fue hasta la aparición y el empleo de la moneda cuando surgieron los primeros signos crediticios de una manera ya tabulada
- Antes de la era cristiana, en la antigua Roma encontraron los primeros signos del desarrollo crediticio.

### 1.2.2. EVOLUCIÓN A TRAVÉS DEL TIEMPO

- Los banqueros actuaban como cambistas y mercaderes de metales preciosos, cobraban los créditos de sus clientes cuando los deudores radicaban en el extranjero, y se encargaban a su vez de pagar las deudas de sus clientes locales a los acreedores radicados en otros lugares. Fue hasta el siglo XII cuando aparecieron los bancos casi como los conocemos en la actualidad.
- Los babilonios dejaron escritos hechos en tablillas de barro, que eran órdenes de pago con ciertos símiles a la actual letra de cambio.
- Los griegos y los romanos utilizaron la letra de crédito para evitar el transporte material de dinero, pues en su caminar de población a población existían graves riesgos de frecuentes asaltos a las caravanas de mercaderes.

- Existen documentos históricos que indican penas variables entre la confiscación de los bienes del deudor, el encarcelamiento, y aun la pena de muerte, aunque el castigo más común era su venta en calidad de esclavo. (Campos Zuleta)

- El comercio marítimo incrementó tremendamente el proceso evolutivo del uso del crédito. El movimiento de exportación e importación requirió dinero ajeno para desarrollar las transacciones en ultramar.
- Así nació el tipo de comercio llamada sociedad mercantil, en la cual prestamista y comerciante se convertían en auténticos socios y dueños de la mercancía. Durante la Edad Media, con el desarrollo del comercio mediterráneo y la prosperidad de las grandes ciudades comerciales surgen importantes empresas bancarias: la Taula de Cambis, de Barcelona, fundado en 1401; el Banco de Valencia, en 1407; el Banco de San Jorge de Génova, en 1409, y el Monte de Venecia, en 1482. (Del Valle Cordoba)

### 1.2.3. MODALIDADES DE CRÉDITO BANCARIO

- **Créditos directos:** Son aquellos en los cuales los bancos utilizan sus propios recursos que representan desembolso inmediato.
- **Créditos Indirectos:** Son créditos en los cuales el banco actúa en forma pasiva; esto es no utilizan sus propios fondos sin otorga su garantía.
  1. **Ordenantes:** Es el que solicita a su banquero la emisión de un acreditivo a favor de un exportador cubriendo la importación de cierta mercadería.
  2. **Banco emisor:** Es el banquero del ordenante que emite el acreditivo previa aprobación del mismo.
  3. **Banco Corresponsal:** Es el banco que recibe la C/C y avisa o confirma al beneficiario para que éste proceda a su negociación.
  4. **Beneficiario:** Es generalmente el exportador al cual se le ha abierto la C/C y la hará efectiva una vez que cumpla con las exigencias de la misma, que generalmente son presentar dentro de un plazo determinado los documentos que acrediten el embarque, así como la factura comercial respectiva.
  5. **Garantías:** Para todos los tipos de créditos antes mencionados.

### 1.2.4. LA TASA DE INTERÉS

Según José Fernando Carrizo (1977) la tasa de interés es la cantidad que se abona en una unidad de tiempo por cada unidad de capital invertido. Pero según Argentarium (2015) La tasa de interés es el porcentaje anualizado establecido por la entidad que emite las tarjetas de crédito en el contrato por el uso del crédito, el cual podría ser modificado conforme se haya estipulado en el mismo. En conclusión la tasa de interés es el porcentaje que se le establece a la tarjeta de crédito solo por su uso.

## 1.2.5. LA TASA DE INTERÉS EN REPÚBLICA DOMINICANA

Generalmente, y por ley en la República Dominicana, las tasas de interés se calculan en términos anuales. Por ejemplo, un préstamo de \$100 con una tasa de interés de 12% implica que el deudor tendrá que pagar \$12 al año (o aproximadamente \$1 por mes) por el uso del préstamo. Si una depositante abre un certificado financiero de \$1,000 a una tasa de interés de 6% por 30 días, recibirá \$5 al cabo de ese mes por la fórmula de  $\$1,000 * 0.06 * (30/360)$ .

Según la periodista Cándida Acosta (2016) en su artículo “tasas de intereses se mantiene estable”, para el periódico Listín Diario nos informa que al cierre del día 17 de marzo de 2016, la tasa preferencial que se le otorga a los clientes corporativos registró un

promedio de 11.99%, el comercio a 14.99%, los préstamos personales o de consumo (tarjetas de crédito) fue de 19.47%.

En el país, la tasa de interés utilizada como referencia para muchas operaciones es la TIPP o Tasa de Interés Pasiva Promedio Ponderado que refleja el costo de fondos promedios de todas las operaciones de depósito del sector financiero en un momento en particular. La Ley Monetaria y Financiera establece que las tasas de interés son fijadas por la oferta y demanda en el mercado financiero, pudiendo existir tasas variables (que pueden cambiar cada cierto tiempo, típicamente cada 30 días) o fijas (por un tiempo determinado).



### 1.3. LAS TARJETAS DE CRÉDITO

Según Juan Farina (1993)"la tarjeta de crédito es un documento nominativo, legitimante, intransferible, cuya finalidad es permitir al usuario beneficiarse con la facilidades de pago pactadas con el emisor y las resultantes del contrato celebrado entre éste y el proveedor del bien o servicio requerido por aquél. La empresa emisora de la tarjeta

estipula con el cliente la apertura de un crédito a su favor, a efectos de que éste adquiera bienes o servicios en determinados establecimientos adheridos al sistema con los cuales, a su vez, la empresa tiene pactada una respectiva comisión.



### 1.3.1. RESEÑA HISTÓRICA

Inicia en la revolución industrial (1760- 1840) donde las grandes industrias exigían grandes cantidades para inversión, y las personas necesitaban dinero para comprar diferentes productos y servicios.

Para 1914 Western Unión emitió la primera tarjeta de crédito al consumidor, pero en particular a sus clientes preferenciales.

En la década de los años cuarenta, las tarjetas de crédito se utilizaban en lugares de mucho prestigio, brindaban crédito únicamente a clientes exclusivos, dentro de dichos establecimientos podemos mencionar clubes y hoteles de lujo. En el año de 1945 reaparecen las tarjetas de crédito en los grandes almacenes de comercio e industria, es a partir de esa fecha que se lanza propaganda masiva que propone sustituir el dinero en efectivo con las tarjetas de crédito.

En 1950 se le da el mérito de creador de las tarjetas de crédito modernas a Frank McNamara quien a través de los años ha sido reconocido como la persona que empezó con la tarjeta Diner's club.

En el año de 1958, surge como competencia la cadena ho-

telera Hilton la cual inicio con una tarjeta llamada en francés "Carte Blanche" que significa Carta Blanca.

En los años 60 se ofrecieron nuevas modalidades de pago diferidos en los saldos a pagar, creando un sistema de carácter nacional, de donde surgieron las que hoy son grandes firmas de tarjetas que operan bajo los nombres de Mastercard Internacional y Visa Internacional, en el caso de Visa En 1981 CITICORP compro la industria de las tarjetas Diner's club, la cual fue renombrada a CITICORP Diner's club, Inc...

En 1983 tres años después se convirtió en Diner's club International Ltd. (Rodriguez, Origen y evolución histórica de la tarjetas de crédito, 2002)

### 1.3.2. TIPOS DE TARJETAS DE CRÉDITO

- Mastercard Internacional
- Visa Internacional
- Clásica Internacional
- Clásica Local
- Gold Internacional
- Gold Local
- Visa Empresarial
- Mastercard Empresarial
- Discover
- American Express
- Platinum
- Global
- Lifiación
- Bankcard
- Inverfácil
- La monetaria
- Cogofisa
- Intercard
- Oro (Rodríguez, 2002)

### 1.3.3. REQUISITOS, ACCESO A TARJETAS DE CRÉDITO

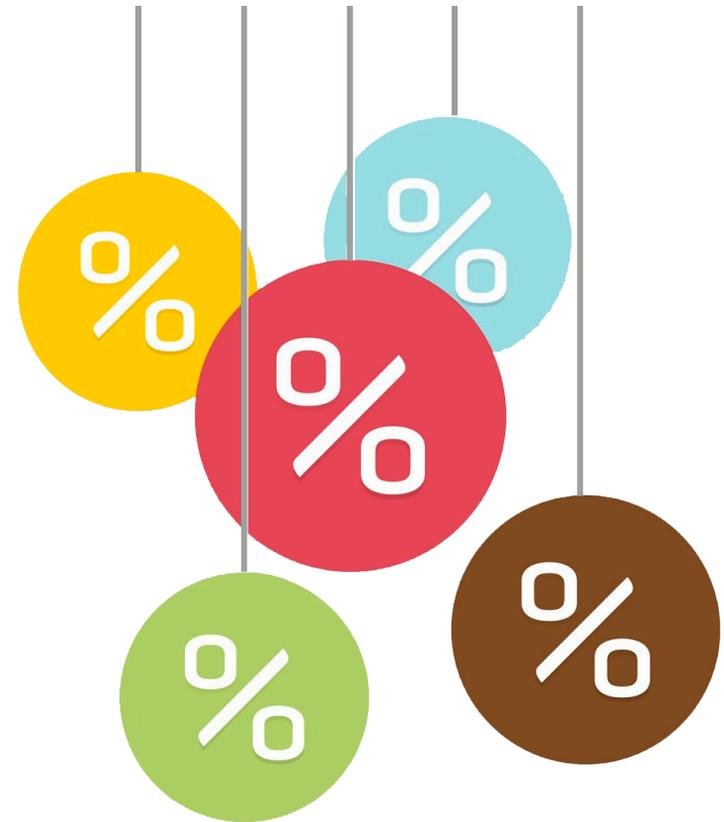
Para acceder a una tarjeta de crédito, cada país o institución bancaria tiene requisitos, los cuales fueron recopilados por motivos de investigación, entre los requisitos se encuentran:

- Ser mayor de 18 años.
- Ingresos mínimos comprobables
- Contar con una tarjeta de crédito y buen historial crediticio (sin atrasos ni sobregiros).
- Identificación oficial vigente con fotografía y firma.
- Comprobante de ingresos. (Banreservas, 2016)



## 1.4. EL MANEJO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO

- Contraer solo deudas que se puedan pagar
- Pagar una cuota
- Pagar mas del mínimo
- Llevar el control de pagos
- Seguir las recomendaciones de seguridad
- Para cualquier inconveniente contactar con la entidad financiera.
- Compare cuotas de manejos y tasas de interés
- Usar los programas de beneficios y fidelización (Bancoomeva)



## 1.5. LAS TARJETAS DE CRÉDITO EN REPÚBLICA DOMINICANA

### 1.5.1. HISTORIA

El 7 de septiembre de 1966 es el día en el cual se registra el nacimiento de la primera tarjeta de crédito en República Dominicana. Se trata de Créditos Comerciales, la cual previno la iniciativa de otras compañías ya internacionalmente afirmadas en este tipo de negocio. La segunda tarjeta de crédito apareció tan solo 15 años después.

Vista la casi irreducible renuncia del sector comercial en aceptarla como medio de pago créditos comerciales, pues en sus primeros tiempos se acompañó a un seguro de crédito otorgado, que era proporcionado por la compañía matriz del Consorcio Corominas-Pepín, Seguros Pepín. Sin embargo la iniciativa tuvo que quedarse a niveles pionerísticos por mucho tiempo, fue solamente en el año 1981 que el país vio el nacimiento de la segunda compañía de tarjetas de crédito.

Se trató de empresas Credomatic, una filial del Grupo Financiero Popular, que comenzó a operar por primera vez en el país tarjetas de crédito internacionales con la representación de VISA y MASTERCARD. El año 1981, es el año en el cual el país se conecta por primera vez a ese amplio sector del sistema financiero, que es representado por la tarjeta de crédito. Las empresas que hoy en día operan tarjetas de crédito son 17, según datos suministrados por la Superintendencia de Bancos. (Cuevas, 2013)

### 1.5.2. CALIFICAR PARA TARJETA DE CRÉDITO

El procedimiento para calificar a tarjetas de crédito de estas entidades igual a los diferentes bancos a nivel nacional, ya que estos requisitos son regulados por la Superintendencia de Bancos de la República Dominicana.

#### BANCO RESERVAS

- Completar solicitud de tarjetas de crédito Banco Reservas.
- Ingresos mínimos mensuales RD\$ 10,000.00.
- Seis (6) meses de servicio en la empresa donde laboras.
- Edad entre 18 y 65 años. (Banreservas, 2016)



#### BANCO POPULAR

- Devengar ingresos mínimos mensuales de RD\$ 8,000.00
- Ser mayor de edad entre los 18 y 70 años de edad.
- Copia de cédula o pasaporte
- Certificación de ingresos, constancia de autenticidad de empleo y referencias de crédito. (Banco Popular Dominicano)



### BANCO BHD LEÓN

- Copia de cédula de identidad o pasaporte si eres extranjero.
- Edad mínima de 18 años.
- Ingresos mínimos de RD\$ 10,000 mensuales.
- Estabilidad laboral mínima de seis meses en la empresa.
- Si eres propietario de negocio o trabajador independiente, es necesario que proveas copias de tus últimos tres estados de cuenta corriente.
- Si eres extranjero deberás presentar un fiador solidario, quien debe cumplir con todos los requisitos anteriores de justificación de ingresos.
- En caso de ser independiente, debes remitir estados bancarios que evidencien tus ingresos. (BHD León)



### 1.5.3. LA DEUDA DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO

Los usuarios suelen utilizar varias tarjetas de crédito. Pero hacer uso de esta tecnología no es un juego. Su uso influye positiva o negativamente, su historial crediticio y por ende, la evaluación que harán de usted las entidades financieras si les solicita crédito o financiamiento. Tener el conocimiento apropiado de cómo funciona esta herramienta de pagos nos evita malos ratos o desagradables sorpresas.





## 1.6. LEYES Y REGULACIONES

### • Artículo 64 de la Ley 172-13

Según la Constitución de la República Dominicana (1844) en el Artículo 64 la ley 172-13 dice.- Las Sociedades de Información Crediticia (SIC) podrán procesar, para fines de presentación en los reportes, las informaciones crediticias que les sean proporcionadas por los aportantes de datos, conforme a los criterios siguientes:

1. Para los créditos a plazo o los créditos contratados por cuotas periódicas, que estén vencidos o no, contratados en un plazo menor o igual a los cuarenta y ocho (48) meses, las Sociedades de Información Crediticia (SIC) deben presentar en los reportes las informaciones asociadas a los mismos, durante un lapso no mayor a los cuarenta y ocho (48) meses transcurridos desde la fecha de apertura del crédito.

2. Para los créditos a plazo o los créditos contratados por cuotas periódicas, que estén vencidos, contratados en un plazo mayor a los cuarenta y ocho (48) meses, las Sociedades de Información Crediticia (SIC) deben presentar en los reportes las informacio-

nes asociadas a los mismos durante un lapso transcurrido desde la fecha del último pago al crédito en cuestión, lapso que no debe ser mayor a los cuarenta y ocho (48) meses y no debe exceder la fecha de término del crédito originalmente pactado.

3. Para los créditos recurrentes, es decir, los créditos que vuelven a ocurrir o aparecer, especialmente después de un intervalo, entre ellos incluidas las tarjetas de crédito, las líneas de crédito bancarias o financieras, los créditos comerciales, que estén en defecto o vencidos, las Sociedades de Información Crediticia (SIC) deben presentar en los reportes las informaciones asociadas a los mismos durante un lapso no mayor de cuarenta y ocho (48) meses transcurridos desde la fecha del último pago efectuado al crédito en cuestión.



## 1.7.LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS

### 1.7.1. INFORMACIÓN GENERAL

**Dirección:** Av. Pedro Henríquez Ureña, Santo Domingo

**Ciudad:** Santo Domingo

**Casilla de Correo:** 1326

**Horario:** Horario de apertura: mar. 08:30

**Teléfono:** (809) 685-8141

**Sitio web:** [www.supbanco.gov.do](http://www.supbanco.gov.do)

**Email General:** [superbanco@supbanco.gov.do](mailto:superbanco@supbanco.gov.do)



### 1.7.2. FUNCIONES PRINCIPALES

- Realizar la supervisión de las entidades de intermediación financiera.
- Requerir la constitución de provisiones para cubrir riesgos.
- Exigir la regularización de las disposiciones legales e imponer las correspondientes sanciones.
- Proponer a la junta monetaria las autorizaciones o renovaciones de entidades financieras, así como los proyectos de reglamentos e instructivos.

- Realizar por lo menos una vez al año, en fecha que no será reveladas, una inspección general y detallada de todos los bancos.
- Informar por escrito al directorio o al oficial ejecutivo de cada banco inspeccionado.
- Hacer una comprobación, sin previo aviso, por lo menos una vez por semestre, de los billetes no emitidos y de las monedas en poder del Banco Central, y de las existencias de billetes y monedas en los demás bancos.
- Promover en colaboración con ejecutivos de los demás bancos, un sistema claro y uniforme de la contabilidad e informes de bancos.
- Ejecutar las demás funciones especificadas en la ley 183 - 02. (Superintendencia de bancos, 2015)



### 1.7.3. MISIÓN

Velar por la estabilidad, solvencia y transparencia de las entidades de intermediación financiera y cambiaría, así como por los derechos de los usuarios de los productos y servicios financieros, mediante una supervisión integral y efectiva, contribuyendo al desarrollo socio-económico de la República Dominicana. (Superintendencia de bancos, 2015)

### 1.7.4. VISIÓN

Ser una institución reconocida, Nacional e Internacionalmente, por la calidad de la supervisión que aplica y la confianza que generan sus acciones en el sector financiero y en la sociedad. (Superintendencia de bancos, 2015)

### 1.7.5. VALORES

- Integridad
- Trabajo en equipo
- Mejora continua
- Vocación de servicio
- Responsabilidad Social

(Superintendencia de bancos, 2015)

## 1.8. EL CICLA

El Buró de Información Crediticia o Centro de Información Crediticia de Latinoamérica (CICLA) es la manifestación de nuestro comportamiento positivo o negativo con alguna institución regulada (bancaria, telecomunicaciones, seguros, crédito comercial, etc.). Dependiendo del manejo de los pagos a estas instituciones tu buró tendrá un reflejo negativo o positivo. En otras palabras, son empresas que se encargan de recopilar información acerca de la situación económica, financiera, bancaria o comercial de las personas.

“Los burós ejercen una gran influencia sobre la vida de los consumidores. Ayudan a determinar su acceso a préstamos, viviendas e incluso a veces a los empleos. Los consumidores necesitan una instancia de apelación cuando entiendan que sus derechos han sido atropellados”. Richard Cordray, Director del CFPB (La Oficina de Protección Financiera del Consumidor de los Estados Unidos).

En la actualidad, no solamente las entidades financieras pueden acceder a nuestro historial de crédito, cada usuario puede realizarlo de manera gratuita para acceder y monitorear su información crediticia a través de plataformas en la web como “Trans-Union” que es un filial multinacional donde cada usuario puede estar al tanto de sus informaciones desde internet.



## 1.9. PRESENTE Y FUTURO DE LAS TARJETAS DE CREDITO

Para 1970 más de 1,400 bancos ofrecen tarjetas BankAmericard o Master Charge, y el saldo total de las tarjetas había alcanzado los US\$ 3.8 millones. En este mismo año Bank of American renuncia al control del programa BankAmericard y los bancos que emitían BankAmericard tomaron el control del programa, formando la National BankAmericard Inc. Ya para 1972 existían licencias para procesar tarjetas en 15 países. Para 1977, BankAmericard se convirtió en la tarjeta Visa, mima que conocemos en la actualidad, con una banda Azul, Blanca y Dorada. Estas tarjetas de crédito mantenían un diseño plano, hasta la década de los 80, cuando la necesidad por seguridad hizo que las entidades de Tarjetas de crédito incluyeran las letras y números en relieve. Luego la necesidad del usuario por seguridad hizo la incorporación de microchips y código Pin.



FROM: WALLA.BY



*Campaña de bien publico  
(Marco Teórico)*

2



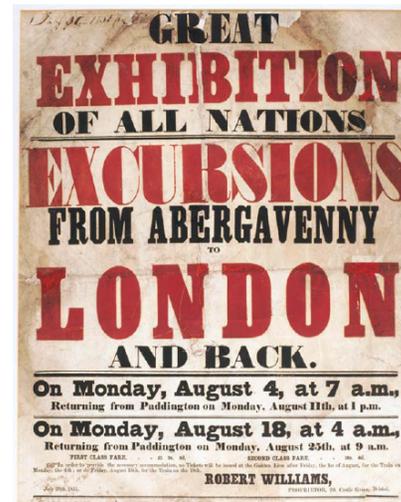
## 2.1.PUBLICIDAD

### 2.1.1. ANTECEDENTES

- Una tablilla de barro de Babilonia que data aproximadamente del año 3000 a.C, contiene inscripciones de un distribuidor de ungüentos, un escribano y un zapatero.
- Algunos papiros desenterrados de las ruinas de Tebas muestran que los antiguos egipcios tenían un mejor medio en el cual escribir sus mensajes.
- Los griegos se encontraban entre aquellos que dependen de los pregoneros para anunciar la llegada de los barcos con carga de vinos, especias y metales.
- Los pregoneros se convirtieron posteriormente en el medio más antiguo para los anuncios publicitarios en muchos países Europeos, y continuaron usándose durante siglos.
- Los mercaderes Romanos también tenían un sentido de publicidad. Las ruinas de Pompeya con-

tienen anuncios en piedras o terracota anunciando lo que las tiendas estaban vendiendo.

- En 1614 se aprobó una ley en Inglaterra, quizás la más antigua en materia de publicidad, que prohibía que los letreros se extendieron más de 8” hacia afuera de un edificio.
- En 1740, el primer póster impreso para exteriores apareció en Londres. (Thomas Russell, Ronald Lane, & Whitehill King, 2005)



### 2.1.2. CONCEPTO

- La Real Academia Española define la publicidad como <<Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.>>
- La ley General de publicidad de 11 de noviembre de 1988 define la publicidad como << Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de

promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes.>> (Gonzales Lobo & Prieto del Pino, 2009)

- En conclusión la publicidad es una comunicación que tiene por objetivo promover entre los individuos la adquisición de bienes, la contratación de servicios o la aceptaciones de ideas o valores.

### 2.1.3. CLASIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD

- Publicidad Nacional;
- Publicidad detallista
- Publicidad de producto o servicio:
- Publicidad de respuesta directa
- Publicidad industrial
- Publicidad para profesionales
- Publicidad institucional o corporativa
- Publicidad social (Garcia, 2001)



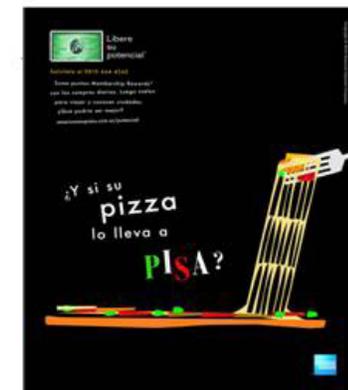
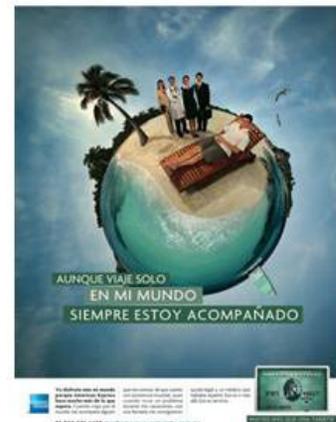
### 2.1.4. ALCANCE DE LA PUBLICIDAD

Es el número de gente diferente expuesta a un solo medio o, en el caso de una campaña de multimedios, el programa completo de medios. Podría expresarse como el número de prospecto o como un porcentaje de la audiencia objetivo pero, en cualquier caso, representa una audiencia que no se duplica. (Thomas Russell, Ronald Lane, & Whitehill King, 2005)

## 2.2. PUBLICIDAD DE BIEN SOCIAL

Según Kotler (1992) las campañas sociales surgen entonces entre personas o grupos los cuales son quienes deciden iniciar un cambio en la sociedad, con el objetivo de motivar a los demás a preocuparse por temas en común. Según Kotler (1992) las campañas de bien público son hechos por instituciones sin fines de lucro, ONG o agentes de cambio, algunos subsisten por la ayuda del gobierno, otros por sus propios recursos trabajan para

poder actuar en temas que son de interés de la población. En conclusión lo que buscan estas campañas es orientar a las personas para promover cambios de conducta positivos en la población.



## 2.3. LA CAMPAÑA PUBLICITARIA

### 2.3.1. CONCEPTO

Conjunto de acciones de comunicación publicitaria programadas en cuanto a objetivos, público, duración, medios de comunicación, soportes y presupuestos. (Gutiérrez González, Pedreira Sánchez, & Velo Miranda, 2005)

## 2.4. FASES DE DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA

La realización de una campaña de publicidad eficaz implica la planificación y la ejecución rigurosa de las siguientes fases:

1. Fijar los objetivos de la campaña
2. Seleccionar la población o público objetivo
3. Decidir la estrategia creativa
4. Determinar la estrategia de medios
5. Establecer el presupuesto
6. Control de la campaña publicitaria (Talaya Agueda, 2008)

## 2.5. PUBLICIDAD DE BIEN PUBLICO Y REDES SOCIALES

Usar las redes sociales para la realización de campañas de bien público resulta cautivador para promover y complementar causas sociales. En el caso particular de las campañas de bien social son una herramienta interesante y a la vez eficaz, ya que no requiere de grandes cantidades de inversión monetaria, además de que con la estrategia adecuada pueden convertirse en una revolución para iniciar cambios positivos y llegar a tener el impacto que se desea en la sociedad. Ayudan a promover causas que buscan generar la mejora de la calidad de vida de la población en su conjunto con el tema a tratar.

Añadiendo que como elemento importante es el desarrollo de la comunicación de valores positivos, evaluar y posteriormente ejecutar la parte impactante y creativa en concreto para el público al que va dirigido. Además que el alcance y la capacidad de las redes sociales, promueve y hacer llegar los mensajes a lugares y a oídos de personas que pueden ser agentes de cambio en sus comunidades y les permite compartir la finalidad con las personas que no están expuestas a los medios seleccionados directamente.

## 2.6. ELEMENTOS DE LA CAMPAÑA DE BIEN SOCIAL

- Persuasión Vs. Disuasión
- Publicidad Preventiva
- Vender intangibilidad
- Función Educativa y ejecutiva
- Comunicación pasiva y participativa

## 2.7. LA PUBLICIDAD DE BIEN SOCIAL EN REPÚBLICA DOMINICANA

La Publicidad de bien social desempeña un papel muy importante en la promoción del bienestar y desarrollo de la sociedad en general. Esta es utilizada como una actividad estratégica rentable que aporta valor agregado a la entidad o empresa a la cual la promueva.

En lo que concierne a este tipo de publicidad en el país, se llevan a cabo varias campañas de concientización, como son muchas instituciones gubernamentales y

empresas, las que contribuyen con el desarrollo de bien social, y que es necesario tomar acciones que sean de utilidad, para la sociedad y de esta forma, captar la atención de la población juvenil dominicana. La finalidad de cada entidad debe ser impactar positivamente a las personas que necesitan orientación sobre la educación financiera.

Existen un sin número de campañas de salud financiera realizadas por diversas organizaciones que tienen como objetivo orientar, educar, aportar de forma positiva y explícita la importancia de un manejo adecuado de las tarjetas de crédito, del ahorro, de los intereses, entre otros temas de interés para los ciudadanos que gozamos de los beneficios de las entidades bancarias. Por ejemplo, “Educación para tu Salud Financiera de la Superintendencia de Bancos “ que es una campaña que invita a los ciudadanos a realizar un buen manejo del crédito estar conscientes de la importancia del mismo.

Además del Banreservas, con sus programas “Preserva y Milkcash” y del Banco BHD León con “Recomienza BHD”, ambos con la finalidad de resaltar las oportunidades de las personas al retomar el hábito de manejar su crédito correctamente, brindándoles una oportunidad de concientización para luego materializar sus proyectos.

## 2.8. ANÁLISIS DE CAMPAÑAS DE BIEN SOCIAL

EMPRESA / FUNDACIÓN	BANCO BHD LEÓN
Campaña:	Recomienza BHD
Copy:	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar el historial de crédito ahora es gratis y repararlo es posible con Recomendación BHD.</li> <li>Te ofrecemos una segunda oportunidad para construir tus metas con un plan que incluye una tarjeta de crédito y una cuenta asociada.</li> </ul>
Slogan:	Reparar tu historial de crédito ya es posible.
Alcance:	Nacional
Objetivo:	Ayudar a las personas a reconstruir su historial crediticio de manera organizada, otorgándole una tarjeta de crédito avalada por una cuenta de ahorros o certificado financiero.
Medios:	Radio Prensa Escrita Redes Sociales

### Brief

El banco BHD se preocupa porque el ciudadano Dominicano mantenga un buen historial crediticio, por ello realiza campañas que induzcan a reconstruir su historial.

### Solución

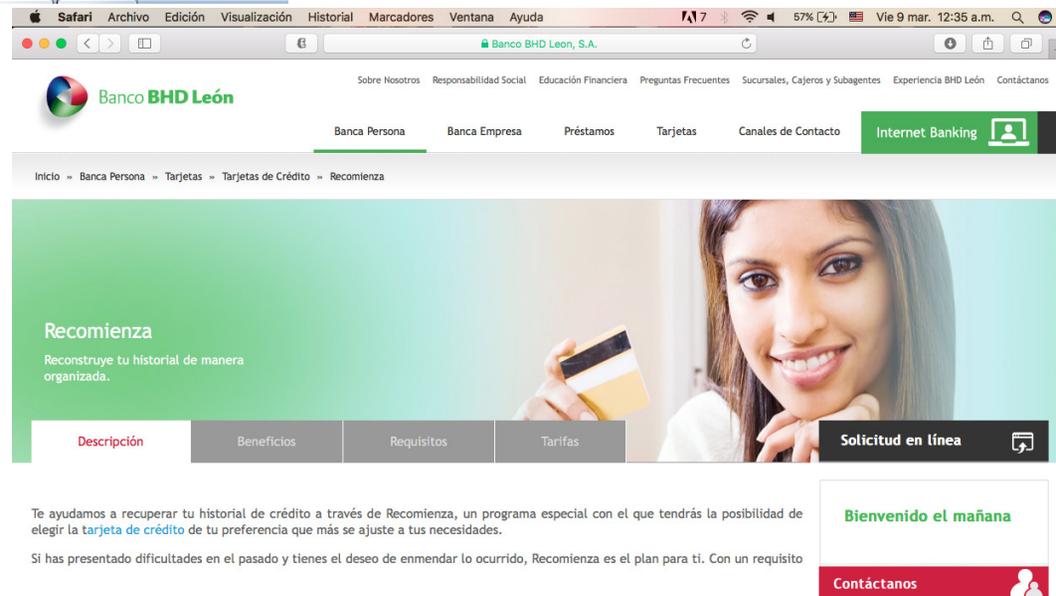
Con sus programas Recomendación BHD y Comienza BHD enfocan sus esfuerzos en el bienestar crediticio de todo ciudadano interesado.

### Mensaje

Tomar conciencia sobre el uso y manejo del historial crediticio y utilizarlo de manera responsable.

### Medios

Esta campaña se manejó principalmente por prensa escrita, en los principales periódicos Dominicanos, así como en emisoras a nivel Nacional, y Redes Sociales como Facebook e Instagram.



EMPRESA / FUNDACIÓN	SUPERINTENDENCIA DE BANCOS
Campaña:	Educación para tu salud financiera
Copy:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasa tu tarjeta responsablemente</li> <li>• Que es el saldo insoluto?</li> <li>• No explotes la tarjeta, tienes varias opciones</li> <li>• Conoce tu estado de cuentas</li> </ul>
Slogan:	Su ruta hacia un crédito saludable.
Alcance:	Nacional
Objetivo:	Ayudar a las personas a conocer cómo pueden utilizar de forma responsable servicios como las tarjetas de crédito.
Medios:	Radio Televisión Redes Sociales

## Brief

La Superintendencia de Bancos, al ser ente regulador y supervisor de las entidades de intermediación financiera de la República Dominicana educa e informa a quienes son consumidores de los principales servicios financieros en el país.

## Solución

Educación Para tu Salud Financiera comprende un programa educativo y de conciencia para los ciudadanos, que se encuentran adscritos a servicios bancarios autorizados por la Superintendencia de Bancos en la República Dominicana, desarrollando campañas para el bienestar crediticio de los dominicanos.

## Mensaje

Conoce cómo puedes utilizar de forma responsable servicios como las tarjetas de crédito

## Medios

Esta campaña se manejó principalmente por el medio televisivo, así como en emisoras a nivel Nacional, y Redes Sociales como Facebook e Instagram.

EDUCACIÓN PARA TU SALUD FINANCIERA | Superintendencia de Bancos de la República Dominicana

### CONOCE TU ESTADO DE CUENTAS

Los elementos más importantes en tu estado de cuentas:

- POSO DE CREDITO
- DEBITO
- RESERVA

ESTADO DE CUENTA	
DESCRIPCION	MONEDA
Saldo Inicial	RD\$ 0.00
Depositos	RD\$ 100.00
Retiros	RD\$ 50.00
Comisiones	RD\$ 10.00
Intereses	RD\$ 5.00
Saldo Final	RD\$ 55.00

Sácale más provecho a tu tarjeta.

Aprende a usarla como debe ser en [educacionfinanciera.sb.gov.do](http://educacionfinanciera.sb.gov.do)

EDUCACIÓN PARA TU SALUD FINANCIERA | Superintendencia de Bancos de la República Dominicana

### NO EXPLOTES LA TARJETA

Tienes varias opciones

- USAR EL PAGO MINIMO**  
es la cantidad a pagar al banco para no caer en mora. Pero optar por esta opción hace que pagues más de intereses.
- PAGAR UN POCO MÁS DEL MINIMO**  
aunque generes intereses, te ayuda a pagar más rápido y la cuenta menos.
- PAGO TOTAL**  
La tercera y mejor opción. Los consumos en la fecha de pago no generan intereses en tu estado de cuenta. Con esta no generas intereses y te sales con el corazón tranquilo.

Usa tu tarjeta de crédito con responsabilidad, es un préstamo no un regalo. No la explotes.

Aprende a usarla como debe ser en [educacionfinanciera.sb.gov.do](http://educacionfinanciera.sb.gov.do)

EDUCACIÓN PARA TU SALUD FINANCIERA | Superintendencia de Bancos de la República Dominicana

### PASA TU TARJETA RESPONSABLEMENTE

La tarjeta de crédito es como un préstamo, no un regalo.

**CALCULA TU CAPACIDAD DE PAGO**

INGRESOS MENSUALES - GASTOS FLUOS = CAPACIDAD DE PAGO

Aprende a usarla como debe ser en [educacionfinanciera.sb.gov.do](http://educacionfinanciera.sb.gov.do)

EDUCACIÓN PARA TU SALUD FINANCIERA | Superintendencia de Bancos de la República Dominicana

### ¿QUÉ ES EL SALDO INSOLUTO?

A tu tarjeta se le cargarán intereses cuando no pagues el total de tus consumos en la fecha límite de pago.

**EJEMPLO**  
RD\$ 8,000 (consumo en efectivo)  
RD\$ 1,000 (consumo en tarjeta)  
RD\$ 4,000 (saldo insoluto)

Se cobrarán intereses diarios desde el momento del consumo en base al monto que dejaste de pagar y no sobre el total que adeudes.

Aprende a usarla como debe ser en [educacionfinanciera.sb.gov.do](http://educacionfinanciera.sb.gov.do)



## 2.8. CONCLUSIÓN DE ANÁLISIS DE CAMPAÑAS DE BIEN SOCIAL

El enfoque de las campañas descritas anteriormente realizadas por estas instituciones tienen un propósito en común, que es fomentar la educación financiera de los usuarios de las diferentes entidades bancarias. Mostrar formas útiles y factibles a los mismos de cómo reconstruir un historial de crédito de forma inteligente y organizada. Campañas que promueven conocer acerca del crédito, las tarjetas de crédito, recomenzar sacarle provecho, ...

Otras instituciones o fundaciones aunque con buenas intenciones solo se pueden conformar con la ayuda que les pueden brindar a aquellos quienes estas tocan, es decir, estos no pueden crear un grandes audiovisuales o prolongarse por mucho tiempo en medios donde el costo es muy alto para su colocación, por ello buscan de talentos posicionados para que promuevan la causa haciendo mención en sus shows en vivo. De manera que para que estas causas nobles toquen la puertas del pueblo dominicano se deben hacer grandes esfuerzo y una buena estrategia que permita alcanzar los objetivos de tan nobles instituciones.



*Aspectos metodológicos*

3



### 3.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

**Deductivo:** A lo largo de la investigación se partirá siempre desde aspectos generales para llegar a una conclusión final.

**Analítico:** Uno de los fines principales de esta investigación es la identificación de la efectividad del buen manejo de tarjetas de crédito, siendo explicado en medios de comunicación convencionales, pero para llegar a una conclusión acerca del fenómeno estudiado se requiere primero comprender cada uno de los aspectos que harían o no eficaz el anteriormente mencionado medio.

**Sintético:** Puesto que el método sintético consiste en la reunión y presentación de toda la información recopilada a lo largo del proyecto investigativo.

#### 3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La siguiente Investigación es de carácter descriptivo, ya que, en este se estarán analizando aquellos factores que hacen del buen manejo de tarjetas de crédito tan importantes para los usuarios.

### 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población es el conjunto demográfico que comparte características influenciadas por el problema de un estudio. En nuestra investigación la campaña está delimitada a la provincia de Santo Domingo y Distrito Nacional, para jóvenes entre 15 y 30 años de edad. Según la ONE (Oficina Nacional de Estadística) el último censo realizado a la población por parte de este organismo en el año 2010, la composición demográfica es de un total de 662,027 de personas. Clasificando esta cantidad de acuerdo al sexo estaría compuesta por 318,757 hombres y 343,270 mujeres.

### 3.2.1. TAMAÑO MUESTRA

Hurtado y Toro (1998), definen qué: "población es el total de individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo." Por otro lado De Barrera (2008), define la población como un: "conjunto de seres que poseen la característica o evento a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión."

La población de la investigación será comprendida por los habitantes de Santo Domingo y Distrito Nacional. Según la Oficina Nacional de Estadística (ONE) en el censo nacional de población 2010 afirma que Santo Domingo de Guzmán tiene 662,027 de habitantes entre la edad de 15 y 25 años de edad, de los cuales 318,757 son hombres y 343,270 son mujeres. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirma que la muestra " es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico." Partiendo del concepto anterior y tomando en cuenta la población (662,027 individuos) se extraerá

una muestra representativa para la investigación. Debido a que se está trabajando con una población finita se utilizará la siguiente fórmula para la extracción de la muestra:

$$\frac{Z^2 (P)(Q)(N)}{(N - 1)e^2 + Z^2(P)(Q)}$$

$$n = \frac{1.962 (0.50)(0.50)(662,027)}{(662,026)0.052 + 1.962(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{635,545.92}{1,655.5575}$$

$$n = 384$$

**DONDE:**

$n$  = Tamaño de la muestra (?)

$Z$  = Nivel de confianza = 1.96

$P$  = Proporción de éxitos = 0.50

$Q$  = Proporción de éxitos = 0.50

$E$  = Error de estimación entre la proporción real y la proporción de la muestra

= 0.05  $N$  = Numero de la población =

662,027



### 3.3. MÉTODO Y TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los métodos de recolección de datos seleccionados son: Encuestas y Entrevistas. La encuesta será realizada en personas que utilicen sus tarjetas de crédito en su día a día, entre los 18 y 30 años de edad. La entrevista será realizada a gerentes de bancos, psicólogos y expertos en el área serán entrevistados, con el fin de conocer al ciudadano de varias perspectivas al involucrarse con una tarjeta de crédito.

#### 3.3.1. ENTREVISTAS

La entrevista ayudará a recopilar datos más profundos y concretos sobre la experiencia de los entrevistados. Esta será estructurada especialmente para que expertos que reconocen el tema de forma más profunda nos brinden información más cercana de un tema en común y complicado en la República Dominicana. Se buscan expertos acerca del tema de las tarjetas de crédito para que brinden su punto de vista desde un ámbito general y profesional, con el fin de tener información más precisa sobre el tema. Se hará entrevista a un Psicólogo, para que este proporcione su punto de vista de cómo funciona la mente humana en el momento del endeudamiento o incluso personas que se vuelven obsesivas al uso de las tarjetas de crédito.

“Con respecto a los errores mas comunes que cometen los jóvenes en la utilización de tarjetas de crédito”  
El Licenciado Jesús Geraldo Martínez Alcántara , Gerente de la superintendencia de bancos de la República Dominicana, nos comenta “que los errores más comunes son usar la tarjeta de crédito como si fuera dinero propio, que debemos saber que al usarla estamos gastando el dinero que todavía no tenemos seguro. Otro mayor error es no conocer cómo funciona la tarjeta de crédito, No pagar a tiempo, Pagar solamente el mínimo, Sobregirar la tarjeta de crédito.”



En el caso de La Licenciada Aniwil Sifres, Gerente del Banreservas, nos explica “que los errores mas comunes que cometen los jóvenes con la utilización de sus tarjetas de crédito son las siguientes: No pagar la tarjeta de crédito a tiempo, No llevar un control del día del corte de la tarjeta, No cuidar el plástico de la tarjeta, No tener precaución de donde se hace uso de su tarjeta de crédito.”



La Doctora Soraya Julián, Nos comenta que las Causas mas comunes conversados en su consultorio adecuados al tema de manejos de tarjeta de crédito y deudas familiares Los jóvenes no tienen conciencia de lo que implica el ahorro, ademas de que un gran porcentaje de jóvenes no labora, lo cual influye en su falta de apreciación por lo que no se esfuerzan, En consecuencias del mal manejo los hogares son los primeros en verse afectados por un mal manejo económico, aumenta la deuda familiar, lo cual afecta el presupuesto para cosas mas importantes, tanto como estudios o emergencias medicas. En efectos psicológicos afecta tanto emocional, social, relacional y familiar.



### 3.3.2. ENCUESTAS

La encuesta nos brindara resultados directos sobre datos específicos que buscamos evaluar en la muestra poblacional, y estas serán aplicadas tanto personal como por vía de Internet, a personas jóvenes entre 18 y 30 años de edad. Su propósito es conocer la realidad de la utilización de tarjetas de crédito, como esto afecta al ciudadano Dominicano, si reconocen alguna campaña relacionada con el tema.



### 3.4. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

El objetivo de la encuesta es conocer la realidad acerca del conocimiento del manejo adecuado de tarjetas de crédito en jóvenes dominicanos, así como también conocer alguna campaña relacionada al tema. Estos puntos buscan ver la limitada preocupación en comunicar e informar sobre este tema en la República Dominicana.

La información recolectada en esta encuesta brindara resultados necesarios para desarrollar una estrategia publicitaria que permita solucionar dicha problemática, y por supuesto ayude a brindar información sobre el manejo adecuado de las tarjetas de crédito a la Sociedad Dominicana.

### 3.5. JUSTIFICACIÓN DE LA ENCUESTA

Con estas herramientas de recolección de datos, es posible conocer la realidad de las personas en búsqueda de información para realizar una campaña publicitaria orientada a las características de nuestro público objetivo.

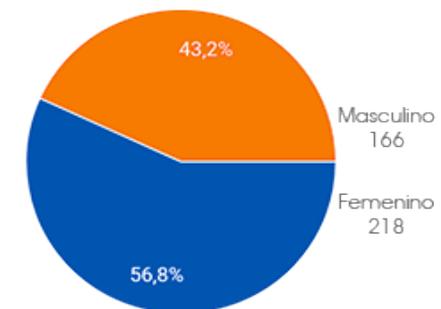
Por esto es importante conocer si nuestro público objetivo conoce alguna campaña publicitaria acerca del manejo adecuado de tarjetas de crédito y los medios en los que pudieron visualizarlos o escuchado, con el fin de al realizar nuestra campaña saber cual medio sería idóneo para la colocación. También es necesario saber si nuestro público objetivo hace utilización de tarjetas de crédito, al igual que el modo de utilización de esta, con el fin de saber cuales temas deben ser mejor manejados en la campaña publicitaria

### 3.6. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Los resultados obtenidos luego de realizar la encuesta en distintos puntos de la ciudad de Santo Domingo. Los 384 personas encuestadas califican y tienen tarjetas de credito actualmente.

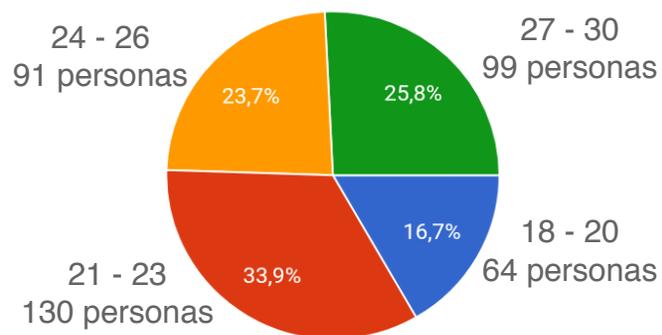
#### 1. SEXO

Para la recolección de datos estadísticos necesarios para la investigación, la población necesaria fue de 384, de los cuales 218 fueron mujeres, que representa un 56.8%, y 166 fueron hombres lo cual representa el 43.2% de los encuestados.



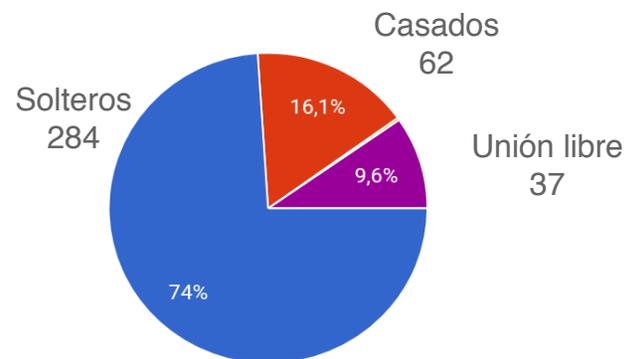
## 2. EDAD

En el caso de los números demográficos por edad, nuestro target fue de 18 años a 30 años de edad, ya que estos son considerados como un blanco de publico joven para las entidades bancarias. Los datos obtenidos fueron los siguientes: 130 personas que equivalen al 33.9% corresponden al rango entre 21-23, 99 personas que corresponde a un 25.8% pertenecientes al rango de 27-30, 91 personas que equivale a un 23.7% pertenecientes al rango de 24-26, y 64 personas equivalente a un 16.7% pertenecientes al rango 18-20.



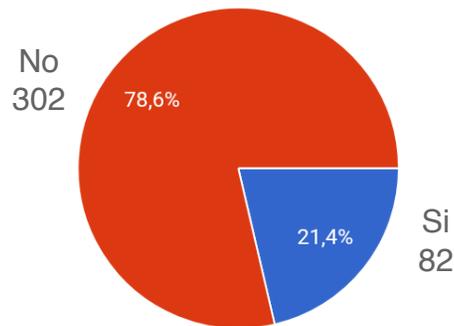
## 3. ESTADO CIVIL

En el caso del estado civil, recolectamos datos de personas tantas solteras, como casadas, con el fin de reconocer sus gastos. Los datos obtenidos fueron: 284 personas equivalente a un 74% son personas solteras, 62 personas equivalente a un 16.1% son personas casadas y 37 personas equivalente a 9.6% son personas que conviven en unión libre.



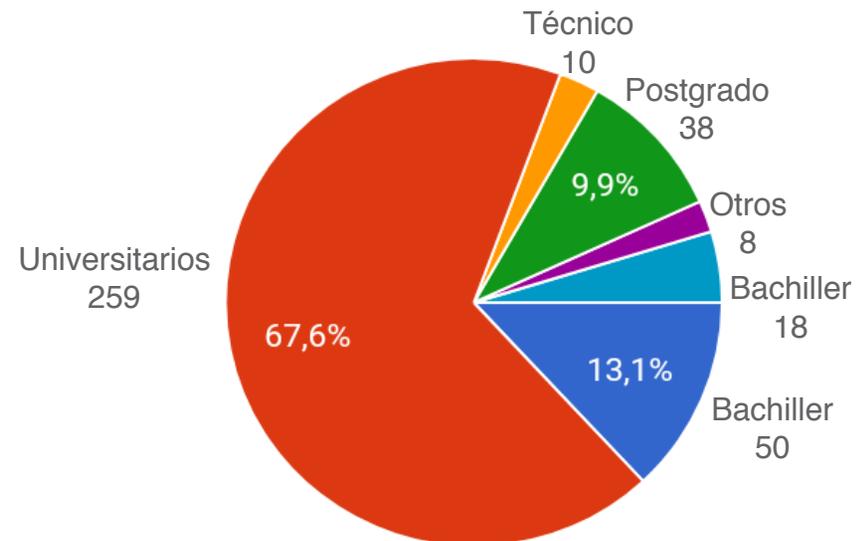
### 3.1. HIJOS

Las personas con hijos, los cuales necesitan de un apoyo económico. Los datos obtenidos fueron: 302 personas equivalente a un 78.6% son personas que no tienen hijos y 82 personas equivalente a un 21.4% son personas que tienen hijos



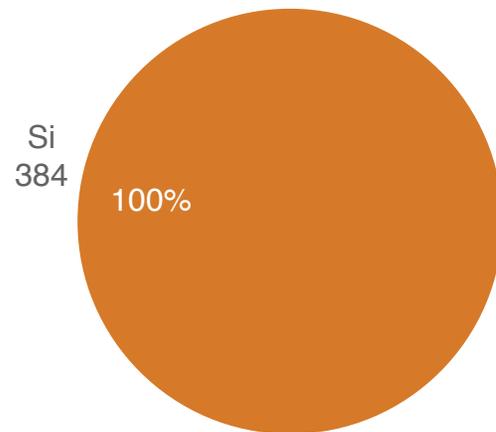
### 4. NIVEL ACADÉMICO

Con referencia al nivel educativo de los encuestados, de 384 encuestados, 259 personas equivalente a 67.6% tienen un nivel académico universitario, 68 personas equivalente a 17.8% son bachiller, 38 personas equivalente a 9.9% son estudiantes o graduados de postgrados, 10 personas equivalente a 2.6% son personas co estudio técnico y 8 personas equivalente a 2.1% seleccionaron algún otro nivel académico no seleccionado.



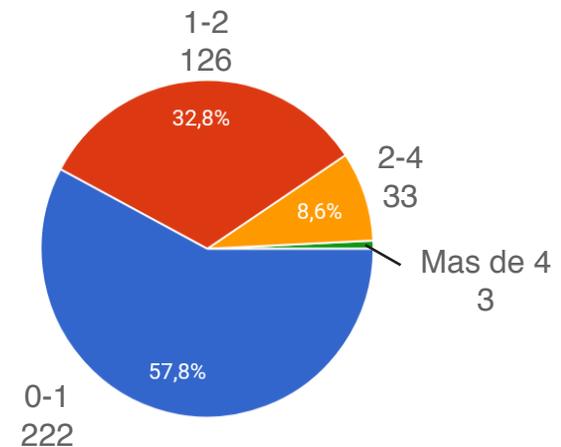
## 5. HACES USO DE TARJETAS DE CRÉDITO?

Solo fueron encuestadas personas que hace uso de tarjetas de credito de alguna entidad bancario, por lo tanto 384 personas equivalente a un 100% responden que si.



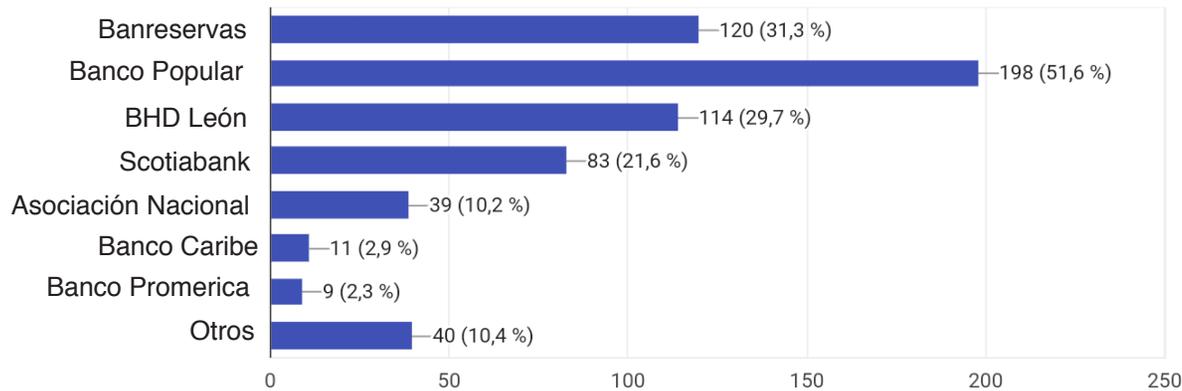
## 6. CUANTAS TARJETAS DE CRÉDITO UTILIZAS ACTUALMENTE?

Con referencia a la cantidad de tarjetas de crédito que el publico objetivo utiliza, los resultados fueron: 222 personas equivalente a 57.8% utilizan entre 0-1 tarjetas de crédito, 126 personas equivalente a 32.8% utilizan de 1-2, 33 personas que corresponden a 8.6% utilizan 2-4 y 3 personas equivalente a 0.8%, utilizan mas de 4 tarjetas de crédito.

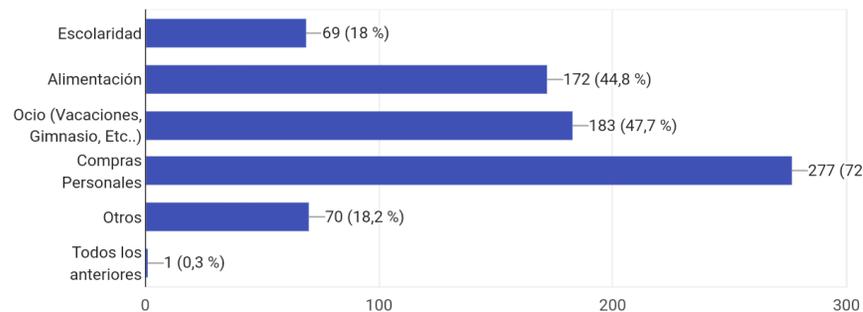


## 7. QUE ENTIDAD BANCARIA PREFERES?

Entre las entidades bancarias que se encuentran a nivel nacional, los resultados fueron:

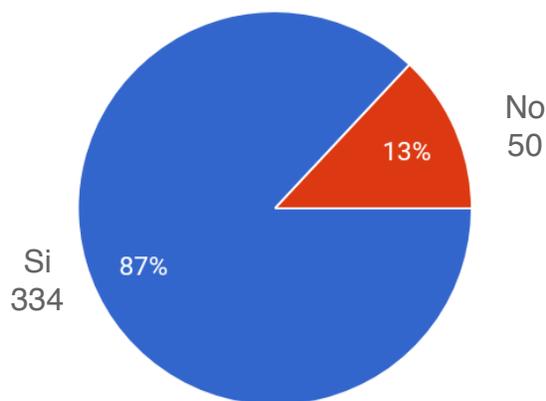


## 8. QUE GASTOS PAGAS CON TU TARJETA DE CRÉDITO?



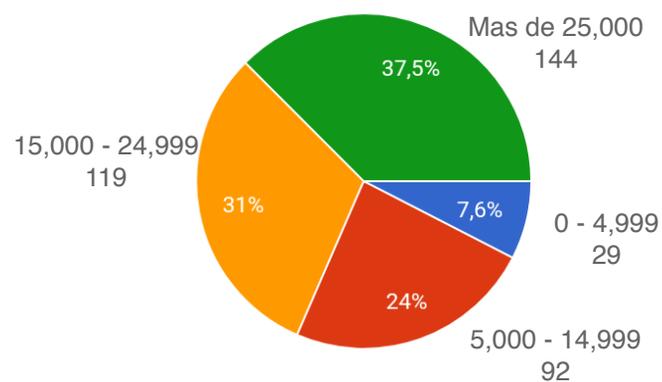
### 9. LABORAS ACTUALMENTE?

Con referencia a la cantidad de personas que laboran actualmente, los resultados fueron los siguientes: De 384 personas encuestadas 334 equivalente a un 87% respondieron que si laboran, y 50 personas que corresponde al 13% de nuestra población no labora.



### 10. CUAL ES TU INGRESO MENSUAL NETO?

En cuanto al ingreso mensual neto de las personas encuestadas estos fueron los resultados: 144 personas referente a 37.5% tienen un ingreso mensual de mas de RD\$ 25,000.00, 119 personas equivalente a 31%, su ganancia es de RD\$ 15,000.00 - RD\$ 24,999.00, 92 personas equivalente a un 24% de los encuestados tienen una ganancia mensual neta de RD\$ 5,000.00 - RD\$ 14,999.00 y 29 personas equivalente a 7.6% de nuestra población es de RD\$ 0 - RD\$ 4,999.00.

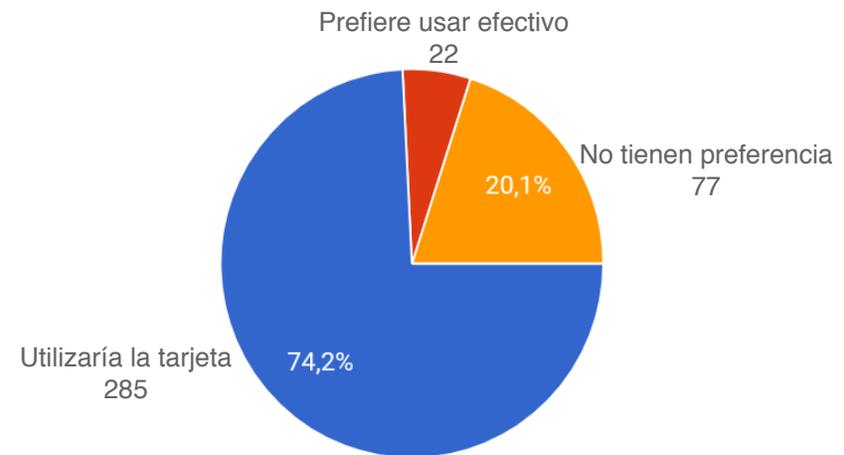


### 11. QUE MOTIVACIÓN TE LLEVA A CUBRIR GASTOS CON TU TARJETA DE CRÉDITO?

Millas	92	24%
Facilidad de pagos	270	70.3%
Escasez de efectivo	120	31.3%
Acceso a descuento	98	25.5%
Moda	9	2.3%
Otros	41	10.7%
Seguridad	3	0.9%

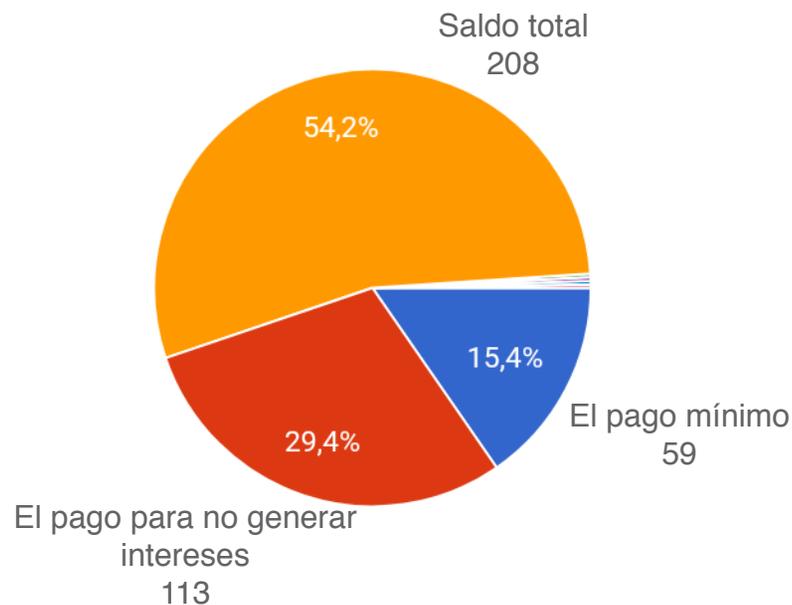
### 12. SI LE OFRECEN UN DESCUENTO EN ALGUNA TIENDA UTILIZANDO SU TARJETA DE CRÉDITO, QUE HACE?

En referencia a la pregunta emocional, de como se comporta la población dependiendo de la situación, estos fueron los resultados: de 384 personas encuestadas 285, equivalente a 74.2% comenta que utilizaría la tarjeta de crédito si se le presentara esta situación, 77 personas equivalente a 20.1% no tienen preferencia y 22 personas equivalente a un 5.7% de la población muestral prefieren utilizar el efectivo.



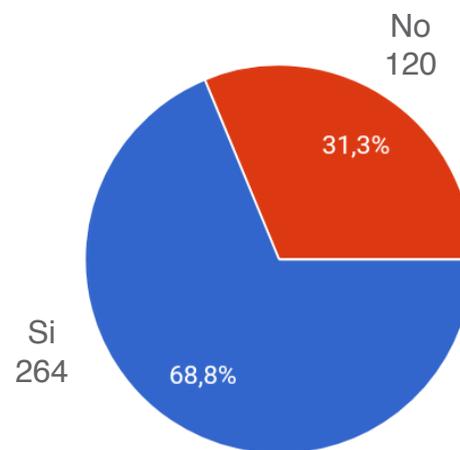
### 13. CUANDO SE PRESENTA LA FECHA DE CORTE DE SU TARJETA DE CRÉDITO, CUANTO PAGA?

En cuanto a la fecha de corte de pago de las tarjetas de crédito, estas fueron las respuestas de los encuestados: 208 personas (54.2%) prefiere pagar el saldo total consumido, 113 personas (29.4%) realizan el pago para que la tarjeta no genere intereses y 59 personas (15.4%) sostuvieron que realizan el pago mínimo.



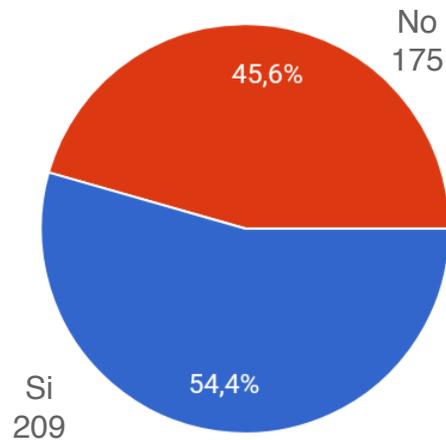
### 14. CONOCE USTED O HA ESCUCHADO ACERCA DEL BURO CREDITICIO?

El buró crediticio es un tema muy importante para el conocimiento del buen manejo de tarjetas de crédito, estas fueron las respuestas: 264 personas equivalente a 68.8% de la población muestral tienen un conocimiento previo sobre el buró crediticio, y 120 personas referente a 31.3% respondieron que no conocen el termino.



### 15. HAZ VISTO O ESCUCHADO PUBLICIDAD ACERCA DEL MANEJO ADECUADO DE TARJETAS DE CRÉDITO?

En la encuesta realizada a 384 personas, 209 (54.4%) afirmaron haber visto o escuchado publicidad sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito, en cambio 175 (45.6%) no recuerdan haber visto o escuchado alguna publicidad sobre el tema.



### 16. POR CUAL O CUALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

De las 209 personas que sostuvieron haber visto o escuchado alguna publicidad sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito, dijeron haber sido expuestas a dichos datos en medios convencionales tanto como televisión, radio, prensa escrita y redes sociales.

Televisión	108	48.9%
Radio	35	15.8%
Prensa Escrita	48	21.7%
Redes Sociales	150	68%
Otros	19	8.2%

### 3.7. CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Dadas estas evidencias en el estudio realizado cabe destacar cierta falta de conocimiento e información sobre el historial de crédito o buró crediticio.

En base a lo analizado, también podemos decir que ocupa una posición mayor y significativo en los usuarios de tarjetas de crédito en República Dominicana, especialmente en los Jóvenes, dicha investigación nos cambió totalmente el panorama sobre manejo adecuado de las mismas, y nos muestra claramente que hoy en día tiene importancia el nivel de ingreso y de la educación financiera que tenga la persona. Esto último resalta aún más con la re afirmación de las conclusiones estadísticas de nuestra investigación en comparación con el banco de información proporcionado con anterioridad por los organismos competentes, que a su vez se encuentran referenciados en la presente investigación.

Otro dato a destacar es la poca recordación en la mente de los receptores lograda por campañas publicitarias anteriores, muchas personas lograron recordar alguna campaña publicitaria, pero una gran cantidad de personas no lograban recordar de forma clara una campaña real. Mucho menos en qué medio de comunicación fueron expuestos.

# 4

*Propuesta de campaña de concientización*



## 4.1. PLAN DE TRABAJO CREATIVO

### 4.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La sociedad dominicana se está reflejando una problemática en donde las tarjetas de crédito tienen una gran culpa. Las deudas por altos costos de intereses son cada vez más altas, el mercado dominicano la tasa de interés del crédito plástico es, generalmente, de un 60% anual. Es el tipo de crédito más caro del mercado formal. En las entidades bancarias se ven cada vez con más usuarios utilizando tarjetas de crédito en donde en el año 2016 hubo un aumento aproximadamente de 102,550 tarjetas emitidas, superando el año 2015.

El mal uso de las tarjetas de créditos son una de las causas por las que podemos pasar todo el año pagando deuda y casi nunca podemos salir de la misma, las entidades emisoras de este tipo de tarjetas viven llamando a sus clientes potenciales, los cuales la mayoría de las ocasiones son jóvenes dentro del rango de edad 20-30, para ofrecerle sus servicios.

La principal situación del crecimiento de este acontecimiento es la falta de conocimiento previo sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito, o incluso la falta de conocimiento sobre el buró crediticio o historial crediticio.

En la República Dominicana ya se han realizado campañas publicitarias por el banco Central y La Superintendencia de Bancos sobre el historial crediticio y como mantenerlo limpio y sin deudas, pero estas no han sido muy conocidas.

Por lo tanto es imprescindible la creación de una campaña de concientización en la cual se brinde la información necesaria acerca de cómo manejar adecuadamente su tarjeta de crédito y mantener limpio su historial crediticio.

### 4.1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

Las tarjetas de crédito es uno de los objetos más utilizados para la compra de bienes y servicios, por esto es bueno a tener un conocimiento de cómo utilizarla adecuadamente para que no afecte nuestro modo de vida.

Por ello, para obtener este conocimiento se propone contribuir con una ayuda para aquellos que tienen un financiamiento inadecuado gracias a sus tarjetas de crédito, al igual que aquellos que por desconocimiento no perciben lo que es esta problemática. Por ello se propone el diseño de una campaña de concientización, para crear conciencia y mejorar el estilo de vida de los habitantes de nuestra sociedad, informando y educando sobre el tema.

Con este proyecto de investigación se pretende brindar una solución a la problemática de comunicación de esta problemática, a través de las diferentes técnicas de publicidad y medios de comunicación para la difusión del tema. Entre la desinformación y la falta de interés la población dominicana no ve a manejo adecuado de tarjetas de crédito como algo de importancia, Es sorprendente la cantidad de personas que están expuestas a tener problemas económicos, psicológicos y relacional por causa de este tema.

Para lograr terminar con esta situación, y así alcanzar los objetivos de investigación, se emplean técnicas de recaudación de datos como encuestas y entrevistas. Los datos históricos han servido para comprender mejor la situación y como llegar a nuestro público objetivo.

## 4.2. BRIEFING CREATIVO

Por motivo de la situación se propone la elaboración de una campaña de concientización llamada “Conoce y Aprende: usa tu tarjeta correctamente”, la cual está dividida en tres fases, informar, crear conocimiento y acciones. Estas fases tendrán la duración de un mes cada una.

La primera fase de la campaña se enfocará en brindar información a la audiencia acerca de las tarjetas de crédito e historial crediticio, acompañado del copy de la campaña. La segunda fase de la campaña se pretende crear conciencia mostrando causas y consecuencias del manejo de tarjetas de crédito para atraer a la audiencia y enviarlos a un momento de reflexión, despertando la preocupación y tomar medidas. Por último, la tercera fase se enfocará en brindar consejos y educación de cómo manejar tarjetas de crédito y limpiar su historial de crédito.

El eje psicológico de esta campaña es racional, en la cual se mostrará la realidad actual de esta problemática. La idea de esta campaña es de reconocimiento y seguridad para que las personas analicen y tomen acciones respecto a su estilo de vida.

### 4.2.2. RACIONAL DE CAMPAÑA

La selección de esta campaña fue motivada por la falta de conocimiento que muestra la población dominicana a esta problemática que afecta a los dominicanos que utilizan este servicio. Por ello es importante que la sociedad conozca de este problema social. Por lo general los jóvenes a partir de los 18 años de edad inician a utilizar este servicio, la cual con el pasar de los años, más la falta de conocimiento afecta de forma psicológica y relacional, por esto para la selección de rango de edad de esta campaña va de 18 a 30 años de edad debido a que es una educación, debemos seleccionar a la población joven para informar y prevenir.

El objetivo de esta campaña es concientizar y educar a la población dominicana sobre cómo manejar adecuadamente las tarjetas de crédito. De forma que se mostrará la apariencia real de esta situación, para informar a la población del mal que produce. Por esto el eje psicológico que se mostrará será el racional, de forma directa se informará causas y consecuencias de esta problemática.

## 4.2.2. BLANCO DE PUBLICO O TARGET

### 4.2.2.1. PERFIL DEMOGRÁFICO

- Edad: Jóvenes entre 18-30 años
- Ocupación: Indistinta
- Género: Femenino, Masculino.
- Ciclo de vida de la familia: a partir de Etapa de Soltería o jóvenes (independientes) y Casados Jóvenes.
- Ingresos: Superior a los RD\$5,000.00
- Clase Social: Media Alta y Media

### 4.2.2.2. PERFIL PSICOGRAFICO

Jóvenes con personalidades distintas, diferentes estilos de vida y activos en el sector financiero. Que buscan diversión, tienen gusto de vivir. Buscan seguridad, sentido de pertenencia, emoción y bienestar.

## 4.3. OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

Diseñar una campaña de concientización para educar jóvenes dominicanos sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito.

## 4.4. ESTRATEGIA CREATIVA

### 4.4.1. PROMESA DE LA CAMPANA

#### 4.4.1.1. PROMESA BÁSICA

No hagas que tu tarjeta de crédito se convierta en tu pesadilla.

#### 4.4.1.2. PROMESA SECUNDARIA

Usar tu tarjeta de crédito correctamente ayuda a tu estilo de vida.

#### 4.4.1.3. PERSONALIDAD / TONO DE LA CAMPANA

El tono de la campaña es enunciativa.

#### 4.4.1.4. EJE PSICOGRAFICO DE LA CAMPANA

El eje psicológico de la campaña es emocional.

#### 4.5. CONCEPTO DE LA CAMPAÑA

En la primera fase el concepto es mostrar la realidad de las tarjetas de crédito y los altos costos de intereses que esta puede acumular a una deuda que crece cada día.

En la segunda fase el concepto es mostrar cómo los problemas financieros causados por tarjetas de crédito nos llevan a consecuencias finitas.

En la fase final de cierre el concepto es tomar medidas, mostrando cómo organizarse, cómo conocer información necesaria para poder utilizar la tarjeta de crédito sin problema alguno.

#### 4.6. SLOGAN DE LA CAMPAÑA

Maneja tus finanzas de manera inteligente

#### 4.7. TIPO DE CAMPAÑA

Campaña de bien social.

#### 4.8. DURACIÓN DE LA CAMPAÑA

3 meses - Inicia el 2 de Abril y concluye en 2 de Julio del año 2018.

#### 4.9. MEDIOS A UTILIZAR

- Televisión
- Redes Sociales
- Prensa Escrita
- Medios Exteriores.

## 4.10. ETAPAS DE LA CAMPAÑA

Como parte de la estrategia para esta campaña se dividirá en 3 etapas:

### 4.10.1. FASE UNO

En esta fase los esfuerzos se concentran en informar sobre las tarjetas de crédito y el historial crediticio, proporcionando datos y piezas visuales que identifiquen lo que es una tarjeta de crédito.

### 4.10.2. FASE DOS

En esta etapa se mostrarán las posibles causas y posibles consecuencias producto del manejo inadecuado de tarjetas de crédito.

### 4.10.3. FASE TRES

Esta etapa se concentrara en proporcionar a través de los distintos medios todas las recomendaciones que se pueden brindar para evitar un manejo inadecuado de tarjetas de crédito. También se promoverá el evento que dará conclusión a esta campaña en la cual fomentaremos información, recomendaciones y estrategias, para terminar con la falta de conocimiento acerca de este tema. El evento consistirá en una gira educativa por universidades, en donde un grupo de expertos en el área brindaran charlas y asesoramientos acerca del manejo adecuado de tarjetas de crédito. Cabe destacar que la gira educativa será transmitida por el canal de Youtube del evento, con el fin de que los interesados en el tema puedan encontrar la información cuando la necesiten.

## 4.11. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE LA CAMPAÑA

### 4.11.1. FASE 1. INFORMACIÓN

Esta campaña contará con una fase de información. Todas las fases tendrán una duración de un mes. En parte de las etapas se le mostrará al público fotografías asociadas con lo que es una tarjeta de crédito y el historial crediticio.

Los mensajes que acompañan a esta fase y la segunda fase son:

Conocer tu tarjeta de crédito es un privilegio.

Hacer el pago mínimo no evita cargos por intereses.

Contraer solo deudas que se puedan pagar, ese es el secreto.

En esta fase se utilizarán los medios exteriores, prensa escrita y redes sociales.



## MEDIOS EXTERIORES



**CONOCE Y APRENDE**  
Usa tu tarjeta correctamente

**CONOCER TU TARJETA  
DE CREDITO ES UN  
PRIVILEGIO.**

**SIB** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
DE LA REPUBLICA DOMINICANA

The advertisement features a woman in a blue top holding a credit card, looking thoughtfully upwards. The background is a bright, modern interior. The text is overlaid on the left side of the image.



**CONOCE Y APRENDE**  
Usa tu tarjeta correctamente

**EL PAGO MINIMO NO  
EVITA CARGOS POR  
INTERESES**

**SIB** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
DE LA REPUBLICA DOMINICANA

ARTES DE PRENSA

# Listin Diario

26 noviembre 2013, Santo Domingo, República Dominicana, actualizado a las 2:17 AM

INICIO
LA REPÚBLICA
EL DEPORTE
LA VIDA
LAS MUNDIALES
ECONOMÍA & NEGOCIOS
ENTRETENIMIENTO
LAS SOCIALES
CLASIFICADOS

El Norte
Religión
Ventana
Tecnología
Crucigrama
Obituarios
Horóscopo
Club de Lectores
Plan LEA
Blogs

[Regístrate](#) | [Recuperar](#)

Santo Domingo  
31°C 22°C

**SABER MÁS NUNCA ESTÁ DE MÁS.**  
 Hojea desde tu SMARTPHONE o TABLETA, donde quiera que te encuentres

DESCARGA AQUI

**EL ORGANISMO SE REÚNE HOY**

## Plan considera naturalizar a hijos de ilegales en RD

SE DIO UN PLAZO DE TRES DÍAS HÁBILES A TODOS LOS INTERESADOS EN FORMULAR RECOMENDACIONES

El Gobierno dominicano dio a conocer anoche una propuesta de Plan de Regularización de Extranjeros Residentes Irregulares en el país que contempla "un proceso especial de naturalización" para hijos de extranjeros ilegales, nacidos en República Dominicana.




**JUDE THADEUS OKOLO**  
**Papa ofrece todo su apoyo y**

**Videos**

[Ver más videos >](#)



**Presidente y Primera Dama reciben al conferencista sin extremidades Nick Vujicic**

**EDICIÓN IMPRESA**

Haz click y hojea la edición impresa del día



**EL PAGO MÍNIMO NO EVITA CARGOS POR INTERESES**



**SIB**

**Manolo y Minerva: unidos en el amor y el patriotismo**

El compartir sus aspiraciones en la vida, sus visiones sobre el rumbo que llevaba el país y sus ideales patrióticos, selló la atracción física que ambos sintieron al conocerse en el verano de 1953, y que dos años después se convirtió en un matrimonio revolucionario.

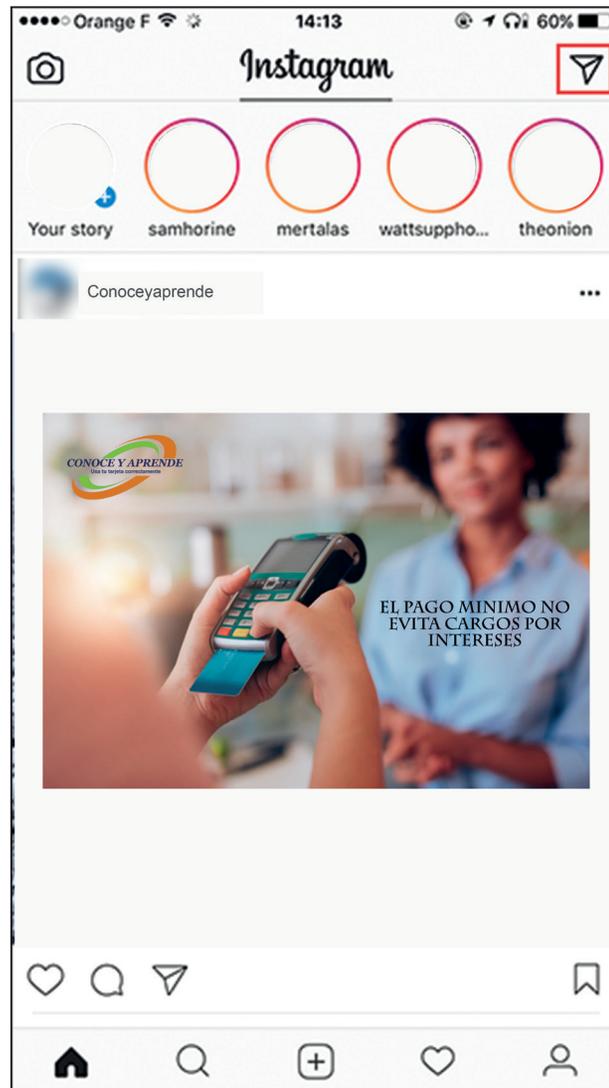
**Resumen**    **Las Más Leídas**

**El presidente Medina inaugura edificio de la cooperativa de maestros en Santo Domingo Este**

**León Domínguez gana un premio profesional**

## REDES SOCIALES

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Conoce y Aprende'. The page features a cover photo of a woman holding a credit card with the text 'CONOCER TU TARJETA DE CREDITO ES UN PRIVILEGIO.' and the logo 'CONOCE Y APRENDE Usa tu tarjeta correctamente'. The left sidebar contains navigation options: Home, Posts, Videos, Photos, About, Likes, **Signup Form** (highlighted with a red box and a red arrow), and Manage Tabs. The main content area includes a 'Write something...' text box and four action buttons: 'Share a photo or video', 'Advertise your business', 'Get messages', and 'Create an event'. The right sidebar shows 'Automotive Company' with search and engagement options.



MONTAJES



### 4.11.2. FASE 2. CREAR CONOCIMIENTO

En la segunda fase se atacará de manera más cruda las causas y consecuencias del manejo inadecuado de tarjetas de crédito. Como parte de la estrategia de la campaña, se busca que el público sienta la situación de manera personal, con el propósito de impactar su mente.

Los copios serán igual a la primera fase:

Conocer tu tarjeta de crédito es un privilegio.

Hacer el pago mínimo no evita cargos por intereses.

Contraer solo deudas que se puedan pagar, ese es el secreto.

En esta fase se utilizarán los medios exteriores, prensa escrita y redes sociales.



MEDIOS EXTERIORES



**CONOCE Y APRENDE**  
Usa tu tarjeta correctamente

**EL PAGO MINIMO NO  
EVITA CARGOS POR  
INTERESES**

**SIB** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
DE LA REPUBLICA DOMINICANA

The advertisement features a woman in a light blue shirt covering her eyes with her hand, appearing distressed. In her other hand, she holds several credit cards. The background is a light gray gradient. The text is in a serif font, with the main message in all caps.



CONTRAER SOLO DEUDAS  
QUE SE PUE DAN PAGAR, ESE  
ES EL SECRETO.

**CONOCE Y APRENDE**  
Usa tu tarjeta correctamente

**SIB** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
DE LA REPUBLICA DOMINICANA

ARTES DE PRENSA



**Diario Libre**  
COMPLETO Y GRATIS

LUNES  
2 Octubre 2017  
Nº 9889, Año 16  
Santo Domingo, RD  
www.diariolibre.com

VERTEDEROS  
REQUIEREN  
SOLUCIÓN  
NACIONAL

CONOCE Y APRENDE  
Usa tu tarjeta correctamente

CONTRAER SOLO  
DEUDAS QUE SE  
PUEDAN PAGAR,  
ESE ES EL  
SECRETO.



SIB SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
DE LA REPUBLICA DOMINICANA

GRAN INCENDIO EN ALMACÉN DE PLAZA LAMA



VERTEDEROS REQUIEREN SOLUCIÓN NACIONAL

Deuda pública soportará una cuarta parte Presupuesto

Identifican pilotos avión se accidentó Venezuela

DIÁLOGO LIBRE



GIRAL JUAN MENDEZ  
Director COE

“No deben permitirse viviendas en lugares vulnerables”

Mejora el vertido de basura en Duquesa

Las filas de camiones desaparecieron en el vertedero, pero hay basura en los puntos de transferencia.

EL NUEVO LINE - UP



BARTOLO COLÓN LOGRA TRIUNFO 240 EN LAS GL

**La Ley de Partidos en manos del Comité Político PLD**

- Esta noche deben decidir línea a seguir
- Resultado afectará liderazgos dentro del PLD
- Miembros llevarán propuestas de consenso

ESPAÑA USA LA FUERZA CONTRA CATALUÑA

La policía española se enfrentó a manifestantes que acudieron ayer a votar en el referéndum por la independencia de Cataluña. El consejero de la Presidencia de Cataluña, Jordi Turull, aseguró que, a pesar de los incidentes, el referéndum se celebró y se contaron 2.262.024 papeletas, en las que el 'sí' a la independencia alcanzó el 90% frente a un 78% del no.

Violan la ley de asignación de fondos al Poder Judicial

Los fondos para 2018 no representan un 1%, en violación a Ley que establece 2,66%.

A todos nos mueve una primera vez.

#PrimerVezPopular

RADIOCENTRO  
Somos la Calidad!  
STO. DGO.: 889 665-7131 / STGO.: 889 241-8088

AMERICAN  
HORNOS ELÉCTRICOS

1500 W



**Diario Libre**  
COMPLETO Y GRATIS



LUNES  
2 Octubre 2017  
Nº4989, Año 16  
Santo Domingo, RD  
www.diariolibre.com



VERTEDEROS  
REQUIEREN  
SOLUCIÓN  
NACIONAL

• P26

GRAN INCENDIO  
EN ALMACÉN DE  
PLAZA LAMA

• P10



CONTRAER SOLO DEUDAS  
QUE SE PUEDAN PAGAR, ESE  
ES EL SECRETO.



CONOCE Y APRENDE

SIB

**Lunes Saludable**



FRESCO  
DE LA  
DÍA

#meatlessmondays

**40% Y 30%**  
DE DESCUENTO  
EN VEGETALES Y FRUTAS  
SELECTAS, IMPORTADAS  
Y ORGÁNICAS

MEJORA NUESTRO AMBIENTE Y SALUD EN UN PASO

¡SÚPER OFERTA!

ACEITE  
CRISOL  
LIGERO  
64 OZ

**\$129**

LECHE  
PARMALAT  
ENTERA  
1 LIT

**\$45**

ALINDOSRD

Deuda pública  
soportará una  
cuarta parte  
Presupuesto

• P22

Identifican  
pilotos avión  
se accidentó  
Venezuela

• P8

DIALOGO LIBRE



GABRIEL RIANCHO  
Director COE

“No deben  
permitirse  
viviendas  
en lugares  
vulnerables”

• P14-16

Mejora el  
vertido de  
basura en  
Duquesa

Las filas de camiones  
desaparecieron en el  
vertedero, pero hay  
basura en los puntos  
de transferencia.

• P10

## La Ley de Partidos en manos del Comité Político PLD

- Esta noche deben decidir línea a seguir
- Resultado afectará liderazgos dentro del PLD
- Miembros llevarán propuestas de consenso

• P4



La policía española se enfrentó a manifestantes que acudieron ayer a votar en el referéndum por la independencia de Cataluña. El consejero de la Presidencia de Cataluña, Jordi Turull, aseguró que, a pesar de los incidentes, el referéndum se celebró y se contaron 2.262.424 papeletas, en las que el 'sí' a la independencia alcanzó el 90% frente a un 78% del no.

• P12

Violan la ley  
de asignación  
de fondos al  
Poder Judicial

Los fondos para 2018  
no representan un  
1%, en violación a Ley  
que establece 2,66%.

• P9

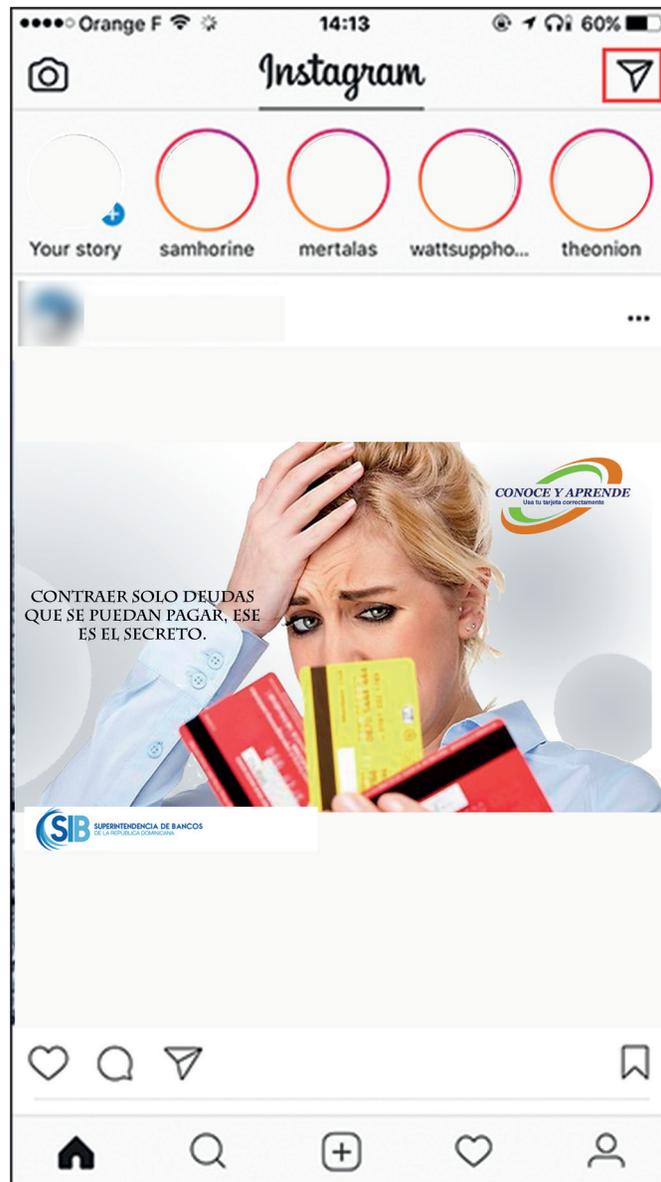
POPULAR

**A todos nos mueve  
una primera vez.**

#PrimeraVezPopular

## REDES SOCIALES

The image shows a screenshot of a Facebook page for the organization 'Conoce y Aprende'. The page features a cover photo of a woman looking stressed while holding several credit cards, with the text 'CONTRAER SOLO DEUDAS QUE SE PUEDAN PAGAR, ESE ES EL SECRETO.' overlaid. The page layout includes a top navigation bar with 'Home', 'Find Friends', and notification icons. Below this is a secondary navigation bar with 'Page', 'Messages', 'Notifications', 'Insights', 'Publishing Tools', 'Settings', and 'Help'. The main content area displays the page's profile picture, name, and handle (@conoceyapende). A central post area contains the cover photo and a 'Like' button. Below the post is a 'Write something...' text box and four action buttons: 'Share a photo or video', 'Advertise your business', 'Get messages', and 'Create an event'. On the right side, there is a search bar and a section for 'Automotive Company' with 0 likes. The left sidebar contains a 'Home' menu with options like 'Posts', 'Videos', 'Photos', 'About', 'Likes', 'Signup Form', and 'Manage Tabs'. The 'Signup Form' option is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it. A 'Promote' button is located at the bottom of the sidebar.



MONTAJES



### 4.11.3. FASE 3. ACCIÓN

En esta etapa final se propone brindar recomendaciones a la población de acciones a tomar. Se mostrarán las piezas con talentos sonriendo con una tarjeta de crédito en su mano, al igual que acciones cotidianas con tarjetas de crédito. También se promociona un evento de cierre de campaña que propone una gira de educación de tarjetas de crédito a universidades, en la cual se realizarán charlas y asesoramientos.

Los medios que se utilizaran para esta fase son medios exteriores, prensa escrita y redes sociales.

Las charlas en la gira de educación de tarjetas de crédito serán grabadas y subidas al canal de Youtube, para que así los que no se encuentran en universidades y estén interesados en el tema puedan encontrarla y ser informados.



MEDIOS EXTERIORES





**CONOCE Y APRENDE**  
Usa tu tarjeta correctamente

**USA TU TARJETA  
ADECUADAMENTE**

**SIB** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
DE LA REPUBLICA DOMINICANA

ARTES DE PRENSA

**Diario Libre**  
COMPLETO Y GRATIS

LUNES  
2 Octubre 2017  
Nº4389, Año 16  
Santo Domingo, RD  
www.diariolibre.com

VERTIEJEROS  
REQUIEREN  
SOLUCIÓN  
NACIONAL

GRAN INCENDIO  
EN ALMACEN DE  
PLAZA LAMA

USA TU TARJETA  
ADECUADAMENTE

**Lunes Saludable**

FRESCO

#meatlessmondays

**40% Y 30%**  
DE DESCUENTO  
EN VEGETALES Y FRUTAS  
SELECTAS, IMPORTADAS  
Y ORGÁNICAS

ALINDOSID

ACETE CRISOL \$129  
38000 64.00

LEBRE PARMALAT ENTERA 1 LT \$45

**Únidos.**  
SUPERMERCADO  
Todos los días precios bajos ¡Comprábalos!

Deuda pública soportará una cuarta parte Presupuesto

Identifican pilotos avión se accidentó Venezuela

DIALOGO LIBRE

“No deben permitirse viviendas en lugares vulnerables”

Mejora el vertido de basura en Duquesa

Las filas de camiones desaparecieron en el vertedero, pero hay basura en los puntos de transferencia.

**La Ley de Partidos en manos del Comité Político PLD**

- Esta noche deben decidir línea a seguir
- Resultado afectará liderazgos dentro del PLD
- Miembros llevarán propuestas de consenso

**ESPAÑA USA LA FUERZA CONTRA CATALUÑA**

La policía española se enfrentó a manifestantes que acusaron ayer a votar en el referéndum por la independencia de Cataluña. El comisario de la Presidencia de Cataluña, Jordi Tarrull, aseguró que, a pesar de los incidentes, el referéndum se celebró y se contaron 2.262.424 papeletas, en las que el 'sí' a la independencia alcanzó el 90 % frente a un 7,8% del no.

**Violan la ley de asignación de fondos al Poder Judicial**

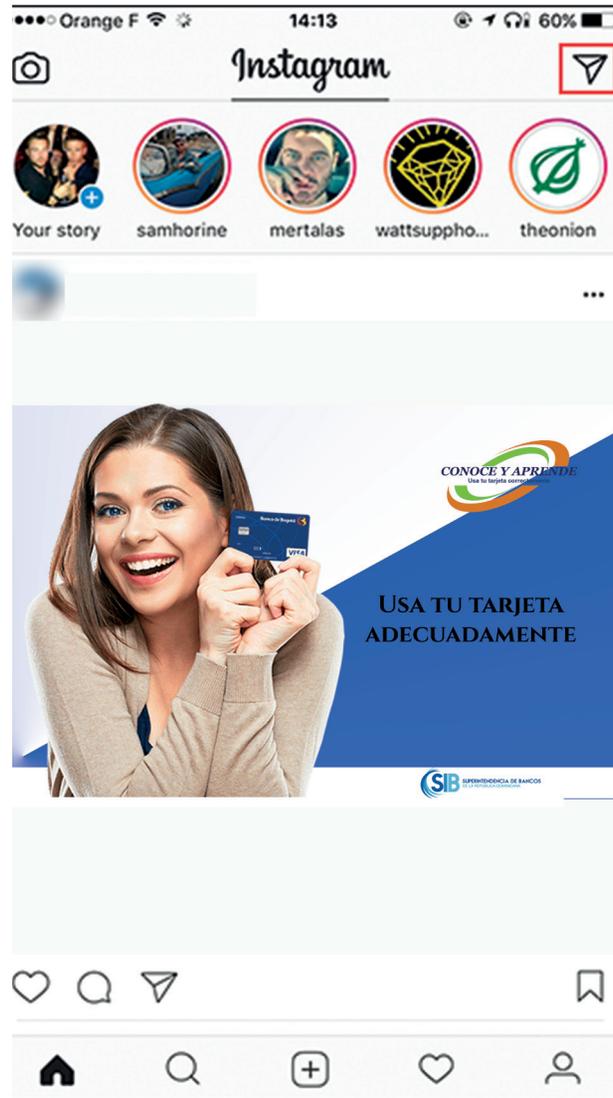
Los fondos para 2018 no representan un 1%, en violación a Ley que establece 2,66%.

**RADIOCENTRO**  
Somos la Calidad!  
STO. DGO.: 809-685-7131 / STGO.: 809-241-8888

**AMERICAN**  
HORNO ELÉCTRICOS  
1500 W

## REDES SOCIALES

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Conoce y Aprende'. The page features a cover photo of a smiling woman holding a credit card, with the text 'USA TU TARJETA ADECUADAMENTE' and the 'CONOCE Y APRENDE' logo. The left sidebar contains navigation links: Home, Posts, Videos, Photos, About, Likes, Signup Form (highlighted with a red box and a red arrow), Manage Tabs, and Promote. The main content area includes a 'Write something...' text box, a 'Share a photo or video' button, an 'Advertise your business' button, a 'Get messages' button, and a 'Create an event' button. The right sidebar shows an 'Automotive Company' section with a search bar and options to view likes, the page feed, and invite friends.



MONTAJES



MATERIAL P.O.P



La falta de conocimiento al buen manejo de tarjetas de crédito, es un enfoque primordial en el aspecto económico, ya que el ser humano se ve cada vez más expuesto a los cambios tecnológicos que van ocurriendo con el pasar de los tiempos, lo cual incluye más utilización y desarrollo de las tarjetas de crédito para compras de bienes y servicios.



Conoce y aprende



@Conoceyaprende



Conoce y aprende



Las tarjetas de credito son un mecanismo de financiamiento diario. Se basan en un objeto de plastico con una banda magnetica, un microchip y numeros en relieve, identificada para realizar pagos en dinero crediticio.

#### BENEFICIOS Y VENTAJAS

- Facilitan el pago e incrementan la capacidad de compra
- Sirve para mejorar la administración del dinero propio
- Ayudan a controlar las compras
- Asisten en emergencias
- Ayudan a construir un historial de crédito
- Ofrecen beneficios adicionales

#### POTENCIALES DESVENTAJAS

- La posibilidad de que se haga fraude en casos de mal uso intencional, como robo o pérdida de la tarjeta
- Descontrol en gastos del usuario
- Uso excesivo del financiamiento, lo que obviamente va encareciendo en forma creciente el costo original de lo comprado



Los usuarios suelen utilizar varias tarjetas de crédito. Pero hacer uso de esta tecnología no es un juego. Su uso influye positiva o negativamente, su historial crediticio y por ende, la evaluación que harán de usted las entidades financieras si les solicita crédito o financiamiento. Tener el conocimiento apropiado de cómo funciona esta herramienta de pagos nos evita malos ratos o desagradables sorpresas.



Republica Dominicana inicio con este proceso bancario el 07 de Septiembre del año 1966, esperando hasta el año 1981 para ver el nacimiento de la segunda compañía en utilizar el proceso de uso de Tarjetas de Credito.

Luego de 36 años de la creacion de su segunda compañía en utilizar este proceso, Republica Dominicana sostiene el inconveniente de como mostrar a usuarios el manejo de sus tarjetas de credito, para esto las instituciones bancarias nacionales han realizado campañas a nivel nacional, sobre el manejo adecuado de tarjetas de credito, sin llegar a ninguna conclusion favorable.



Calificar para tarjetas de credito segun los requerimientos de la Superintendencia de bancos de la Republica Dominicana.

- Devengar ingresos mínimos mensuales de RD\$ 8,000.00
- Ser mayor de edad entre los 18 y 70 años de edad.
- Copia de cédula o pasaporte
- Certificación de ingresos, constancia de autenticidad de empleo y referencias de crédito.

El mercado dominicano la tasa de interés del crédito plástico es, generalmente, de un 60% anual.

The image features a solid dark blue background. On the left side, there are several overlapping, organic, white shapes that resemble brushstrokes or soft-edged geometric forms. These shapes vary in size and orientation, creating a layered, abstract composition. The word "Conclusiones" is written in a white, cursive script font, positioned in the lower-left quadrant of the image, partially overlapping the white shapes.

*Conclusiones*

A pesar de que conocemos que las tarjetas de crédito son un medio de pago magnífico y versátil, la ignorancia del manejo adecuado de las mismas repercute en la sociedad en todos los ámbitos y sus efectos son largos reflejados en nuestra historia financiera, transformándose en un problema que afectan considerablemente a los jóvenes.

Dicha investigación nos sirvió para entender y mostrar la importancia del manejo adecuado de las tarjetas de crédito en jóvenes dominicanos, existe un gran porcentaje de usuarios que aún en la actualidad desconocen acerca de tener un historial de crédito limpio, de que la forma de uso de su tarjeta es monitoreada es evaluado(a) para futuros financiamientos. Los jóvenes deberían ser más conscientes con relación al ámbito financiero y con asuntos de crédito, pues afecta positiva o negativamente.

De todas formas, crear conciencia en el país sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito no es una tarea fácil, por lo que educar sobre el tema resultaría beneficioso para todos.

Tener el conocimiento idóneo de cómo funciona esta herramienta de pagos que usamos tan frecuentemente nos evita: entrar en un círculo vicioso con respecto a deudas en nuestra entidad bancaria por un mal manejo de la tarjeta, nos aleja de posibles créditos futuros, añade déficit a nuestros ingresos, perdemos el equilibrio financiero, arruina nuestro historial crediticio, etc.

The background is a solid orange color. On the left side, there are several overlapping, rounded rectangular and circular shapes in various shades of orange and light orange, creating a layered, abstract effect. The word "Recomendaciones" is written in a white, cursive font across the lower-left portion of the image.

*Recomendaciones*

A partir de la conclusión propuesta se puede decir que las problemáticas encontradas se pueden solucionar aplicando las siguientes recomendaciones:

- Implementar la propuesta de campaña de concientización, ya que esta ayuda a la sociedad dominicana a mejorar su calidad de vida, y calidad de su historial crediticio, a no ser tan vulnerables a promociones y ofertas que se ofrecen por el uso de sus tarjetas de crédito.

- La Superintendencia de Bancos de la República Dominicana, puede continuar con su ayuda para que la población conozca esta problemática, y seguir creando distintos programas y proyectos en diferentes partes del país.

- La Superintendencia de Bancos de la República Dominicana puede brindar charlas y seminarios en

todas las universidades a nivel nacional.

- Fomentar la educación desde temprana edad sobre un buen manejo financiero.

- Desarrollar capacitadores, para charlas y seminarios a nivel nacional.



# *Glosario*

**Tarjetas de crédito**

Se entiende por tarjeta de crédito es un documento nominativo, legitimarte, intransferible, cuya finalidad es permitir al usuario beneficiarse con la facilidades de pago pactadas con el emisor y las resultantes del contrato celebrado entre éste y el proveedor del bien o servicio requerido por aquél. (Farina)

**Estrategia de comunicación**

Se entiende por estrategia de comunicación a la forma en que unos determinados objetivos de comunicación son traducidos en lenguaje inteligible para el público receptor para que los pueda asimilar debidamente. (Ferre, 1996)

**Campaña**

Se entiende por campaña a un plan extenso para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico” (Wells, 1996)

**Diseñar**

El diseño es una actividad creativa que supone la existencia de algo nuevo y útil sin existencia previa. (Reswich, 1982)

**Dinero Crediticio**

Es un dinero cual físicamente no vemos y se emplea para hacer pagos diferidos. Nos permite adquirir que van más allá del dinero material que disponemos en ese momento.

**Intereses**

En términos económicos se denomina interés al precio o remuneración que una persona ha de pagar por la utilización o disfrute de bienes de capital de pertenencia ajena. (Picazo)

### **CAT (Costo Anual Total)**

Indicador que incluye los elementos que determinan el costo del crédito, como la tasa de interés, las comisiones, primas de seguro en el contrato (excepto el IVA aplicable), la garantía exigida y la frecuencia de pago. (Compara Guru, 2015)

### **Historial crediticio**

Es un informe detallado en que se enumeran los préstamos que ha tenido una persona y si estos fueron liquidados, si quedaron pendientes de pago o si se pagaron a destiempo. (Compara Guru, 2015)

### **TPV (Terminal Punto de Venta)**

Dispositivo usado en establecimientos comerciales para realizar gestiones de venta. Permite, entre otras cosas, realizar cobros con tarjeta de crédito o débito, imprimir tickets y controlar el inventario. (Compara Guru, 2015)

### **Wallets**

Tecnología para móviles, diseñada para uso más rápido y organizado de las tarjetas de crédito y cupones, además, algunas apps de este tipo nos ayudan a administrar nuestros gastos. (Gaston Lorente, 2017)

### **Dinero Bancario M1**

Es la definición de oferta monetaria más líquida, ya que incluye el efectivo en manos del público (EMP), que es una parte del dinero legal, más el dinero depositado en cuentas bancarias a la vista, también llamadas cuentas corrientes. (Castañedo, 2012)

**C/C (Cuenta Corriente)**

Producto financiero altamente líquido que te permite movilizar tu dinero cuando lo desees a través de chequeras o de la Banca Electrónica con la tarjeta de débito. (Banco Banesco, s.f.)

**Tarifa Anual**

Costo que se carga a los tarjeta habientes por el uso y el mantenimiento de sus cuentas de tarjeta de crédito. (Compara Guru, 2015)

**NIP - PIN**

Son las siglas de Número de Identificación Personal. Esta clave de cuatro dígitos te sirve para identificarse con el sistema del banco; en otras palabras, cumple una función similar a tu firma escrita. (Compara Guru, 2017)

**Morosidad**

Lentitud, dilación o demora en el cumplimiento de un compromiso dentro del tiempo establecido previamente. (Finanzas para mortales, s.f.)

**Interés**

Es lo que pagamos a un banco a cambio de que nos preste dinero, o lo que nos paga el banco por depositar nuestro dinero. (Banco de España, s.f.)



# *Bibliografía*

Barillas Walter, D. (2015). Tutela Legal de las tarjetas de credito. Guatemala: Universidad Rafael Landivar.

central, b. (2017). Plan estrategico de educacion economico financiera. Republica Dominicana.

Cuevas, D. J. (18 de abril de 2013). Las tarjetas de credito y los contratos. Listi Diario. Ferre. (1996).

Ferro, J. M. (2013). Credito y debito: El peligro del dinro de plastico para empresas y usuarios. España: Editorial Club Universitario.

Fidalgo, J. (2016). Tecnologia Industrial II. España: Ediciones Paraninfo S.a. Gonzales, J. (2004). Bancarrota. Estados Unidos: Editorial -ene.

juridica, A. c. (2003). Medios de pago. España: FC editoria.

Laudon, K. (2004). Sistema de informacion Gerencial. Estados Unidos: Pearson educacion.

Leon, D. R. (2005). Auditoria interna a la cartera de clientes de una empresa emisora de tarjetas de credito, Visa. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

Meriño Lopez, A. (2003). Responsabilidad Contractual por utilizacion indebida de tarjetas de credito. España: Universidad Autonoma de Barcelona.

Nuñez Lozano, P. (1996). La tarjeta de credito. España: Universidad de Sevilla. Peña, D. (2007). Gestion y Liderazgo en una empresa de seguros. España: Marge Books. Picazo, L. D. (s.f.).

Pinto Alvarez, R. (2013). El credito al consumo en España . España: Universidad Nacional a distancia.

Popular, B. (s.f.). Tipos de tarjetas de credito. Republica Dominicana.

Reswich. (1982).

Sandoval Lopez, R. (1991). Tarjetas de credito bancaria. Chile: Editorial Juridico de chile.

Sequeira, A. (2007). La contratación Bancaria. España: Editorial DYKINSON S.L. telefonica, F. (2013). La sociedad de la información en España . España: Editorial Ariel S.A.

Vasquez Martinez, E. (1978). Instituciones de derecho mercantil. Guatemala: IUS editorial. Wells, B. y. (1996). Banco Banesco. (s.f.). Obtenido de <http://www.banesco.com/personas/cuentas-personas/cuenta-corriente/cuenta-corriente-sin-intereses-naturales>

Banco de España. (s.f.). Banco de España. Obtenido de <https://clientebancario.bde.es/pcb/es/menu-horizontal/productoservici/relacionados/tiposintereses/>

Banco facil. (s.f.). Obtenido de <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=1500000000000012&id-Categoria=2>

Bancos cooperativos. (s.f.). Obtenido de FG Coop: <http://www.fgcoop.coop.br/es/banco-cooperativo>

Castañedo, J. (27 de octubre de 2012). Excelsior. Obtenido de <https://www.oroym Finanzas.com/2012/10/definicion-m1-m2-m3-dinero-bancario/>

Compara Guru. (09 de Diciembre de 2015). Obtenido de <https://www.comparaguru.com/blog/glosario-de-tarjetas-de-credito>

Compara Guru. (10 de octubre de 2017). Obtenido de <https://www.comparaguru.com/tarjetas-de-credito/articulos/nip-pin-tarjetas-credito-debito>

Finanzas para mortales. (s.f.). Obtenido de <https://www.comparaguru.com/tarjetas-de-credito/articulos/nip-pin-tarjetas-credito-debito>

Gaston Lorente, L. (29 de mayo de 2017). BBVA. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/que-es-el-tpv/>

Acosta, C. (21 de Marzo de 2016). Tasas de intereses se mantienen estable economía y negocios. Listin Diario .

Aguirre, A. (2003). Economía, instituciones financieras y dinero. Universidad Católica Andrés.

Argentarium. (2015). Argentarium. Obtenido de <https://www.argentarium.com/diccionario-argentarium/economia/8637-tasa-de-interes/>

Banco Popular Dominicano. (s.f.). Popular en línea. Obtenido de <https://www.popularenlinea.com/Personas/Documents/Requisitos/Tarjetas/Requisitos%20Tarjeta%20Visa%20y%20MC%20Cl%C3%A1sica.pdf>

Bancoomeva. (s.f.). Bancoomeva. Obtenido de <http://www.bancoomeva.com.co/publicaciones.php?id=41332>

Banreservas. (2016). Banreservas.com. Obtenido de <https://www.banreservas.com/products/visa-y-mastercard-multimoneda>

BHD Leon. (s.f.). BHDLeon. Obtenido de [https://www.bhdleon.com.do/wps/portal/BHD/Inicio/bancapersona/Productos/lut/p/z1/tVNdb-4MgFP0r7UMfDaio9NHsy61bTOq2VI4aRFE6Baus3f796LJIT9YsTXkBcs8950DuAQSSAZF0L0qqhZK0NveU-Bs0v4b3CNmLu-gWwt-B59ObJMI5eRQi8AgJly0QOUuwHKMB-brkwxxbCPLMw59yiGHLuclfZjn1EM6lbXYE0q\\_](https://www.bhdleon.com.do/wps/portal/BHD/Inicio/bancapersona/Productos/lut/p/z1/tVNdb-4MgFP0r7UMfDaio9NHsy61bTOq2VI4aRFE6Baus3f796LJIT9YsTXkBcs8950DuAQSSAZF0L0qqhZK0NveU-Bs0v4b3CNmLu-gWwt-B59ObJMI5eRQi8AgJly0QOUuwHKMB-brkwxxbCPLMw59yiGHLuclfZjn1EM6lbXYE0q_)

Campos Zuleta, C. (s.f.). Scribd. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/184529647/Antecedentes-Del-Credito>

Carrizo, J. F. (1977). La tasa de interes. Revista de economia y estadistica , 82-108.

Congreso Nacional de la Republica Dominicana. (1844). Constitucion de la Republica Dominciana. Santo Domingo.

Cuevas, D. (18 de Abril de 2013). Las tarjetas de credito y los contratos. Listin Diario .

Del Valle Cordoba, E. E. Credito y Cobranza. Mexico: Universidad Autonoma de Mexico.

Española, R. A. (1780).

Farina, J. (1993). Contratos comerciales modernos. Buenos Aires: Astrea.

Garcia, M. (2001). Las claves de la publicidad. ESIC Editorial.

Gonzales Lobo, M. A., & Prieto del Pino, M. D. (2009). Manual de Publicidad. ESIC Editorial.

Gutierrez Gonzalez, P. P., Pedreira Sanchez, D., & Velo Miranda, M. (2005). Diccionario de la Publicidad. Editorial Complutense.

Hawkins, W. (12 de Mayo de 2008). Panic Control. The Washington Times .

Kindleberg, C. P. (2006). A financial history of western Europe.

Kotler, P. (1992). Marketing Social.

MP, M. (26 de 10 de 2012). Educacion Bancaria. Obtenido de <https://educacionbancaria.wordpress.com/2012/10/26/52/>

Rodriguez, B. (s.f.). Monografias.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos10/tarjcr/tarjcr2.shtml>

Rodriguez, B. (2002). Origen y evolucion historica de la tarjetas de credito.

Siklos, P. (2001). Money, Banking and financial institutions. Toronto.

Superintendencia de bancos. (2015). Superintendencia de bancos. Obtenido de <http://www.sib.gob.do/acerca-de-la-sb/misi%C3%B3n-y-valores>

Talaya Agueda, E. (2008). Principios de Marketing. ESIC Editorial.

Thomas Russell, J., Ronald Lane, W., & Whitehill King, K. (2005). Publicidad. Pearson Educacion.

University, T. (2012). Walter B. Wiston Achives. Obtenido de <http://dca.lib.tufts.edu/features/wriston/about/bankingtimeline.html>

Urbano Mateos, S. M. (20 de Junio de 2016). Economia y finanzas. Obtenido de <https://www.economiafinanzas.com/tipos-bancos-diferentes-funciones/>

The image features a dark gray background with several light gray, organic, rounded shapes of varying sizes and orientations. These shapes are scattered across the left and bottom portions of the frame, creating a layered, abstract composition. The word "Anexos" is written in a white, cursive script font, positioned in the lower right area of the image.

*Anexos*



## DECANATO DE ARTE Y COMUNICACION ESCUELA DE PUBLICIDAD

Anteproyecto de Trabajo de grado para optar por el Título de Lic. Publicidad

Campaña de Concientización dirigida a jóvenes Dominicanos sobre el manejo adecuado de las tarjetas de crédito, Santo Domingo, Rep. Dom., año 2018.

### Sustentantes

Br. Caroline Maldonado Ventura 2013-2314

Br. Cynthia Reyes De los Santos 2014-1496

**Asesor:** Msc. Rafael Jubileo Santana

**Santo Domingo, Rep. Dom.,**

**Abril 2018**

Los conceptos emitidos en el presente trabajo de grado son de exclusiva responsabilidad de los sustentantes.

## **Indice**

Introducción

Justificación

Planteamiento del Problema Formulación del problema Objetivos

Capítulo I. Marco Referencial

1.1 Marco teorico

1.2 Marco Conceptual

Capítulo II.- Aspectos Metodológicos

2.1. Tipo de investigación

2.2. Métodos de investigación

2.3. Población

2.4. Muestra

2.5. Técnicas e instrumentos

Capítulo III.-Presentación y análisis de los resultados Conclusión

Bibliografías

Fuentes bibliográficas

## **Introducción**

Una gran mayoría de personas, dentro de esta, jóvenes, desconocen la importancia de tener un buró crediticio limpio y las oportunidades que esto trae consigo. Sin embargo, es una realidad que es propenso a manchar su historial por desconocimiento o por satisfacer sus vanidades.

La falta de conocimiento al uso y buen manejo de tarjetas de crédito, es un enfoque primordial en el aspecto económico, porque el ser humano se ve cada vez más expuesto a los cambios tecnológicos que van ocurriendo con el pasar de los tiempos, lo cual incluye más utilización y desarrollo de las tarjetas de crédito para compras de bienes y servicios.

Las compras online o por internet son una de las causas de grandes deudas en los últimos años, jóvenes se ven expuestos y vulnerables a este tipo de comercialización, el cual con el mal manejo y uso no adecuado de sus tarjetas de crédito llegan a tener deudas imposibles de pagar y altos rangos de intereses por falta de pago.

Según investigaciones los bancos se dirigen con el título de nuevos clientes a jóvenes entre los 18 y 25 años de edad, personas que desconocen los conocimientos de un buen manejo de sus tarjetas de crédito, sin realizar ningún tipo de explicación.

Por lo tanto, la ignorancia del manejo adecuado de las tarjetas

de crédito repercute de manera negativa en la sociedad en todos los ámbitos y sus efectos son largos reflejados en nuestra historia financiera, transformándose en un problema que afectan considerablemente a los jóvenes.

## **Justificación**

El tema propuesto tiene importancia por la limitada preocupación que ha generado la República Dominicana hacia la falta de conocimiento sobre el uso y manejo adecuado de tarjetas de crédito, lo cual conduciría a una problemática económica tanto personal, como para las empresas bancarias.

Según la periodista Carmeli Clemente en su artículo “Jóvenes Dominicanos sin cultura financiera”, Periódico Diario Libre (2015):

“Algunos jóvenes desconocen la importancia de tener un buró crediticio limpio y las oportunidades que esto trae consigo. Sin embargo, es una realidad que es propensos a manchar su historial por desconocimiento o por satisfacer sus vanidades.

Este desorden económico en que incurre la población juvenil cuando inicia la etapa laboral se debe a la falta de cultura financiera, así lo afirma el economista Ciriaco Cruz. El experto sostiene que los bancos se dirigen a la población más joven, porque son los más vulnerables para caer en el endeudamiento. “A estos obtener una tarjeta de crédito, sienten que se les está dando un

poder para satisfacer sus gustos, y que puede ayudarlos a resolver cualquier cosa en los momentos en que no tienen dinero en efectivo”, dice.

La falta de conocimiento al uso y manejo de tarjetas de crédito, es un enfoque primordial en el aspecto económico, porque el ser humano se ve cada vez más expuesto a los cambios tecnológicos que van ocurriendo con el pasar de los tiempos, lo cual incluye más utilización y desarrollo de las tarjetas de crédito para compras de bienes y servicios. La campaña contribuye a la concientización de la comunidad sobre el uso y manejos de tarjetas de crédito de Santo Domingo, República Dominicana, año 2018.

### **Planteamiento del problema**

Las tarjetas de crédito son un mecanismo de financiamiento diario, además de ser uno de los objetos más utilizados para la compra de bienes y servicios, luego del dinero en efectivo. Se basan en un objeto de plástico con una banda magnética, un microchip y números en relieve, identificada para realizar pagos en dinero crediticio.

Cada año se presentan grandes porcentajes de antiguos y nuevos clientes con altas deudas por falta de pago y grandes intereses. “El interés diario que los bancos cargan a los consumos de

tarjetas de crédito es el resultado de dividir las tasas de interés mensual de su plástico entre 30 días, según explicó el director del Departamento de protección al usuario de la Superintendencia de bancos, Julio Cesar Muñoz..

Según estudios se indica que la cantidad de tarjetas de crédito en poder de la población Dominicana aumentará conforme el paso de los años, al igual que las deudas por altos cargos de intereses, lo cual se pronostica terminar con un gran problema económico, tanto para los clientes como para las empresas bancarias del país.

A pesar de los grandes beneficios que traen consigo la utilización de las tarjetas de crédito, la mayor parte de la población es ajena al conocimiento de la misma. Por esto la campaña busca contribuir a la sociedad Dominicana, la enseñanza de beneficios que consigo traen la implementación y buena utilización de la misma.

### **Formulación del problema**

¿Cuáles son los elementos para una campaña sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito?

O

## **Objetivos Objetivo General**

Diseñar una campaña de concientización dirigido a jóvenes dominicanos sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito, Santo Domingo, República Dominicana, 2018.

## **Objetivos Específicos**

1. Determinar si la falta de conocimiento sobre el manejo adecuado sobre las tarjetas de crédito presenta una problemática en la República Dominicana.
2. Establecer la estrategia de comunicación para la campaña.
3. Indicar qué instituciones pueden avalar la campaña.
4. Delimitar elementos característicos a tomar en cuenta para el desarrollo de una campaña de concientización para el manejo de tarjetas de crédito en Santo Domingo.
5. Evaluar los medios de colocación publicitarios necesarios para la campaña.
6. Diseñar un nuevo modelo de tarjetas de crédito temporal de aprendizaje (2 meses) para nuevos clientes.

## **Marco Teórico Referencial**

### **1.1 Tarjetas de crédito**

#### **Concepto**

Son las que emite un banco u otra entidad financiera que autoriza a la persona a cuyo favor es emitida a efectuar pagos, en los negocios adheridos al sistema, mediante su firma y exhibición de la tarjeta. (Vasquez Martinez, 1978)

#### **Ventajas y desventajas Ventajas**

- Ayuda a mejorar la forma de vivir.
- Para la empresa, le da la habilidad para tomar ventaja de las ventas.
- Habilita la compra de artículos grandes o de alto precio y pagalos con el tiempo.
- Hace el manejo de los gastos globales más eficaz.
- Puede ayudar contra la inflación.
- Ayuda a manejar las emergencias financieras.
- Provee un método para mantener los ahorros intactos.

#### **Desventajas**

- Compromete los ingresos o ganancias futuras.
- Proporciona un sentido falso de seguridad financiera.
- Disminuye sus ahorros en efectivo, derivado de un alto endeudamiento.

damiento.

□ Incluye cargos financieros en las compras de artículos o servicios. (Leon, 2005)

### **Características y objetivos**

□ Se trata de una operación bancaria que implica la celebración de varios contratos que están vinculados entre si tras una finalidad económica común.

□ Se pretende lograr que el cliente pague la adquisición de bienes y servicios sin utilizar el dinero, ni documentos representativos de dinero.

□ Difiere el pago a una época determinada, gracias a un crédito que le concede el banco emisor de la tarjeta.

□ En la operación interviene un banco que emite la tarjeta y concede el crédito, un titular o usuario de la misma, un establecimiento comercial que admite el pago de bienes y servicios mediante la presentación de la tarjeta y una sociedad administrativa que establece los estados de cuenta y envía informaciones útiles. (Sandoval Lopez, 1991)

## **1.2 Tarjetas de crédito en la Republica Dominicana**

### **Historia**

El 7 de septiembre de 1966 es el día en el cual se registra el nacimiento de la primera tarjeta de crédito en República Dominicana. Se trata de Créditos Comerciales, previno la iniciativa de otras compañías ya internacionalmente afirmadas en este tipo de negocio. La segunda tarjeta de crédito apareció tan solo 15 años después. Inicialmente se encontraron muchas dificultades en la promoción de la tarjeta de crédito. (Cuevas, 2013)

### **Banco central y su plan estratégico de educación económica**

La encuesta de cultura económica y financiera realizada en el país, establece que el ingreso es el condicionante principal que determina la cantidad de productos financieros consumidos por la población. La encuesta demuestra que son varias las razones determinantes para no abrir una cuenta bancaria. Esto tiene que ver con la percepción de falta de ingresos por parte de la población o la falta de un empleo estable y bien remunerado. Por otra parte, a desconfianza en las instituciones financieras y la imposibilidad de apreciar las ventajas de tener una cuenta bancaria o desconocer sus requisitos, son también determinantes.

En el caso particular de República Dominicana y de acuerdo al Banco Mundial, durante los últimos veinte años, nuestro país se ha consolidado como una de las economías más crecientes de América Latina, con una tasa de crecimiento medio el producto interno bruto real del 5.4% entre 1992 y 2014. (central, 2017)

#### **1.4. Uso y manejo de Tarjetas de crédito**

- Formalizar un contrato de apertura de cuenta corriente.
- Toda tarjeta de crédito debe estar asociada a una cuenta corriente a nombre del mismo titular de la tarjeta.
- Las operaciones que se realicen con la tarjeta bancaria deben ser realizadas en exclusividad por la persona que figura como titular de la misma.
- Es obligatorio que el establecimiento en el que se realice la compra proporcione un justificante de la operación, que deberá recoger de manera obligatoria la firma del propio titular.
- El titular de la tarjeta será el único responsable de la mala utilización de la misma.
- Toda tarjeta tiene un plazo de caducidad de la fecha en que se contrata, siendo únicamente válida en ese periodo de tiempo.
- Una vez que la tarjeta caducada, se renueva automáticamente

por el banco. (juridica, 2003)

#### **Ley de tarjetas de crédito**

##### **Se cita en la ley 7/1995 Art. 1 y 2.**

Entran dentro del ámbito de esta ley las tarjetas de compra que ofrezcan crédito, así como los créditos en cuenta corriente concedidos a través de tarjetas, quedando excluidas las tarjetas de débito. No todas las tarjetas de crédito entran dentro del ámbito de esta ley, ya que se excluyen los supuestos en que se pacte que el consumidor reembolsa el crédito, bien dentro de un único plazo que no rebase los tres meses. (Sequeira, 2007)

#### **Marco Conceptual**

##### **Tarjetas de crédito**

Se entiende por tarjeta de crédito es un documento nominativo, legitimante, intransferible, cuya finalidad es permitir al usuario beneficiarse con las facilidades de pago pactadas con el emisor y las resultantes del contrato celebrado entre éste y el proveedor del bien o servicio requerido por aquél. (Farina)

##### **Estrategia de comunicación**

Se entiende por estrategia de comunicación a la forma en que unos determinados objetivos de comunicación son traducidos en

lenguaje inteligible para el público receptor para que los pueda asimilar debidamente. (Ferre, 1996)

### **Campaña**

Se entiende por campaña a un plan extenso para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico” (Wells, 1996)

### **Diseñar**

El diseño es una actividad creativa que supone la existencia de algo nuevo y útil sin existencia previa. (Reswich, 1982)

### **Dinero Crediticio**

Es un dinero cual físicamente no vemos y se emplea para hacer pagos diferidos. Nos permite adquirir que van más allá del dinero material que disponemos en ese momento.

### **Intereses**

En términos económicos se denomina interés al precio o remuneración que una persona ha de pagar por la utilización o disfrute de bienes de capital de pertenencia ajena. (Picazo)

### **Marco Referencial**

Núñez, Pedro Luis (1996). La tarjeta de crédito. España: Universidad de Sevilla.

“La tarjeta de crédito es un documento de legitimación intransmi-

sible, idónea para que su titular resulte identificado al efecto de ejercer el derecho a obtener el aplazamiento de los pagos de las deudas de dinero que contraiga en correspondencia con las prestaciones de su emisor propias de su actividad profesional. Las tarjetas de crédito que aparecieron en primer lugar, hace aproximadamente un siglo, y en los Estados Unidos de América, eran entregadas por los comerciantes a sus clientes para que pudieran diferir sus pagos; se corresponde con las tarjetas de crédito consideradas bilaterales en cuanto utilizables en los establecimientos del emisor.”

“Los referidos orígenes y evolución de la tarjeta de crédito ponen en manifiesto la oportunidad de situar a renglón seguido de los títulos cambiarios en el ya largo proceso histórico de creación de medios documentales de facilitación de los pagos de deudas de dinero.”

## **Aspectos metodológicos**

### **Tipo de investigación**

La siguiente Investigación consiste es de carácter descriptivo, ya que, en este se estarán analizando aquellos factores que hacen del buen manejo de tarjetas de crédito tan importantes para los usuarios.

### **Métodos**

#### **Deductivo**

A lo largo de la investigación se partirá siempre desde aspectos generales para llegar a una conclusión final.

#### **Analítico**

Uno de los fines principales de esta investigación es la identificación de la efectividad del buen manejo de tarjetas de crédito, siendo explicado en medios de comunicación convencionales, pero para llegar a una conclusión acerca del fenómeno estudiado se requiere primero comprender cada uno de los aspectos que harían o no eficaz el anteriormente mencionado medio.

#### **Sintético**

Puesto que el método sintético consiste en la reunión y presentación de toda la información recopilada a lo largo del proyecto investigativo.

## **Técnicas e instrumentos de investigación**

La encuesta nos brindara resultados directos sobre datos específicos que buscamos evaluar en la muestra poblacional. Esta herramienta de recolección de datos es de naturaleza simple y fácil de manejar, lo que permitirá manejar los datos de manera más sencilla. La entrevista ayudará a recopilar datos más profundos y concretos sobre la experiencia de los entrevistados. Esta herramienta nos ofrece una mirada a una opinión más personal e individual del entrevistado.

## Bibliografía

- (s.f.).
- Barillas Walter, D. (2015). Tutela Legal de las tarjetas de credito. Guatemala: Universidad Rafael Landivar.
- central, b. (2017). Plan estrategico de educacion economico financiera. Republica Dominicana.
- Cuevas, D. J. (18 de abril de 2013). Las tarjetas de credito y los contratos. Listi
- Diario. Ferre. (1996).
- Ferro, J. M. (2013). Credito y debito: El peligro del dinro de plastico para empresas y usuarios. España: Editorial Club Universitario.
- Fidalgo, J. (2016). Tecnologia Industrial II. España: Ediciones Paraninfo S.a.
- Gonzales, J. (2004). Bancarrota. Estados Unidos: Editorial -ene.
- juridica, A. c. (2003). Medios de pago. España: FC editoria.
- Laudon, K. (2004). Sistema de informacion Gerencial. Estados Unidos: Pearson
- educacion.
- Leon, D. R. (2005). Auditoria interna a la cartera de clientes de una empresa
- emisora de tarjetas de credito, Visa. Guatemala: Universidad de San Carlos
- de Guatemala.
- Meriño Lopez, A. (2003). Responsabilidad Contractual por utilizacion indebida de tarjetas de credito. España: Universidad Autonoma de Barcelona.
- Núñez Lozano, P. (1996). La tarjeta de credito. España: Universidad de Sevilla.
- Peña, D. (2007). Gestion y Liderazgo en una empresa de seguros. España: Marge
- Books. Picazo, L. D. (s.f.).
- Pinto Alvarez, R. (2013). El credito al consumo en España . España: Universidad Nacional a distancia.
- Popular, B. (s.f.). Tipos de tarjetas de credito. Republica Dominicana.
- Reswich. (1982).
- Sandoval Lopez, R. (1991). Tarjetas de credito bancaria. Chile: Editorial Juridico de chile.
- Sequeira, A. (2007). La contratacion Bancaria. España: Editorial DYKINSON S.L.
- telefonica, F. (2013). La sociedad de la informacion en españa . España: Editorial Ariel S.A.
- Vasquez Martinez, E. (1978). Instituciones de derecho mercantil. guatemala: IUS
- editorial. Wells, B. y. (1996).



A : DECANATO DE ARTES Y COMUNICACION

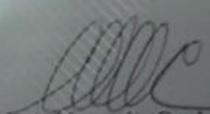
Asunto : REMISION ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

Tema : "Campaña de concientización dirigida a jóvenes Dominicanos sobre el manejo de tarjetas de crédito, Santo Domingo, Rep. Dom., año 2018."

Sustentado por : **Br. Caroline Maldonado Ventura** 2013-2314  
**Br. Cynthia Reyes De los Santos** 2014-1496

Resultado de la evaluación: Aprobado: X Fecha: 01/11/2017  
Devuelto para corrección: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Observaciones: La evaluación de este anteproyecto fue realizada por **Ldo. Adalberto Adames Manzueta**.

  
Lic. María Margarita Cordero Amara

Directora.

As.  
01/11/2017.



# *Anexos 2*

**Entrevistas**

## Entrevista a Gerente de banco

### Licda. Aniwil Sifres - Gerente de Banco Reservas

1) ¿Qué beneficios puede obtener un joven con un buen uso de sus tarjetas de crédito?

Mejorar su score

Ampliar su crédito

Crear buenos hábitos financieros

2) ¿Cuáles son los errores más comunes con respecto al uso de las tarjetas de crédito en usuarios jóvenes?

No pagar la tarjeta de crédito a tiempo

No llevar un control del día del corte de la tarjeta

No cuidar el plástico de la tarjeta

No tener precaución de donde se hace uso de su tarjeta de crédito

3) ¿Considera usted importante que un joven mantenga su historial de crédito limpio o al día? ¿Por qué?

Si entiendo que es importante, pues con un joven llevar un historial de crédito limpio puede obtener otros productos de las entidades financieras. Aumentando su score e índice financiero.

4) Usualmente, la primera Tarjeta de Crédito de un usuario joven causa entusiasmo, tentación y poder en el sentido del pago de productos o servicios, ¿Qué medidas le podría ofrecer para evitar que se realice un uso innecesario o desenfrenado de la misma?

Conocer la fecha de pago

Conocer el límite de su tarjeta

Conocer la fecha de corte

Hacer planificación financiera, así hará uso medido de la tarjeta de crédito.

Determinar para qué finalidad dará uso a la tarjeta, ej. Si solo la usara en cosas de la universidad o en salidas a cenar.

5) ¿Tiene algún consejo o recomendación para los usuarios jóvenes que cada día se insertan en el mundo de las entidades bancarias y utilizan tarjetas de crédito?

Mi consejo es que le den un buen uso a la oportunidad de ampliar su crédito con la tarjeta de crédito, de igual modo es importante el pago a tiempo de los consumos, y el control de la fecha de corte, y así evitar el pago con mora, que es lo que nos baja el score.

6) ¿Esta entidad bancaria ha realizado alguna campaña de bien social sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito?

Si, en Banco de Reservas tiene el programa PRESERVA, en el cual educa a clientes tener un mejor manejo financiero, y conocer la mejor forma de uso no solo de las tarjetas de crédito, y demás productos que posee el banco. para mayor información puede encontrarla en la página institucional

## Entrevista - Superintendencia de Bancos de la República Dominicana

### Jesús Geraldo Martínez Alcántara - Gerente

#### 1) ¿Qué beneficios puede obtener un usuario joven con un buen manejo de su tarjeta de crédito?

Un buen manejo de la tarjeta de crédito implica conocer qué es y cómo funciona, para así aprovechar todas las ventajas que este producto nos ofrece.

La tarjeta de crédito es un medio de pago y un crédito a la vez, como medio de pago tenemos acceso al sistema de pagos nacional e internacional, lo que nos permite realizar múltiples transacciones sin necesidad de cargar efectivo, compras no presenciales por internet o teléfono, sin necesidad de preocuparnos de cómo se va a liquidar la operación.

En cuanto al crédito, las tarjetas suelen ser el primer préstamo de las personas, a través de la cual accede al sistema financiero e inicia su historial crediticio, que es un resumen que elaboran los bancos y demás entidades de crédito, respecto al comportamiento en el pago de los créditos, que una persona ha tenido a través del tiempo.

Es en base a este historial crediticio, que se cataloga a un deudor o a un potencial cliente, como bueno, aceptable o malo, y esto define el nivel de riesgo que asume la entidad financiera, al otorgarle un nuevo crédito.

Por tanto, cuando solicitamos un préstamo o financiamiento ya sea para la compra de un vehículo, de una casa, o para iniciar un negocio o cubrir la necesidad de capital de trabajo para el negocio, la compra de un equipo o ampliar el local del negocio; uno de los factores que cualquier entidad financiera evalúa, es el historial crediticio del solicitante.

#### 2) ¿Cuáles son los errores más comunes con respecto al uso de las tarjetas de crédito en usuarios jóvenes?

El error más común es usar la tarjeta de crédito como si fuera dinero propio, es atentar contra nuestra propia salud financiera, es decir, al usarla debemos saber que estamos gastando el dinero que todavía no tenemos seguro.

Otro mayor error es no conocer cómo funciona la tarjeta de crédito, cuando sacas tu tarjeta por primera vez, el banco emisor te aclara:

- a) Límite de crédito
- b) Fecha de corte
- c) Fecha límite para pagar
- d) Pago mínimo

No pagar a tiempo, si no tienes la totalidad del balance a la fecha de corte, no esperes, paga lo más pronto posible, porque los intereses no se detienen, así pagarás no más intereses.

Pagar solamente el mínimo, esto hará tu préstamo a largo plazo con altas tasas de interés.

Sobregirar la tarjeta de crédito, aparte de que pagarás comisión, esto es un indicio de desconocimiento de tu límite de crédito y de descontrol sobre consumos realizados, una persona que se sobregira constantemente da una señal de desorganización.

### 3) ¿Cuál es la importancia de que un usuario joven mantenga su historial de crédito limpio o al día? ¿Por qué debe hacerlo?

Un buen historial te ayudará a que los bancos vean tu compromiso crediticio y les dará un panorama de cómo es tu comportamiento de pagos.

Además, el banco estará dispuesto a ofrecerte un préstamo de mayor monto, incluso a una tasa más baja, o aumentar la línea de tu tarjeta de crédito.

Otro aspecto es que muchas empresas toman en cuenta el historial crediticio al seleccionar personal, ya que es un indicativo de que eres una persona organizada y responsable.

Un historial crediticio negativo puede ser una traba si quieres presentarse a licitaciones o concursos, o adquirir financiamiento para tu negocio. Un buen historial de crédito te permitirá escoger entre varias opciones y tener acceso al financiamiento que requieres.

### 4) ¿Cómo podría un usuario joven reparar su historial de crédito y recomenzar en el mundo de las tarjetas de crédito?

Para reparar su historial crediticio y recomenzar debe de realizar los siguientes pasos:

a) Capacitarse en finanzas personales, debe de identificar las causas que lo llevaron a dañar su historial crediticio, conocer sus ingresos, sus gastos, su capacidad de pago, realizar un presupuesto familiar o individual y conocer cómo funcionan por productos financieros que utilizar o pretende utilizar.

b) Acercarse a su acreedor y acuerde un plan de pago en base a su capacidad de pago.

c) Solicite una carta de saldo, cuando haya saldado la totalidad de la deuda y notifíquela a los burós de créditos.

d) El monto que usted pagaba mensualmente para saldar la deuda, continúelo depositando en una cuenta de ahorro, planifique su ahorro como si todavía lo debiera y trácese una meta.

e) Una vez alcanzada la meta, solicite nuevamente su tarjeta de crédito, pero esta vez es posible que le exijan una garantía, por lo que podrá colocar sus ahorros como garantía y así iniciar un nuevo historial crediticio.

5) ¿Tiene algún consejo o recomendación para los usuarios jóvenes que cada día se insertan en el mundo de las entidades bancarias y utilizan tarjetas de crédito?

a) Investiguen y edúquense en finanzas personales.

b) Sea responsable, si el banco le presta dinero, usted tiene responsabilidades que cumplir. Pague a tiempo todos los meses la totalidad del saldo que adeuda. Evite cargos de servicio y establezca un buen historial de crédito.

c) Tenga solo una y evite así la tentación del sobre endeudamiento.

d) Mantenga un límite de crédito bajo. Según cómo vaya a utilizarla, lo que usted gana en una quincena debe ser suficiente, ya que es un crédito revolvente y lo que usted le paga, lo puede volver a utilizar.

e) Use la tarjeta para emergencias. Empiece a utilizar lentamente esta nueva comodidad. Siga usando efectivo y tarjeta de débito para la mayoría de sus compras, especialmente hasta que se sienta cómodo con la tarjeta.

f) Nunca permita que otros utilicen su tarjeta. Usted es responsable de todos los cargos de su tarjeta. No permita que otros la tomen prestada y no revele su número.

g) Lleve un seguimiento del uso de la tarjeta y compare sus registros con la información que aparece en el estado de cuenta mensual.

h) Evite utilizar la tarjeta para adelantos en efectivo. La comisión que se cobra por adelantos de efectivo es frecuentemente más alta que la tasa de interés.

i) Cree un plan de gastos y presupuesto. No permita que sus pagos de tarjeta de crédito excedan el 20% de sus ingresos mensuales.

j) Si tener una tarjeta de crédito resulta un problema, cáncélela.

6) ¿Esta entidad bancaria ha realizado alguna campaña de bien social sobre el manejo adecuado de tarjetas de crédito?

Desde hace varios años la Superintendencia de Bancos realiza campañas publicitarias a través de los medios de comunicación, redes sociales, participa en múltiples eventos de educación financiera y realiza charlas para concientizar a los usuarios de los productos y servicios financieros sobre finanzas personales.



Documento en formato PDF. Compra espacio de almacenamiento adicional o borra documentos de iCloud.

**SUPERINTENDENCIA DE BANCOS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA**

Informaciones sobre la Composición de los Créditos a través de Tarjetas de Créditos Personales

Sistema Financiero

Valores en millones DOP, Porcentajes y Cantidades

Informaciones al corte de diciembre 2016 y/o diciembre 2017

**I. Composición General Tarjetas de Créditos Personales**

Concepto	dic-16	dic-17	Variación relativa
Cantidad de Tarjetahabientes	1,016,549	1,034,047	1.72%
Cantidad de Créditos	1,824,802	1,855,915	1.71%
Cartera de Créditos	46,551.82	50,666.02	8.84%
Morosidad	5.59%	5.69%	1.79%

**II. Composición por género a diciembre 2017**

Concepto	Masculino	Femenino
Cantidad de Tarjetahabientes	556,963	477,084
Cartera de Créditos	30,878.83	19,787.19
Porcentaje que se financia	56.18%	54.30%
Morosidad	6.33%	4.70%



# *Anexos 3*

**Encuestas**

Este Cuestionario pertenece a la Tesis de Publicidad sobre la Campaña de Concientización dirigida a Jóvenes Dominicanos sobre el manejo adecuado de Tarjetas de Crédito, Sto. Dgo., Rep. Dom. 2018

#### CONFIDENCIALIDAD

Las respuestas a esta encuesta son de carácter confidencial y no serán identificadas individualmente y bajo ningún término será publicada, vendida o distribuida.

Por favor, marca con una "X" la respuesta con tu información real que aplique

1- Indica tu sexo:

- 1) Femenino
- 2) Masculino

2- ¿Qué edad tienes?

- 1) 18 a 20
- 2) 21 a 23
- 3) 24 a 26
- 4) 27 a 30

3- Indica tu estado civil

- 1)  Soltero
- 2)  Casado
- 3)  Divorciado
- 4)  Viudo
- 5)  Unión Libre

3.1. Tienes hijos: Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

4- Nivel Académico:

- 1)  Bachiller
- 2)  Universitario
- 3)  Técnico
- 4)  Postgrado
- 5)  Otro: \_\_\_\_\_

5- ¿Utilizas Tarjeta de Crédito?

- 1)  Si
- 2)  No

6- ¿Cuántas Tarjetas de Crédito utilizas actualmente?

- 1)  De 0 a 1
- 2)  De 1 a 2
- 3)  De 2 a 4
- 4)  Más de 4

7- ¿Qué entidad bancaria prefieres? (selección múltiple)

- 1)  Banreservas
- 2)  Banco Popular
- 3)  BHD León
- 4)  Scotiabank
- 5)  Asociación Nacional de Ahorros y Préstamos
- 6)  Banco Caribe
- 7)  Banco Promerica
- 8)  Otro: \_\_\_\_\_

8- ¿Qué gastos pagas con tu(s) Tarjeta(s) de Crédito?

- 1)  Escolaridad
- 2)  Alimentación
- 3)  Ocio (Vacaciones, Gimnasio, etc)
- 4)  Compras Personales
- 5)  Otros\_\_\_\_\_

9- ¿Laboras Actualmente?

- 1)  Si
- 2)  No

10.- En promedio, ¿Cuál es tu ingreso mensual neto?

- 1)  \$0 a \$4,999.00
- 2)  \$5,000.00 a \$14,999.00
- 3)  \$15,000.00 a \$24,999.00
- 4)  Más de \$25,000.00

11- ¿Qué motivación te lleva a cubrir gastos con tu Tarjeta de Crédito? (selección múltiple)

- 1)  Millas
- 2)  Facilidad de Pago
- 3)  Escasez de Efectivo o Debito
- 4)  Acceso de Descuentos u otros Beneficios
- 5)  Moda
- 6)  Otros:\_\_\_\_\_

12- ¿Si le ofrecen un descuento en alguna tienda de su preferencia utilizando su Tarjeta de Crédito, que hace?

- 1)  Utilizar la Tarjeta
- 2)  Prefiere usar efectivo

3)  No tengo preferencia

13- Cuándo se presenta la fecha de corte de su Tarjeta de Crédito ¿Cuánto Paga?

- 1)  El pago mínimo
- 2)  El pago para no generar intereses
- 3)  El saldo total
- 4)  Otro: \_\_\_\_\_

14- ¿Conoce usted o ha escuchado acerca del Buró Crediticio (Historial de Crédito) ?

- 1) Si
- 2) No

15- ¿Ha visto o escuchado Publicidad acerca del manejo adecuado de las Tarjetas de Crédito?

- 1)  Si
- 2)  No

16- Si su respuesta anterior fue afirmativa ¿Por cuál o cuáles Medios de Comunicación? (selección múltiple)

- 1)  Televisión
- 2)  Radio
- 3)  Prensa Escrita (Periódico, Revista, etc)
- 4)  Redes Sociales
- 5)  Otros: \_\_\_\_\_



# *Anexos 4*

**Artículos**

## 10 datos que muchos ignoran y deben conocer sobre sus tarjetas de crédito



19 Ene, 2018  
por Annay Mercedes

Imprimir este artículo  
Tamaño 16

Hoy en día es fácil tener acceso a una tarjeta de crédito. A octubre de 2017 en República Dominicana circularon más de 2.5 millones de plásticos de este tipo, según los datos aportados por la Federación Latinoamericana de Bancos (Felaban). **Los usuarios suelen tener en promedio entre dos y tres tarjetas de crédito.** Pero hacer uso de esta tecnología no es un juego. Utilizarla impacta, positiva o negativamente, su historial crediticio y por ende, la evaluación que harán de usted las entidades financieras si les solicita crédito o financiamiento.

Tener el conocimiento apropiado de cómo funciona esta herramienta de pagos nos evita malos ratos o desagradables sorpresas. Si no preguntémosle a Yoselin García, quien aceptó una tarjeta de crédito sin percatarse de los costos por comisiones que sumó, y sus fines prohibidos al 16% del monto consumido en el primer

¿Qué buscas?

Búsqueda



Participa

¿Cómo evalúa el servicio de banca en línea o internet banking de su entidad financiera?

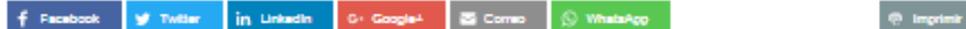
Muy bien, estoy satisfecho/a con el servicio  
 Regular, a veces funciona

Publicidad



Explore a framework for making strategic agendas more robust

## Tarjeta de crédito y protección al consumidor



Publicado el: 21 octubre, 2010  
Por: **EDUARDO JORGE PRATS**

[Se el primero en comentar](#)

Artículo Anterior

**Agüero y Mariñez aseguran plata Copa Boxeo**

Artículo Siguiente

**Reflexiones: Un stop en el camino...**

Cada cierto tiempo resurge en República Dominicana el interés en propuestas legislativas encaminadas a establecer un régimen legal particular sobre tarjetas de crédito. Pero... ¿es necesaria una legislación especial como sugieren algunos?

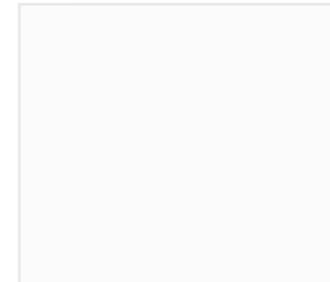
Si observamos lo que ha ocurrido en América Latina, veremos que un buen número de países de nuestro entorno han adoptado recientemente regulaciones en la materia. Es el caso de Costa Rica (2010), Estados Unidos de Norteamérica (2009), Panamá (2009), El Salvador (2009), Venezuela (2008) y Honduras (2006). Sin embargo, otros países como Perú, Bolivia, Ecuador, Colombia, Brasil, México, España y República Dominicana no cuentan con una legislación especial y particular en la materia.

Ahora bien, más allá de la pregunta de si debe haber o no una legislación especial de las tarjetas de crédito, ¿qué es lo que debe regularse en esa legislación especial? Una revisión de los textos legales recientes, e incluso de las reglas generales de países sin regulación especial, nos muestra que en

Publicidad



Publicidad



### MÁS EN OPINIONES



El PRM entre una encuesta y su Convención



Unidos por las colas



Qué se dice: El padre Rogelio

