



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

IMAGEN DEL SERVICIO QUE OFRECE LA BANCA NACIONALIZADA AL PUBLICO USUARIO

Seminario de Investigación Administrativa

Que para obtener el Grado de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

P r e s e n t a n

GABRIELA DEL ROSARIO SORIANO SUAREZ
JOSE LUIS RAFAEL CASTILLO RANGEL

DIRECTOR DEL SEMINARIO: LIC. JOSE BELTRAN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE.-	PAG.
INTRODUCCION	1

CAPITULO I.

SISTEMA BANCARIO MEXICANO	3
---------------------------	---

- ANTECEDENTES

A) APARICIÓN DEL SISTEMA BANCARIO MEXICANO

- SISTEMA BANCARIO ANTES DE LA NACIONALIZACIÓN

A) INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO (OBJETIVOS)

B) INSTITUCIONES PRIVADAS DE CRÉDITO (OBJETIVOS)

C) ORGANIZACIONES AUXILIARES DE CRÉDITO (OBJETIVOS)

- CAUSAS QUE CONDUJERON A LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA.

CAPITULO II

BANCA NACIONALIZADA	20
---------------------	----

- SISTEMA BANCARIO A PARTIR DE LA NACIONALIZACIÓN

A) DECRETO DE LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA

B) RAZÓN Y OBJETIVO DE LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA

- FUSIONES BANCARIAS PROVOCADAS A PARTIR DE LA NACIONALIZACIÓN

- SERVICIOS QUE OFRECEN LAS INSTITUCIONES BANCARIAS NACIONALIZADAS.

- PAG.
- INSTITUCIONES BANCARIAS MÁS IMPORTANTES QUE CONFORMAN ACTUAL-
MENTE EL SISTEMA FINANCIERO MONETARIO NACIONAL.

CAPITULO III

IMPACTO DE LA NACIONALIZACION BANCARIA: 35

- DIFERENTES SECTORES QUE CONFORMAN LA ECONOMÍA NACIONAL.
 - A) PÚBLICO USUARIO
 - B) SECTOR PRIVADO
 - C) SECTOR SOCIAL
 - D) SECTOR EXTRANJERO

CAPITULO IV

PUBLICIDAD Y LA BANCA 54

- LA PUBLICIDAD BANCARIA
 - A) QUE ES LA PUBLICIDAD BANCARIA.
 - B) IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD EN LAS INSTITUCIONES BANCA--
RIAS NACIONALIZADAS.
- DIFERENTES TIPOS O ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD SEGÚN EL SER-
VICIO QUE PRESTAN AL PÚBLICO (BANCA COMERCIAL Y BANCA DE FO-
MENTO)
 - A) MEDIOS DE DIFUSIÓN
 - B) CAMPAÑAS PUBLICITARIAS
 - C) SELECCIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO

	PAG.
CAPITULO V.	
ENCUESTAS	73
- IMAGEN DE LA BANCA NACIONALIZADA ANTE EL PÚBLICO.	
CONCLUSIONES.	94
BIBLIOGRAFIA.	96

INTRODUCCION.

LOS BANCOS NACIERON DE LA NECESIDAD DEL HOMBRE DE GUARDAR SUS VALORES O DINERO, SIENDO LOS TEMPLOS LOS PRIMEROS SITIOS MÁS-SEGUROS POR TENER UN CARÁCTER SAGRADO. MÁS TARDE LOS JUDÍOS-EMPEZARON A REALIZAR ESTE TIPO DE OPERACIONES, PUES ELLOS SI-PODÍAN COBRAR INTERESES; YA QUE A LOS CRISTIANOS LES ESTABA -PROHIBIDO.

EL PRIMER BANCO NACIÓ EN EUROPA EN LA CIUDAD DE VENECIA, EN -EL SIGLO XII Y EN LA CAPITAL MEXICANA NO FUÉ SINO HASTA EL --AÑO DE 1779, CON LA INSTITUCIÓN DE CRÉDITO DENOMINADA MONTE -DE PIEDAD DE ANIMAS, QUE FUNGÍA MÁS BIEN COMO UNA SOCIEDAD DE BENEFICENCIA; CINCO AÑOS DESPÚES, SURGIÓ EL BANCO DE AVÍO DE-MINAS EN 1784, COMO UNA INSTITUCIÓN OFICIAL.

HASTA EL 10. DE SEPTIEMBRE DE 1982, EL SISTEMA BANCARIO MEXI-CANO SE ENCONTRABA FORMADO POR:

- INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO
- INSTITUCIONES PRIVADAS DE CRÉDITO
- ORGANIZACIONES AUXILIARES DE CRÉDITO

Á PARTIR DE ESTA FECHA, EL GOBERNO DE LA REPÚBLICA TOMÓ DECI-SIONES DE GRAN TRASCENDENCIA PARA LA VIDA DEMOCRÁTICA DEL PA-ÍS; LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA Y EL CONTROL GENERALIZADO-DE CAMBIOS; ESTO ES, LAS INSTITUCIONES PRIVADAS DE CRÉDITO SE CONVIERTEN EN INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO, CONSIDERÁN-DOSE ESTO COMO MEDIDA POSITIVA PARA FORTALECER A MÉXICO.

POR LO TANTO EL OBJETIVO QUE PERSIGUE DICHO ESTUDIO ES DEMOS-TRAR QUE EL SERVICIO QUE OFRECEN LAS INSTITUCIONES NACIONALES

DE CRÉDITO AL PÚBLICO USUARIO, FUNCIONA CON LA MISMA EFICIENCIA QUE ANTES DE SU NACIONALIZACIÓN.

LA ELECCIÓN DEL PRESENTE SE REALIZA EN VIRTUD DE LA SITUACIÓN QUE PREDOMINÓ SOBRE TODO EN LA ÉPOCA POSTERIOR A DICHA NACIONALIZACIÓN, YA QUE FUÉ UN TEMA SUMAMENTE COMENTADO EN TODOS LOS SECTORES DEL PAÍS Y ADEMÁS QUE A LA MAYORÍA EN UNA U OTRA FORMA LES AFECTÓ.

PARA LLEVAR A CABO DICHO ESTUDIO SE EFECTUARON 300 ENCUESTAS A PERSONAS DE DIFERENTES EDADES, SEXO Y NIVEL SOCIO-ECONÓMICO PARA DETECTAR LA OPINIÓN QUE TENÍAN SOBRE LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO, EL SERVICIO QUE PRESTAN ACTUALMENTE DICHAS INSTITUCIONES Y QUE TANTO SE TIENE CONOCIMIENTO SOBRE LAS CAUSAS - CONSECUENCIAS Y OBJETIVOS QUE PERSIGUE LA NACIONALIZACIÓN BANCARIA.

DESPÚES DE HABER REALIZADO LAS ENCUESTAS, SE TUVO LA OPINIÓN DEL PÚBLICO USUARIO ACERCA DE LA NACIONALIZACIÓN BANCARIA; -- POSTERIORMENTE SE ANALIZARON LOS DIFERENTES DIARIOS DE CIRCULACIÓN EN EL D. F., A PARTIR DE 1976 HASTA LA ÉPOCA ACTUAL, -- CONSIDERANDO ÉSTE UN MARGEN ADECUADO, PARA PODER DETERMINAR LA FORMA EN QUE SE ENCUENTRA CONFORMADO EL SISTEMA BANCARIO A PARTIR DE LA NACIONALIZACIÓN, FUSIONES BANCARIAS, IMPACTO QUE TUVO EN LOS DIFERENTES SECTORES DE LA ECONOMÍA NACIONAL Y SERVICIOS QUE OFRECEN DICHAS INSTITUCIONES.

LA RAZÓN DE HABER SELECCIONADO ANALIZAR INFORMACIÓN A PARTIR DE 1976, FUÉ EL HECHO DE HABER ENCONTRADO INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA A PARTIR DE ESTE AÑO.

POR ÚLTIMO SE HACE UNA BREVE CONCLUSIÓN SOBRE EL ESTUDIO REALIZADO, INDICANDO RESULTADOS Y SUGERENCIAS SOBRE ESTE.

CAPITULO I

SISTEMA BANCARIO MEXICANO

- ANTECEDENTES DEL SISTEMA BANCARIO
 - A) APARICIÓN DEL SISTEMA BANCARIO MEXICANO

- SISTEMA BANCARIO ANTES DE LA NACIONALIZACIÓN
 - A) INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO
 - B) INSTITUCIONES PRIVADAS DE CRÉDITO
 - C) ORGANIZACIONES AUXILIARES DE CRÉDITO

- CAUSAS QUE CONDUJERON A LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA.

ANTECEDENTES DEL SISTEMA BANCARIO

LA HISTORIA NOS INDICA QUE CUANDO EL HOMBRE SATISFISO SUS NECESIDADES, TUVO LA CAPACIDAD DE TENER EXCEDENTES DE SUS REQUERIMIENTOS INDISPENSABLES, LOS CUALES EN UN PRINCIPIO LOS ALMACENÓ EN FORMA DE ESPECIAS, PERMITIENDO ESTO POSTERIORMENTE LOGRAR UN SISTEMA DE INTERCAMBIO DE SUS BENEFACTORES CON LA COMUNIDAD.

AÑOS DESPUÉS, CUANDO LA ECONOMÍA CAMBIA DEL SISTEMA DE TRUEQUE A COMPRA-VENTA, EXISTIENDO UN COMÚN DE BASE PARA LA TRANSACCIÓN "DINERO" LA GENTE SIENTE LA NECESIDAD DE RESGUARDARLO EN UN LUGAR SEGURO, QUE EN PRINCIPIO FUERON LOS TEMPLOS, LOS CUALES SE CONSIDERABAN LOS LUGARES MENOS RIESGOSOS, YA QUE TENÍAN CARÁCTER SAGRADO.

EN EL MUNDO. LOS PRIMEROS QUE SE DEDICARON A LA CONCESIÓN DE CRÉDITOS FUERON LOS JUDÍOS. LOS CRISTIANOS TENÍAN PROHIBIDO COBRAR INTERESES.

EN MÉXICO, LA PRIMERA UNIDAD DE TRUEQUE QUE SE CONOCIÓ FUE EL CACAO.

APARICION DEL SISTEMA BANCARIO EN MEXICO

EN 1779, PEDRO ROMERO DE TERREROS CREÓ EN MÉXICO LA PRIMERA INSTITUCIÓN DE CRÉDITO DENOMINADA MONTE DE PIEDAD DE ANIMAS, - EA QUE FUNGÍA COMO SOCIEDAD DE BENEFICENCIA Y NO COMO SOCIEDAD DE CRÉDITO YA QUE NO COBRABA INTERESES.

EN 1830, EL SEÑOR LUCAS ALAMÁN, SECRETARIO DE RELACIONES EXTERIORES E INTERIORES, PROPONE EL PROYECTO DE LA CREACIÓN DEL BANCO DEL AVÍO, CON EL PROPÓSITO DE FOMENTAR LA INDUSTRIA NA-

CIONAL; EN PARTICULAR LA TEXTIL. JUNTO CON ÉL, EL SEÑOR ESTEBAN DE ANTUÑANO, FUNDADOR DE LA PRIMERA FÁBRICA TEXTIL, PERCIBÍA AL ESTADO COMO UN MECANISMO DE FORTALECIMIENTO Y RECUPERACIÓN DE LA ECONOMÍA, APOYA Y FOMENTA LA CREACIÓN DE ESTE BANCO. EL CUAL FUÉ CLAUSURADO EN 1842, SIENDO ESTA LA PRIMERA INSTITUCIÓN CREDITICIA GUBERNAMENTAL.

EL 8 DE NOVIEMBRE DE 1821, EN EL MÉXICO INDEPENDIENTE, SURGE LA ACTUALMENTE DENOMINADA S.H.C.P., COMO UNA DE LAS CUATRO DEPENDENCIAS CREADAS POR EL REGLAMENTO PARA EL GOBIERNO INTERIOR Y EXTERIOR, ENCARGÁNDOSE DE TODOS LOS NEGOCIOS PERTENECIENTES A LA HACIENDA PÚBLICA.

EN 1824, SE EXPIDE UN DECRETO DONDE LA FACULTA COMO ÓRGANO RECAUDADOR, CONTROLADOR Y PAGADOR DE LAS RENTAS DEL ESTADO, ADMINISTRADOR DE RENTAS DE LA LOTERÍA, LA INSPECCIÓN DE CASAS DE MONEDA Y LA ADMINISTRACIÓN DE LOS FONDOS DE MONTE Pío, MINISTERIOS Y OFICINAS.

PARA SU CUMPLIMIENTO SE CREAN EL DEPARTAMENTO DE CUENTA Y RAZÓN, LO QUE MÁS TARDE FUÉ LA CONTADURÍA DE LA FEDERACIÓN, ENCARGADA DE LA FORMULACIÓN DE LOS PRESUPUESTOS Y LA CUENTA GENERAL DE TODOS LOS RAMOS.

LA TESORERÍA GENERAL DE LA FEDERACIÓN, SE ENCARGÓ DE RECIBIR LOS PRODUCTOS DE LAS RENTAS, EMPRÉSTITOS Y DONATIVOS DE CUALQUIER PROCEDENCIA QUE PUDIERA DISPONER EL GOBIERNO. LA COMISARÍA CENTRAL DE GUERRA Y MARINA ESTUVO ENCARGADA DE LA FORMULACIÓN DE TODAS LAS CUENTAS DE ESTOS.

POR ÚLTIMO LA CONTADURÍA MAYOR DE HACIENDA FUÉ EL ÓRGANO DE CONTROL DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS.

S.H.C.P.: SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO.

LA PRIMERA INSTITUCIÓN BANCARIA EN MÉXICO, CONSIDERADA COMO PRIVADA FUÉ EL BANCO DE LONDRES Y MÉXICO, EN 1864; EN 1875, SE INSTALÓ EL BANCO DE SANTA EULALIA; EN 1881, EL BANCO NACIONAL DE MÉXICO; EN 1882, SE CONSTITUYERON LOS BANCOS MINERO DE CHIHUAHUA, MERCANTIL E INTERNACIONAL HIPOTECARIO; EN 1884, SURGE EL BANCO NACIONAL MEXICANO, APARECIENDO A SU VEZ EL PRIMER CÓDIGO DE COMERCIO, EL CUAL CONTENÍA LAS BASES EN MATERIA DE LEGISLACIÓN BANCARIA, PROHIBIENDO FUNCIONAR A LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO, COMO SUCURSALES DE BANCOS EXTRANJEROS--ADEMÁS DE LA AUTORIZACIÓN DE EMISIÓN DE BILLETES Y TÍTULOS DE CRÉDITO.

LA INESTABILIDAD POLÍTICA DEL PAÍS, ORIGINÓ CONSTANTES CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA; DENTRO DE ÉSTOS CAMBIOS SE MENCIONA LA INSTAURACIÓN DEL RÉGIMEN CENTRALISTA EN 1836; DURANTE EL PORFIRIATO, SE SEPARA EL SISTEMA DE CORREOS DE LA SECRETARÍA, Y LA INCORPORACIÓN A ESTA DE COMERCIO EN 1891, ASÍ COMO LA RESCISIÓN DE CONTRATO DE ARRENDAMIENTO DE LA CASA DE MONEDA A PARTICULARES; POR LO QUE EN 1893, EL GOBIERNO INICIA LA ACUÑACIÓN DE LA MONEDA.

EN 1903, EXISTÍAN YA 74 CONCESIONES EMITIDAS POR EL GOBIERNO-FEDERAL, PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS BANCOS.

EN 1921, SE EXPIDE LA "LEY DEL CENTENARIO", EMITIDA POR LA ACTUALMENTE DENOMINADA S.H.C.P., LA CUAL FUÉ UN GRAN ANTECEDENTE QUE DIÓ ORIGEN EN 1924 AL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.

EN 1925, ES CREADO EL BANCO DE MÉXICO, COMO EL ÚNICO QUE TENÍA AUTORIZACIÓN PARA LA EMISIÓN DE MONEDAS, ENCARGÁNDOSE DE-

LAS OPERACIONES QUE TENÍA LA ANTIGUA COMISIÓN MONETARIA, ORGANISMO REGULADOR DE LA CIRCULACIÓN MONETARIA Y DE LAS ACUÑACIONES.

EL BANCO DE MÉXICO, SURTIÓ DE LAS CONDICIONES HISTÓRICAS QUE PREVALECIAN EN EL PAÍS, DONDE EXISTÍAN BROTES DE VIOLENCIA EN TODA LA NACIÓN, LA CUAL ESTABA DIVIDIDA POR DIFERENTES REVOLUCIONARIOS QUE CONTROLABAN VARIAS ZONAS O ESTADOS DE LA REPÚBLICA, EMITIENDO E IMPONIENDO EN ELLOS, SUS LEYES, POLÍTICAS-AUTORIDAD Y SU MONEDA. POR ELLO LA TRASCENDENCIA DE LA CREACIÓN DEL BANCO DE MÉXICO FUÉ QUIEN VINO A PONER ORDEN, EN LA EMISIÓN DE LA MONEDA ÚNICA, QUIEN ENTRE OTRAS FUNCIONES, REGULÓ EL CONTROL CAMBIARIO, IMPONE O ESTIPULA LAS TASAS DE INTERÉS Y EFECTÚE OPERACIONES MERCANTILES PROPIAS DE LOS BANCOS - DE DEPÓSITO Y DESCUENTO.

EN 1982, EL 10. DE SEPTIEMBRE CUANDO POR DECRETO PRESIDENCIAL EN EL VI INFORME DE LABORES DEL LIC. JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, CAMBIA LA ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LAS INSTITUCIONES BANCARIAS, Y SE CONVIERTEN EN INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO, TODOS LOS BANCOS QUE HASTA ESTA FECHA HABÍAN FUNCIONADO COMO INSTITUCIONES PARTICULARES.

CON ESTA MEDIDA, SE REQUERÍA DE UN ORGANISMO OFICIAL QUE LOS-REGULARA Y CONTROLARA, POR LO CUAL DENTRO DE LA S.H.C.P. SE CREA LA SUBSECRETARÍA DE LA BANCA, LA CUAL COORDINARÁ LAS ACTIVIDADES DE LAS INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO.

S.H.C.P.: SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

NOMBRES QUE LE FUERON ASIGNADOS A LA ACTUALMENTE DENOMINADA -
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO:

SIGLO XVIII.- REAL HACIENDA

1822.- PROVIDENCIA DE LA SECRETARIA DE HACIENDA

1826.- OFICINA DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA

POSTERIORMENTE, MINISTERIO DE HACIENDA

A PARTIR DEL GOBIERNO DE LÁZARO CÁRDENAS SE DENOMINÓ SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO.

EL SISTEMA BANCARIO MEXICANO ANTES DE LA NACIONALIZACIÓN, SE ENCONTRABA BIEN DEFINIDA SU FUNCIONALIDAD, LA CUAL SE COMPONÍA DE TRES RAMAS.

SISTEMA BANCARIO ANTES DE LA NACIONALIZACION

EL SISTEMA BANCARIO MEXICANO ANTES DE LA NACIONALIZACIÓN SE ENCONTRABA FORMADO DE LA SIGUIENTE FORMA:

- A) INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO
- B) INSTITUCIONES PRIVADAS DE CRÉDITO
- C) ORGANIZACIONES AUXILIARES DE CRÉDITO

CUALQUIER INSTITUCIÓN QUE CORRESPONDA A ALGUNO DE ESTOS GRUPOS REQUERÍA DE UNA AUTORIZACIÓN O CONCESIÓN PARA OPERAR POR PARTE DEL GOBIERNO FEDERAL, QUE SE OTORGABA A TRAVÉS DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE CRÉDITO DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, CON LA INTERVENCIÓN DE LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE SEGUROS, ASÍ COMO DEL BANCO DE MÉXICO, S. A.

TODAS LAS OPERACIONES DE LA BANCA ESTABAN REGIDAS POR LA LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DE CRÉDITO Y ORGANIZACIONES AUXILIARES, CON EXCEPCIÓN DE LAS QUE ERAN NACIONALES Y EL BANCO DE MÉXICO SÓLO CUANDO LO SEÑALAN LAS LEYES.

LOS ORGANISMOS ENCARGADOS DE VIGILAR EL BUEN FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA BANCARIO MEXICANO SON:

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO.

ES LA PRINCIPAL AUTORIDAD MONETARIA Y DE CRÉDITO, Y SE APOYA EN LOS SIGUIENTES AGENTES AUXILIARES:

BANCO DE MÉXICO.- TIENE SU ORIGEN EN EL ARTÍCULO No. 28 CONSTITUCIONAL, QUE DICE: "EN LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS NO HABRÁ MONOPOLIOS NI ESTANCOS DE NINGUNA CLASE, EXCEPTUÁNDOSE LO RELATIVO A ACUÑACIÓN DE MONEDAS Y EMISIÓN DE BILLETES POR MEDIO DE UN SÓLO BANCO QUE CONTROLARÁ EL GOBIERNO FEDERAL".

ES POR ESTO QUE OPERA COMO BANCO CENTRAL TENIENDO LAS SIGUIENTES FUNCIONES:

1. REGULAR LOS PLAZOS, LAS GARANTÍAS, LÍMITES DE CRÉDITO Y PROHIBICIONES.
2. OPERAR COMO BANCO DE RESERVA CON LAS INSTITUCIONES AFILIADAS A ÉL, CONTROLANDO EL DEPÓSITO OBLIGATORIO O ENCAJE LEGAL, ASÍ COMO LA SEGURIDAD, LIQUIDEZ O DISPONIBILIDAD DE LAS MISMAS.
3. FUNGIR COMO CÁMARA DE COMPENSACIÓN.
4. CENTRALIZAR LAS RESERVAS MONETARIAS
5. REVISAR LAS RESOLUCIONES DE LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE SEGUROS.
6. ACTUAR COMO AGENTE DEL GOBIERNO EN LAS OPERACIONES DE CRÉDITO EN EL EXTERIOR, Y EN LA OBTENCIÓN DE EMPRÉSTITOS PÚBLICOS. ASIMISMO, ES RESPONSABLE DEL SERVICIO DE TESORERÍA DEL PROPIO GOBIERNO.
7. FUNGIR COMO REPRESENTANTE DEL PAÍS ANTE EL FONDO MONETARIO-INTERNACIONAL Y EL BANCO INTERNACIONAL DE RECONSTRUCCIÓN Y FOMENTO.

COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE SEGUROS.- ESTÁ CONSTITUÍDA POR UN PLENO Y UN COMITÉ PERMANENTE. EL PRIMERO FUNCIONA COMO ÓRGANO DE CONSULTA Y ESTÁ FORMADO POR SEIS VOCALES, LOS CUALES SON NOMBRADOS POR LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO- Y POR TRES REPRESENTANTES DE LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO, SIENDO UNO DE LOS BANCOS DE DEPÓSITO Y LOS OTROS DOS DE LAS DEMÁS INSTITUCIONES. EL SEGUNDO SE ENCARGA DE VIGILAR E INSPECCIONAR LA TRAMITACIÓN Y EJECUCIÓN DE LOS ASUNTOS GENERALES Y -

DE LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS.

EL PRESIDENTE DE ESTE COMITÉ ES DESIGNADO POR LA MISMA SECRETARÍA.

LAS FUNCIONES DE LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE SEGUROS -- SON:

1. INSPECCIONAR, REGISTRAR Y VIGILAR EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO Y DE SEGUROS, ASÍ COMO DE LAS ORGANIZACIONES AUXILIARES DE CRÉDITO.
2. ASESORAR EN MATERIA BANCARIA A LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO.
3. PROMOVER LAS MEDIDAS ADECUADAS AL RÉGIMEN BANCARIO Y FORMULAR EL REGLAMENTO INTERIOR DE LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO.
4. INTERVENIR EN LA EMISIÓN DE BILLETES, TÍTULOS O VALORES Y OBLIGACIONES, Y EN LA CANCELACIÓN DE DOCUMENTOS, ASÍ COMO AUTORIZAR SORTEOS.
5. APROBAR O VETAR LA PUBLICIDAD DE LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO.

COMISIÓN NACIONAL DE VALORES.- SE FUNDÓ POR DECRETO PRESIDENCIAL EN EL AÑO DE 1946 Y ESTÁ FORMADO POR REPRESENTANTES DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, BANCO DE MÉXICO, BANCO NACIONAL DE OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS, COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE SEGUROS, ASOCIACIÓN DE BANQUEROS DE MÉXICO, ASOCIACIÓN MEXICANA DE INSTITUCIONES DE SEGUROS Y BOLSA DE VALORES.

LAS PRINCIPALES FUNCIONES DE LA COMISIÓN NACIONAL DE VALORES -- SON:

1. VIGILAR LA EMISIÓN DE VALORES, SU ESTADO Y LAS TENDENCIAS --

DEL MERCADO NACIONAL, SIENDO ESTA SU TAREA MÁS IMPORTANTE.

2. APROBAR LAS TASAS MÍNIMAS Y MÁXIMAS DE INTERÉS A QUE DEBERÁN SUJETARSE LAS EMISIONES DE VALORES DE ACUERDO A LAS CONDICIONES DEL MERCADO.
3. LLEVAR AL REGISTRO NACIONAL DE VALORES Y FORMAR LA ESTADÍSTICA DE LAS MISMAS.
4. OPINAR SOBRE EL ESTABLECIMIENTO DE LAS BOLSAS DE VALORES E INSPECCIONAR SU FUNCIONAMIENTO.
5. APROBAR O VETAR LA INSCRIPCIÓN EN BOLSA DE TÍTULOS O VALORES PARA SU VENTA EN EL PAÍS O EN EL EXTRANJERO, ASÍ COMO EL OFRECIMIENTO AL PÚBLICO DE VALORES NO REGISTRADOS EN BOLSA.
6. SUSPENDER LA COTIZACIÓN EN BOLSA DE UN VALOR U ORDENAR SU CANCELACIÓN.
7. APROBAR LA PUBLICIDAD DE LOS VALORES QUE SE OFREZCAN AL PÚBLICO.

A) INSTITUCIONES NACIONALES DE CREDITO

LAS INSTITUCIONES NACIONALES, SON AQUÉLLAS QUE ESTÁN CONSTITUIDAS CON UNA PARTICIPACIÓN MAYORITARIA DEL GOBIERNO FEDERAL Y LA PARTE RESTANTE PERTENECE AL SECTOR PRIVADO, MOTIVO POR EL CUAL, LA PRIMERA SE RESERVA EL DERECHO DE NOMBRAR SU CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, ASÍ COMO ACEPTAR O VETAR LOS ACUERDOS DEL MISMO. ÉSTAS INSTITUCIONES PROMUEVEN EL DESARROLLO DE LOS DIFERENTES NIVELES SOCIO-ECONÓMICOS DEL PAÍS PROPORCIONANDO PARA ELLO LOS CRÉDITOS NECESARIOS, ASÍ COMO INFORMACIÓN Y ASESORÍA TÉCNICA, PRINCIPALMENTE A PERSONAS CON POCAS POSIBILIDADES ECO

NÓMICAS, SOCIEDADES COOPERATIVAS, EJIDATARIOS, EMPRESAS NUEVAS ETC.

TODAS LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE CRÉDITO, SE CARACTERIZAN POR TENER, DENTRO DE SU RAZÓN SOCIAL, LA PALABRA "NACIONAL" A EXCEPCIÓN DEL BANCO NACIONAL DE MÉXICO, QUE ERA UNA INSTITUCIÓN PRIVADA.

ENTRE LAS INSTITUCIONES NACIONALES SE PUEDEN ENCONTRAR;

- NACIONAL FINANCIERA, S. A.
- BANCO NACIONAL DE OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS, S. A.
- BANCO NACIONAL DE CRÉDITO RURAL, S. A.
- BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S. A.
- FINANCIERA NACIONAL AZUCARERA, S. A.
- BANCO NACIONAL DE FOMENTO COOPERATIVO, S. A.
- PATRONATO DEL AHORRO NACIONAL, S. A.

B) INSTITUCIONES PRIVADAS DE CRÉDITO

EL CAPITAL DE ESTAS INSTITUCIONES ERA DE INVERSIONISTAS PRIVADOS, LOS CUALES ESTABAN SUJETOS A LA LEGISLACIÓN BANCARIA. DE ACUERDO A LA ACTIVIDAD QUE REALIZABAN ERAN:

- BANCOS DE DEPÓSITO

SON LOS ENCARGADOS DE RECIBIR DEPÓSITOS BANCARIOS A LA VISTA Y A PLAZO, DEL PÚBLICO GENERAL, ASÍ COMO LOS TÍTULOS Y VALORES EN CUSTODIA O ADMINISTRACIÓN; HACER EFECTIVOS CRÉDITOS Y REALIZAR PAGOS POR CUENTAS DE CLIENTES.

- BANCOS DE AHORRO

COMO LOS ANTERIORES, ÉSTOS RECIBEN DEPÓSITOS DE AHORRO, PERO AQUÍ PRODUCEN UN INTERÉS ANUAL, CAPITALIZABLE SEMESTRALMENTE. LOS BANCOS DE DEPÓSITO TAMBIÉN ACTUAN COMO DE AHORRO-

- SOCIEDADES FINANCIERAS

SON LAS QUE MÁS COOPERAN AL DESARROLLO DEL PAÍS, DEBIDO A LAS FACULTADES QUE LES OTORGA LA LEGISLACIÓN BANCARIA EN MATERIA DE FINANCIAMIENTO Y PROMOCIÓN DE CUALQUIER CLASE DE EMPRESA.

- SOCIEDADES HIPOTECARIAS

CONCEDEN CRÉDITO HIPOTECARIO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE INMUEBLES EMITEN VALORES A CORTO Y LARGO PLAZO.

- SOCIEDAD DE CAPITALIZACIÓN

TIENEN POR OBJETO REUNIR CAPITALES DE PEQUEÑOS AHORRADORES, -- LOS CUALES ENTREGAN CUOTAS PERIÓDICAS, QUE VAN FORMANDO UN CAPITAL Y QUE DESPÚES DE TERMINADO EL TIEMPO QUE SE ESTIPULÓ, LE SON REINTEGRADOS SUS AHORROS. ÉSTAS ORGANIZACIONES TIENDEN A DESAPARECER.

- SOCIEDADES FIDUCIARIAS

REALIZAN OPERACIONES DE FIDEICOMISO, INTERVIENEN EN LA EMISIÓN DE TÍTULOS DE CRÉDITO; SE ENCARGAN DE LA LIQUIDACIÓN JUDICIAL- O EXTRA JUDICIAL DE NEGOCIACIONES, ESTABLECIMIENTOS, CONCURSOS O HERENCIAS, DESEMPEÑA CARGOS DE ALBACEA; LLEVAN A CABO AVALÚOS Y ADMINISTRAN TODA CLASE DE INMUEBLES.

- INSTITUCIONES DE BANCA MÚLTIPLE.

EN EL AÑO DE 1976 LAS INSTITUCIONES PRIVADAS DE CRÉDITO SUFREN UN CAMBIO AL CREARSE LAS INSTITUCIONES DE BANCA MÚLTIPLE. ÉSTO QUIERE DECIR QUE EN CUALQUIER OFICINA BANCARIA SE OFRECEN - LOS SERVICIOS DE DEPÓSITO, AHORRO, FIDEICOMISOS, FIDUCIARIO E HIPOTECARIO. PARA LOGRAR ÉSTO, SE FUSIONARON BANCOS DE DEPÓSITO, AHORRO Y FIDEICOMISO, CON FINANCIERAS E HIPOTECARIAS.

c) ORGANIZACIONES AUXILIARES DE CREDITO

ESTAS ORGANIZACIONES DEBEN ESTAR REGISTRADAS EN LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE SEGUROS, LA CUAL RIGE Y VIGILA SU FUNCIONAMIENTO, REQUIERE ADEMAS, CONCESIÓN DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO PARA SU ESTABLECIMIENTO.

DENTRO DE ÉSTAS SE ENCUENTRAN:

ALMACENES NACIONALES DE DEPÓSITO, S. A.

SU FUNCIÓN ES LA DE ALMACENAR, GUARDAR Y CONSERVAR, LOS BIENES Y MERCANCÍAS, EXPIDIENDO CERTIFICADOS DE DEPÓSITO Y EL BONO DE PRENDA; PUEDEN TAMBIÉN TRANSFORMAR LA MERCANCÍA PARA AUMENTAR SU VALOR, PERO SIN VARIAR ESCENCIALMENTE SU NATURALEZA.

UNIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE AZÚCAR, S. A.

SE ENCARGA DE FINANCIAR A LOS INGENIOS AFILIADOS, ASÍ COMO LA DISTRIBUCIÓN Y VENTA DEL AZÚCAR.

ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO, S. A.

SU FUNCIÓN ES SIMILAR A LAS ANTERIORES. LLEVAN UN REGISTRO DE LOS DOCUMENTOS EXPEDIDOS Y PUEDEN SER DE TRES CLASES;

A) LOS DESTINADOS A GRANEROS O DEPÓSITOS ESPECIALES PARA PRODUCTOS AGRÍCOLAS, NATURALES O INDUSTRIALIZADOS.

B) LOS QUE ADEMÁS DE RECIBIR FRUTOS Y PRODUCTOS, PUEDEN RECIBIR MERCANCÍAS NACIONALES O EXTRANJERAS DE CUALQUIER CLASE SIEMPRE Y CUANDO HAYAN CUBIERTO LOS DERECHOS CORRESPONDIENTES.

C) LOS QUE ESTÁN AUTORIZADOS A RECIBIR PRODUCTOS, BIENES O MERCANCÍAS QUE NO HAYAN CUBIERTO LOS REQUISITOS DE IMPORTACIÓN.

CÁMARA DE COMPENSACIÓN.

ADMITE EN COMPENSACIÓN LOS DOCUMENTOS QUE LOS BANCOS ASOCIADOS

LE PRESENTAN ASU CARGO, LA COMPENSACIÓN PUEDE SER LOCAL, POR ZONA O NACIONAL, DEPENDIENDO DE LA FORMA EN QUE SE OPERE.

(EL BANCO DE MÉXICO FUNGE COMO CÁMARA DE COMPENSACIÓN LOCAL.)-
BOLSA DE VALORES.

SON MECANISMOS QUE REGULAN LAS OPERACIONES FINANCIERAS, FACILITANDO Y VIGILANDO LAS TRANSACCIONES COMERCIALES Y AUXILIANDO - AL CRÉDITO.

SE CONSTITUYEN PARA LA CONCENTRACIÓN DE VALORES PÚBLICOS, TÍTULOS DE CRÉDITO O EFECTOS MERCANTILES, EMITIDOS POR PARTICULARES, INSTITUCIONES DE CRÉDITO Y SOCIEDADES O EMPRESAS LEGALMENTE CONSTITUIDAS.

UNIONES DE CRÉDITO, S. A.

SON SOCIEDADES ANÓNIMAS CON 10 SOCIOS COMO MÍNIMO, SE ESPECIALIZAN EN DETERMINADA RAMA INDUSTRIAL, AGRÍCOLA, COMERCIAL, MIXTA, ETC.; PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS.

OTRAS DE SUS ACTIVIDADES SON LAS DE PRESTAR GARANTÍA O AVAL, - SERVICIO DE CAJA, TESORERÍA, ADMINISTRACIÓN DE OBRAS, VENTA DE PRODUCTOS Y PROMOCIÓN DE EMPRESAS.

FONDOS DE FOMENTO O BANCOS DE SEGUNDO PISO.

SE CREARON POR EL GOBIERNO PARA DESARROLLAR ALGÚN SECTOR DE LA ECONOMÍA EN PARTICULAR O GENERALMENTE HACIENDO REFERENCIA A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA A LA QUE SE DIRIGE.

NO OPERAN EN FORMA DIRECTA CON LOS PARTICULARES Y LA OBTENCIÓN DE CRÉDITO PROVIENE DE DICHS FONDOS, PERO A TRAVÉS DE LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO PRIVADAS.

INSTITUCIONES MAS IMPORTANTES DE MEXICO ANTES DE LA NACIONALIZACION.-

EL SISTEMA BANCARIO EN MÉXICO, POR LO QUE RESPECTABA A LOS ORGANISMOS PRIVADOS, SE CONSTITUÍAN POR INSTITUCIONES DE BANCA MÚLTIPLE, QUE SE FORMABAN POR BANCOS DE DEPÓSITO, FINANCIERAS-HIPOTECARIAS Y FIDUCIARIAS.

EL PRESTIGIO QUE ADQUIERE CADA UNA DE ELLAS VA DE ACUERDO A SU ANTIGUEDAD, SERVICIOS QUE PRESTA, NÚMERO DE SUCURSALES, PROMOCIÓN Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE HA REALIZADO.

LAS INSTITUCIONES MÁS IMPORTANTES QUE SE ENCONTRABAN DENTRO -- DEL RAMO DE LA BANCA PRIVADA ANTES DE LA NACIONALIZACIÓN DE ESTAS, SON LAS SIGUIENTES:

- BANCOMER
- BANAMEX
- SEFÍN
- SOMEX
- MULTIBANCO COMERMEX
- INTERNACIONAL
- BANCA CREMI
- BANCO DEL ATLÁNTICO
- BANCO DE CÉDULAS HIPOTECARIAS
- BANPAÍS
- BANCA CONFÍA
- UNIBANCO
- ACTIBANCO DE GUADALAJARA
- BANCO LONGORIA
- BANCAM

- BANCO ABOUMRAD
- B.C.H.
- BANCRESER
- BANCO DEL CENTRO
- CRÉDITO MEXICANO
- POLIBANCA INNOVA
- MERCANTIL DE MONTERREY
- BANCO DE MONTERREY
- BANCO DEL NORESTE, ETC.

CAUSAS QUE CONDUJERON A LA NACIONALIZACION DE LA BANCA

SON INNUMERABLES LAS CAUSAS QUE CONDUJERON A LA NACIONALIZACIÓN YA QUE NO FUÉ UNA DECISIÓN DE MOMENTO, SINO QUE A LO LARGO DEL TIEMPO Y HABIENDO ESTUDIADO LA SITUACIÓN A LA QUE SE IBA EN--- FRENANDO EL PAÍS, FUÉ EN 1982, EL 10. DE SEPTIEMBRE QUE POR - DECRETO PRESIDENCIAL, EL LIC. JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, CONVIERTE - LAS INSTITUCIONES BANCARIAS PRIVADAS EN INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO.

CAUSAS QUE DIERON ORIGEN A LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA

- ACAPARAMIENTO DE CAPITALES, EN UN GRUPO REDUCIDO DE CAPITALISTAS BANCARIOS.

- FUGA DE DIVISAS, PROVOCANDO UNA DESCAPITALIZACIÓN DEL PAÍS,- ADEMÁS DE UN MAYOR ENDEUDAMIENTO.

- LA POSIBILIDAD DE PODER ADQUIRIR UNA MAYOR CAPTACIÓN DE DINERO PARA BENEFICIO DE LAS AREAS DEL PAÍS.

- APLICAR EL CONTROL DE CAMBIOS

- POR CAUSAS POLÍTICAS. LOS MANEJOS DE LA ECONOMÍA DEL GOBIERNO NO QUIEN GASTO EN FORMA EXCEDENTE EL ERARIO PÚBLICO, Y TRATO DE REIVINDICARSE CON EL PUEBLO.

CAPITULO II.

BANCA NACIONALIZADA

- SISTEMA BANCARIO A PARTIR DE LA NACIONALIZACIÓN.
 - A) DECRETO DE LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA
 - B) RAZÓN Y OBJETIVO DE LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA

- FUSIONES BANCARIAS PROVOCADAS A PARTIR DE LA NACIONALIZACIÓN.

- SERVICIOS QUE OFRECEN LAS INSTITUCIONES BANCARIAS NACIONALIZADAS.

- INSTITUCIONES BANCARIAS MÁS IMPORTANTES QUE CONFORMAN ACTUALMENTE EL SISTEMA FINANCIERO MONETARIO NACIONAL.

SISTEMA BANCARIO A PARTIR DE LA NACIONALIZACION

A) DECRETO DE LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA

EL 10. DE SEPTIEMBRE DE 1982, EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA TOMÓ DECISIONES DE GRAN TRASCENDENCIA PARA LA VIDA DEMOCRÁTICA DEL PAÍS; LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA Y EL CONTROL GENERALIZADO DE CAMBIOS, DECRETADOS POR EL SEÑOR PRESIDENTE JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, SON MEDIDAS QUE PERSIGUEN FORTALECER A MÉXICO Y A SU REVOLUCIÓN.

HOY POR ACUERDO DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, SE ANUNCIAN LAS PRIMERAS MEDIDAS DE LA BANCA NACIONALIZADA:

ÉSTAS MEDIDAS PERSIGUEN TRES OBJETIVOS FUNDAMENTALES:

- FORTALECER EL APARATO PRODUCTIVO Y DISTRIBUTIVO DEL PAÍS CON EL FIN DE EVITAR QUE LA CRISIS FINANCIERA LOS AFECTE AÚN MÁS.
- CONTRIBUIR A DETENER LAS PRESIONES INFLACIONARIAS.
- DAR SEGURIDAD A LOS AHORRADORES Y APOYAR EN ESPECIAL A LOS PEQUEÑOS AHORRADORES Y CUENTAHABIENTES DE LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO DEL PAÍS YA NACIONALIZADAS.

A PARTIR DE ESTOS OBJETIVOS, LAS MEDIDAS QUE EL GOBIERNO ANUNCIÓ SE DIVIDEN EN:

- A) POLÍTICA DE TIPO DE CAMBIO
- B) POLÍTICA EN MATERIA DE TASAS DE INTERÉS

(SE ADJUNTA COPIA DEL DECRETO EMITIDO POR EXCELSIOR)

D02

Decreto que nacionaliza la banca privada.

PODER EJECUTIVO
SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO
PUBLICO

Al márgen un sollo con el Escudo Nacional, que de los Estados Unidos Mexi-
nos.— Presidencia de la República.

JOSE LOPEZ PORTILLO, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexi-
canos, en ejercicio de la facultad que al Ejecutivo confiere cancción I del artículo 69
de la Constitución General de la República, y con fundam en el artículo 27 Constitu-
cional y los artículos 1o., fracciones I, V, VIII y IX, 2o., 3o., cional, 10 y 20 de la Ley de
Expropiación, 28, 31, 32, 33, 34, 37 y 40 de la Ley Orgánica Administración Pública
Federal, 1o. y demás relativos de la Ley General de Instituciones de Crédito y Organiza-
ciones Auxiliares; y

CONSIDERANDO

2 SET. 1982

Que el servicio público de la banca y del crédito se presta por parte del Ejecutivo Federal, a través de contratos administrativos en personas morales constituidas en forma de sociedades anónimas, con el objeto de que el Gobierno no pueda prescindir de la atención del servicio que el Gobierno no podía proporcionar integralmente;

Que la concesión, por su propia naturaleza, es temporal, y, pues sólo puede subsistir mientras el Estado, por razones económicas, administrativas o sociales, no se pueda hacer cargo directamente de la prestación del servicio público;

Que los empresarios privados a los que se habla de banca y del crédito en general han obtenido con creces ganancias, cuando además, de acuerdo a sus intereses, han hecho aportado por el público en general, lo que debe evitarse para evitar el desperdicio de recursos y de diversificarlos en otras actividades que permitan el desarrollo de la población productiva y el bienestar de la sociedad;

Que el servicio de la explotación de los recursos de la banca y del crédito, considerado como monopolios con el objeto de manejar los recursos de la banca y del crédito, a fin de evitar el desperdicio de recursos y de diversificarlos en otras actividades que permitan el desarrollo de la población productiva y el bienestar de la sociedad;

Que el Ejecutivo a mi cargo estima que, en los momentos actuales, la Administración Pública cuenta con los elementos y experiencia suficientes para hacerse cargo de la prestación integral del servicio público de la banca y del crédito, considerando que los fondos provienen del pueblo mexicano, involucrando el ahorro y el crédito, y que el Estado puede facilitar el acceso al crédito;

Que el fenómeno de falta de diversificación del crédito en una parte importante de los créditos a uno o varios sectores que ha ocasionado en el país, el tener crédito oportuno y barato, lo cual es posible atender con la colaboración y contando con la confianza del público ahorrador e inversionista;

Que con el objeto de que el pueblo de México, que ha generado una parte importante de los recursos económicos que pertenecen al Estado, no sufra perjuicio por recibirlos de un particular o de un servicio público, y con el objeto de que el Estado pueda garantizar el acceso al crédito para su población, se le confiere al Poder Ejecutivo la facultad de nacionalizar la banca y del crédito, considerando que los fondos provienen del pueblo mexicano, involucrando el ahorro y el crédito, y que el Estado puede facilitar el acceso al crédito;

Que el fenómeno de falta de diversificación del crédito en una parte importante de los créditos a uno o varios sectores que ha ocasionado en el país, el tener crédito oportuno y barato, lo cual es posible atender con la colaboración y contando con la confianza del público ahorrador e inversionista;

Que el fenómeno de falta de diversificación del crédito en una parte importante de los créditos a uno o varios sectores que ha ocasionado en el país, el tener crédito oportuno y barato, lo cual es posible atender con la colaboración y contando con la confianza del público ahorrador e inversionista;

Que el fenómeno de falta de diversificación del crédito en una parte importante de los créditos a uno o varios sectores que ha ocasionado en el país, el tener crédito oportuno y barato, lo cual es posible atender con la colaboración y contando con la confianza del público ahorrador e inversionista;

TRANSITORIOS

PRIMERO.— El presente Decreto entrará en vigor el día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.— Los servicios de banca y crédito podrán suspenderse hasta por dos días hábiles a partir de la vigencia de este Decreto, con objeto de organizar convenientemente la debida atención a los usuarios.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, al primer día del mes de septiembre de mil novecientos ochenta y dos.— José López Portillo.— Rúbrica.— El Secretario de Gobernación, Enrique Olivares Santalana.— Rúbrica.— El Secretario de Relaciones Exteriores, Jorge Castañeda.— Rúbrica.— El Secretario de la Defensa Nacional, Félix Galván López.— Rúbrica.— El Secretario de Marina, Ricardo Cházaro Lara.— Rúbrica.— El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Jesús Silva Herzog.— Rúbrica.— El Secretario de Programación y Presupuesto, Ramón Arce de Velasco.— Rúbrica.— El Secretario de Patrimonio y Fomento Industrial, José Andrés Oteyza.— Rúbrica.— El Secretario de Comercio, Jorge de la Vega Domínguez.— Rúbrica.— El Secretario de Agricultura y Recursos Hidráulicos, Francisco Heróles Jáuregui.— Rúbrica.— El Secretario de Comunicaciones y Transportes, Emilio Riquelme Montealegre.— Rúbrica.— El Secretario de Asentamientos Humanos y Obras Públicas, Pedro Ramírez Vázquez.— Rúbrica.— El Secretario de Educación Pública, Fernando Solana Morales.— Rúbrica.— El Secretario de Salud y Asistencia, Mario Gallo López Negrete.— Rúbrica.— El Secretario del Trabajo y Previsión Social, Sergio García Ramírez.— Rúbrica.— El Secretario de la Reforma Agraria, Gustavo Corvajal Morono.— Rúbrica.— El Secretaría de Turismo, Rosa Luz Alegria.— Rúbrica.— El Secretario de Pesca, Fernando Rafful Micuol.— Rúbrica.— El Jefe del Departamento del Distrito Federal, Carlos Hank González.— Rúbrica.— El Director del Banco de México, Carlos Tello.— Rúbrica.

RAZONES Y OBJETIVOS DE LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA

DE ACUERDO A LOS DATOS EMITIDOS POR LOS DIFERENTES DIARIOS, A CONTINUACIÓN ENUMERAMOS DE ACUERDO A ESTOS, CUALES SON LAS RAZONES Y LOS OBJETIVOS QUE CONDUJERON A LA NACIONALIZACIÓN:

- 19 JUL. 81 - EL DÍA, DESCAPITALIZACIÓN DEL PAÍS
 - CONTROL SOBRE CAMBIOS MONETARIOS
- 20 FEB. 82 - EL NACIONAL, CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA Y ESTABILIZACIÓN DE LA BALANZA COMERCIAL.
- 20 AGS. 82 - EL NACIONAL, CANALIZAR EL AHORRO INTERNO HACIA - LA PRODUCCIÓN NACIONAL.
- 04 SEP. 82 - EXCELSIOR, EVITAR EL QUE LOS BANCOS FUERAN USADOS COMO UN INSTRUMENTO DE ESPECULACIÓN, DE ENRIQUECIMIENTO PRIVADO, Y DE DISTORSIÓN DE LA PLANTA PRODUCTIVA DEL PAÍS.
 - CANAL DE DOLARIZACIÓN, ESPECULACIÓN Y FUGA DE DIVISAS.
- 02 SEP. 82 - EXCELSIOR, PONER FIN A LA FUGA DE CAPITALES, LA DEVALUACIÓN Y LA INFLACIÓN.
 - CON EL FIN DE QUE LOS ACTIVOS INDUSTRIALES Y COMERCIALES DE LA BANCA PRIVADA NO SE ESCAPEN Y FORMEN PARTE DEL SECTOR PÚBLICO.
 - PERMITIRÁ UTILIZAR LOS RECURSOS LÍQUIDOS Y MONETARIOS DE LA COLECTIVIDAD PARA CANALIZARLOS HACIA LOS RENGLONES PREFERENTES DEL DESARROLLO NACIONAL, EN CONDICIONES ADECUADAS DE TASAS DE IN-

TERÉS Y DE PLAZOS,

- NO SOLAMENTE LOS GRANDES EMPRESARIOS TENDRÁN ACCESO A LOS CRÉDITOS, SINO QUE TAMBIÉN LO EJIDATARIOS COOPERATIVISTAS, MEDIANOS Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS.
- LOS AHORRADORES RESULTARÁN BENEFICIADOS CON LA EXISTENCIA DE UN SISTEMA NACIONAL UNIFICADO.
- EL ESTADO ESTARÁ EN CONDICIONES DE SER VERDADERO RECTOR DE LA ECONOMÍA (USO DE BIENES MONETARIOS- EN BIEN DE LA NACIÓN).

02 SEP. 82 - EXCELSIOR, EVITAR ESPECULACIÓN DE BIENES RAÍCES, LA COMERCIAL Y LA CAMBIARIA.

- ES UN PASO ADELANTE EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS IDEALES DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA.
- EL HERALDO, MANTENER LA CONFIANZA DE LOS AHORRADORES Y DEPOSITANTES DE LOS BANCOS PARA NO RETIRAR SUS FONDOS.

03 SEP. 82 - EL DÍA, INCREMENTO DE CRÉDITOS AL CAMPO.

- EXCELSIOR, SE ABRIRÁN LOS CANALES DEL CRÉDITO PARA LA INDUSTRIA, EL CAMPO Y EL COMERCIO.
- UNIVERSAL, TERMINAR CON LA FUGA DE CAPITALS Y LA ESPECULACIÓN MONETARIA.
- EL ENCAJE LEGAL CRECE DE 50% USUAL PROMEDIO HASTA EL 100%.
- EL AHORRO NACIONAL TENDRÁ FINES POPULARES, PRIVILEGIANDO A LA PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA, ESTI-

MULANDO A UN FIN SOCIAL PROPICIO AL EMPLEO Y AL-
INGRESO CON DINERO PROPIO.

- EXCELSIOR, REIVINDICACIÓN DEL PESO MEXICANO, AN-
TE EL EMBATE DESCARADO DE LA DOLARIZACIÓN.

06 SEP. 82 - UNIVERSAL, CONTRIBUIR A DETENER LAS PRESIONES IN-
FLACIONARIAS.

FUSIONES BANCARIAS PROVOCADAS A PARTIR DE LA NACIONALIZACION.

HAY PROYECTOS DE REESTRUCTURACIÓN QUE DISCUTE LA COMISIÓN INTERSECRETARIAL COORDINADORA, ORIENTADOS A REDUCIR COSTOS DE OPERACIÓN, FUSIONADO LAS 55 INSTITUCIONES EN SOLAMENTE 12. EN UNA PRIMERA DECISIÓN, LAS INSTITUCIONES QUE SERÍAN BASE PARA ABSORBER A LAS PEQUEÑAS SON LAS QUE MANEJAN LOS ACTIVOS MAYORES: BANCOMER, BANAMEX, SERFÍN, MEXICANO SOMEX, COMERMEX, - INTERNACIONAL, BANCO DEL ATLÁNTICO, BANPAÍS, B.C.H., BANCRE--SER, BANCA CREMI, MERCANTIL DE MÉXICO Y BANCA CONFÍA.
(14 DE FEBRERO DE 1982, EXCELSIOR)

BANCOS QUE SE FUSIONARON

BANCO PROVINCIAL DEL NORTE	BANAMEX
BANCO DE COMERCIO	BANCOMER
BANCO AZTECA	SERFÍN
BANCO TUXPAN	SERFÍN
FINANCIERA DE CRÉDITO DE MONTERREY	SERFÍN
ACTIBANCO DE GUADALAJARA	BANCA CREMI
BANCO DE COMERCIO DEL NORTE	MULTIBANCO COMERMEX
BANCO GANADERO	BANCO CONTINENTAL
BANCO DEL INTERIOR	BANCO DEL CENTRO
HIPOTECARIA DEL INTERIOR	BANCO DEL CENTRO
MERCANTIL DE ZACATECAS	BANCO DEL CENTRO
BANCO PANAMERICANO	BANCO DEL ATLÁNTICO

BANCOS QUE SE FUSIONARON

BANCO OCCIDENTAL DE MÉXICO

BANCO DEL NOROESTE

BANCO PROVINCIAL DE SINALOA

BANCO DEL NOROESTE

Por Decreto Presidenciales que hoy publica el Diario Oficial de la Federación, se da un paso de gran trascendencia en la modernización del sistema bancario mexicano.

Al cierre de las operaciones del 31 de agosto, de un total de 60 instituciones de crédito, de las cuales 56 fueron nacionalizadas y 4 tenían carácter mixto, sólo quedarán operando 29. Con esto se da cumplimiento a las disposiciones de la Ley Reglamentaria del Servicio Público de Banca y Crédito.

Mediante tales Decretos, los bancos constituidos como Sociedades Anónimas, se transforman en Sociedades Nacionales de Crédito.

Esta medida de derecho público, permitirá la concentración del servicio bancario con mayor eficiencia a los intereses nacionales. Así también se realizan 11 fusiones entre un número de 34 Sociedades Nacionales de Crédito.

Por acuerdo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público entran en proceso de liquidación 31 instituciones que habían dejado de operar con el público, así como los bancos mixtos de capitalización que aún subsisten.

El cuadro que aparece en esta página, ofrece un claro panorama más claro del sistema bancario mexicano.

60 instituciones se integran en 29	
Instituciones que se transforman en Sociedades Nacionales de Crédito	
Las 17 instituciones que sigan operando sin fusionarse:	
Banco de Crédito y Servicio	Bancom
Banco Mexicano Sonex	Banco Mercantil de Monterrey
Banca Promex	Banco BCI
Banco Regional del Norte	Banca Cofisa
Banco Solimex	Multibanco Mercantil de México
Banco Internacional	Banco Refaccionario de Jalisco
Banco Monterrey	Banpais
Banco de Oriente	Umbanco
Banca de Provincias	
Fusiones decretadas	
Las 12 instituciones fusionantes:	Las 20 instituciones fusionadas:
Banco Nacional de México	Banco Provincial del Norte
Bancoentr	Banco de Comercio
Banca Serfin	Banco Azteca
	Banco de Tuxpan
	Financiera Crédito de Monterrey
Banca Credi	Artibanco Guadaluajara
Multibanco Lamerex	Banco Comercial del Norte
Banco Continental	Banco Gamadero
Banco del Centro	Banco del Interior
	Hipotecaria del Interior
	Banco Mercantil de Zacatecas
Banco del Atlántico	Banco Panamericano
Banco del Noroeste	Banco Occidental de México
	Banco Provincial de Sinaloa
Promoción y Fomento	Banco Abotruad
Banco Latino	Corporación Financiera
	Financiera Industrial y Agrícola
Crédito Mexicano	Banco Leonaria
	Banco Popular
	Probanca Norte
Nota importante: Las instituciones fusionantes conservan el personal y oficinas de las fusionadas.	
Instituciones en proceso de liquidación	
Instituciones que ya no operan	Últimos bancos de capitalización
Banco Regional del Pacífico	Banco Capitalizador de Monterrey
Financiera de Crédito Mercantil	Banco Capitalizador de Veracruz
Financiera de Crédito Industrial y Comerciales	Banco Comercial Capitalizador
Financiera de León	Banco General de Capitalización
Financiera del Fomento	Banco Popular de Fintoceras y Ahorros
Sociedad Financiera de Industria y Fomento	
Las operaciones contratadas por los bancos de capitalización, se mantendrán vigentes para lograr el cabal cumplimiento de los compromisos contraídos con el público.	

SERVICIOS QUE OFRECEN LAS INSTITUCIONES BANCARIAS NACIONALIZADAS.

EN LA ANTIGUEDAD, LOS BANCOS OFRECIÁN MUY POCOS SERVICIOS, PERO DEBIDO AL CRECIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y DE LAS DIFERENTES NECESIDADES QUE HAN RESULTADO DEL DESARROLLO SE HA INCREMENTADO EL NÚMERO DE ÉSTOS, SIENDO ENTRE OTROS:

- AVALÚOS DE BIENES RAÍCES
- CAJAS DE SEGURIDAD
- COBRANZAS
- COMPRA VENTA DE DIVISAS Y ORO
- CRÉDITOS COMERCIALES
- CUENTAS DE AHORRO
- CUENTAS DE CHEQUES
- FIDEICOMISOS
- FINANCIAMIENTOS
- HIPOTECAS
- PLANES DE INVERSIÓN A CORTO Y LARGO PLAZO
- PRÉSTAMOS DIRECTOS
- PRÉSTAMOS DE HABILITACIÓN Y AVÍO
- PRÉSTAMOS PERSONALES
- PRÉSTAMOS PRENDARIOS (CONSUMO DURADERO)
- PRÉSTAMOS REFACCIONARIOS
- TARJETA DE CRÉDITO

COMO SE PUEDE OBSERVAR ÉSTOS SON ALGUNOS DE LOS SERVICIOS BANCARIOS QUE SE OFRECEN ACTUALMENTE Y DÍA CON DÍA LOS BANCOS -- SE ESFUERZAN POR DAR COMODIDAD Y CONFORT A LA CLIENTELA, TANTO ASÍ QUE ALGUNAS OFICINAS CUENTAN CON SERVICIO DE AUTOBANCO, DEPÓSITO NOCTURNO E INCLUSIVE SE PUEDE OBTENER DINERO EN EFECTIVO POR MEDIO DE LA TARJETA DE CRÉDITO FUERA DEL HORARIO DE SERVICIO; EN FIN CONFORME VA PASANDO EL TIEMPO SE VAN BUSCANDO NUEVAS IDEAS QUE HAGAN MÁS PLACENTERA LA UTILIZACIÓN DE -- LOS SERVICIOS BANCARIOS.

INSTITUCIONES BANCARIAS MAS IMPORTANTES QUE CONFORMAN ACTUALMENTE EL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL.

LA COMISIÓN NACIONAL DE VALORES REVELÓ:

35 BANCOS PRIVADOS CON 4,159 SUCURSALES, ANTES DE LA NACIONALIZACIÓN.

LOS BANCOS PRIVADOS MÁS IMPORTANTES EN MÉXICO, SEGÚN SU CAPTACIÓN DE RECURSOS SON:

- BANCOMER
- BANAMEX
- SERFÍN
- MULTIBANCO COMERMEX

POSTERIORMENTE A LA NACIONALIZACIÓN SE NOMBRARON NUEVOS DIRECTORES A LAS DIFERENTES INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO, COMO SON:

BANCOMER	LIC. ANTONIO CARRILLO FLORES
BANAMEX	LIC. DAVID IBARRA MUÑOZ
SERFÍN	LIC. JOSÉ JUAN DE OLLOQUI
MULTIBANCO COMERMEX	LIC. GUSTAVO PETRICCIOLLI
SOMEX	LIC. MARIO RAMÓN BETETA
INTERNACIONAL	LIC. MANUEL SÁNCHEZ LUGO
ATLÁNTICO	LIC. FRANCISCO VIZCAYA
BANPAÍS	LIC. ALFREDO LUENGAS

B.C.H.	LIC. LUIS A. CHICO PARDO
BANCRESER	LIC. JESÚS RODRÍGUEZ Y RODRÍGUEZ
BANCA CREMI	LIC. JAIME CORREDOR
SOFIMEX	LIC. JAVIER VEGA MANZO
BANCO ABOUMRAD	BANCO DE PROMOCIÓN Y FOMENTO
CORPORACIÓN FINAN- CIERA	BANCO LATINO
FINANCIERA INDUS- TRIAL AGROPECUARIA	BANCO LATINO
BANCO LONGORIA	BANCO DE CRÉDITO MEXICANO
BANCO POPULAR	BANCO DE CRÉDITO MEXICANO
PROBANCA NORTE	BANCO DE CRÉDITO MEXICANO

(27 DE AGOSTO 82, UNO MÁS UNO)

CAPITULO III

IMPACTO DE LA NACIONALIZACION BANCARIA

- DIFERENTES SECTORES QUE CONFORMAN LA ECONOMÍA NACIONAL.

- A) PÚBLICO USUARIO
- B) SECTOR PRIVADO
- C) SECTOR SOCIAL
- D) SECTOR EXTRANJERO

IMPACTO DE LA NACIONALIZACION BANCARIA

- DIFERENTES SECTORES QUE CONFORMAN LA ECONOMÍA NACIONAL:

- 15 SEP. 76 - EXCELSIOR, BETETA, NI CONGELACIÓN NI NACIONALIZACIÓN BANCARIA.
- 17 SEP. 76 - EL SOL DE MÉXICO, LA S.H.C.P., EL BANCO DE MÉXICO Y LA C.N.V., INFORMAN QUE NO SE NACIONALIZARÁ LA BANCA.
- 18 SEP. 76 - EL UNIVERSAL, SEGURIDAD BANCARIA.
- 24 ABR. 80 - EL UNIVERSAL, PARTIDOS DE OPOSICIÓN APOYAN LA NACIONALIZACIÓN BANCARIA Y HOTELERA.
- 27 JUN. 81 - EL UNIVERSAL, EL P.S.D., SE PRONUNCIA POR LA NACIONALIZACIÓN.
- 19 DIC. 81 - EXCELSIOR, MANUEL URIBE C. DIRECTOR DEL BANCO OBRERO, OPINA QUE LA NACIONALIZACIÓN SERÍA ABSURDA.
- 20 FEB. 82 - EL DÍA, RICHARD MINISTRO DE RELACIONES EXTERIORES DE FRANCIA, ESCRIBE QUE PARA CONSOLIDAR LA ECONOMÍA DE UN PAÍS SE DEBE NACIONALIZAR LA BANCA.
- 06 AGS. 82 - EXCELSIOR, ARQ. RAÚL OLMEDO, LA INESTABILIDAD DEL PESO REQUIERE DE LA NACIONALIZACIÓN.
- 20 AGS. 82 - NOVEDADES, ARQ. CARLOS SERRAT, "NACIONALIZACIÓN BANCARIA O SUSPENSIÓN DE PAGOS AL EXTERIOR".
- 21 AGS. 82 - EL NACIONAL, BANQUEROS SOLIDARIOS CON EL PRESIDENTE JOSÉ LÓPEZ P., LAS UTILIDADES LAS INVIERTEN.

- 23 AGS. 82 - EXCELSIOR, ARG. MANUEL H. MONTENEGRO, PARA MEJORAR LAS FINANZAS SE DEBE NACIONALIZAR LA BANCA.
- 28 AGS. 82 - EL NACIONAL, EL PRESIDENTE JOSÉ LÓPEZ PORTILLO - ASEGURA QUE LA NACIONALIZACIÓN NO AFECTA A LOS - USUARIOS.
- ARG. ALBERTO MORALES, LA NACIONALIZACIÓN ES UN - VIEJO ANHELO DE LA REVOLUCIÓN.
 - ALANIS FUENTES, PRECURSOR DE JUSTICIA, PIDE --- ORIENTAR AL PÚBLICO DE LOS BENEFICIOS.
- 10 SEP. 82 - TODOS LOS DIARIOS, LIC. JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, DECRETÓ LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA Y CONTROL - DE CAMBIOS.
- 02 SEP. 82 - EXCELSIOR, GUILLERMO B. ZETINA, LA NACIONALIZA-- CIÓN Y EL CONTROL DE CAMBIOS REPRESENTAN SEGURID-- DAD EN EL AHORRO.
- 02 SEP. 82 - EL DÍA, DAVID COLMENARES PARAMO, EXCELSIOR, JOR-- GE URIBE, DICHA MEDIDA REFUERZA EL PAPEL RECTOR-- DE LA ECONOMÍA.
- 02 SEP. 82 - EXCELSIOR, EL BANCO DE AMÉRICA APRUEBA LA MEDIDA.
- JOSÉ LUIS CEREÑA, LA NACIONALIZACIÓN ES UN PASO-- HISTORICO.
- 02 SEP. 82 - EL DÍA, ENRIQUE PADILLA, MEDIDA EN BENEFICIO DE-- LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.
- 02 SEP. 82 - NOVEDADES, JOAQUÍN DORIGA, APOYA LA MEDIDA.
- 02 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, LUIS E. MERCADO, 37 BANCOS Y 100 - DE LAS EMPRESAS MÁS IMPORTANTES DEL PAÍS, INCOR-- PORADAS AL ESTADO.

- 02 SEP. 82 - EL SOL DE MÉXICO, 3 BILLONES EN ACTIVOS BANCA --
RIOS "SILVESTRE GONZÁLEZ".
- 02 SEP. 82 - EL HERALDO, MEDIDA NECESARIA.
- 02 SEP. 82 - EXCELSIOR, DIRIGENTES OBREROS, CAMPESINOS Y PO--
LÍTICOS SE SOLIDARIZAN CON LA MEDIDA.
- 02 SEP. 82 - NOVEDADES, EDITORIAL APOYA LA DETERMINACIÓN.
- EL ANUNCIO HIZO QUE BANQUEROS Y HOMBRES DE EM---
PRESA PERDIERAN EL COLOR.
- 02 SEP. 82 - EL DÍA, EDITORIAL. LA NACIONALIZACIÓN ES UN LO-
GRO DE LA REVOLUCIÓN.
- 02 SEP. 82 - EL HERALDO, HACER FRENTE A PRESIONES DEL EXTE---
RIOR, LA NACIONALIZACIÓN COMO UN PASO ATRÁS.
- 02 SEP. 82 - EL DÍA, ENRIQUE PADILLA ARAGÓN, AVANCE A LA SO--
CIEDAD IGUALITARIA.
- 02 SEP. 82 - EXCELSIOR, VALENTÍN CAMPA, MANIFIESTA SU APOYO A
LAS MEDIDAS GUBERNAMENTALES.
- IMPIDE LA POLICÍA EL ACCESO A LOS BANCOS.
- TRABAJADORES BANCARIOS PIDEN LA NACIONALIZACIÓN-
DE COMERCIOS.
- CONCESIÓN RETIRADA "POLÍTICA DE ESPECULADORES".
- 02 SEP. 82 - EL DÍA, LA C.T.M., S.U.T.I.N., C.R.D.C., Y LA --
FEDERACIÓN REVOLUCIONARIA DE OBREROS RESPALDAN -
LA MEDIDA.
- 02 SEP. 82 - EL HERALDO, CARLOS GONZÁLEZ, PRESIDENTE DE LA CA
MARA DE INDUSTRIALES DE JALISCO, MUESTRA SU IN--
CONFIRMIDAD, INDICANDO QUE HABRÁ BUROCRATISMO.

- 02 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, EL SRIO. DEL EPISCOPADO DE MÉXICO, GERARDO ALAMILLA, ESCRIBE QUE LA EXPROPIACIÓN NO ES EL CAMINO.
- 02 SEP. 82 - EXCELSIOR, ABEL VECENCIO TOVAR, SACADOLARES ENTRE LOS QUE APLAUDIERON.
- 03 SEP. 82 - EXCELSIOR, IGNACIO BURGOA, MEDIDA INCONSTITUCIONAL.
- 03 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, EL PRESIDENTE SE LE BOTÓ LA CANICA PRESIDENTE DE CANACINTRA.
- 03 SEP. 82 - EL NACIONAL, MARIO RAMÓN BETETA, DINERO DEL --- CLIENTE ESTARÁ SEGURO, PRESIDENTE DEL CONSEJO DE SOMEX.
- 03 SEP. 82 - EXCELSIOR, CLOUTIER, EL SECTOR EMPRESARIAL VE -- UNA INCERTIDUMBRE EN EL FUTURO DEL PAÍS.
- EL AHORRADOR PERDERÁ LA CONFIANZA.
 - EUGENIO CLARION REYES, PRESIDENTE INDUSTRIAL DE MONTERREY, SE PIERDEN LAS LIBERTADES INDIVIDUALES.
 - EL FUTURO DE LA INDUSTRIA PRIVADA ES POSITIVO.
 - JAVIER GARDUÑO, PRESIDENTE DE LA LIGA DE ECONOMISTAS, SE DETIENE LA SANGRÍA ECONÓMICA.
 - JORGE BARDARÁ, INDUSTRIAL DE VALLEJO, NO ES LA FORMA DE RESOLVER LA CRISIS.
 - EDUARDO MILES, PRESIDENTE IMEF, CUESTIONA LA CAPACIDAD DEL GOBIERNO.

- MANUEL CLOUTIER, MEDIDA INNECESARIA.
- PAN, VECENCIO TOVAR, OTRO PASO A LA DICTADURA.
- PSUM, AVALA LA MEDIDA.
- 03 SEP. 82 - EL DÍA, FELICITAS PLIEGO, EXPLICARÁ MÉXICO LAS -
CAUSAS AL MUNDO.
- TELLO, LA MEDIDA NO ES EL CAMINO A LA SOCIALIZA-
CIÓN.
- 03 SEP. 82 - EL NACIONAL, SUBSECRETARIO DEL HACIENDA DE ESPA-
ÑA, TRAERÁ BENEFICIOS.
- 03 SEP. 82 - EL DÍA, PSUM, BASE PARA LA REDISTRIBUCIÓN DEL IN-
GRESO JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, TOMÓ LA RECOMENDACIÓN
DE LA IZQUIERDA.
- 03 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, EL MERCADO TIENE UN 35% DE INDUS--
TRIA, COMERCIO Y SERVICIO AL GOBIERNO.
- 03 SEP. 82 - EXCELSIOR, WASHINGTON POST, ESCRIBE QUE ERA UNA-
MEDIDA NECESARIA.
- 03 SEP. 82 - EL DÍA, LOS GOBERNADORES RATIFICAN SU APOYO A --
JOSÉ LÓPEZ PORTILLO.
- SE INCREMENTARÁN LOS CRÉDITOS AL CAMPO.
- 03 SEP. 82 - EL SOL, EDITORIAL, NADA CAMBIARÁ INFORMA CARLOS-
TELLO.
- 03 SEP. 82 - EL DÍA, VICTOR CERVERA PACHECO, NO ESTARÁ SOLO -
EL SEÑOR PRESIDENTE.
- EDITORIAL, ACTO MASIVO APOYA AL SEÑOR PRESIDENTE
- JUAN MALDONADO, SENTIMIENTO PATRIÓTICO NACIONAL--
POR LA MEDIDA.
- LE MONDE, LA NACIONALIZACIÓN CREA UN BUEN EXCE--

DENTE PARA EL 3ER. MUNDO.

- ASOCIACIÓN ECONÓMICA AL SERVICIO DEL ESTADO, PRO-
PUSIERON A JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, CREAR UN FONDO -
PARA EL PAGO.

03 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, PRESIDENTE DE LA SUPREMA CORTE DE-
JUSTICIA, PUEDEN AMPARARSE LOS BANQUEROS.

03 SEP. 82 - EL NACIONAL, EL PESO OPERARÁ CON DOS TIPOS DE --
CAMBIO \$ 50.00 Y \$ 70.00.

03 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, REACCIÓN FAVORABLE EN E.U.

03 SEP. 82 - EL NACIONAL, CARLOS TELLO, NO FUÉ TARDÍA NI VA--
MOS AL SOCIALISMO.

03 SEP. 82 - NOVEDADES, CONASUPO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LA BAN-
CA CRECIÓ ESPECTACULARMENTE.

03 SEP. 82 - EL NACIONAL, NICARAGUA LÓGICA REACCIÓN DE UN PA-
ÍS ATROPELLADO POR EL CAPITALISMO,

- MARIO MOYA P., DIR. FONATUR, LA REVOLUCIÓN MEXI-
CANA DA UN PASO ADELANTE.

- LA NACIONALIZACIÓN, EL ESTADO DARÁ MAYOR CON- --
GRUENCIA AL DESARROLLO NACIONAL.

03 SEP. 82 - EXCELSIOR, HABRÁ EFICIENCIA CABAL DICE JOSÉ LÓ--
PEZ PORTILLO.

03 SEP. 82 - EL DÍA, EL PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA DE OAXACA,
OPINA QUE FUÉ UNA MEDIDA SENSATA.

03 SEP. 82 - EL DÍA, APOYO DE ZACATECAS.

03 SEP. 82 - EL NACIONAL, APOYO DE DURANGO.

- EL MINISTRO DE HACIENDA DE BRASIL, DICE QUE ES -
UNA DECISIÓN SOBERANA DE MÉXICO.

- SRIA. DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO, RAMÓN AGUIRRE, NO HAY MOTIVO PARA QUE HAYA PÁNICO EN LOS AHORRADORES.
- 03 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, APOYO DEL PUEBLO.
- 03 SEP. 82 - EL NACIONAL, PERÚ OPINA QUE FUÉ NECESARIA LA NACIONALIZACIÓN, POR LA CRISIS QUE EXISTE EN MÉXICO.
- JOSÉ DORANTES SEGOVIA, PRESIDENTE DE LA FETSE, - DECISIÓN DE 70 MILLONES DE MEXICANOS NO DE UNO.
- 03 SEP. 82 - EL DÍA, EDMUNDO JORDAN ZARATE, GOLPE A LA BURGUESÍA.
- 03 SEP. 82 - EXCELSIOR, ROBERTO MONTENEGRO, MAGNÍFICO GOLPE - DEL ESTADO A FAVOR DE LAS MAYORÍAS.
- 03 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, ABEDROD DÁVILA, PRESIDENTE DE LA - ASOCIACIÓN DE BANQUEROS, ESCRIBE; NO SE GENERARÁN ACTITUDES VIOLENTAS.
- 03 SEP. 82 - EL DÍA, RAÚL MONCADA, ESCRIBE; " BRAVO AL SEÑOR - PRESIDENTE "
- GÓNZALEZ AVELAR, GARANTÍA PARA EL PRÓXIMO SEXE-- NIO.
- 03 SEP. 82 - EXCELSIOR, "RED PRIVADA", MANUEL BUENDÍA ALABA A JOSÉ LÓPEZ PORTILLO.
- 03 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, CASTILLO PERAZA CUESTIONA LA NACIO - NALIZACIÓN.
- 04 SEP. 82 - EL DÍA, JOSÉ HERRERA U., GERENTE TÉCNICO DEL FON - DO DE FOMENTO APOYO A LA AGROINDUSTRIA, LA BANCA SEGUIRÁ MANEJANDO EL MISMO NIVEL DE CRÉDITO.

- 04 SEP. 82 - EXCELSIOR, CANACINTRA EN NUEVO LEÓN, EL GOBIERNO NO NACIONALIZÓ PARA TENER MAYOR CONTROL Y PODER.
- JAVIER BLANCO, CUIDADO CON EL TOTALITARISMO.
- 04 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, JAVIER DUEÑAS, ESPECTATIVAS POSITIVAS POR LA NACIONALIZACIÓN, EL ESTADO PODRÁ OTORGAR MORATORIAS A LOS DEUDORES DE LAS INSTITUCIONES, OFRECER MAYORES PLAZOS, DETENER LA INFLACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE LA ECONOMÍA.
- 04 SEP. 82 - EXCELSIOR, JORGE DEL RINCÓN, PRESIDENTE DEL CCE, DE SINALOA, SE UNE AL PARO NACIONAL EN PROTESTA POR LA NACIONALIZACIÓN.
- AGUSTÍN RODRÍGUEZ TREJO, ARTÍCULO, LA NACIONALIZACIÓN SÍMBOLO DE INDEPENDENCIA FINANCIERA.
 - DIRECTOR DEL DIARIO DE BOGOTÁ, OFRECE MÉXICO UN EJEMPLO AL MUNDO.
 - OBISPO ERNESTO CORRIPIO, ES ADELANTADA LA DECISIÓN DE JOSÉ LÓPEZ PORTILLO.
 - OCTAVIO RIVERO S., RECTOR DE LA U.N.A.M., DEBEMOS ESTAR UNIDOS CON RESPONSABILIDAD EN TORNO A LA NACIONALIZACIÓN.
 - PSUM, DEMANDA UNA LEY CONTRA CONSPIRACIONES QUE HACEN LOS EXBANQUEROS EN NUEVO LEÓN.
- 04 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, SINDICATOS INDEPENDIENTES Y PSUM - EXPRESAN SU ADHESIÓN.
- 04 SEP. 82 - EL SOL DE MÉXICO, LUIS SUÁREZ, DESPUÉS DE TANTAS DEVALUACIONES, LA NACIONALIZACIÓN ES LA REVALUACIÓN DE JOSÉ LÓPEZ PORTILLO.

- 04 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, PARA INDEMNIZAR A BANQUEROS, UN FIDEICOMISO RECAUDARÍA APORTACIONES.
- 04 SEP. 82 - EXCELSIOR, GRAN MÍTIN EN EL ZÓCALO EN APOYO.
- EDITORIAL, AHORA EFICIENCIA.
- 04 SEP. 82 - EL SOL DE MÉXICO, "EN TODO LO ALTO" JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, PASE A LA HISTORIA.
- 04 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, "LA POLÍTICA", JOSÉ LÓPEZ PORTILLO RESCATÓ LA DIGNIDAD Y LA CONFIANZA DE MÉXICO.
- 04 SEP. 82 - EL DÍA, HÉCTOR RAMÍREZ, JOSÉ LÓPEZ PORTILLO MANDÓ A LA CÁMARA DE DIPUTADOS INICIATIVA Y REFORMAS PARA DAR CONSTITUCIONALIDAD A LA NACIONALIZACIÓN.
- LA NACIONALIZACIÓN, TEMA DE EDUCACIÓN CÍVICA DEL NIÑO EN LA ESCUELA 3 AMÉRICAS.
- 04 SEP. 82 - EXCELSIOR, FRANCISCO MAGÓN, LOS EXBANQUEROS LLO-RAN POR LA LIBERTAD.
- EMBAJADAS DE ISRAEL, CUBA, CHECOSLOVAQUIA Y LA ORGANIZACIÓN PALESTINA APOYAN A LA NACIONALIZACIÓN PUES DICEN QUE TONIFICA LA ECONOMÍA.
- 04 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, EDITORIAL, MANIFESTACIÓN EN APOYO A LA JUSTICIA DE LAS MAYORÍAS.
- 04 SEP. 82 - EL SOL DE MÉXICO, "DIARIO DE UN POLITÓLOGO", JÚBILO POPULAR.
- 04 SEP. 82 - EXCELSIOR, S.P.P., FORTALECER LA CAPACIDAD INSTITUCIONAL DEL ESTADO LA NACIONALIZACIÓN.
- 04 SEP. 82 - EXCELSIOR, TABASCO SE SOLIDARIZA CON EL GOBIERNO.

- ARTÍCULO, ISABEL ZAMORENO, JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, - TIEMPOS MÁS DIFÍCILES PARA LOS AJUSTES ECONÓMICOS.
 - REFUGIADOS CHILENOS APOYAN A LA DETERMINACIÓN.
 - PSUM Y PRT, BUROCRATIZAR LA BANCA SERÍA UNA TRAICIÓN AL PAÍS.
 - JESÚS RANGEL, A PUERTA CERRADA SE REÚNEN LOS DIRIGENTES EMPRESARIALES PARA ANALIZAR LA SITUACIÓN.
 - PROCURADOR DEL CONSUMIDOR, PLIEGO MONTES, NO HACER CASO A RUMORES.
- 04 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, JOSÉ LÓPEZ PORTILLO PIDE APOYO AL PUEBLO.
- 05 SEP. 82 - EL SOL DE MÉXICO, "DETRÁS DEL PODER", LA BANCA DE ESTADOS UNIDOS APLAUDE LA NACIONALIZACIÓN.
- 05 SEP. 82 - AVANCE, HAY QUIENES PREFIEREN LA VIOLENCIA A LA NACIONALIZACIÓN.
- 05 SEP. 82 - EL DÍA, ¿DÓNDE ESTÁ EL PODER DE LA BANCA PRIVADA?
- 05 SEP. 82 - EXCELSIOR, DEMANDA EL PSUM QUE NO HAYA PASO ATRÁS A LA NACIONALIZACIÓN.
- "A MITAD DEL FORO", APLAUDIDORES DE HOY CONDENAN A VIEJOS ALIADOS.
 - LA BANCA PRIVADA, PESE A LOS RECLAMOS.
- 05 SEP. 82 - EXCELSIOR, SE ACUERDAN PROHIBIR CAMPAÑAS CONTRA LA NACIONALIZACIÓN.
- HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, INVESTIGADOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, UN SELECTO GRUPO CONTROLA

BA LA ACTIVIDAD BANCARIA.

- 05 SEP. 82 - NOVEDADES, DR. MARIO CORIN SALAS, DIRECTOR DE LA ESCUELA SUPERIOR DE ECONOMÍA POLÍTICA, LA DESCAPITALIZACIÓN SUFRIDA EN DOS AÑOS IBA A OCASIONAR UNA "ARGENTIZACIÓN".
- 05 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, DESIGNÓ 59 -- NUEVOS DIRECTORES PARA LOS BANCOS.
- LA I.P., DEFINIRÁ SECCIONES FRENTE A LA NACIONALIZACIÓN.
- 05 SEP. 82 - EL DÍA, OJEDA PAULLADA, NO HABRÁ DESBANDADA EL LUNES EN LOS BANCOS.
- 05 SEP. 82 - EXCELSIOR, "FRENTE POLÍTICO", GUILLERMO C. ZETINA, EL PAÍS EN JALISCO APOYA A JOSÉ LÓPEZ PORTILLO.
- GOLPES A PRIVILEGIADOS.
- 05 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, HERIBERTO CASTILLO, LA NACIONALIZACIÓN MOLESTO A LOS BANQUEROS POR TIEMPO INDEFINIDO.
- 05 SEP. 82 - EL NACIONAL, ARTÍCULO, JOSÉ LÓPEZ PORTILLO TOMÓ EL TIMÓN DE LA ECONOMÍA.
- EDITORIAL, SERVICIO LEAL AL PUEBLO Y AL PAÍS CON LA NACIONALIZACIÓN.
- 05 SEP. 82 - EL NACIONAL, JOSÉ MUÑOZ COTA, CALIFICA DE UN --- GRAN HOMBRE A JOSÉ LÓPEZ PORTILLO POR LA NACIO-- NALIZACIÓN.
- 05 SEP. 82 - EXCELSIOR, SEGURIDAD EN LOS DEPÓSITOS AFIRMAN -- LOS EMPLEADOS BANCARIOS.

- CONFÍA LA CCE, QUE LA MEDIDA NO SEA IRREVOCABLE.
- 05 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, BURGOA, DICE QUE ES UN INSTRUMENTO JURÍDICO PLAGADO DE ERRORES.
- 05 SEP. 82 - EXCELSIOR, LA ASOCIACIÓN DE BANQUEROS DE MÉXICO, NO NOS Oponemos a LA ENTREGA DE LAS INSTITUCIONES.
- 06 SEP. 82 - NOVEDADES, LUIS PASOS, MOTIVO DE LA NACIONALIZACIÓN SE CONVIRTIÓ EN UN INSTRUMENTO PARA MECANIZAR LA FUGA DE CAPITALES, LO CUAL REFUTA.
- 06 SEP. 82 - EL DÍA, EDITORIAL, LA RADIO Y TV, NO DEFORMARÁN EL SENTIDO DE LA NACIONALIZACIÓN.
- 06 SEP. 82 - EXCELSIOR, FRENTE POLÍTICO, RAMÓN MORONES, EL PAN AFIRMA QUE LA NACIONALIZACIÓN NO ES LA SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS.
 - JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, NADA ILEGAL, HAY EN EL DECRETO, LA CONSTITUCIÓN ES LA BASE.
 - JOSÉ LÓPEZ PORTILLO ENCABEZA EL IZAMIENTO DE LA BANDERA EN BANAMEX.
- 06 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, JOSÉ LÓPEZ PORTILLO TENDRÁ QUE SER MUY ENERGÍCO.
 - EDITORIAL, SE CUESTIONA SI EL ESTADO PODRÁ ADMINISTRAR LA BANCA SIN BUROCRATISMO.
- 06 SEP. 82 - EXCELSIOR, CARLOS TELLO, DIRECTOR DEL BANCO DE MÉXICO, MEDIDAS DE LA BANCA.
- 06 SEP. 82 - EL DÍA, ENTREVISTAS AL PÚBLICO, SEGUIRÁN TRABAJANDO COMO SIEMPRE.
- 06 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, LA BANCA MEXICANA DE ABOGADOS ESTU

DIARÁ LOS DECRETOS EMITIDOS POR JOSÉ LÓPEZ PORTI LLO.

- 06 SEP. 82 - EL DÍA, IRMA MANRIQUE, LA EXPROPIACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COADYUVARÁ CON LA BANCA, PARA EVITAR ESPECULACIÓN Y RUMORES.
- 06 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, EL HOUSTON CHRONICIE DUDA SOBRE LA EFICIENCIA DE LA NACIONALIZACIÓN.
- 06 SEP. 82 - EXCELSIOR, SE COMPARA LA NACIONALIZACIÓN CON LA EXPROPIACIÓN DEL PETRÓLEO.
- EL GOBIERNO DE ESTADOS UNIDOS, DICE QUE LA MEDIDA NO ES SOCIALIZANTE, PERO SI VE UN SENTIDO --- OPUESTO A LOS REQUERIMIENTOS INTERNACIONALES DE AYUDAR A PAÍSES EN PROBLEMAS.
- 06 SEP. 82 - EL DÍA, RAÚL CARRANCA Y RIVAS, LA NACIONALIZACION ESTA RESPALDADA POR EL ART. 27 CONSTITUCIONAL.
- 06 SEP. 82 - AVANCE, ARTÍCULO POR JOSÉ ARMANDO FLORES, FUÉ EXPROPIACIÓN NO NACIONALIZACIÓN.
- 06 SEP. 82 - EXCELSIOR, NACIONAL HOTELERA ENTREGÓ \$ 650,000.00 PARA EL PAGO DE LA NACIONALIZACIÓN.
- 06 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, LOS ERRORES DEL GOBIERNO FUERON LA CAUSA DE LA NACIONALIZACIÓN.
- 06 SEP. 82 - EXCELSIOR, NOTABLE AUMENTO EN EL AHORRO, LOS AHORROS MÁS SEGUROS QUE NUNCA.
- 07 SEP. 82 - EL DÍA, JORGE ALCOCER INVESTIGADOR Y CATEDRÁTICO DE LA U.N.A.M., LA NACIONALIZACIÓN DEBE SERVIR -

PARA ORIENTAR EL APARATO PRODUCTIVO NACIONAL.

- 07 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, EN ESTA FECHA AÚN SE MUESTRA LA INCERTIDUMBRE SOBRE LO QUE ABARCA LA NACIONALIZACIÓN INDICANDO QUE SI ABARCA TAMBIÉN LAS EMPRESAS, VAMOS HACIA EL SOCIALISMO.
- 07 SEP. 82 - EXCELSIOR, MEDIDAS PARA LA NACIONALIZACIÓN, CARLOS TELLO.
- RAÚL OLMEDO, "LA CRISIS", LA NACIONALIZACIÓN -- ES UNA MEDIDA ANTICONCEPTIVA PARA EL SUBDESARROLLO.
- 07 SEP. 82 - EL SOL DE MÉXICO, MERINO RABAGO, S.R.O. S.A.R.H., LA NACIONALIZACIÓN PERMITIRÁ MAYORES RECURSOS AL AGRO.
- 07 SEP. 82 - EL NACIONAL, LAS INVERSIONES Y RETIROS SÓLO LOS NECESARIOS.
- 07 SEP. 82 - EL HERALDO, SUBSECRETARIO DE HACIENDA, ESCRIBE:-- QUIEN DESEE PUEDE RETIRAR SUS FONDOS.
- 07 SEP. 82 - EXCELSIOR, EL GOBIERNO DE QUINTANA ROO SE SOLIDARIZA.
- 07 SEP. 82 - EL DÍA, LA S.H.C.P., PROPONDRÁ CONSTITUIRLAS COMO ORGANISMOS DESCENTRALIZADOS.
- ESPINOZA IGLESIAS ENTREGÓ LA DIRECCIÓN DE BANCO-MER A ANTONIO CARRILLO F.
- 07 SEP. 82 - EL NACIONAL, EL PRESIDENTE DE LA C.T.M., INDICÓ-- QUE LOS DONATIVOS LOS RECIBIRÁ EL BANCO OBRERO,
- EXPLICACIÓN OFICIAL A EUROPA DE LOS MOTIVOS SOBRE LA NACIONALIZACIÓN.

- 07 SEP. 82 - EL DÍA, EDITORIAL, CALIFICA DE INSENSATEZ LAS DE
CLARACIONES DE LOS EMPRESARIOS.
- LOS BANQUEROS NO DAN CRÉDITO A LAS PALABRAS DE -
JOSÉ LÓPEZ PORTILLO.
- 07 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, ARTÍCULO, JOSÉ PENIAGUE ARREDONDO,
MÉXICO ES LO QUE INTERESA.
- JOSÉ CARREÑO DIPUTADO PRIISTA, RESPUESTA DEL ES-
TADO AL SAQUEO.
- 07 SEP. 82 - EXCELSIOR, E. IGLESIAS ASISTIÓ AL IZAMIENTO DE -
BANDERA.
- 07 SEP. 82 - EL DÍA, LOS EMPLEADOS BANCARIOS NO DESEAN PERTE-
NECER AL APARTADO B.
- 07 SEP. 82 - EXCELSIOR, ESTUDIA EL CONGRESO DE SONORA UN COMI
TÉ PARA EL PAGO DE INDEMNIZACIÓN.
- 08 SEP. 82 - EXCELSIOR, LA DECISIÓN DE JOSÉ LÓPEZ PORTILLO DE
EXPROPIAR EN FAVOR DE LA NACIÓN LAS INSTITUCIO--
NES NACIONALES DE CRÉDITO, FUÉ UN GOLPE MAESTRO--
A LA BURGESÍA FINANCIERA.
- 08 SEP. 82 - EL DÍA, APOYO DEL GOBIERNO DE QUERÉTARO A JOSÉ--
LÓPEZ PORTILLO.
- 08 SEP. 82 - NOVEDADES, LOS BANQUEROS DE LOS-ESTADOS UNIDOS -
REACCIONARON NEGATIVAMENTE.
- 08 SEP. 82 - EL NACIONAL, MOYA PALENCIA, CON LA NACIONALIZA--
CIÓN SE AMPLÍA EL HORIZONTE TURÍSTICO.
- 08 SEP. 82 - EL NACIONAL, LOS INDUSTRIALES RESPONDEN AL LLAMA
DO DE JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, COMIENZAN A REGRESAR--
LOS DÓLARES DEL PAÍS.

- 08 SEP. 82 - EL DÍA, VENDER ACCIONES DE EMPRESAS QUE PASARON AL PODER DEL ESTADO SERÍA UN RETROCESO Y EL PUEBLO NO LO PERDONARÍA.
- INCREMENTO DE LA TASA DE INTERÉS, FORTALECERÁ LA ESTRUCTURA ECONÓMICA.
 - PMT DICE QUE ES DELITO CONTRA LA ECONOMÍA EL PAIRO PATRONAL.
 - LOS EMPRESARIOS DEBEN PENSAR QUE LOS HECHOS HISTÓRICOS SUCEDEN POR LA EVOLUCIÓN ECONÓMICA.
- 09 SEP. 82 - EXCELSIOR, ARTÍCULO, CONTROLABA LA BANCA EL DESARROLLO NACIONAL.
- 09 SEP. 82 - AVANCE, SOMEX PRUEBA COMO EL ESTADO PUEDE MANEJAR LA BANCA NACIONALIZADA, JOSÉ LÓPEZ PORTILLO.
- 09 SEP. 82 - EXCELSIOR, ABEL VICENCIO TOVAR, LA VERDADERA RAZÓN DE LA NACIONALIZACIÓN FUÉ POLÍTICA, RESCATAR SU IMÁGEN POR EL DESPILFARRO, ERRORES DEVALUATORIOS.
- EL VICEPRESIDENTE DEL FIRST. NAC. DICE QUE LAS RELACIONES ENTRE LOS BANCOS DE ESTADOS UNIDOS Y MÉXICO ESTÁN PARALIZADAS.
- 09 SEP. 82 - EL NACIONAL, MÉXICO RESCATÓ SU PRINCIPAL INSTRUMENTO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA, ANDRÉS OTEYZA.
- 09 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, HERIBERTO CASTILLO, NO AL ANONIMATO DE LAS ACCIONES, PORQUE SE PRESTAN A PRESTANOMBRES DEL EXTRANJERO.
- 09 SEP. 82 - EL SOL DE MÉXICO, CARLOS TELLO NUEVO DIRECTOR DEL BANCO DE MÉXICO.

- GUILLERMO MORA "EN TODO LO ALTO" ADRIAN LAJOUS--
RENUNCIÓ AL CARGO DEL BANCO NACIONAL DE COMER--
CIO EXTERIOR, POR NO ESTAR DE ACUERDO CON LA NA-
CIONALIZACIÓN.

09 SEP. 82 - EL NACIONAL, MANIFESTACIÓN DE APOYO EN OAXACA.

09 SEP. 82 - EXCELSIOR, EL PRI DICE QUE LA BANCA JAMÁS SE DA-
RÁ EN CONCESIÓN.

09 SEP. 82 - EL NACIONAL, VUELVE EL DINERO DE DESORIENTADOS.

09 SEP. 82 - EXCELSIOR, IÑIGO LAVIADA, DICE QUE LOS DIRECTO--
RES DE LAS INSTITUCIONES MEREcen RESPETO.

10 SEP. 82 - EXCELSIOR, EL RESGUARDO ADUANAL MEXICANO, APOR--
TÓ \$ 250,000.00 PARA LA NACIONALIZACIÓN.

10 SEP. 82 - EL NACIONAL, LA NACIONALIZACIÓN ES UN BENEFICIO-
PARA TODOS.

10 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, LA NACIONALIZACIÓN NO SIGNIFICA LA
ELIMINACIÓN DE LA ECONOMÍA MIXTA.

- AUDITORÍAS TRIMESTRALES PARA EVITAR FRAUDES.

- LA NACIONALIZACIÓN CON MISTERIOS JURÍDICOS.

10 SEP. 82 - EL SOL DE MÉXICO, FRACASO DE PARO EMPRESARIAL.

10 SEP. 82 - EL NACIONAL, EL PRESIDENTE ELECTO MANTENDRÁ ACTI
VA LA DEMOCRACIA EN MÉXICO.

13 SEP. 82 - NOVEDADES, UN ACUERDO QUE BORRÓ 57 AÑOS DE SISTE
MA BANCARIO.

13 SEP. 82 - EXCELSIOR, "RED PRIVADA, EMPRESARIOS CON JOSÉ LÓ
PEZ PORTILLO".

13 SEP. 82 - EL DÍA, URUGUAY APOYA A JOSÉ LÓPEZ PORTILLO.

13 SEP. 82 - EL UNIVERSAL, PUNTO DE VISTA SOVIÉTICO, LA NACIO
NALIZACIÓN ES INCOMPATIBLE CON LA REAGONÍA Y LAS
RECETAS DEL F.M.I.

13 SEP. 82 - EXCELSIOR, EL CCE INDICA QUE ES INMINENTE EL PA-
RO EN PROTESTA.

CAPITULO IV

PUBLICIDAD Y LA BANCA

- LA PUBLICIDAD BANCARIA
 - A) QUE ES LA PUBLICIDAD BANCARIA
 - B) IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD EN LAS INSTITUCIONES BANCARIAS NACIONALIZADAS

- DIFERENTES TIPOS O ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD SEGÚN EL SERVICIO QUE PRESTAN AL PÚBLICO
 - A) MEDIOS DE DIFUSIÓN
 - B) CAMPAÑAS PUBLICITARIAS
 - C) SELECCIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO

LA PUBLICIDAD BANCARIA

LA PUBLICIDAD ES UNA SERIE DE TÉCNICAS Y ACTIVIDADES PARA PLANIFICAR Y PREPARAR UN MENSAJE Y LLEVARLO HASTA EL MERCADO DESEADO.

EN BASE A LO ANTERIOR PODEMOS DEDUCIR QUE LA PUBLICIDAD BANCARIA CONSISTE EN LA ELABORACIÓN DE PLANES O PROYECTOS CON EL PROPÓSITO ESPECÍFICO DE DAR A CONOCER AL PÚBLICO EN GENERAL - LOS SERVICIOS QUE OFRECE UNA INSTITUCIÓN DE CRÉDITO, A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN POSIBLES.

LA PUBLICIDAD BANCARIA EN SENTIDO MODERNO TUVO SUS INICIOS EN LA DÉCADA DE LOS SESENTAS, QUE ES CUANDO LA PRIMERA INSTITUCIÓN DE CRÉDITO REALIZÓ CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD A NIVEL NACIONAL, APROVECHANDO LAS VENTAJAS Y TÉCNICAS DE LOS DIVERSOS MEDIOS PUBLICITARIOS, PUES ANTERIORMENTE LA FORMA DE COMUNICACIÓN ENTRE CLIENTES Y BANCOS, ERA MEDIANTE CARTAS, CIRCULARES VOLANTES Y AVISOS; QUE VIENE SIENDO LA PUBLICIDAD DIRECTA ACTUAL.

LOS OBJETIVOS QUE SE PERSIGUEN EN LA PUBLICIDAD BANCARIA SON:

- CREAR Y MANTENER LA IMAGEN POSITIVA DE LA INSTITUCIÓN.
- PROMOVER PUBLICITARIAMENTE LA VENTA ESPECÍFICA DE LOS SERVICIOS.

EN GENERAL LA PUBLICIDAD BANCARIA SE CANALIZA A TRAVÉS DE TODOS LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y ADEMÁS EMPLEAN LA PROMOCIÓN DIRECTA DE SUS FUNCIONARIOS. TAMBIÉN UTILIZAN COMO ARMA PUBLICITARIA EL BUEN SERVICIO Y TRATO DE LOS EMPLEADOS - PARA CON EL PÚBLICO, ASPECTO IMPORTANTE YA QUE LA MAYORÍA DE-

LAS INSTITUCIONES OFRECEN LOS MISMOS SERVICIOS.

- IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD EN LAS INSTITUCIONES BANCARIAS NACIONALIZADAS.

LA PRINCIPAL ACTIVIDAD DEL DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD EN LAS INSTITUCIONES NACIONALES DE CRÉDITO, ES LANZAR CAMPAÑAS PUBLICITARIAS BASÁNDOSE PARA ELLO EN UN ANÁLISIS MINUCIOSO Y DETALLADO DE LO QUE SE VA A REALIZAR, ASÍ PUES DENTRO DE LA GRAN-VARIEDAD DE FUNCIONES QUE SE EFECTÚAN ESTÁN:

- A) ANALIZAR UN SERVICIO DETERMINADO Y SU MERCADO REAL Y POTENCIAL.
- B) ESTABLECER LOS OBJETIVOS A LOGRAR POR MEDIO DE LA CAMPAÑA-PUBLICITARIA.
- C) EVALUAR LA ACEPTACIÓN Y/O RECHAZO DEL PÚBLICO PARA ALGÚN -SERVICIO Y EL USO QUE SE TIENE DEL MISMO.
- D) CREAR UN LEMA (SLOGAN), QUE LOGRE IDENTIFICACIÓN CON EL --SERVICIO Y EL BANCO.
- E) SELECCIONAR TEMAS MUSICALES, HASTA ELEGIR EL MÁS ADECUADO-PARA AYUDAR A LA MEMORIZACIÓN DEL MENSAJE.
- F) EFECTUAR UN ANÁLISIS DE LOS DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICA---CIÓN, A FIN DE ELEGIR LOS QUE MÁS CONVENGAN PARA CUBRIR EL MERCADO QUE SE PRETENDE.
- G) REALIZAR UNA PRUEBA PILOTO A NIVEL PÚBLICO DEL GRADO DE --COMPRESIÓN DE LAS FRASES Y LEMAS PUBLICITARIOS QUE SE PRO-PONEN.

EL DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD DEBE TENER MUY EN CUENTA EL PRE-SUPUESTO PUBLICITARIO DEL AÑO, YA QUE ES UN FACTOR DETERMINAN-TE.

DICHO PRESUPUESTO SE BASA EN:

- LA EXPERIENCIA DE LOS COSTOS Y RESULTADOS DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS EMPLEADOS EN EL AÑO ANTERIOR.
- AUMENTO EN LOS COSTOS DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS.
- ANÁLISIS DEL PROYECTO PARA LAS NECESIDADES PUBLICITARIAS,-- CONSIDERANDO LA ACTIVIDAD DE LA COMPETENCIA.

ANTES DE REALIZAR UNA CAMPAÑA, SE EFECTÚAN ESTUDIOS DE IMAGEN Y PENETRACIÓN, EN BASE A LA RECORDABILIDAD PUBLICITARIA, A -- FIN DE CONOCER LAS FALLAS ANTERIORES.

LOS RESULTADOS QUE SE PRETENDEN OBTENER SON:

IMAGEN DE LOS BANCOS, UTILIZACIÓN DE SERVICIOS, MOTIVOS DE -- PREFERENCIA, PENETRACIÓN PUBLICITARIA POR MEDIOS, RECORDABILIDAD DE LEMAS O FRASES (SLOGANS), ETC. TODO ESTO CLASIFICADO-- POR SEXOS, OCUPACIONES, EDADES Y NIVELES SOCIO-ECONÓMICOS.

UNA VEZ DEFINIDO EL TIPO DE CAMPAÑA A UTILIZAR SE LE SOLICITA A UNA O VARIAS AGENCIAS PUBLICITARIAS, LA PRESENTACIÓN DE UN ANTE PROYECTO, EL CUAL INDIQUE MEDIOS A UTILIZAR, DURACIÓN Y COSTOS, PARA SELECCIONAR EL MAS ADECUADO E INICIAR LA CAMPAÑA. ESTO ES EN SÍ LA FORMA EN QUE ACTÚA UN DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD EN TODA INSTITUCIÓN DE CRÉDITO.

SE CONSIDERA QUE ES DE GRAN IMPORTANCIA LA PUBLICIDAD EN LAS INSTITUCIONES BANCARIAS NACIONALIZADAS, PORQUE A PESAR DE QUE HOY EN DÍA SON PROPIEDAD DEL PAÍS, SUS OBJETIVOS Y FINES SI-- GUEN SIENDO LOS MISMOS, SIENDO PRINCIPALMENTE LA CAPTACIÓN DE DIVISAS.

DIFERENTES TIPOS O ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD SEGUN EL SERVICIO QUE PRESTAN AL PUBLICO:

- MEDIOS DE DIFUSIÓN.

LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN SON LAS FORMAS O CANALES DE LOS CUALES SE SIRVEN LAS AGENCIAS PUBLICITARIAS PARA HACER LLEGAR AL PÚBLICO O FUTURO USUARIO EL ANUNCIO DE UN PRODUCTO O SERVICIO - DE ALGUNA MARCA ESPECÍFICA O INSTITUCIÓN BANCARIA.

ÉSTOS MEDIOS O CANALES PUEDEN SER IMPRESOS, AUDITIVOS, VISUALES Y AUDIOVISUALES, SIENDO ÉSTOS:

- LA PRENSA
- TELEVISIÓN
- RADIO
- CINEMATOGRAFÍA
- PUBLICIDAD DIRECTA
- PUBLICIDAD EXTERIOR
- PUBLICIDAD EN INTERIORES

- PRENSA.

ES EL MÁS ANTIGUO DE TODOS LOS MEDIOS Y DENTRO DE ESTE GRUPO TENEMOS TODO LO QUE SE REFIERE A IMPRENTA COMO SON PERIÓDICOS Y REVISTAS.

POR LO QUE RESPECTA A LOS PRIMEROS, ESTÁN LOS DE CIRCULACIÓN-DIARIA, SEMANAL, QUINCENAL Y MENSUAL, SIENDO LOS EMITIDOS DIARIAMENTE LOS DE MAYOR ADQUISICIÓN ENTRE EL PÚBLICO CONSUMIDOR. EN EL GRUPO DE REVISTAS LAS HAY DE MUY DIVERSAS CLASES Y PARA DIFERENTES SECTORES, TALES COMO: FEMENINAS, MASCULINAS, PARA-

EL HOGAR, ESPECIALIZADAS, ETC.

EN ELLAS SE PUEDE ANUNCIAR EL PRODUCTO O SERVICIO DEPENDIENDO DEL SECTOR AL QUE SE DESEA LLEGAR, O SEA LOS POSIBLES CONSUMIDORES. GENERALMENTE LOS UTILIZAN LAS AGENCIAS PUBLICITARIAS PARA PODER LLEGAR A SECTORES MÁS ESPECÍFICOS, TALES COMO MÉDICOS, PROFESIONISTAS, DESPACHOS, ETC.

- VENTAJAS DE LOS PERIÓDICOS.

- FLEXIBILIDAD

OFRECEN AL ANUNCIANTE MAYOR FLEXIBILIDAD TERRITORIAL.

- PRESTIGIO EN LA COMUNIDAD

A LOS ANUNCIANTES LES AGRADA COMPARTIR EL PRESTIGIO DE QUE GOZAN LOS PERIÓDICOS.

- DIFUSIÓN INTENSA

ALGUNOS DE LOS PERIÓDICOS POSEEN GRAN DIFUSIÓN EN NUESTRO MEDIO Y LLEGAN A UN MAYOR NÚMERO DE PERSONAS.

- EL LECTOR CONTROLA LA EXPOSICIÓN.

EL LECTOR DEDICA EL TIEMPO QUE NECESITA PARA LEER EL PERIÓDICO Y PUEDE HACERLO DE NUEVO SI LO DESEA.

- LIMITACIONES DE LOS PERIÓDICOS.

- VIDA EFÍMERA

LOS PERIÓDICOS TIENEN UNA VIDA MUY CORTA YA QUE DESPUÉS DE SER LEÍDOS SON DESECHADOS.

- LECTURA APRESURADA.

POR LO GENERAL NO DEDICA MUCHO TIEMPO A LA LECTURA DEL PERIÓDICO, POR LO QUE EL ANUNCIO DEBE PRODUCIR UNA RÁPIDA IMPRESIÓN.

- MALA PRODUCCIÓN

NO OBSTANTE DE QUE LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN DE LOS PERIÓDICOS ESTÁ MUY ADELANTADA, NO DEJA DE TENER FALLAS EN ESTE ASPECTO LO CUAL REPERCUTE A QUE OCUPEN UN LUGAR INFERIOR AL DE LAS REVISTAS.

- VENTAJAS DE LAS REVISTAS

- SELECTIVIDAD

SON TANTOS LOS TIPOS DE REVISTAS EXISTENTES QUE SE PUEDE SELECCIONAR LA MÁS ADECUADA DE ACUERDO A LOS INTERESES DEL ANUNCIANTE.

- REPRODUCCIÓN

LA MAYOR PARTE DE LAS REVISTAS SE IMPRIMEN EN PAPEL DE BUENA CALIDAD Y SU REPRODUCCIÓN ES EXCELENTE, TANTO EN BLANCO Y NEGRO COMO EN COLOR.

- VIDA PROLONGADA

LAS REVISTAS SE CONSERVAN MÁS TIEMPO EN EL HOGAR QUE CUALQUIER OTRO MEDIO PUBLICITARIO.

- LIMITACIONES DE LAS REVISTAS.

- FALTA DE FLEXIBILIDAD

LAS REVISTAS SON TAN FLEXIBLES COMO LOS PERIÓDICOS O ANUNCIOS SUELTOS EN TELEVISIÓN YA QUE LA NATURALEZA DE SU EDICIÓN NO PERMITE HACER CAMBIOS DE ÚLTIMA HORA.

- TELEVISIÓN.

LA PUBLICIDAD QUE SE REALIZA POR TELEVISIÓN TIENE UN MAYOR PORCENTAJE DE RECEPTORES, DE DIVERSOS ESTRATOS SOCIO-ECONÓMICOS - LO QUE HACE QUE SEA UNO DE LOS PRINCIPALES MEDIOS PUBLICITARIOS.

LOS TIPOS DE PUBLICIDAD POR TELEVISIÓN SON:

A) CADENA; ESTE ES CUANDO EXISTEN PROGRAMAS ESPECIALES, SUS PRINCIPALES VENTAJAS SON:

- AMPLIA DIFUSIÓN Y AL MISMO TIEMPO CON UN SOLO PROGRAMA.
- SE LLEGA A TODO EL PAÍS
- SE OBTIENE PRESTIGIO POR PATROCINAR GRANDES EVENTOS.

B) SPOT NACIONAL; ESTE TIPO DE PUBLICIDAD ES CUALQUIER TRANSMISIÓN QUE NO SE REALIZA EN CADENA. SON ANUNCIOS SUELTOS PAGADOS POR CUALQUIER ANUNCIANTE Y SE TRANSMITEN A LO LARGO DE UN PROGRAMA.

C) SPOT LOCAL; ES EL MAS USADO EN NUESTRO MEDIO, YA QUE EN TODOS LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN SE RECIBE LA IMAGEN DE VARIOS ANUNCIOS, LOS CUALES SON PAGADOS POR DIFERENTES DETALLISTAS, FABRICANTES, INSTITUCIONES BANCARIAS, ETC., ADEMÁS TIENE LA VENTAJA DE ATACARSE ÚNICAMENTE A LA REGIÓN QUE SE DESEA LLEGAR.

- VENTAJAS DE LA TELEVISIÓN

- IMPRESIÓN

EL ESPECTADOR CAPTA MEJOR LOS ANUNCIOS PORQUE EL ANUNCIANTE ENVÍA SU MENSAJE POR MEDIOS AUDIOVISUALES.

- DIFUSIÓN DE MASAS.

POR MEDIO DE LA TELEVISIÓN SE LLEGA A UN GRAN NÚMERO DE PERSONAS.

- REPETICIÓN.

LA TRANSMISIÓN CONSTANTE DE UN ANUNCIO HACE QUE LA GENTE CONOZCA EL PRODUCTO. EN LA TELEVISIÓN ES POSIBLE REPETIR EL MENSAJE CON TANTA FRECUENCIA COMO LE SEA POSIBLE PAGAR AL ANUNCIANTE.

- FLEXIBILIDAD.

EN ESTE MEDIO ES POSIBLE HACER UN SINNUMERO DE ANUNCIOS DE CUALQUIER TIPO.

- PRESTIGIO.

SE ADQUIERE PRESTIGIO EN LA TELEVISIÓN CUANDO SE PATROCINAN PROGRAMAS ESPECIALES O EVENTOS IMPORTANTES.

- LIMITACIONES DE LA TELEVISIÓN.

- CONTROLADA

EL CONTROL ESTÁ EN PODER DE LA TELEVISIÓN.

- COSTOS

LOS COSTOS SON LOS MÁS ELEVADOS DE TODOS LOS MEDIOS.

- INDICE DE MORTALIDAD.

SE VUELVE MONÓTONO EL ANUNCIO POR TELEVISIÓN LO CUAL REQUIERE DE CONSTANTE VIGILANCIA.

- DESCONFIANZA EN LA VENTA PERSONAL.

EL PÚBLICO CONFÍA MÁS EN LO IMPRESO Y NO EN LA PALABRA.

- SELECTIVIDAD.

ES NECESARIO SELECCIONAR ADECUADAMENTE EL HORARIO, LO QUE REPERCUTE EN LA ELEVACIÓN DE LOS COSTOS.

- RADIO.

COMO EN LA TELEVISIÓN AQUÍ TAMBIÉN FUNCIONAN LOS TRES TIPOS - DE PUBLICIDAD ENUNCIADOS ANTERIORMENTE.

ESTE TIPO DE MEDIO ES MUY VARIADO, YA QUE EL NÚMERO DE EMISORES, ES BASTANTE Y DE DIFERENTES CLASES, ADEMÁS LA MÚSICA QUE TRANSMITEN ES DIVERSA, PERO CADA UNO TIENE SU ESPECIALIDAD, -- COMO SON:

RADIO-DIFUSORAS DE MÚSICA INSTRUMENTAL, MODERNA, RANCHERA, -- TROPICAL, DE BALADAS, ETC . DE ACUERDO AL SEGMENTO AL QUE SE DESEA LLEGAR SE SELECCIONARÁ LA ESTACIÓN, ASÍMISMO EL PROGRAMA Y EL HORARIO; LAS CUALES SON PAUTAS MUY IMPORTANTES, YA -- QUE CON ELLOS SE LLÉGARÁ A UN NÚMERO MAYOR DE RADIOESCUCHAS. SE HAN VENIDO UTILIZANDO LOS NOTICIEROS PARA INCLUIR ANUNCIOS DE INSTITUCIONES BANCARIAS, ASÍ COMO ANUNCIOS A DIFERENTES HORAS DE DÍA Y POR DIVERSAS ESTACIONES, PROMOCIONANDO LOS SERVICIOS O CREANDO LA IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN.

- VENTAJAS DE LA RADIO.

- INMEDIACIÓN

LOS RADIOESCUCHAS, APARTE DE ESTAR RECIBIENDO LA MÚSICA - QUE LES AGRADA, PUEDEN OIR LOS NOTICIEROS Y LOS ANUNCIOS.

- COSTO REDUCIDO.

LOS COSTOS SON MENORES QUE EN LA TELEVISIÓN.

- FLEXIBILIDAD.

LA RADIO ES BASTANTE FLEXIBLE, YA QUE PUEDE USAR CUALQUIER COMUNICACIÓN QUE SE ADAPTE AL SONIDO. PUEDE SER LA VOZ HUMANA CON MÚSICA O ALGÚN OTRO SONIDO.

- SELECCIÓN DEL PÚBLICO

SE FACILITA LA SELECCIÓN DE PÚBLICO, PUES SE PUEDE LLEGAR A ELLOS POR LA GRAN VARIEDAD DE ESTACIONES, TANTO EN AMPLITUD MODULADA COMO EN FRECUENCIA MODULADA.

- LIMITACIONES DE LA RADIO.

- FRAGMENTACIÓN DEL PÚBLICO.

HAY PARTES DEL PAÍS A DONDE NO LLEGAN LAS TRANSMISIONES DE LA RADIO.

- TRANSITORIEDAD

SE OLVIDA FÁCILMENTE EL ANUNCIO, YA QUE NO SE PUEDE VOLVER A LEER.

- CINEMATOGRAFÍA

ESTE MEDIO ES UTILIZADO POR MUCHOS ANUNCIANTES.

LA TRANSMISIÓN DE ANUNCIOS ES EN LOS CINES, Y PASAN ANTES DE LA PELÍCULA QUE SE EXHIBE, O SEA DENTRO DE LO QUE LLAMAMOS COMUNMENTE "CORTOS".

- PUBLICIDAD DIRECTA.

ES UNA FORMA DE PUBLICIDAD QUE SE ENVÍA DIRECTAMENTE A POSIBLES CLIENTES DETERMINADOS, POR MEDIO DE CORREO, SUCURSALES U OTROS MEDIOS. ACTUALMENTE ES USADA POR CASI TODAS LAS EMPRESAS.

SAS DE NUESTRO MEDIO Y CON BUENOS RESULTADOS.

DIFERENTES CLASES DE PUBLICIDAD DIRECTA:

- CARTA PUBLICITARIA

ES LA FORMA QUE SE EMPLEA CON MAYOR FRECUENCIA Y GENERALMENTE LA PRIMERA QUE USA TODA EMPRESA. PUEDE SER MECANOGRAFIADA, MIMEOGRAFIADA O IMPRESA.

- TARJETAS POSTALES Y TELEGRAMAS.

ÉSTOS MEDIOS SE UTILIZAN PARA COMUNICACIONES BREVES Y SON ENVIADAS COMUNENTE POR TERCERA CLASE O SERVICIO ORDINARIO, EN CASO DE TELEGRAMAS.

- HOJAS SUeltas.

ES UNA HOJA IMPRESA QUE NORMALMENTE VA JUNTO A UNA CARTA, CON EL FIN DE EXPLICAR MÁs DETALLADAMENTE UNA OFERTA O SERVICIO.

- EL PROSPECTO.

SON MÁs GRANDES QUE LOS ANTERIORES Y SUELEN IMPRIMIRSE EN PAPEL MÁs GRUESO; SU MAYOR TAMAÑO FACILITA EL USO DE MÁs MATERIAL VISUAL. SON ENVIADOS POR CORREO SIN NECESIDAD DE USAR SOBRE, YA QUE EL NOMBRE Y LA DIRECCIÓN SE ESCRIBEN EN UN ESPACIO DE LA PORTADA.

- FOLLETOS DESPLEGABLES.

ÉSTOS FOLLETOS TIENEN UN MAYOR TAMAÑO QUE EL DE LOS PROSPECTOS Y SON DE DOS FORMAS: DIPTICO Y TRIPTICO.

ÉL PRIMERO AL ABRIRLO QUEDA EN DOS HOJAS Y EL SEGUNDO TIENE UNA TERCERA HOJA QUE HACE POSIBLE LA INCLUSIÓN DE MAYOR INFORMACIÓN.

- CATÁLOGO

ESTE TIENE MUCHO MÁS PÁGINAS. SU FUNCIÓN ES LA DE SERVIR -
COMO LIBRO DE CONSULTA. SON GUÍAS DE COMPRA EN LA CUAL ---
ILUSTRAN EL PRODUCTO E INCLUYEN SU PRECIO, TENIENDO UN CIER
TO PERIÓDO DE VIGENCIA.

LA FORMA EN QUE LOS BANCOS LA UTILIZAN ES EN COMBINACIÓN --
CON CASAS COMERCIALES Y POR LO GENERAL SON PARA TARJETAHA--
BIENTES.

- ORGANOS PRIVADOS.

SON PUBLICACIONES PERIÓDICAS DENTRO DE UNA EMPRESA, DESTI--
NADAS A LOS EMPLEADOS Y MIEMBROS DE UNA ORGANIZACIÓN.

- LITERATURA ANEXA A LOS PRODUCTOS.

ES CUANDO EN EL ENVASE DEL PRODUCTO SE COMUNICA UN MENSAJE-
O BIEN DENTRO DE ÉSTE SE INCLUYE UN PAPEL PEQUEÑO CON CARAC
TERÍSTICAS E INSTRUCCIONES DE USO.

DE LAS DIFERENTES CLASES DE PUBLICIDAD DIRECTA MENCIONADAS, -
LAS QUE TIENEN MAYOR USO EN LAS INSTITUCIONES BANCARIAS SON:
LA CARTA PUBLICITARIA, TELEGRAMA, FOLLETOS Y CATÁLOGOS.

- PUBLICIDAD EXTERIOR.

ESTE TIPO DE PUBLICIDAD ES LA QUE VEMOS COMUNMENTE EN LA CA--
LLE Y ES DE TRES TIPOS:

- CARTEL

SON LOS ANUNCIOS QUE ESTÁN ARRIBA DE LAS AZOTEAS. ESTE ME-
DIO SE ENFOCA PRINCIPALMENTE A LOS AUTOMOVILISTAS, LOS CUA-
LES DISPONEN DE MUY POCO TIEMPO PARA VERLOS, POR LO TANTO -

TIENEN QUE SER CORTOS Y SENCILLOS, ASÍ COMO EL COLORIDO PARA PODER LLAMAR LA ATENCIÓN, GRACIAS A ÉSTO, EL ANUNCIANTE ESPERA CAUSAR UN RÁPIDO SENTIMIENTO O ASOCIACIÓN, QUE AYUDARÁ A CREAR LA IMAGEN DEL NOMBRE DE LA EMPRESA O PRODUCTO.

- MUESTRAS PINTADAS.

LA PUBLICIDAD PINTADA ES AQUÉLLA QUE SE ENCUENTRA EN LAS PAREDES DE LOS EDIFICIOS; SU TAMAÑO VARÍA DEPENDIENDO DE LAS DIMENSIONES DE LOS MISMOS.

- ANUNCIOS LUMINOSOS.

COMO SU NOMBRE LO INDICA, SON RÓTULOS DE DIVERSOS TAMAÑOS ILUMINADOS.

LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO HAN VENIDO UTILIZANDO LOS CARTELES (ESPECTACULARES), PARA REALIZAR SU PUBLICIDAD Y LA MAYOR PARTE DE ELLOS SE UBICAN EN LAS PRINCIPALES AVENIDAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

- PUBLICIDAD EN INTERIORES.

LA PUBLICIDAD EN INTERIORES ES AQUELLA QUE SE LOCALIZA EN RECINTOS CON MUCHA AFLUENCIA DE PÚBLICO Y SON:

- TEATROS Y CINES

EN ESTOS SE PUEDEN PONER CARTELES, YA SEA EN VITRINAS, EN LA PARED O COLGANTES (MÓVILES)

- ANUNCIOS EN ESTADIOS

LA PUBLICIDAD QUE SE VE EN ESTOS LUGARES, SE LOCALIZA EN LOS MUROS, ALREDEDOR DE LA CANCHA Y FUERA DE ÉSTA, SOBRE EL CÉSPED.

- ANUNCIOS EN ESTACIONES Y TERMINALES

LA UBICACIÓN DE LOS ANUNCIOS EN LAS ESTACIONES Y TERMINALES

SON CARTULINAS PEGADAS EN LAS PAREDES.

- ANUNCIOS EN LOS MEDIOS DE TRANSPORTE.

LA PUBLICIDAD EN LOS TRANSPORTES ES LA QUE VE UNO EN LOS AUTOBUSES URBANOS, TRANVÍAS, Y EN LOS VAGONES DEL METRO, POR LO GENERAL SON CARTULINAS PEGADAS.

EN LA ACTUALIDAD, LOS BANCOS ESTÁN EMPLEANDO TODOS ESTOS MEDIOS DE PUBLICIDAD EN INTERIORES.

- CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.

ES LA FORMA DE UTILIZAR CUIDADOSA Y ORGANIZADAMENTE LA PUBLICIDAD, DE ACUERDO SIEMPRE A LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS ESTABLECIDOS EN LA ORGANIZACIÓN, TODO ÉSTO BASADO SIEMPRE EN LA INFORMACIÓN OBTENIDA DE UN RIGUROSO ESTUDIO MERCADOLÓGICO ENTENDIÉNDOSE POR ELLO, UNA RECOPIACIÓN DE DATOS, TALES COMO PERFIL DE USUARIOS, MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR, LOCALIZACIÓN DEL MERCADO Y LA FUERZA DE VENTAS DE LA EMPRESA.

EL TIEMPO DE DURACIÓN DE UNA CAMPAÑA ES VARIABLE, YA QUE PUEDE SER DE UNA SEMANA, UN MES, O INCLUSO HASTA DE VARIOS AÑOS.

EXISTEN TRES TIPOS DE CAMPAÑA:

PIONERAS O DE INICIO, COMPETITIVAS E INSTITUCIONALES.

- PIONERAS O DE INICIO.

ESTE TIPO DE CAMPAÑAS SON LAS QUE SE REALIZAN CUANDO SE DESEA INTRODUCIR UN NUEVO SERVICIO, INFORMANDO AL PÚBLICO EN GENERAL, LA EXISTENCIA DE ÉSTE Y LOS BENEFICIOS QUE REPRESENTA.

UN EJEMPLO DE ESTE TIPO DE CAMPAÑAS, FUÉ LA CREACIÓN QUE SE HIZO EN AÑOS ANTERIORES DE INSTITUCIONES DE BANCA MÚLTIPLE, POR MEDIO DE LAS CUALES SE NOTIFICA DE LA UTILIDAD QUE REPRESENTAN ESTAS FUSIONES.

- COMPETITIVAS.

POR LO QUE RESPECTA A ESTAS CAMPAÑAS, EL OBJETIVO QUE SE PERSIGUE ES APOYAR LOS SERVICIOS QUE PRESTAN Y TRATAR DE ATRAER UN MAYOR NÚMERO DE CLIENTES.

EN ESTA ÉPOCA, ESTAS CAMPAÑAS SON MUY UTILIZADAS, YA QUE A-

PESAR DE QUE LA BANCA SE HA NACIONALIZADO, HAY UNA COMPETENCIA BASTANTE FUERTE ENTRE DICHAS INSTITUCIONES. DE LOS SERVICIOS QUE MÁS IMPULSO SE LES HA DADO, ESTÁN LAS INVERSIONES, CUENTAS DE AHORRO Y TARJETAS DE CRÉDITO.

- INSTITUCIONAL.

ESTAS CAMPAÑAS MÁS QUE NADA SE ENFOCAN A REALIZAR LA IMAGEN DE CADA INSTITUCIÓN Y MEJORAR SU POSICIÓN EN EL MERCADO. ALGUNOS DE LOS BANCOS ESTÁN REALIZANDO CAMPAÑAS DE ESTE TIPO. ACTUALMENTE SE ESTÁN LLEVANDO A CABO CAMPAÑAS PUBLICITARIAS POR VARIAS INSTITUCIONES, EMPLEANDO TODOS LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN POSIBLES Y APROVECHAN LOS EVENTOS IMPORTANTES PARA PATROCINARLOS.

ES NECESARIO VERIFICAR EL DESARROLLO DE LAS CAMPAÑAS, CON EL OBJETO DE VER SI ESTÁN LOGRANDO LOS OBJETIVOS TRAZADOS PARA LO CUAL SE UTILIZAN AGENCIAS ESPECIALIZADAS O DIRECTAMENTE POR EL DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD.

EXISTEN TRES FACTORES A COMPROBAR DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA:

- A) ANTES DE LANZARSE AL PÚBLICO, SE EFECTÚA UNA PRUEBA PILOTO PARA PODER VER SI LOGRAN LOS OBJETIVOS.
- B) CUANDO SE HA LANZADO LA CAMPAÑA SE VERIFICA SI ESTÁN CUMPLIENDOSE CON LA EFICACIA DESEADA.
- C) POR ÚLTIMO, CUANDO SE TERMINÓ LA CAMPAÑA, SE EVALÚA EL EFECTO QUE CAUSÓ EN RELACIÓN CON LA COMPETENCIA.

EN SÍ ESTA ES LA FORMA EN QUE SE DESARROLLA UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA, CLARO ESTÁ QUE EXISTE GRAN DIFERENCIA ENTRE UNA Y OTRA, POR LA NATURALEZA DE LOS SERVICIOS.

- SELECCIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO.

EN ESTA SECCIÓN HAREMOS MENCIÓN A LOS CINCO PRINCIPALES FACTORES QUE DEBEMOS TOMAR EN CUENTA PARA LA SELECCIÓN DE NUESTRO-MEDIO PUBLICITARIO:

- A) LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO, EL TAMAÑO DE ÉSTE, SU LOCALIZACIÓN Y SUS ASPECTOS CUALITATIVOS, COMO SON: SEXO, EDAD, OCUPACIÓN Y NIVELES SOCIO-ECONÓMICOS.
- B) LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO, SU NATURALEZA, SU RELACIÓN, LA EXISTENCIA DE OTROS, SUS SIMILITUDES CON LOS MEDIOS O LIMITACIONES COMO SON: INDIVIDUALIDAD Y LA IMPORTANCIA DE LA ESTRATEGIA DE OTRAS MARCAS.
- C) LAS CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN EMPLEADO Y EL GRADO EN EL QUE LOS ELEMENTOS DISTRIBUIDOS LOGRAN LLEGAR A ESTABLECER COMUNICACIÓN CON LOS ENCARGADOS QUE DEBEN TOMAR DECISIONES RESPECTO A LOS MEDIOS DE PUBLICIDAD.
- D) ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE VENTAS, SU IMPORTANCIA, LA ACTIVIDAD DE COMERCIALIZACIÓN EN RELACIÓN CON EL ESFUERZO TOTAL PUBLICITARIO Y LA NECESIDAD DE COMUNICAR LA ACTIVIDAD-PUBLICITARIA A LOS COMERCIOS DEL RAMO.
- E) LA NATURALEZA DEL TEXTO PUBLICITARIO IMPONE LA ELECCIÓN DEL MEDIO Y AQUÉLLOS EN QUE SU CONTENIDO NO ES EL FACTOR DETERMINANTE, PERO INFLUYE EN CIERTO MODO SOBRE LA ELECCIÓN

ES IMPORTANTE QUE PARA LA ELECCIÓN DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS, SE REALICE UNA EVALUACIÓN DE ÉSTOS FACTORES MERCADOLÓGICOS, ASÍ COMO DE OTROS QUE SEAN PECULIARES DE LA SITUACIÓN-ESPECIFICA DE QUE SE TRATE.

ESTAS CINCO RAZONES SON APLICABLES TANTO EN LOS PRODUCTOS COMO A LOS SERVICIOS, POR LO CUAL LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO AL LLEVAR A CABO UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA, DEBERÁN TOMARLAS EN CUENTA Y ASÍ PODER ELEGIR EL MEDIO MÁS ADECUADO DE ACUERDO AL TIPO DE SERVICIO QUE SE DESEE PROMOCIONAR.

POR EJEMPLO, SI EL SERVICIO A LANZAR ES EL CRÉDITO AL CAMPO, LOS ESFUERZOS DE LAS CAMPAÑAS DEBERÁN DIRIGIRSE A LAS PERSONAS QUE TENGAN ALGUNA RELACIÓN CON ÉSTE Y NO A LAS AMAS DE CASA O ESTUDIANTES; POR LO CUAL EL MEDIO A UTILIZAR SERÁN LAS REVISTAS ESPECIALIZADAS EN GANADERÍA, AGRICULTURA, APICULTURA ENTRE OTRAS.

PARA LA SELECCIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DEBEMOS TOMAR EN CUENTA EL TIPO DE CAMPAÑA A QUIEN VA DIRIGIDA, A FIN DE UTILIZAR LOS MEDIOS QUE MÁS SE ADAPTEN A ÉSTE.

NORMALMENTE SE SELECCIONA EL MEDIO DE DIFUSIÓN CON MAYOR PENETRACIÓN ENTRE EL PÚBLICO QUE INTERESE, POR LO REGULAR ES LA TELEVISIÓN Y COMO MEDIOS DE APOYO LOS QUE MÁS SE ADAPTEN A LOS OBJETIVOS DE CADA CAMPAÑA, COMO SON:

LA RADIO, PERIÓDICOS, REVISTAS, CINE, PUBLICIDAD DIRECTA EN INTERIORES Y EN EXTERIORES.

NO DEBEMOS OLVIDAR QUE UN FACTOR IMPORTANTE EN LA SELECCIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO SON LOS RECURSOS QUE POSEE CADA INSTITUCIÓN.

CAPITULO V.

ENCUESTAS

- IMAGEN DE LA BANCA NACIONALIZADA ANTE EL PÚBLICO

EL PRESENTE CAPÍTULO CONTIENE EL CASO PRÁCTICO LLEVADO A CABO POR MEDIO DEL ESTUDIO DENOMINADO SONDEO DE MERCADO.

DICHO ESTUDIO CONSISTIÓ EN LLEVAR A CABO 300 ENCUESTAS, DENTRO DE LAS CUALES SE INCLUYERON LAS PREGUNTAS QUE SE CONSIDERARON NECESARIAS PARA OBTENER LA INFORMACIÓN QUE SE DESEABA. LAS ENCUESTAS FUERON REALIZADAS A PERSONAS DE DIFERENTES EDADES, SEXO Y NIVEL SOCIO-ECONÓMICO.

SE ELIGIÓ LLEVAR A CABO 300 ENCUESTAS PUES SE CONSIDERÓ SER UNA CANTIDAD ADECUADA PARA DICHO ESTUDIO:

$$s = \sqrt{\frac{9 P Q}{N}} \quad \text{INTERVALO DE 99\%}$$

$$s = \sqrt{\frac{9 (50\% \times 50\%)}{300}}$$

$$s = 8\% \quad \text{MARGÉN DE ERROR}$$

EL OBJETIVO QUE SE PERSIGUIÓ CON EL CUESTIONARIO QUE SE PRESENTA A CONTINUACIÓN FUÉ DETECTAR CUAL ERA LA IMAGEN Y LO QUE OPINABA EL PÚBLICO USUARIO SOBRE LA NACIONALIZACIÓN BANCARIA Y EL SERVICIO DE DICHAS INSTITUCIONES. DICHO CUESTIONARIO SE COMPONE DE 10 PREGUNTAS, DENTRO DE LAS CUALES SE CONSIDERÓ REÚNEN TODOS LOS DATOS QUE SE REQUERÍAN PARA OBTENER LA INFOR

MACIÓN INDISPENSABLE PARA PODER LLEVAR A CABO LA INVESTIGA---
CIÓN ES DECIR, CONOCER EL IMPACTO QUE CAUSÓ LA NACIONALIZA---
CIÓN BANCARIA AL PÚBLICO USUARIO.

EL CUESTIONARIO UTILIZADO PARA LA INVESTIGACIÓN ES EL SIGUIEN
TE:

SEXO _____ EDAD _____

1. ¿A QUÉ BANCO ACUDE CON MAYOR FRECUENCIA? ()

1. BANAMEX 2. BANCOMER 3. SOMEX
4. INTERNACIONAL 5. ATLÁNTICO 6. COMERMEX 7. OTRO _____

2. ¿PORQUÉ? ()

1. ATENCIÓN PERSONAL 2. CERCANÍA 3. COMODIDAD
4. PUBLICIDAD 5. TIPOS DE INVERSIÓN

3. ENUMERE EN ORDEN DE IMPORTANCIA LAS OPERACIONES QUE REALIZA CON MAYOR FRECUENCIA EN DICHAS INSTITUCIONES.

- CHEQUES () CRÉDITOS () TARJETAS DE ()
AHORRO () PAGO SERVICIOS () CRÉDITO ()
INVERSIONES () TRANSACC. INT. ()

4. ESTA USTED DE ACUERDO CON LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA?

SI () NO () INDIFERENTE ()

5. CONSIDERA QUE HA CAMBIADO EL SERVICIO CON RESPECTO AL QUE LE OFRECÍAN ANTERIORMENTE?

SI () NO ()

6. ¿EN DÓNDE?

1. EFICIENCIA 2. TRATO PERSONAL 3. OTRO

7. ¿CONOCE USTED ALGUNAS CAUSAS QUE ORIGINARON LA NACIONALIZACIÓN?

SI () NO ()

8. ¿CUALES?

9. CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE QUE CONTINÚE LA PUBLICIDAD DE
LOS DIFERENTES BANCOS?

SI ()

No ()

PORQUÉ? _____

10. ¿QUÉ OPINIÓN TIENE USTED SOBRE LA NACIONALIZACIÓN DE LA -
BANCA?

HIPOTESIS.-

**DEMOSTRAR QUE EL SERVICIO QUE OFRECEN LAS INSTITUCIONES
NACIONALES DE CRÉDITO AL PÚBLICO USUARIO, FUNCIONA CON-
LA MISMA EFICIENCIA QUE ANTES DE LA NACIONALIZACIÓN.**

LA INFORMACIÓN QUE SE OBTUVO DEL CUESTIONARIO PRESENTADO ANTERIORMENTE FUÉ LA QUE SE PRESENTA A CONTINUACIÓN:

SEXO:	%
MASCULINO	56%
FEMENINO	44%

(GRÁFICA No. 1)

NIVEL SOCIO ECONÓMICO:

A ALTO	40%
B MEDIO ALTO	47%
C MEDIO BAJO	13%

(GRÁFICA No. 2)

EDAD:

20 - 25 AÑOS	20%
26 - 30 AÑOS	18%
31 - 35 AÑOS	27%
36 - 40 AÑOS	22%
41 EN ADELANTE	8%
NO CONTESTARON	5%

(GRÁFICA No. 3)

1. A QUE BANCO ACUDE CON MAYOR FRECUENCIA?

EL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA FUÉ CONOCER A QUE BANCO ACUDE EL PERSONAL AL QUE SE ENTREVISTÓ, PARA IDENTIFICAR SOBRE CUAL INSTITUCIÓN BANCARIA NOS ESTA DANDO SU OPINIÓN.

BANAMEX	29%
BANCOMER	38%
SOMEX	3%
INTERNACIONAL	6%
ATLÁNTICO	3%
MULTIBANCO COMERMEX	3%
BANOBRAS	5%
SERFÍN	5%
B.C.H.	2%
SOFIMEX	1%
NAFINSA	1%
BANCA CREMI	1%
NINGUNO (NO CONTESTARON)	3%

(GRÁFICA No. 4)

2. PORQUE?

EL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA FUÉ CONOCER LA RAZÓN POR LA CUAL LA GENTE ENTREVISTADA ACUDE A LOS BANCOS QUE NOS INDICÓ EN LA PREGUNTA No. 1.

ATENCIÓN PERSONAL	18%
CERCANÍA	37%
COMODIDAD	20%
PUBLICIDAD	3%
TIPOS DE INVERSIÓN	17%
RECOMENDACIÓN	1%

No CONTESTARON 4%

(GRAFICA No. 5)

3. ENUMERE EN ORDEN DE IMPORTANCIA LAS OPERACIONES QUE REALIZA CON MAYOR FRECUENCIA.

EL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA FUÉ CONOCER EL TIPO DE OPERACIÓN, EN ORDEN DE IMPORTANCIA QUE REALIZAN LOS CLIENTES EN LOS BANCOS.

CHEQUES	24%
AHORRO	18%
CRÉDITOS	1%
PAGO DE SERVICIOS	24%
TARJETAS DE CRÉDITO	10%
INVERSIONES	19%
TRANSACCIONES INTERNACIONALES	1%
No CONTESTARON	3%

(GRAFICA No. 6)

4. ESTA USTED DE ACUERDO CON LA NACIONALIZACION DE LA BANCA?

EL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA FUÉ CONOCER SI EL PÚBLICO QUE ACUDE A LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO TIENEN UNA OPINIÓN POSITIVA O NEGATIVA SOBRE LA NACIONALIZACIÓN DE LA BANCA.

SI	41%
No	33%
INDIFERENTE	24%
No CONTESTARON	2%

(GRAFICA No. 7)

5. CONSIDERA QUE HA CAMBIADO EL SERVICIO CON RESPECTO AL QUE-
LE OFRECIAN ANTERIORMENTE?

EL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA FUÉ CONOCER LA OPINIÓN QUE --
TIENE EL PÚBLICO SOBRE EL SERVICIO QUE PRESTAN LOS BANCOS--
CON RESPECTO AL QUE PRESTABAN ANTES DE NACIONALIZARSE.

Si	44%
No	53%
No CONTESTARON	3%

(GRÁFICA No. 8)

6. EN DONDE?

EL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA FUÉ IDENTIFICAR EN QUE ELEMEN
TO HAN CAMBIADO EL SERVICIO DE LOS BANCOS AHORA QUE YA SE-
HAN NACIONALIZADO.

EFICIENCIA	27%
TRATO PERSONAL	16%
OTRO	15%
No CONTESTARON	42%

(GRÁFICA No. 9)

7. CONOCE ALGUNAS CAUSAS QUE ORIGINARON LA NACIONALIZACION?

EL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA FUÉ DETERMINAR QUE TANTO EL -
PÚBLICO USUARIO CONOCE SOBRE LAS CAUSAS QUE ORIGINARON LA-
NACIONALIZACIÓN BANCARIA.

Si	63%
No	37

(GRÁFICA No. 10)

8. CUALES?

ÉL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA FUÉ DETECTAR SI EN VERDAD EL PÚBLICO CONOCE SOBRE LAS CAUSAS, YA QUE SE LES PIDIÓ NOS - ENNUMERARAN CUASAS SOBRE LAS QUE TUVIERAN CONOCIMIENTO.

A) EXISTENCIA DE UN MONOPOLIO DE SOCIOS O EMPRESARIOS	11%
B) FUGA DE DIVISAS	27%
C) LA POSIBILIDAD DE MAYOR CAPTACIÓN DE RECURSOS PARA EL GOBIERNO	9%
D) CONTROL DE CAMBIOS	7%
E) CAUSAS POLÍTICAS (MALOS MANEJOS DEL GOBIERNO)	17%
F) No CONTESTARON	29%

(GRÁFICA No. 11)

9. CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE QUE CONTINUE LA PUBLICIDAD DE- LOS DIFERENTES BANCOS?

ÉL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA FUÉ CONOCER LA OPINIÓN DEL PÚBLICO USUARIO, SOBRE LA NECESIDAD DE LA PUBLICIDAD BANCA-- RIA AHORA QUE LOS BANCOS SON PROPIEDAD DEL PAÍS.

Si	45%
----	-----

No	54%
No CONTESTARON	1%

(GRÁFICA No. 12)

PORQUE?

EL OBJETIVO FUÉ CONOCER LAS RAZONES TANTO POSITIVAS COMO NEGATIVAS QUE TIENE EL PÚBLICO USUARIO SOBRE LA PUBLICIDAD BANCA-RIA EN LAS INSTITUCIONES.

SI (POSITIVAS)

- FOMENTO AL AHORRO E INVERSIÓN
- TODAS LAS INSTITUCIONES TRATAN DE DAR UN MEJOR SERVICIO (COMPETENCIA)
- MOTIVACIÓN AL PÚBLICO USUARIO
- LA PUBLICIDAD ES UN ELEMENTO BÁSICO EN UN NEGOCIO
- FOMENTAR CONFIANZA AL PÚBLICO
- CAPTURAR MAYORES INGRESOS POR MEDIO DE LA INVERSIÓN

No (NEGATIVAS)

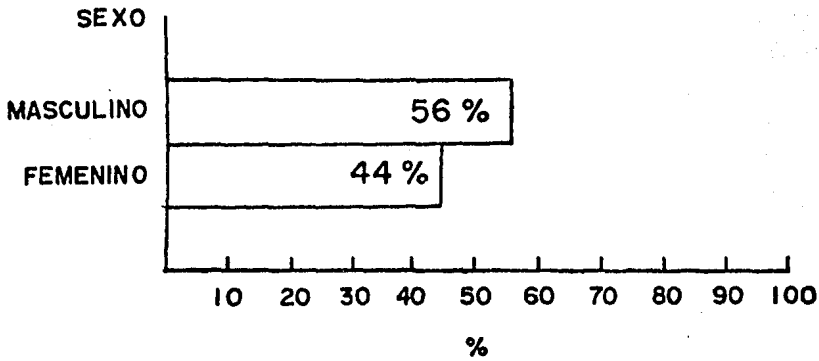
- TODOS LOS BANCOS TIENEN LOS MISMOS SERVICIOS POR SER DEL ES TADO
- ES UN GASTO INNECESARIO
- No HAY COMPETENCIA (MISMA INSTITUCIÓN)
- SE ENCUENTRA CENTRALIZADA
- UTILIZAR EL DINERO EN OTROS FACTORES

10. QUE OPINION TIENE USTED SOBRE LA NACIONALIZACION DE LA BANCA?

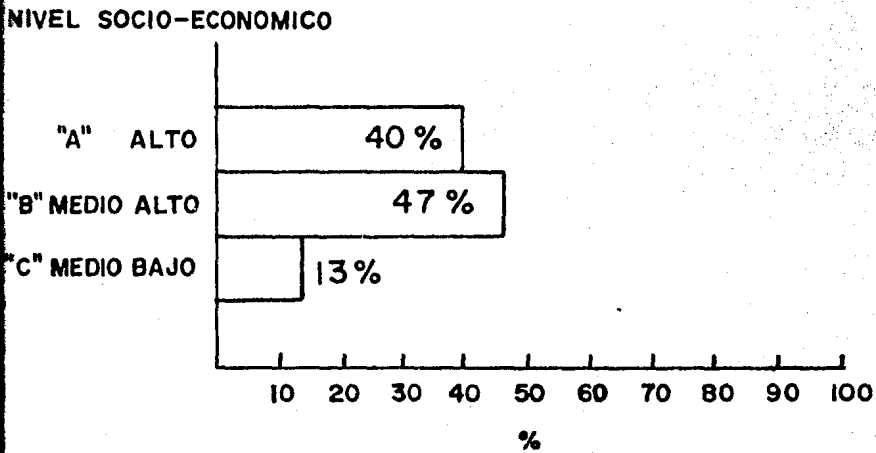
EL OBJETIVO DE ESTA PREGUNTA, FUÉ PARA CONFIRMAR LO QUE NOS HABÍAN CONTESTADO EN LAS ANTERIORES PREGUNTAS (CONSIDERANDOSE DE GRAN IMPORTANCIA).

- YA ESTABA PLANEADA ANTERIORMENTE
- NO SE PUEDE DEFINIR EN ESTE MOMENTO
- SIGUEN OPERANDO IGUAL, NO TIENE QUE VER NADA LA NACIONALIZACIÓN.
- SI SE HACE ADECUADAMENTE SU MANEJO (HONESTIDAD) PUEDE SER FAVORABLE
- ERA LA ÚNICA MEDIDA DE REMEDIAR LA CRISIS
- FUÉ UNA DECISIÓN PRECIPITADA (SIN BÁSES SÓLIDAS)
- NO SE HA INFORMADO AL PUEBLO SOBRE LO QUE EN VERDAD SIGNIFICA
- ES UNA CARGA DURA PARA EL GOBIERNO
- PARA TENER UN MAYOR CONTROL SOBRE BIENES Y SERVICIOS
- DESCONFIANZA EN CUENTAHABIENTES Y EL PÚBLICO EN GENERAL
- ASEGURAR EL PAGO DE LA DEUDA
- FUÉ FUNESTA, CAÓTICA Y SIN RAZONES
- SE ORIGINÓ POR UNA MALA ADMINISTRACIÓN
- FUÉ UN ROBO A LOS DUEÑOS.

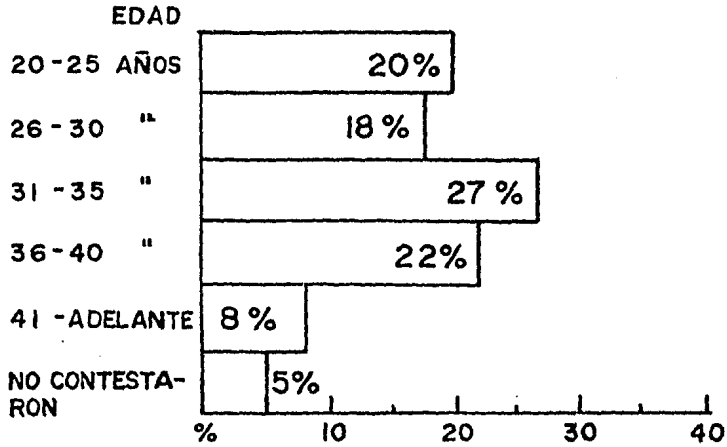
GRAFICA N. 1



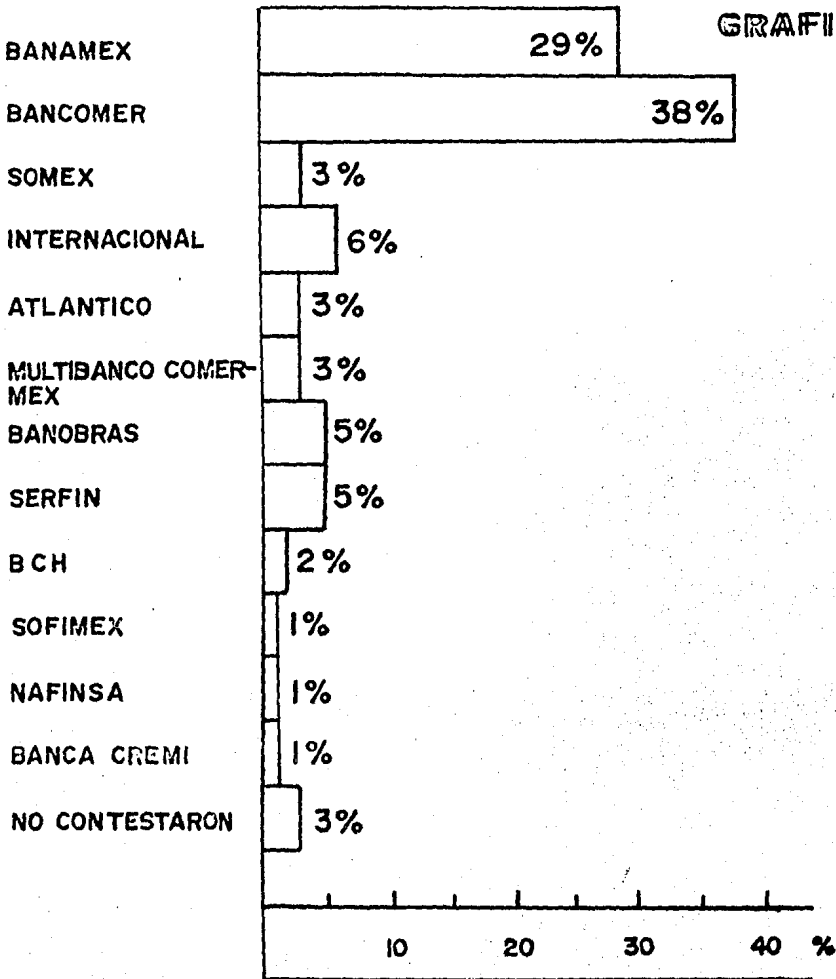
GRAFICA N. 2



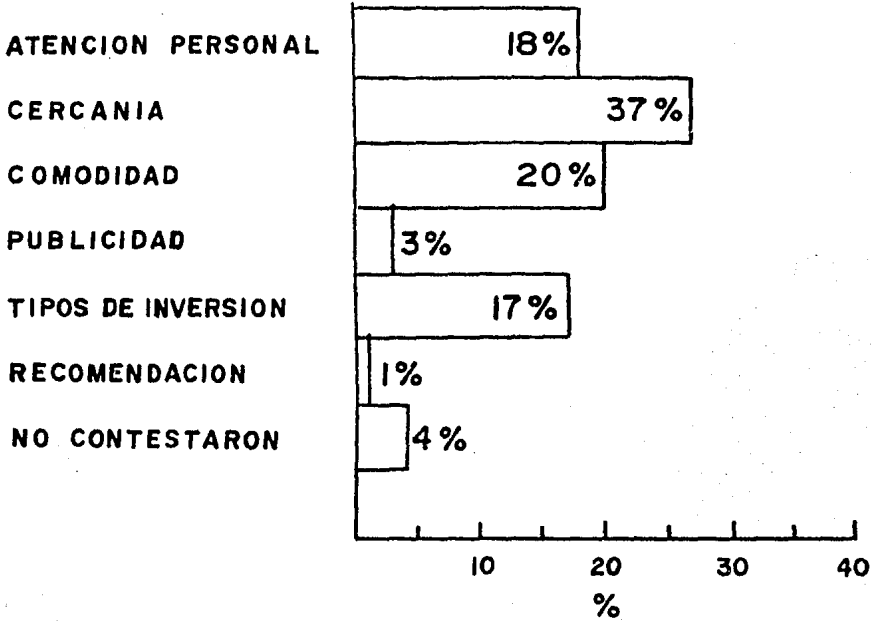
GRAFICA N. 3



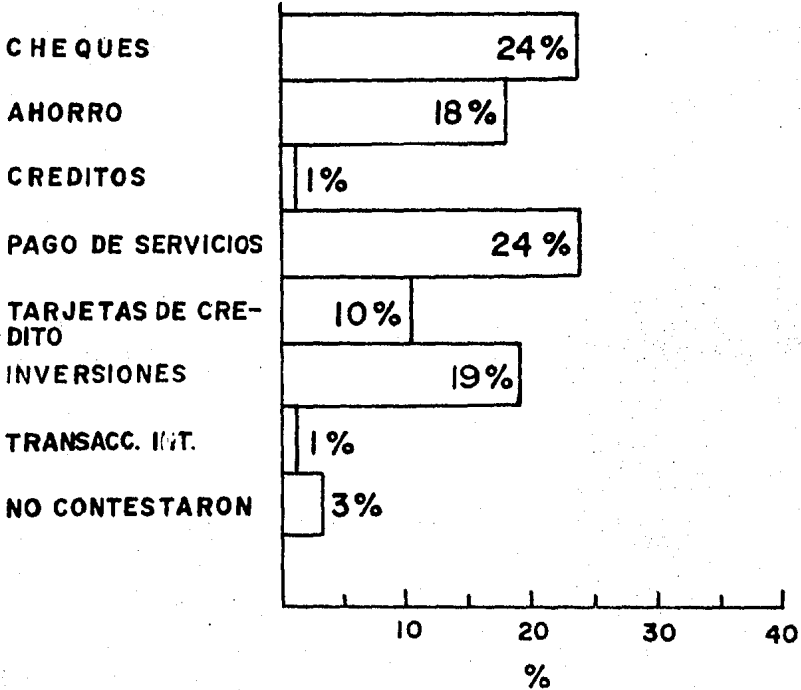
GRAFICA N. 4



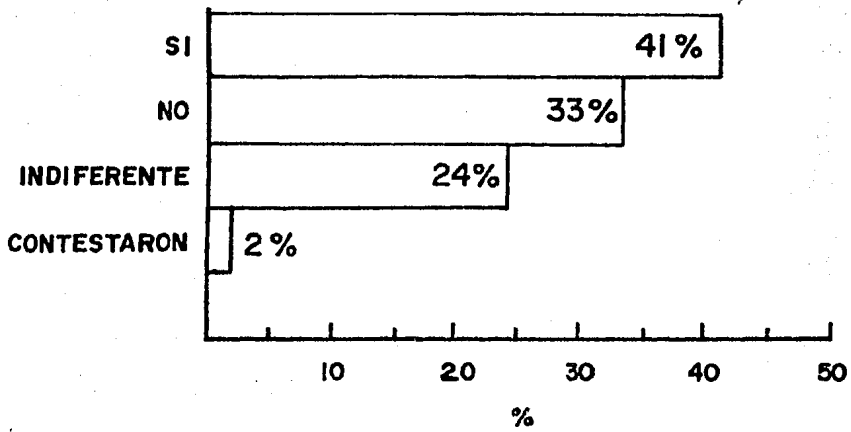
GRAFICA N. 5



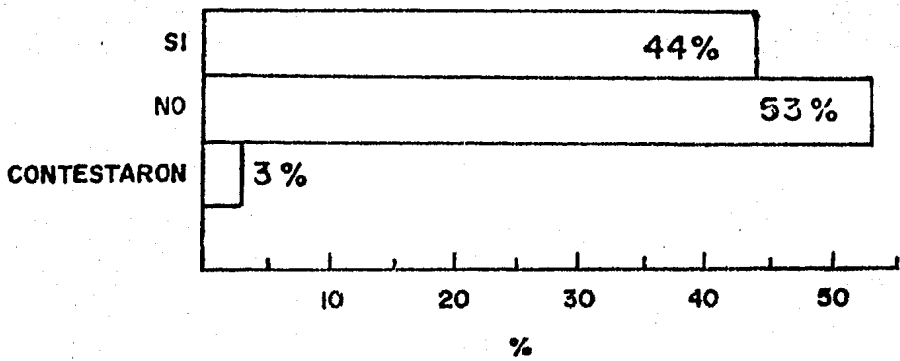
GRAFICA N. 6



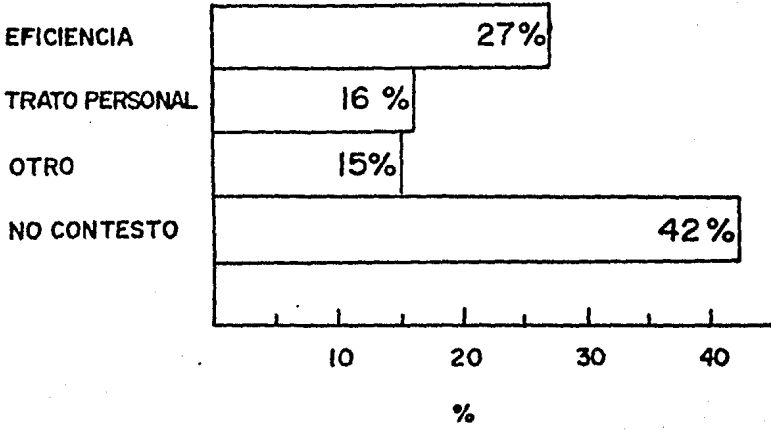
GRAFICA N. 7



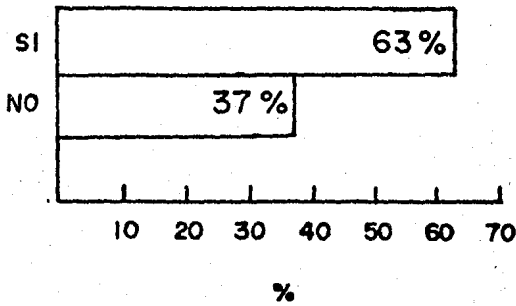
GRAFICA N. 8



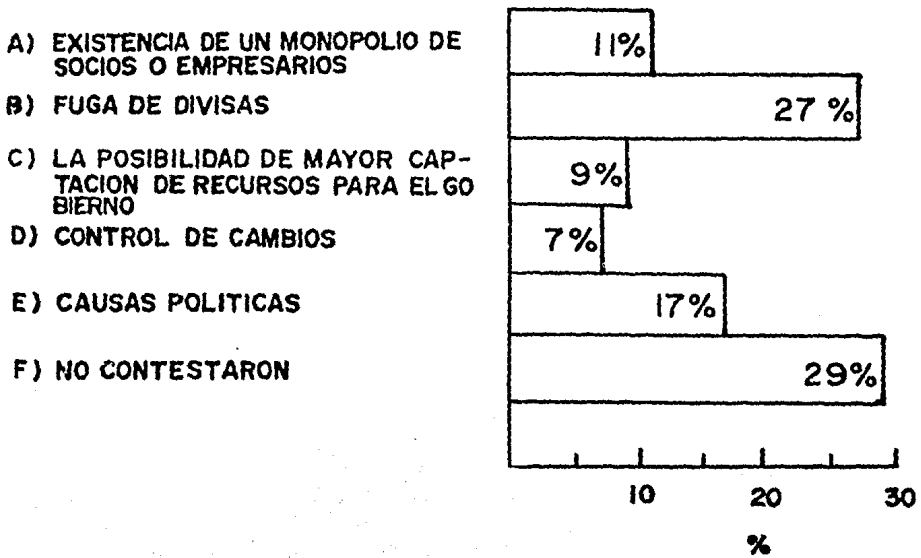
GRAFICA N. 9



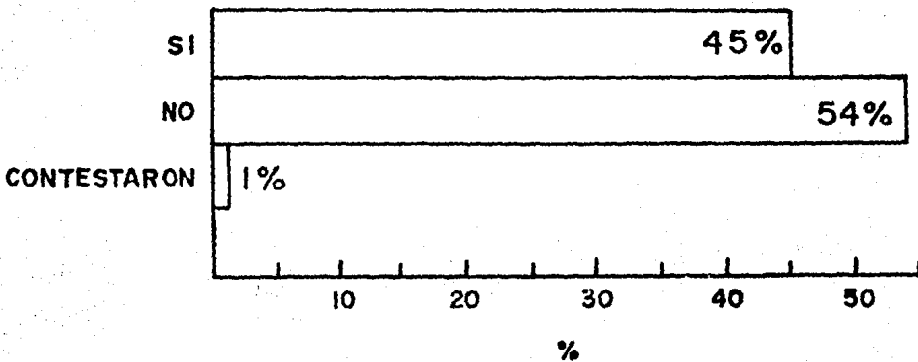
GRAFICA N. 10



GRAFICA N. 11



GRAFICA N. 12



COMENTARIOS SOBRE LAS ENCUESTAS

DE ACUERDO A LA INFORMACIÓN OBTENIDA POR MEDIO DE LAS ENCUESTAS, EL FACTOR DEL CUAL SE INICIO, FUÉ EL TIPO DE INSTITUCIÓN DE CRÉDITO A LA CUAL ACUDÍA EL PÚBLICO, DE DONDE SE OBTUVO -- QUE EL 38% DE LAS PERSONAS ACUDEN A BANCOMER Y EL 29% A BANAMEX, LOS CUALES FUERON LOS PORCENTAJES MÁS ALTOS RESPECTO A LA ASISTENCIA A DICHAS INSTITUCIONES.

PERO AL EFECTUAR LA PREGUNTA No. 2, SE OBSERVÓ QUE LA GENTE -- NO ACUDE POR EL SERVICIO O POR EL TIPO DE PUBLICIDAD, SINO -- POR DOS FACTORES TOTALMENTE DIFERENTES:

CERCANÍA	37%
COMODIDAD	20%

POSTERIORMENTE SE DETECTÓ QUE LAS OPERACIONES QUE REALIZAN -- LA MAYORÍA DEL PÚBLICO USUARIO SON:

CHEQUES	24%
PAGO DE SERVICIOS	24%

POR LO QUE SE CONCLUYE QUE EL PÚBLICO QUE ACUDE A LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO SON DE UN NIVEL SOCIO-ECONÓMICO MEDIO, O -- QUE EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS LOS GRANDES EMPRESARIOS MANDAN A MENSAJEROS, O EN CASOS DE OPERACIONES DE IMPORTANCIA, EL -- PERSONAL DEL BANCO ACUDE A SUS OFICINAS.

DE ACUERDO A ESTO SE OBSERVÓ QUE LA MAYORÍA DE LAS PERSONAS -- ENTREVISTADAS TIENEN UNA OPINIÓN POSITIVA SOBRE LA NACIONALIZACIÓN 41%, ADEMÁS DE QUE OPINAN QUE EL SERVICIO NO HA CAMBIADO A PESAR DE LA NACIONALIZACIÓN BANCARIA 53%, DE LO QUE --

SE PUEDE DEDUCIR QUE ES MÁS FACTIBLE QUE DICHO CAMBIO LOGRE SUS OBJETIVOS, PUES CUENTA CON EL APOYO DE LA MAYORÍA,

AL INVESTIGAR SOBRE EL CONOCIMIENTO QUE SE TIENE SOBRE LAS CAUSAS DE LA NACIONALIZACIÓN, LA MAYORÍA OPINARON QUE SI TIENEN CONOCIMIENTO 63%, DEMOSTRANDO QUE TIENEN POR LO MENOS IDEA, YA QUE ENUMERARON ALGUNAS CAUSAS,

CON RESPECTO A LA PUBLICIDAD DE LA BANCA NACIONALIZADA, EL 54% CONTESTARON QUE NO ERA IMPORTANTE LA PUBLICIDAD, ENUMERANDO RAZONES AL RESPECTO, PERO POR OTRO LADO EL 45% CONTESTARON QUE SI ERA IMPORTANTE, AL IGUAL QUE ENUMERARON RAZONES.

AL OBSERVAR LAS RAZONES, Y EN BASE AL ESTUDIO REALIZADO, CONSIDERAMOS QUE LA PUBLICIDAD ES DE GRAN IMPORTANCIA, YA QUE EL FIN QUE PERSIGUEN LAS INSTITUCIONES DE CRÉDITO NO HA CAMBIADO ÚNICAMENTE SE CAMBIO DE DUEÑO.

CON LO QUE RESPECTA AL SERVICIO CONSIDERAMOS QUE NO HA CAMBIADO, YA QUE EL PERSONAL QUE ATIENDE AL PÚBLICO ES EL MISMO DE ANTES, ADEMÁS DE PRESTAR LOS MISMOS SERVICIOS.

DE ACUERDO A LOS RESULTADOS OBSERVADOS PODEMOS CONCLUIR QUE LA NACIONALIZACIÓN ES UN PASO POSITIVO PARA MÉXICO, Y POR OTRO LADO, NO DEBE CAMBIAR NI EL SERVICIO, NI LA PUBLICIDAD, NI NINGÚN OTRO ELEMENTO, YA QUE ÚNICAMENTE SE HA CAMBIADO DE DUEÑO.

CONCLUSIONES

PARA PODER LOGRAR EL OBJETIVO QUE SE PERSEGUÍA CON ESTA INVESTIGACIÓN FUÉ NECESARIO ANALIZAR DOCUMENTOS Y RECOPIRAR INFORMACIÓN ANTERIOR Y POSTERIOR A LA NACIONALIZACIÓN DE LAS INSTITUCIONES BANCARIAS.

LA INFORMACIÓN ANTERIOR A DICHO FENÓMENO, SE OBTUVO POR MEDIO DE DOCUMENTOS (PERIÓDICOS), PARA PODER CONOCER CUALES FUERON LAS CAUSAS QUE CONDUJERON A DICHO FENÓMENO; POR OTRO LADO LA INFORMACIÓN POSTERIOR, TAMBIÉN SE RECOPILO POR DOCUMENTOS (PERIÓDICOS), PERO ADEMÁS FUÉ POR MEDIO DE ENCUESTAS REALIZADAS AL PÚBLICO.

DESPUÉS DE HABER LLEVADO A CABO DICHA INVESTIGACIÓN, PUDIMOS OBSERVAR QUE EXISTÍA UNA INCONGRUENCIA EN LOS RESULTADOS OBTENIDOS, YA QUE EL PÚBLICO ESTABA DE ACUERDO CON EL FENÓMENO DE LA NACIONALIZACIÓN BANCARIA, PERO POR EL CONTRARIO EL SERVICIO LO CALIFICABAN DE BUROCRÁTICO.

ESTA INCONGRUENCIA LA ACREDITAMOS AL CONSIDERAR QUE EXISTE UN DESCONOCIMIENTO EN EL PÚBLICO EN GENERAL RESPECTO A LO QUE -- FUÉ EL ACTO DE LA NACIONALIZACIÓN, YA SEA POR NEGLIGENCIA O POCO INTERÉS EN SU CONOCIMIENTO, O POR UNA INADECUADA COMUNICACIÓN POR PARTE DE NUESTRAS AUTORIDADES.

POR OTRA PARTE CONSIDERAMOS QUE EL SISTEMA BANCARIO NACIONAL-- POR SU IMPORTANCIA EN LA VIDA ECONÓMICA, POLÍTICA, COMERCIAL-- Y SOCIAL DEL PAÍS, REQUIERE DE UNA DEBIDA PUBLICIDAD ADECUADA

A LAS MODALIDADES DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE, CON EL FIN DE DAR CUMPLIMIENTO A LOS PROGRAMAS PARA LO CUAL SE INSTITUYÓ LA BANCA NACIONALIZADA, COMO SON:

LA CAPTACIÓN DEL AHORRO INTERNO, EL FINANCIAMIENTO A LAS -- ÁREAS PRIORITARIAS Y PRODUCTIVAS DE LA VIDA NACIONAL; ASÍ COMO REINSTITUIR LA CONFIANZA EN EL PÚBLICO AHORRADOR, MEDIANTE EL OFRECIMIENTO DE UN BUEN SERVICIO, SEGURIDAD EN SU CAPITAL Y UNA BUENA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA, ENFOCADA A LOS SEGMENTOS DE MERCADO AFECTO A SUS DIVERSAS FUNCIONES, EN FORMA CONSISTENTE, OPORTUNA, VERAZ Y REITERATIVA.

DE ACUERDO A LO ANTERIORMENTE EXPUESTO, PODEMOS CONCLUIR QUE EXISTE DESCONOCIMIENTO SOBRE LA NACIONALIZACIÓN BANCARIA, PERO SE DEBE DE ESTAR CONCIENTE QUE LAS INSTITUCIONES BANCARIAS ÚNICAMENTE CAMBIARON DE DUEÑO POR TANTO EL SERVICIO Y LA PUBLICIDAD DEBEN DE SEGUIR DE IGUAL O MAYOR IMPORTANCIA QUE ANTES DE LA NACIONALIZACIÓN BANCARIA.

BIBLIOGRAFIA.

BETETA MARIO RAMÓN

SISTEMA BANCARIO MEXICANO

CENTRO DE ESTUDIOS MONETARIOS LATINO AMERICANOS

MÉXICO, D. F., 1964

BREWSTER ARTHUR JUDSON PALMER INGRAHAM

INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

EDITORIAL CECSA

MÉXICO, D. F., 1963

CAÑIZARES ROSSELL RENÉ

APLICACIÓN DE LA MERCADOTECNIA EN LAS INSTITUCIONES BANCARIAS

U.N.A.M. 316

1979

COHEN DOROTY

PUBLICIDAD COMERCIAL

EDITORIAL DIANA

MÉXICO, D. F., 1974

DELGADO RICARDO

LAS PRIMERAS TENTATIVAS DE FUNDACIONES DEL BANCO DE MÉXICO

EDITORIAL IMPRENTA GRÁFICA

MÉXICO, D. F., 1945

FLORES RUIZ MIREYA

ESTUDIO MERCADOLÓGICO DE LOS SERVICIOS BANCARIOS MÁS UTILIZADOS POR EL USUARIO.

U.N.A.M. 101

1981

FLORES GAYÓN FLORENCIO

LA PUBLICIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS BANCARIOS.

U.N.A.M. 38

1979

GOLDSCHMIED LEO

HISTORIA DE LA BANCA

EDITORIAL MILÁN ITALIA

1961

GONZÁLEZ BLANDINIERES JOSÉ LUIS

LA MERCADOTECNIA DE LOS SERVICIOS BANCARIOS

Z 5353-6576

U.N.A.M. 439

1974

LÓPEZ ALTAMIRANO ALFREDO

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

EDITORIAL DIANA

1981

PERIÓDICOS:

EXCELSIOR, NOVEDADES, EL UNIVERSAL, EL HERALDO, EL NACIONAL,
EL SOL DE MÉXICO Y EL DÍA.

(DEL 15 DE SEPTIEMBRE DE 1976 AL 13 DE SEPTIEMBRE DE 1982).