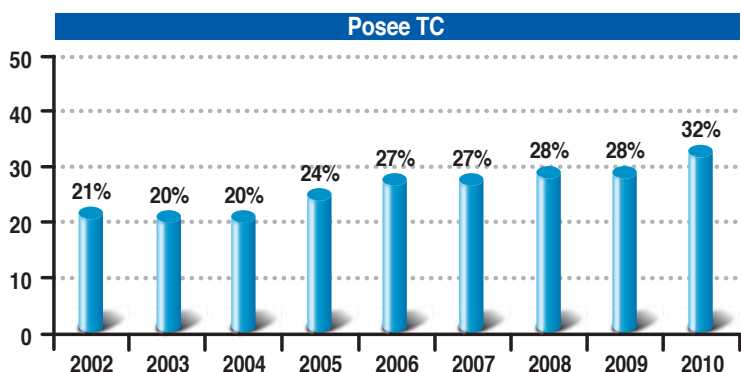


El resultado del cambio de estrategia de los bancos.

Si algún segmento de la economía sintió el impacto de la crisis hacia fines del 2001 fueron, sin duda, los bancos y las entidades financieras quienes más se perjudicaron con la situación de aquel momento. Los Bancos perdieron clientes, dejaron de ser confiables y se popularizaron algunas frases como: "ellos nunca pierden" o "la plata es mejor ponerla abajo del colchón".

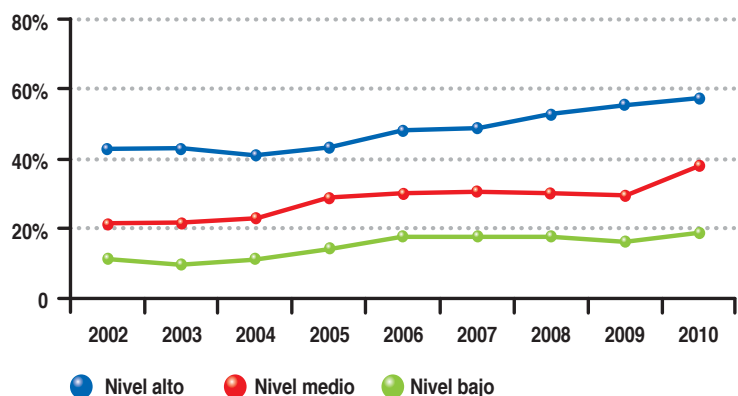
La situación fue crítica pero hoy, los Bancos lograron correrse de ese eje y se transformaron en facilitadores de acceso para determinados consumos. Lugar impensado hace unos años atrás.

Evolución de la posesión de tarjeta de crédito



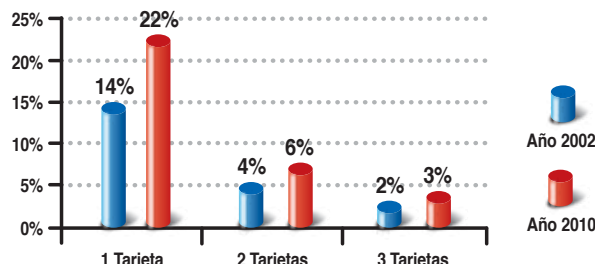
La posesión de tarjetas de crédito muestra una variación del 56% entre los años 2010 vs 2002.

Analizando la evolución que presenta la posesión de tarjetas de crédito vemos que difiere según los distintos niveles socioeconómicos. El nivel medio es el que impulsa este crecimiento.



Fuente: Inversión publicitaria: Monitor de Medios Publicitarios.
Inversión neta según descuentos CACEM en Pesos Argentinos. Estudio sindicado.
Plazas: Capital Federal y GBA y principales Plazas del Interior. Casos: 7.000.

Poseción de más de una tarjeta de crédito por persona

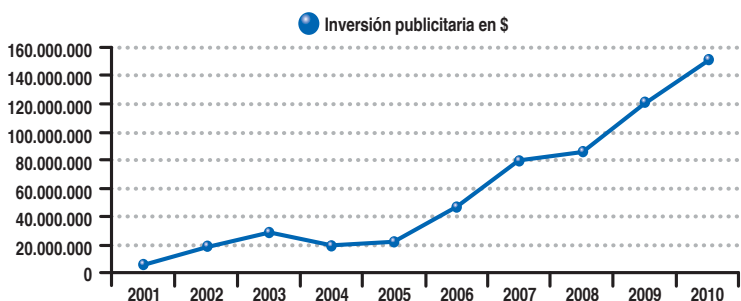


Claramente vemos que crece la posesión de más de una tarjeta de crédito por persona y en este sentido la publicidad del segmento Bancos impulsa fuertemente este crecimiento

La inversión publicitaria crece considerablemente entre el año 2001 y 2010. El impulso dado a esta categoría tiene que ver con una escalada en descuentos y beneficios que están modificando pautas de consumo en los consumidores.

La inversión publicitaria por parte de los Bancos dedicada a tarjetas de crédito crece fuertemente en los últimos 3 años como forma de contrarrestar la falta de crédito por parte de las marcas.

Inversión publicitaria del segmento Bancos dedicada a Tarjetas de Crédito



Analizando desde el lugar de los consumidores los principales factores de terminantes para la elección de la tarjeta de crédito son: la "aceptación en los establecimientos", la "conveniencia de pagos" y la "experiencia anterior".

Principales factores que determinan la elección de la tarjeta de crédito.

Los Bancos supieron capitalizar la falta de crédito que ofrecían las tarjetas convirtiéndose en los facilitadores de compra dejando atrás aquella negativa imagen del año 2001.