

1 00661



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

División de Estudios de Posgrado

1
Lej.

**Estudio de Mercado de una Tarjeta de
Crédito Bancaria**

T E S I S

Que para obtener el grado de:
MAESTRIA EN ADMINISTRACION

p r e s e n t a :

L.A.E. JOSE MANUEL ALONSO CONTRERAS



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 esta 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.

AL MAESTRO RIGOBERTO GONZALEZ LOPEZ

*Jefe de la División de Estudios de
Posgrado de la Facultad de Contadu
ría y Administración a quien en lo
personal le guardo una gran estima
ción.*

A TODOS LOS PROFESORES DE LA
DIVISION DE ESTUDIOS DE POS-
GRADO DE LA FACULTAD DE CON-
TADURIA Y ADMINISTRACION

*Que en una u otra forma con-
tribuyeron al logro de mi -
superación Profesional.*

AL ARQ. JESUS AGUIRRE CARDENAS

Con un profundo agradecimiento por sus múltiples consejos, quien siempre ha sido el estímulo más grande de mis trabajos y que con su apoyo hizo posible la culminación de este trabajo.

A MI MADRE

Con un sincero homenaje de tu grandiosidad, por todos tus consejos y ayuda que siempre me has brindado para lograr lo que hasta ahora he logrado.

AL MAESTRO DANILO DIAZ

*Con mi reconocimiento y respeto
que por sus consejos y sugerencias
hizo posible la realización
de la presente investigación.*

A MI SECRETARIA SRA. ELVIRA VILLEGAS

*Por toda la paciencia y dedicación
que tuvo para hacer posible la con
clusión del presente trabajo.*

A MI ESPOSA CARMEN

Quien ha sido mi apoyo y mi estímulo más grande que con su amor y cariño ha hecho - posible la culminación del presente.

A MIS HIJOS CLAUDIA GUADALUPE Y
JOSE MANUEL.

Quienes han sido mi fuente de inspiración para alcanzar metas en mi vida y que por ellos haría lo que fuera necesario.

CON PROFUNDO CARINO Y AGRADECIMIENTO
A MIS HERMANOS CARMEN Y EDUARDO

*Que fueron mi apoyo que incondicionalmente
me brindaron y con quienes he compartido
una fuente de amistad, de mi niñez, adoles
cencia y juventud.*

A MI CUÑADA MA. ELENA Y
A MIS QUERIDOS SOBRINOS
EDUARDO, SANDRA, LAURA, OSCAR
Y HAZEL

Con cariño.

INDICE

INTRODUCCION E IMPORTANCIA

		Pág.
CAPITULO	I.- EL SISTEMA FINANCIERO MEXICANO.	
	1.- Breve reseña histórica.....	1
	2.- Estructura Orgánica.....	4
CAPITULO	II.- DESARROLLO DE LA BANCA EN MEXICO.	
	1.- Banca Especializada.....	17
	2.- Grupos Financieros Integrados.....	18
	3.- Banca Múltiple.....	21
CAPITULO	III.- CONCEPTO DE BANCO.	
	1.- Operaciones Activas.....	24
	2.- Operaciones Pasivas.....	24
CAPITULO	IV.- LA MERCADOTECNIA APLICADA AL SISTEMA BANCARIO.	
	1.- Diferencias básicas de la mercadotecnia en el ámbito de la banca y la mercadotecnia de productos.....	27
CAPITULO	V.- PARTICIPACION DEL MERCADO BANCARIO.	
	1.- El Mercado Bancario.....	29
	2.- Participación de las principales instituciones bancarias y competencia Interbancaria.....	33

CAPITULO

VI.- DEFINICION Y ANALISIS DE
LA TARJETA DE CREDITO.

1.- Antecedentes históricos de la Tarjeta de Crédito.....	46
2.- Definición, contenido y diferencias de las Tarjetas de Crédito.....	49
3.- Reglamentación de las Tarjetas de Crédito Bancarias.....	51
4.- Antecedentes del grupo "Carnet".....	58
5.- Tarjeta de Crédito "Carnet": en que consiste, como opera, requisitos importantes.....	61
6.- Participantes que intervienen en la operación del grupo "Carnet".....	64
7.- Instituciones asociadas a la Tarjeta de Crédito "Carnet".....	72

CAPITULO

VII.- METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.

1.- Definición del Problema y Objetivos.....	74
2.- Metodología.....	75
3.- Alcances y Limitaciones.....	76
4.- Hipótesis.....	77
5.- Diseño del cuestionario.....	79
6.- Diseño de la Muestra.....	84
7.- Tabulación de la Información.....	87
8.- Representación gráfica.....	101
9.- Conclusiones y recomendaciones.....	123

INTRODUCCION E IMPORTANCIA

Las necesidades actuales dentro del mercado financiero han provocado la diversificación de servicios por parte de las instituciones que los ofrecen, y han generado la integración de grupos financieros encaminados a atender eficazmente una mayor variedad de servicios, específicamente los que prestan las instituciones privadas de crédito, buscando el detectar los esfuerzos y estrategias mercadotécnicas de instituciones que luchan en este momento por conseguir un mejor lugar de participación del mercado, llevando a cabo una comparación entre ellas.

La importancia del tema estriba, en que la mayor parte de investigaciones se llevan a cabo en cuanto al desarrollo de productos, encontrándose, casi inexplorado desde el punto de vista académico, el mercado de los servicios tratando de que el presente trabajo sirva de base para que posteriores investigaciones puedan apoyarse para obtener datos más específicos o puedan profundizar sobre el tema expuesto.

En la primera parte expongo de una manera somera, la estructura del sistema financiero mexicano así como las principales funciones de las instituciones que la integran, así mismo se presenta un bosquejo histórico de las instituciones privadas de crédito.

Como un siguiente aspecto trato el ámbito de la tarjeta de crédito y por último la realización de una investigación del mercado de la tarjeta de crédito CARNET obteniendo información tanto de los usuarios como de los establecimientos que prestan ese servicio y así poder cruzar las respuestas y poder obtener resultados más objetivos.

CAPITULO I

EL SISTEMA FINANCIERO MEXICANO

1.- BREVE RESEÑA HISTORICA .

Hace cincuenta años apareció el Banco de México, funcionando como regulador monetario, crediticio y cambiario, en situaciones económicas, financieras y de altos objetivos del gobierno.

En Europa en el Siglo XIX casi la totalidad de los países optaron por la técnica de la banca central cuya legislación se establece en Inglaterra en los primeros años; teniendo como propósito fundamental la centralización de las reservas internas de liquidez y de las internacionales, cuya formación se fortalece a partir de la Primera Guerra Mundial.

En el presente Siglo se presentó en América Latina; Bolivia Colombia y Uruguay lo hacen antes que México, Chile lo hace simultáneamente a México. Durante el mes de septiembre de 1925, entre otros países, como Argentina, Ecuador y Perú lo crearon poco tiempo después.

En México, el Congreso de Querétaro, en el año de 1917, se establece la emisión a partir de un banco único, lo que viene a sustituir el régimen de pluralidad de emisiones, cuya base fue del Primer-Sistema Bancario México estructurado en la Ley de 1897.

El Artículo 28 de nuestra Constitución reserva la emisión de billetes de banco a una sola entidad controlada por el Gobierno -- Federal, desde los principios de la Revolución Mexicana.

La necesidad de sustituir un sistema monetario en el que las piezas de metales preciosos representaban la mayor parte del valor de la circulación, con gran inflexibilidad para ajustarse a los requerimientos de la economía y con el propósito de extender a más amplios sectores el acceso al Crédito Institucional.

En el curso de los años de 1917 la creación del banco fué - objeto de numerosas y diversas iniciativas de ley, las cuales, pese - al vivo interés que suscitaron no solo en el gobierno sino también - en la población interesada en los grandes problemas nacionales, no -- llegaron a realizarse.

Durante 1925 al contar con recursos suficientes se sentaron las bases para la restructuración del anterior sistema bancario y se optó por la participación del gobierno federal y de la banca privada en el capital y en la administración del banco, con el objeto de --- crear un ambiente de confianza en el papel moneda y una más adecuada atención a las necesidades crediticias de los sectores económicos, -- con la salvaguarda del interés público en el manejo de la institución.

En estas fechas el sistema bancario prerrevolucionario se - hallaba totalmente desarticulado; las operaciones de las pocas insti- tuciones existentes era de muy escasa significación; los capitales dis- ponibles escaseaban en extremo, y el uso que se hacía de los títulos- de crédito era sumamente restringido.

La Ley Orgánica el día 25 de agosto de 1925 otorgó al Banco de México la facultad exclusiva para emitir billetes y se le concedie- ron atribuciones regulatorias de la circulación monetaria, los cam- -- bios sobre el exterior y la tasa de interés. Asimismo previó que - mientras estas atribuciones no pudieran ejercerse con la amplitud de- bida, la institución pudiera ejercerse con el público, como banco de - depósito y de descuento dando a los billetes que emitiera, el carác- ter de títulos de créditos convertibles en oro y de aceptación entera- mente voluntaria para ir ganando la confianza del público tanto en - estos títulos como en el incipiente sistema bancario.

Para el año de 1941 el depósito obligatorio de los bancos - comerciales, se había regulado con el criterio de que dicho encaje de- bía tan solo asegurar que las instituciones contaban con la mínima lí

quidez para hacer frente a retiros del público, siendo del 3 al 15%. A partir de ese año ante la fuerte entrada de divisas que originó la Segunda Guerra Mundial, produjo que el porcentaje máximo del citado depósito obligatorio se ampliara al 50%.

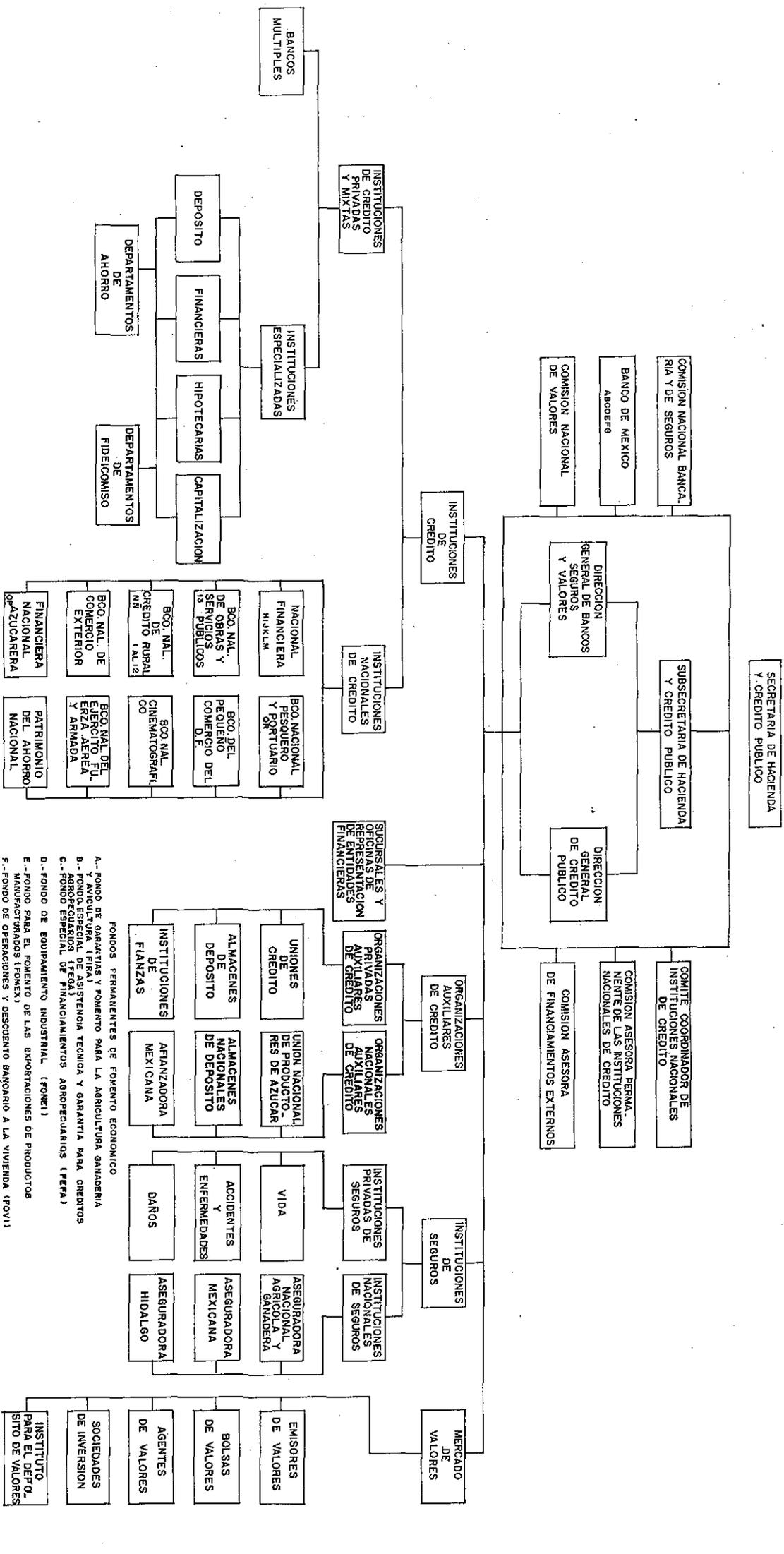
Actualmente y como resultado de diversas reformas legales-promovidas a partir de 1970; cuenta con las más amplias atribuciones para regular de manera directa, cuantitativa y selectivamente, la inversión de los recursos captados por todas las instituciones de crédito no sujetas a un régimen jurídico especial.

1.- ESTRUCTURA ORGANICA .

Está integrado por Dependencias del gobierno, Organismos Oficiales, Bancos Nacionales, Bancos Privados y Organizaciones Auxiliares-de Crédito. El cual está basado en el régimen conocido como BANCA -- CENTRAL debido a que el BANCO DE MEXICO interviene en el control y regulación de la política monetaria y crediticia del País; para poder cumplir con su misión de lograr el desarrollo económico y financiero a través de la correcta aplicación y captación de recursos, estableciendo - prioridades a los renglones que tengan mayores beneficios y que satisfagan las necesidades del País.

A continuación presento la Organización del Sistema Bancario, así como las principales funciones de cada uno de los organismos que - intervienen:

SISTEMA FINANCIERO MEXICANO



ESTE CUADRO ESQUEMATICO TRATA DE DESCRIBIR LA ESTRUCTURA GENERAL DEL SISTEMA FINANCIERO MEXICANO SIN QUE NECESARIAMENTE SE ESTABLEZCAN RELACIONES DE JERARQUIA

ELABORADO POR LA DIRECCION GENERAL DE BANCOS, SEGUROS Y VALORES MAYO 1980

- FONDOS PERMANENTES DE FOMENTO ECONOMICO
- A.- FONDO DE GARANTIA Y FOMENTO PARA LA AGRICULTURA GANADERA Y PECUARIO (FONGAGP)
 - B.- FONDO ESPECIAL DE ASISTENCIA TECNICA Y GARANTIA PARA CREDITOS AGROPECUARIOS (FEAG)
 - C.- FONDO ESPECIAL DE FINANCIAMIENTOS AGROPECUARIOS (FEFA)
 - D.- FONDO DE EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL (FONETI)
 - E.- FONDO PARA EL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS MANUFACTURADOS (FONEX)
 - F.- FONDO DE OPERACIONES Y DESCUENTO BANCARIO A LA VIVIENDA (FOVVI)
 - G.- FONDO DE GARANTIA Y APOYO A LOS CREDITOS PARA LA VIVIENDA (FOGAI)
 - H.- FONDO DE GARANTIA Y FOMENTO A LA INDUSTRIA MEDIANA Y PEQUEÑA (FOGAIN)
 - I.- FONDO NACIONAL DE ESTUDIOS DE PREINVERSION (FONPE)
 - J.- FONDO NACIONAL DE FOMENTO INDUSTRIAL (FONMI)
 - K.- FONDO NACIONAL DE FOMENTO TURISTICO (FONATUT)
 - L.- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUT)
 - M.- FONDO PARA EL FOMENTO A LAS ARTESANIAS (FONART)
 - N.- FONDO PARA EL FOMENTO A LA GANADERIA DE EXPORTACION (FONGAN)
 - O.- FONDO DE FOMENTO A LA INDUSTRIA DE EXPORTACION (FONGAN)
 - P.- FONDO DE FOMENTO DE CENTRALES DE MAQUINARIA Y EQUIPO AGRICOLA DE LA INDUSTRIA AZUCARERA (FONIA)
 - Q.- FONDO NACIONAL DE FOMENTO COOPERATIVO PESQUERO (FONACOPE)
 - R.- FONDO DE GARANTIA Y DESCUENTO PARA EL FINANCIAMIENTO COOPERATIVO
- 1.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL NOROESTE S.A.
 - 2.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL NORTE S.A.
 - 3.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL CENTRO-NORTE S.A.
 - 4.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL NOROESTE S.A.
 - 5.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL PACIFICO-NORTE S.A.
 - 6.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL CENTRO-SUR S.A.
 - 7.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL CENTRO S.A.
 - 8.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL PACIFICO-SUR S.A.
 - 9.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL CENTRO-SUR S.A.
 - 10.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL GOLFO S.A.
 - 11.- BANCO DE CREDITO RURAL PENINSULAR S.A.
 - 12.- BANCO DE CREDITO RURAL DEL ISTMO S.A.
 - 13.- BANCO NACIONAL USABANO S.A.

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO

Las actividades principales de este Organismo Público es el otorgar concesiones que se necesitan para dedicarse al ejercicio de la Banca y del Crédito; buscando alcanzar este propósito, escuchando las opiniones de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros y del Banco de México. Dando lugar a las Instituciones Privadas de Crédito; - las cuales pueden ser:

- | | |
|-------------------|--------------------|
| I.- DEPOSITO | IV.- HIPOTECARIAS |
| II.- AHORRO | V.- CAPITALIZACION |
| III.- FINANCIERAS | VI.- FIDUCIARIAS |
| | VII.- MULTIPLES |

Se consideran "Organizaciones Nacionales Auxiliares de Crédito" las siguientes:

- I.- ALMACENES GENERALES DE DEPOSITO
- II.- UNIONES DE CREDITO
- III.- INSTITUCIONES DE FIANZAS

La autorización de las Uniones de Crédito corresponderá otorgarla a la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros.

Además tiene otras funciones tales como:

- Fijar el capital social mínimo
- Revocar concesiones
- Permitir fusiones
- Autorizar el establecimiento de Seguros y del Banco de México, S. A.
- Autorizar el cambio de ubicación y clausura de cualquier clase de oficina bancaria.

BANCO DE MEXICO, S. A.

Sus objetivos más importantes son:

- Regular la emisión y circulación de la moneda y el crédito. y sus cambios en el exterior.
- Actuar como Cámara de Compensación.
- Interviene en operaciones de Crédito Interno y Externo y en la emisión de empréstitos Públicos así como de Tesorería.
- Representación en el fondo monetario Internacional y en el Banco de Reconstrucción y Fomento.

Otras actividades son:

- Custodia de las reservas Internacionales de la Nación.
- Emitir, comprar y vender valores a cargo y por cuenta del Gobierno Federal.
- Interviene en el redescuento y Prestamista de las Instituciones de crédito y Organizaciones Auxiliares.

COMISION NACIONAL BANCARIA Y DE SEGUROS

Es el órgano oficial de vigilancia e inspección llevando a cabo la primera a través del examen de la documentación e información que se solicita a los bancos; fundamentalmente por medio de la revisión de los balances de fin de ejercicio. Y la de inspección por medio de visitas de inspecciones sorpresivas que ordena este organismo a través de las cuales se tiene acceso a los libros de contabilidad así como a los títulos documentos y contratos que acreditan o representan los activos sujetos a examen, además se encuentran:

- Aprobar los créditos hipotecarios que conceden las Sociedades de Crédito Hipotecario.
- Vetar la designación que hagan las Instituciones Fiduciarias de sus delegados fiduciarios.
- Formular el calendario bancario en el cual señale los días en que las Instituciones de Crédito y las Organizaciones --

Auxiliares podrán cerrar sus puertas y suspender sus operaciones.

- Dictar las reglas de agrupación de cuentas conforme a las cuales deben elaborar sus estados de contabilidad y balances anuales.
- Clausurar administrativamente a las negociaciones que usen en su denominación las palabras reservadas para las de crédito, con el propósito de que el público no las confunda -- con estas últimas.
- Aprobar la emisión del bono bancario que emita la banca -- múltiple.
- Vigilar que se cumpla con el secreto bancario que establece el Artículo 105 de la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares.

INSTITUCIONES NACIONALES DE CREDITO

Su objetivo es el de apoyar financieramente a diversas actividades necesarias para el desarrollo económico de nuestro país, coadyuvando con ello a las instituciones privadas que no están en posibilidad de atender sus necesidades crediticias; dentro de estas instituciones tenemos:

NACIONAL FINANCIERA, S. A.:

Después del Banco de México, NAFINSA es la Institución más importante dentro del sistema bancario. Se fundó en 1934. NAFINSA opera principalmente como banco de desarrollo económico y es proveedor, de fondos más importantes para fines de desarrollo económico. También actúa como agente del Gobierno Federal para la negociación y administración de empréstitos extranjeros, así como para el control de crédito internacional para préstamos públicos y privados.

NAFINSA tiene la responsabilidad de la promoción y desarrollo del mercado de valores y ella misma es un emisor, actúa también como agente fiscal para la venta de bienes gubernamentales en todo el país.

NAFINSA es una inversión conjunta entre el sector privado y el -

público con miembros en su administración de ambos sectores aunque el sector público domina.

El éxito de NAFINSA se debe al respaldo que implícitamente le da el Banco de México. Pero significa que NAFINSA se debe al respaldo que implícitamente le da el Banco de México. Pero significa que NAFINSA es usada como un agente de la política monetaria del Gobierno Mexicano.

ATRIBUCIONES.

- 1.- Vigilar y regular el mercado nacional de valores y de créditos a largo plazo.
- 2.- promover la inversión del capital en la organización, transformación y fusión de toda clase de Empresas en el país.
- 3.- Operar como institución de apoyo en las sociedades financieras o de inversión, cuando hubiere concedido créditos con garantía de valores.
- 4.- Actuar como sociedad financiera o de inversión.
- 5.- Actuar como fiduciaria, especialmente del Gobierno Federal.
- 6.- Ser depositaria legal de toda clase de valores.

Además, de acuerdo con la Ley Reformatoria de la Orgánica de 1947.

- 1.- Ser el agente para la emisión y colocación de títulos de deuda devencimiento mayor de un año del Gobierno Federal, y
- 2.- Encargarse de todo lo relativo a negociación, contratación y manejo de créditos a mediano y a largo plazo de instituciones extranjeras privadas, gubernamentales e intergubernamentales cuando como requisito se exija que los garantice el Gobierno Federal.

El crecimiento de NAFINSA se puede dividir en tres fases:

- A) 1939 - 1940.- Se dedicó a actividades que ahora son de poca importancia el propósito original fué el de crear un órgano adecuado para movilizar y reintegrar a la economía privada tanto los bienes inmuebles que el Estado se veía precisado a adjudicarse, como los que de acuerdo con las leyes de la materia no podían formar parte del patrimonio de los bancos de depósito de una manera indefinida. Así mismo establecer un

auxiliar de las instituciones de crédito encargado de estimular y encauzar la inversión de capitales para la ampliación de Empresas, así como en operaciones bursátiles de toda índole para la creación de un verdadero mercado nacional de valores.

- B) 1940 - 1949.- Este período comprende los años de la Segunda Guerra Mundial, que vino a marcar un acelerado crecimiento de la mayoría de las economías de todo el mundo. Las actividades NAFINSA fueron pleneadas principalmente para respaldar la política del Gobierno Mexicano para promover y fortalecer ciertas industrias de carácter básico. Para promover el financiamiento de la sustitución de importaciones. Durante este período las actividades de NAFINSA fueron financiadas por fondos internos y externos.
- C) 1950 - 1980.- NAFINSA ha continuado concentrando sus actividades en financiamiento a largo plazo en empresas industriales y comerciales, pero en lugar de dirigir la mayoría de los fondos hacia industrias básicas, durante este período los canaliza principalmente para fortalecer la infraestructura del país. Las obras de infraestructura estaban representando los factores que limitaban el uso eficaz de la capacidad industrial del país y la creación de oportunidades de inversión.

NAFINSA se ha convertido en un inmenso banco de desarrollo - tiene poder para promover y financiar empresas, asistirlos técnicamente e incluso para operarlas.

Finalmente aunque NAFINSA no fue concebida como un banco de desarrollo gradualmente se ha convertido en ello y en la actualidad y durante los últimos 5 ó 10 años ha servido de modelo para la creación de bancos de desarrollo en algunos países sub-desarrollados.

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S. A.- Abrió sus -
puertas el 2 de julio de 1937. Su objeto: la Secretaría de Hacienda y -
Crédito Público le otorgó concesión para que se encargara de: Promover-
desarrollar y organizar el comercio exterior de México.

BANCO NACIONAL DE CREDITO RURAL, S. A.- Este Banco es -
producto de la fusión, por ley del 5 de abril de 1976, de los que fueron:

- a) Banco Nacional de Crédito Rural, S. A.
- b) Banco Nacional de Crédito Ejidal, S. A.
- c) Banco Nacional Agropecuario, S. A.

Y consta actualmente de 12 bancos de crédito rural, a saber:

Obregón (del Noroeste); Mazatlán (del Pacífico Norte); Zamora (del
Pacífico Sur); Guadalajara (de Occidente); Torreón (del Centro); Chihua-
hua (del Norte); Cd. Victoria (del Noroeste); Querétaro (del Centro);--
Puebla (de Centro Sur); Veracruz (del Golfo); Tuxtla Gutierrez (del Its-
mo); Mérida (Peninsular); y además con dos filiales: Banco Provincial -
de Sinaloa, S. A. (Culiacán y Banco de la Provincia Mexicana, S.A. (Za-
mora).

A la fecha trabaja como institución de depósito, ahorro y fiducia--
ria, sus préstamos al agro son en resumen del 20% para créditos refac-
cionarios y del 80% para créditos de avío (Hasta 1 año).

BANCO NACIONAL DE OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS.- Recibió-
esta denominación en 1966, ya que anteriormente se llamaba Banco Nacio-
nal Hipotecario Urbano y de Obras Públicas, S. A. Objeto: Promover y -
dirigir la inversión de capitales en obras públicas, en habitaciones --
populares, financiarlos e invertir en ellas sus propios recursos.

FINANCIERA NACIONAL AZUCARERA, S. A.- Es otra institución

importante en México, se fundó en 1943.

Objeto: Practicar todas las operaciones propias de las Instituciones Financieras de la Industria Azucarera del País.

BANCO DEL PEQUEÑO COMERCIO DEL DISTRITO FEDERAL.- Ob-
jeto: Su misión principal es llevar el crédito al pequeño comerciante y
mejorar el nivel de vida de éstos.

Con este fin se organizan las asociaciones de compras en común,
para obtener artículos a un costo más bajo al comprar directamente el -
producto.

BANCO NACIONAL DEL EJERCITO Y LA ARMADA.- Efectuar ope-
raciones crédito con los miembros del ejército y la Armada Nacionales y
con las sociedades mercantiles que forman.

BANCO NACIONAL PESQUERO Y PORTUARIO, S.A. - Objeto: -
Promoción y financiamiento de las actividades pesqueras, portuarias y -
navieras y de las relacionadas con ellas, mediante operaciones celebra-
das directamente con asuntos dedicados a dichos ramos o con intervención
de otras instituciones de crédito; así como con organizaciones y socie-
dades cooperativas de la industria pesquera.

BANCO NACIONAL URBANO, S. A. - Instituciones de Banca Múl-
tiple, cambio denominación de "Nacional Monte de Piedad". Así como mo-
dificó su objeto cuya limitación era efectuar operaciones de ahorro, -
al objeto actual que es llevar a cabo operaciones de depósito y ahorro,
actualmente lleva a efecto las operaciones como banca múltiple.

ALMACENES NACIONALES DE DEPOSITO, S. A. - Tienen por ob-
jeto el almacenamiento, guarda y conservación de bienes o mercancías y
la expedición de certificados de depósito y bonos de prenda. También -
el realizar la transformación de las mercancías depositadas a fin de -
aumentar el valor de estos, sin variar esencialmente su naturaleza.

UNION NACIONAL DE PRODUCTORES DE AZUCAR, S.A.- Objeto:
Distribuir y vender el azúcar, alcohol, mieles industrializables, cabe-
zas y colas.

INSTITUCIONES PRIVADAS DE CRÉDITO

Las instituciones privadas de crédito pueden ser:

BANCOS DE DEPOSITO

BANCOS DE DEPARTAMENTOS DE AHORRO

SOCIEDADES FINANCIERAS

BANCOS HIPOTECARIOS

BANCOS DE CAPITALIZACION

BANCOS O DEPARTAMENTOS FIDUCIARIOS

El capital de estas empresas sirve fundamentalmente para ---
afrontar sus gastos iniciales de Organización, instalación para adqui---
rir equipo de oficina y en dado caso, muebles que se destinarán al --
 acondicionamiento de sus oficinas o para algunas inversiones en valo---
res, pero su objetivo lo cumplen con recursos de terceras personas, -
ya que desempeñan un papel de intermediación entre personas que les -
confían su dinero y personas que lo demandan a base de crédito.

BANCOS DE DEPOSITO

Su misión es el captar del público en general depósitos ban---
carios de dinero retirables a la vista mediante la expedición de che---
ques a su cargo, lo cual se establece en la Ley Bancaria, como una --
norma de un plazo de 180 días; procurando guardar el equilibrio.

Su denominación se debe a los depósitos de su clientela, --
que viene a ser el pasivo para el banco; los cuales deben efectuarse-
a plazos cortos, para poder cumplir con la demanda de dinero de sus -
clientes, buscando siempre mantener la correlación entre la exhibili-
dad de pasivo y la liquidez de las inversiones reflejadas en el acti-
vo.

Entre las operaciones más frecuentes tenemos:

- Recibir del público depósitos de dinero a la vista

- Recibir depósitos de títulos y valores en custodia o en administración.
- Realizar descuentos sobre títulos de crédito, otorgar préstamos y créditos de cualquier clase, reembolsables o pagaderos a plazos que no excedan de 180 días, renovables a una o dos veces hasta un máximo de 360 días.
- Conceder préstamos y créditos para la fabricación de productos, cuya venta se refiere a la exportación hasta de 3 años de acuerdo a las normas del Banco de México.
- Otorgar préstamos para la adquisición de bienes de consumo duradero, a plazo mayor de 180 días, sujetos a normas del Banco de México.
- Otorgar préstamos para la adquisición de bienes de consumo duradero, a plazo mayor de 180 días, sujetos a normas del Banco de México.
- Otorgar créditos de habilitación o avío reembolsables a plazo menor de un año.
- Llevar a cabo cobranzas y pagos por cuenta de Terceros.
- Efectuar operaciones de compra-venta de títulos, valores, divisas de oro y plata.

BANCA DE AHORRO

Son las instituciones que reciben depósitos bancarios de dinero con interés, hasta de \$500,000.- cuyos intereses (4.5% anual) serán capitalizados con un periodo de seis meses, y en dólares, su límite será de \$20,000.- y el interés del 3 % anual.

En general no existe ninguna institución que se dedique exclusivamente a realizar operaciones de ahorro, sino que por lo general constituyen un departamento de otra institución autorizada. Para realizar otras actividades permitidas por la ley.

Se tiene la característica de ser parcialmente retirables a la vista, lo que permite concertar a plazos un poco más amplios que los realizados a los bancos de depósito, la ley establece un límite de un año en operaciones de descuento, préstamos y crédito de cualquier clase y plazos mayores en préstamos de habilitación o avío y refaccionarios e hipotecarios.

Los recursos se canalizan preferentemente hacia los préstamos hipotecarios para la construcción o adquisición de viviendas de interés social, y para la compra de bienes de consumo duradero.

Para el ahorrador existe el respaldo de la combinación -- ahorro-seguro, en caso de deserción o de fallecimiento.

FINANCIERAS

Estas instituciones principalmente operan en el medio bancario, atendiendo créditos a largo plazo, interviniendo en empresas que actúan en el sector productivo; ya sea la industria, la ganadería y en segundo término actividades de distribución.

Estas sociedades captan un poco más del 50% de los recursos totales manejados por las instituciones de crédito que integran el sistema.

Dentro de sus principales medios de captación de recursos -- tenemos:

- Depósitos a plazo a través de los siguientes documentos:

- Certificados Financieros
- Certificados o constancias de depósito bancario
- Depósitos retirables en días pre-establecidos
- 2 días a la semana
- 1 día a la semana
- 1 día al mes

HIPOTECARIAS

Estas instituciones sólo están autorizadas para emitir bonos hipotecarios, para encargarse de hacer avalúos sobre terrenos o fincas urbanas y rústicas que tendrán la misma fuerza probatoria, que las leyes asignen a los hechos por corredores titulados o peritos; para custodiar y administrar los títulos emitidos por ellas o con su intervención, para la adquisición de inmuebles. Para recibir -- préstamo de organizaciones oficiales destinadas al fomento de vi---

viendas de interés social.

Sus instrumentos compiten con los de la banca financiera, ya que ofrecen similares plazos, montos, intereses y forma de documentación.

BANCA FIDUCIARIA

Son pocas las instituciones que llevan a cabo solamente operaciones fiduciarias, las operaciones que realizan son la administración y la inversión de su patrimonio y operan por cuenta de terceros. Celebran contratos de fideicomiso en sus distintas modalidades: inversión, garantía y administración; los mandatos y comisiones; la formulación de avalúos; la emisión de certificados de participación, la recepción de depósitos, administración o garantía por cuenta de terceros de toda clase de muebles, títulos o valores y la realización de las operaciones necesarias para la administración de su patrimonio.

CAPITULO II

DESARROLLO DE LA BANCA EN MEXICO

Existen tres etapas que podemos considerar:

- BANCA ESPECIALIZADA (1924 -1970)
- GRUPOS FINANCIEROS INTEGRADOS (1970 - 1976)
- BANCA MULTIPLE (1976)

1.- BANCA ESPECIALIZADA

Durante los años de 1925 a 1970 existió la especialización en la banca, la cual mencionaba, cuyas concesiones pueden ser algunas de -- los siguientes grupos de operaciones de banca y crédito:

- I.- DEPOSITO
- II.- AHORRO
- III.- FINANCIERA
- IV.- HIPOTECARIA
- V.- CAPITALIZACION
- VI.- FIDUCIARIA

Teniendo como limitación que no podría otorgarse concesión a una misma sociedad, para llevar a cabo operaciones a que se refieren las fracciones I, III, IV, y V. O sea que solo se permite en forma -- simultánea el ejercer las ramas de Depósito, Ahorro y Fiduciarias, -- provocando la especialización en las ramas: Depósito, Financieras e -- Hipotecarias y en ramos secundarios ahorro y fideicomiso.

2.- GRUPOS FINANCIEROS INTEGRADOS

Debido a la competencia y al crecimiento cada vez mayor por parte de instituciones líderes en el mercado, y grandes grupos financieros, obligó a las instituciones de crédito a unir sus esfuerzos para poder lograr establecer un servicio integral de las operaciones permitidas y desde el punto de vista mercado técnico el poder captar un mayor número de segmentos de mercado y con esto una mayor cantidad de recursos captados.

Con el propósito de salvar el impedimento legal, los grandes grupos bancarios de nuestro país tuvieron que vincularse con otras instituciones y así poder manejar toda la gama de operaciones bancarias y ofrecer una misma imagen frente al público, y de esta manera un banco de depósito que ya contaba con sus departamentos de ahorro y fiduciario, el poder manejar una financiera y una hipotecaria simultáneamente, por medio de la inversión mayoritaria en sus capitales y a través de personas jurídicas independientes se pudo hacer más eficiente la intermediación y canalización de sus recursos, con el objeto de mejorar sus técnicas y administración concentrando capacidades y esfuerzos hacia la misma finalidad, dando lugar a los llamados "Grupos Financieros".

Para poder cumplir con los requisitos marcados por la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares, anoto textualmente el Art. 99 bis de la mencionada ley:

- 1.- Las instituciones se obligarán a separar anualmente por lo menos un 10% de las utilidades que resulten después de pagar el impuesto sobre la renta y la participación a los trabajadores. Con las cantidades que separen constituirán un fondo común hasta que este alcance un importe igual a la suma del 50% de los capitales pagados y reservas de capital de las instituciones agrupadas.

Las cantidades que las instituciones separen para el fin señalado no formarán parte del capital de las instituciones agrupadas, para el efecto de computar su capacidad de recepción de pasivos ni para cubrir sus inversiones obligatorias.

Las instituciones que tengan la obligación ilimitada de responsabilidad recíproca respecto a la reposición de sus pérdidas de capital, podrán dejar de constituir, total o parcialmente según sus nexos patrimoniales el fondo de que se trata, de acuerdo con la autorización que con base en normas de carácter general otorgue la Secretaría de Hacienda.

II.- El fondo común deberá ser administrado en fideicomiso por el Banco de México. Los recursos que forman el fondo común volverán a invertirse en valores emitidos por el Gobierno Federal o por instituciones nacionales de crédito u otras inversiones que determine el Banco de México.

III.- Para la celebración del contrato de garantía requerirán la aprobación previa de asambleas extraordinarias de accionistas.

Los términos del contrato de garantía y del contrato de fideicomiso requerirán de la aprobación de la Secretaría de Hacienda.

IV.- Solamente deberán reportar pérdidas con cargo al fondo cuando estas hayan sido previamente determinadas por la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros y con la autorización previa de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

V.- Para que las instituciones puedan rescindir el contrato de garantía, se requerirá que lo soliciten con tres años de anticipación a las demás instituciones agrupadas y la rescisión surtirá efectos a partir de transcurrido dicho plazo, salvo el caso de oposición. Si la solicitud de rescisión es objetada por alguna de las demás instituciones la controversia será resuelta en juicio arbitral por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público por conducto de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros.

VI.- Los contratos de garantía y de fideicomiso deberán prever la aplicación de los rendimientos de fondo, así como los rescates a que tengan derecho las instituciones agrupadas en caso de liquidación parcial o total del mismo.

Los grupos de instituciones de crédito podrían publicar estados numéricos en que se consoliden las cifras de los balances individuales de las instituciones que lo integren. Dichos estados deberán formularse conforme al agrupamiento de cuentas que establezca la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros.

3.- BANCA MÚLTIPLE

Las instituciones de crédito, tendieron a partir del año -- 1976 a abandonar el concepto de "GRUPOS FINANCIEROS INTEGRADOS", adoptando el sistema de Banca Múltiple; lo que significa la operación de diversos instrumentos de captación de recursos a plazos y en mercados diferentes y que ofrezcan a los clientes, los servicios financieros -- existentes.

El proceso de desarrollo, buscó inicialmente el incorporar -- a la legislación el que se contemplara la Banca Múltiple, encontrando esa posibilidad instituciones pequeñas que por medio de su fusión, y que evitaría su desaparición del mercado, mejorando su situación competitiva frente a los grandes grupos financieros, buscando una mayor -- dispersión de los recursos del sistema, un desarrollo bancario más -- equilibrado y un freno a las tendencias monopolíticas que observamos.

La reglamentación y los objetivos de la banca múltiple se -- publicaron en el Diario Oficial del 18 de marzo de 1976, contemplando que no es requisito indispensable, que primero adopten la modalidad -- del grupo financiero, sino que surgió de la fusión de instituciones -- que explotan ramos distintos.

A continuación presento a ustedes, las reglas para el Establecimiento y Operación de Bancos Múltiples, citados en el Diario Oficial del 18 de marzo de 1976.

PRIMERA.- Las instituciones interesadas en operar como banco múltiples, deberán presentar solicitud a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con copia a la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros y al Banco de México, S. A., acompañando proyecto de los acuerdos de las asambleas de accionistas relativos a las fusiones conducentes a la constitución del banco múltiple; plan de fusión de las sociedades respectivas, con indicación de las etapas en que deberán llevarse a cabo; estados contables que presenten la situación previsible -- del banco múltiple al tiempo de su constitución; programas de capta--

ción de recursos y de otorgamiento de créditos, en los que se definan las políticas de diversificación de carteras de operaciones pasivas y activas; previsiones de expansión geográfica, servicios varios a la clientela, organización control interno y contratación de personal; - informe sobre el nombre y actividades principales del accionista o grupo de accionistas que vayan a controlar el banco múltiple propuesto así como sobre la capacidad técnica y solvencia moral de sus administradores; y proyectos de los documentos en que se proponga formalizar los actos jurídicos conducentes a las fusiones respectivas.

SEGUNDA.- Al analizar la solicitud, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros y el Banco de México, S.A., tomarán en cuenta los datos a que se refieren los documentos que deberán acompañar dicha solicitud, así como la situación financiera de las instituciones susceptibles de fusionarse, - de manera que la facultad para operar un banco múltiple se otorgue solo cuando, a criterio de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, después de considerar las opiniones de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros y del Banco de México, S. A., no existan circunstancias que indiquen riesgos anormales para la operación del banco múltiple - de que se trate.

TERCERA.- Cuando las instituciones interesadas en fusionarse para constituir un banco múltiple no reúnan las concesiones a que se refieren las fracciones I, III y IV del Artículo 2º. de la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares, será - condición para resolver favorablemente la solicitud a consideración - que, al fusionarse alcancen un total de activos no inferior a 2,500 millones de pesos 2,200 millones de pesos, 1,900 millones de pesos y 1,600 millones de pesos, según se trate respectivamente, de la fusión de dos, tres, cuatro o cinco o más instituciones.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, oyendo a la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros y al Banco de México, S. A., podrá revisar cada dos años las cantidades que se refiere esta regla, - para ratificar las o modificarlas.

CUARTA.- La facultad para operar un banco múltiple mediante la fusión de instituciones integrantes de un mismo grupo financiero sólo se otorgará si dicha fusión incluye a todas las instituciones que formen parte de ese grupo, excepto los bancos de depósito, que podrán ser también de ahorro y fiduciarios, cuyo domicilio social esté en plaza distinta de la correspondiente al domicilio social del Banco Múltiple. Los citados bancos de depósito no serán susceptibles de fusión ulterior para constituir un nuevo banco múltiple.

QUINTA.- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, oyendo a la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros y al Banco de México, S. A., señalará relaciones máximas de pasivo exigible a capital pagado y reservas de capital; de aplicación particular a los bancos múltiples y a las instituciones integrantes de sus grupos financieros. Las relaciones a que se ha hecho referencia serán más amplias que las correspondientes a instituciones distintas de las mencionadas; pero su aplicación queda condicionada a que, al hacer los cálculos respectivos, los bancos múltiples y las instituciones integrantes de sus grupos -- financieros, deduzcan de su capital pagado y reservas de capital, sus inversiones en acciones de instituciones de crédito, salvo las obligatorias, y el importe de las operaciones de reporto (títulos a recibir) cuyo objeto sean acciones de instituciones de crédito. La Comisión Nacional Bancaria y de Seguros podrá ordenar la deducción del importe de inversiones en entidades que sean accionistas de la institución inversionista o de otras de su mismo grupo financiero, así como del de otras operaciones en las cuales estén involucradas acciones de instituciones de crédito.

TRANSITORIA:

Única.- Las presentes reglas entrarán en vigor al día siguiente de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

Para su publicación y observancia, se expiden las presentes reglas en México, Distrito Federal, a los dieciséis días del mes de marzo de mil novecientos setenta y seis.- Atentamente.- Sufragio Efectivo.-No Reelección.-El Secretario, Mario Ramón Beteta.-Rúbrica.

CAPITULO III

CONCEPTO DE BANCO

Se entiende por Banco una institución que requiere conce
sión del Gobierno Federal para realizar actividades, que vie
nen a ser un punto de contacto entre personas que confían su
dinero y personas que lo solicitan a base de crédito, de ahí
el nombre de estas empresas, que también se les conozca como
instituciones de crédito, cuyo papel de intermediación que
desempeñan, consiste por un lado en la captación de recursos
del público y los ponen a disposición de otras personas que
los requieren a beneficio de sus actividades productivas, de
distribución o consumo.

En la jerga bancaria se habla de la práctica de dos ope-
raciones básicas:

1.- OPERACION PASIVA.- Que consiste en la captación de recur-
sos y como su nombre lo indica, viene a representar un pasivo
para el Banco.

2.- OPERACION ACTIVA.- Son las canalizaciones e inversiones
de recursos que se aplican y que vienen a ser representadas
como cuentas de activo para la institución.

En si las operaciones son distintas en cuanto a plazos
y condiciones que la legislación bancaria impone para su rea-
lización.

CAPITULO IV

LA MERCADOTECNIA APLICADA AL SISTEMA BANCARIO

Al hablar de mercadotecnia aplicada al ámbito de la banca privada, estoy mencionando un aspecto de reciente utilización.

Desde el origen de las primeras organizaciones bancarias, por la segunda mitad del siglo XIX, la banca tomó como política básica las buenas relaciones con sus clientes, postura que se fue fomentando gracias al contacto tan frecuente que existía entre el banco y el usuario.

A menudo el banquero era el vendedor, el administrador y el proveedor del servicio, o bien, existía una estrecha relación entre las personas que realizaban estas funciones, llevando a cabo una incipiente labor mercadotécnica; los problemas del público en su gran mayoría se trataban a un nivel personal, adecuando a cada caso particular las soluciones -- convenientes. Por otro lado, el banco poco a poco fue aumentando, canales de distribución para sus servicios, con lo que también se lograba una adecuada función de mercadotecnia.

La banca siguió creciendo y al pasar el tiempo las circunstancias fueron cambiando en el modo de operar de los banqueros. El número de clientes fue aumentando considerablemente al igual que sus necesidades y éstas se volvieron más justificadas y diversas, al mismo tiempo surgió una competencia más acentuada entre los diversos bancos existentes, dando lugar a un mercado más dinámico y extenso.

Lo anterior dió lugar a tres cambios fundamentales en la evolución de la banca.

a) Se convirtió en una banca personal a una banca masiva.

Va no era posible seguir con una interrelación marcadamente personales, pues el número de usuarios fue creciendo notablemente por lo que la única manera de hacerle frente fué a través de una atención masiva.

b) De una banca con mercado definido cambió a una banca que atendía un mercado más diversificado.

Así como el banquero ya no podía tener comunicación personal con su clientela, tampoco estaba en condiciones de conocer de una forma concreta las diversas necesidades del mercado en el que operaba.

La banca con este cambio se enfrentó a un problema: Las diversificaciones poco conocidas de un mercado creciente, por lo que procedió a desarrollar el uso de técnicas especiales de investigación para lograr de un modo más completo técnicas publicitarias y fomentar su comunicación con el usuario, para de esta manera conocer quienes eran sus clientes actuales y potenciales, cuales eran sus necesidades y condiciones económicas, así como la posibilidad que tenía el banco de satisfacerlas.

LA COMPETENCIA.

Existen organizaciones similares con objetivos también similares, cada uno de ellos tratará de acaparar el mayor porcentaje del mercado, objetivo que solamente será logrado a cambio de una mayor identificación con la gente.

Los fenómenos ocurridos en la banca trajeron un fuerte impulso al desarrollo de la banca sin la aplicación de la mercadotecnia, ya que ésta se empieza a convertir en un factor cada vez más importante.

La institución que hace conciencia de que el fundamento de todas sus actividades es la satisfacción de las necesidades del mercado, forzosamente tendrá que utilizar cada vez mejores técnicas de investigación para satisfacerlas.

1.- DIFERENCIAS BASICAS DE LA MERCADOTECNIA APLICADA EN EL AMBITO DE LA BANCA Y LA MERCADOTECNIA DE PRODUCTOS.

La mercadotecnia en el área de productos ha alcanzado un nivel de desarrollo notable. Los productos muchas veces, en vez de satisfacer necesidades, las han creado gracias a fuertes programas publicitarios. Necesidades que ahora existen en el mercado, haciendo al nuevo producto indispensable para satisfacerlas.

La aplicación de la mercadotecnia en el área bancaria en contraste con la productos, se encuentra en una etapa de formación los principios fundamentales podrán ser los mismos, pero en la naturaleza del servicio se señalan marcadas diferencias que a continuación se mencionan.

El servicio de sucursal es puesto a disposición de un grupo definido de tipos usuarios donde el éxito o fracaso de esta función dependerá de la buena o mala adecuación que se haga del servicio. Otro factor sería el de la buena o mala ubicación que de la misma se haga.

En su lugar el producto busca su distribución en canales que van acorde a su condición, como por ejemplo un supermercado, una farmacia, una tienda departamental, etc.

El servicio bancario es intangible, a diferencia del producto, el cual la gente identifica físicamente.

Tiene que desarrollarse un esfuerzo mercadotécnico especial, para poder entender las reacciones psicológicas que muchas veces impiden el uso y la venta de los servicios, labor que no ocurre normalmente en la venta del producto.

Como consecuencia del punto anterior se deriva una diferencia más entre estos dos conceptos y es la de que en un producto, la compra se hace por el beneficio que representa, muchas veces sin importar su origen. El bien ofrecido acompañado de un despliegue publicitario puede con esto originar de antemano cierta demanda en el mercado.

Por el contrario en una institución bancaria la venta de sus servicios además de hacerse por los servicios en sí y por el beneficio que representan, Estos vienen grandemente influenciados por la IMAGEN que la institución tenga frente al público. La venta del servicio y la imagen bancaria tiene una relación íntima.

Por lo anterior se desprende que las actividades en el banco deben de jugar un papel muy estrecho, aún más que en la industria debido a que como se dijo, la imagen que proyecten al público dependerá de una forma determinante el éxito de sus operaciones.

CAPITULO V

PARTICIPACION DEL MERCADO BANCARIO

1.- DEFINICION DEL MERCADO BANCARIO.

Para comprender de manera general lo que es un mercado, mencionaremos tres definiciones, desde el punto de vista económico, comercial y mercadotécnico.

ECONÓMICO: "Es el área dentro de la cual los vendedores y compradores de una mercancía o servicio, mantienen estrechas relaciones y llevan a cabo abundantes transacciones, de tal manera, que los distintos precios a que estos se realizan tienden a uniformarse"

COMERCIAL: "Es el proceso económico mediante el cual se intercambian mercancías y servicios y se valoran en términos de precio en dinero"

MERCADOTECNICO: "Los mercados son un conjunto de personas que tienen dinero para gastar y deseo de gastarlo"

De acuerdo a las definiciones expresadas, podemos definir el mercado bancario como:

El conjunto de vendedores (Instituciones Bancarias) y compradores (usuarios) de un servicio bancario, que tienen estrecha relación comercial.

En esta definición encontramos dos conceptos que explicaremos brevemente:

A) **VENDEDOR.** Es la institución bancaria que puede ofrecer el mismo tipo de servicios que su competencia, por estar regulada por la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares.

Motivo por el cual, en el mercado bancario la competencia en cuanto a captación e inversión de recursos económicos, que

es la principal finalidad de la institución bancaria, se lleva a cabo mediante la calidad con que se presta el servicio.

La imagen que tiene la institución bancaria ante los usuarios de los servicios bancarios es determinante para el logro del objetivo primordial.

Las instituciones bancarias se clasifican por la magnitud de las operaciones que realizan y por su capital contable en:

- a) Grandes
- b) Intermedias
- c) Pequeñas

Los principales atributos positivos de las instituciones bancarias grandes son:

- a) Amplia red de sucursales.
- b) Mayor capacidad y disposición para conceder préstamos.
- c) Sistemas automatizados.

Sus atributos negativos son:

- a) Pérdida de tiempo exagerado
- b) Poco interés por conservar la clientela
- c) Trato impersonal al usuario.

Las instituciones intermedias se caracterizan por:

- a) "Colas" menos largas y molestas.
- b) Trato personal más humanizado.
- c) Ofrece los mismos servicios de instituciones grandes.

En contraparte tiene pocas sucursales, sistemas de operación anticuados y política cerrada y restrictiva en cuanto a préstamos.

Las instituciones bancarias pequeñas tienen un excelente trato personal, pero en ellos se acentúan los inconvenientes que se han mencionado para las intermedias.

- B) EL COMPRADOR: Es el usuario del Servicio Bancario, cuyas ne
cesidades primarias que busca satisfacer en
su trato con la institución bancaria son:
- a) Seguridad en la custodia del dinero que no
va a utilizar a corto plazo.
 - b) Seguridad en el movimiento del dinero.
 - c) Respaldo económico en caso de emergencias
 - d) Posibilidad de ampliar la disponibilidad e
conómica para la adquisición de bienes.
 - e) Control de ingresos y egresos personales.

CARACTERISTICAS DEL MERCADO BANCARIO:

- A) Venta de intangibles.- Por ser venta de servicios, los cua-
les no son sujetos de poderse tocar,
o gustar, etc.
- B) Venta directa.- Cuenta de cheques
Cuenta de ahorros
Inversiones
- C) Calidad.- Tiempo de espera, frecuencia de errores.
- D) Importancia de varios puntos de vista.- Esta representado
por el número de sucursales con que
cuenta un banco.
- E) Combinación de varios servicios para su venta.
- F) Todas las instituciones bancarias pueden ofrecer los mismos
servicios.

AMBITO LEGAL DEL MERCADO BANCARIO.- Las transacciones comercia-
les bancarias, como ya se menciona en los antecedentes; estan
regidas por la Ley General de Instituciones de Crédito y Orga-

nizaciones Auxiliares, y competereá exclusivamente a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la adopción de todas las medidas relativas tanto para la creación como para el funcionamiento de las instituciones bancarias.

2.- PARTICIPACION DE LAS PRINCIPALES INSTITUCIONES BANCARIAS.

Con el objeto de hacer un análisis, que si bien no es exaustivo desde el punto de vista económico, si pretendo mostrar con la mayor claridad posible, de cuanto participa cada institución, por lo menos las más representativas, del total de captación de la Banca Privada a nivel Nacional.

Es importante hacer notar que en la participación de dicho mercado a nivel nacional el área metropolitana participa con el 29% aproximadamente.

He tomado como muestra de mi análisis de datos de 1975 a - julio de 1979, por considerar éste periodo como el más representativo por la trascendencia que ha tenido la devaluación de nuestra moneda en el ámbito económico de nuestro país.

He clasificado la información, primero en el total de captación por tipo de Banca. Después he clasificado dicha captación de acuerdo con lo que cada institución ha participado de ella.

El orden en que se han clasificado las distintas instituciones se ha basado de acuerdo con la CAPTACION TOTAL, es decir, la suma global de la captación por los tres tipos de Banca. Las cifras de aquellas instituciones que no fueron significativas con relación a la captación total de recursos, las he enmarcado dentro del rubro de OTRAS.

No he querido clasificar a las instituciones en grupos de "Grandes", "Medianas", y "Pequeñas", por considerar esto como poco ilustrativo y he preferido que las cifras expuestas hablen por sí mismas. Además, con el mercado es algo dinámico, se podría dar el caso de alguna institución cambiara con el tiempo de clasificación.

A).- Instituciones que integran los grupos llamados "Banca Múltiple"

A continuación presento la manera en que los grupos que se analizan están integrados por sus respectivas instituciones fusionadas. Este desglose está basado en datos arrojados por la Asociación de Banqueros de México, a través de su publicación mensual llamada "Indicadores Bancarios al mes de diciembre de 1978".

- 1.- BANCOMER
35 Bancos de Comercio
Financiera Bancomer
Hipotecaria Bancomer
- 2.- BANAMEX
Banco Nacional de México
Financiera Banamex
Financiera de Venta Banamex
Hipotecaria Banamex
- 3.- SERFIN
Banco de Londres y México
Banco Azteca
Banco Serfin Veracruzano
Banco Serfin de Jalisco
Banco Serfin de Chihuahua
Financiera Aceptaciones
Financiera Serfin de Tampico
Hipotecaria Serfin
- 4.- COMERMEX
Banco Comercial Mexicano
Banco Comercial Mexicano de Monterrey
Banco Comercial Mexicano de Tamaulipas
Banco Comercial Peninsular
Financiera Comermex
Hipotecaria Comermex

5.- SOMEX

Banca Somex
Banca Promex
Banco Mexicano
Banco Mexicano de Colima
Banco Mexicano del Centro
Banco Mexicano del Golfo
Banco Mexicano del Norte
Banco Mexicano de Occidente
Banco Mexicano de Puebla
Banco Mexicano del Sur
Banco Mexicano del Noroeste
Banco Mexicano de Toluca
Banco Refaccionario de Jalisco

6.- INTERNACIONAL

Banco Internacional
Banco Internacional de Jalisco
Banco Internacional de Baja California
Banco Internacional del Norte
Banco Internacional del Centro
Banco Internacional del Noroeste
Banco Internacional del Nordeste
Banco Internacional de Tamaulipas
Banco Internacional Peninsular
Banco Internacional del Sureste
Financiera Internacional
Hipotecaria Internacional

7.- BANPAIS

Banco del País
Banco Banpaís
Financiera Banpaís de Occidente
Financiera del Norte
Financiera del País
Hipotecaria Banpaís

8.- BANATLAN

Banco del Atlántico
Banco de Yucatan
Financiera del Atlántico
Hipotecaria del Atlántico

9.- CONFIA

Banco de Industria y Comercio
Banco del Sur
Banco General de Tamaulipas
Banco General de Sinaloa
Financiera Atlas
Hipotecaria General de Monterrey
Banco Inmobiliario Atlas

10.- OTROS

Multibanco Mercantil de México
Banco de Crédito y Servicio+
Banco Regional del Norte
Banpacífico
Banco B C H
Cremi++
Bancos Regionales Asociados
Unibanco
Polibanca Innova
Crédito Mexicano +++
Longoria
Banco Mercantil de Monterrey
Actibanco Guadalajara
Sofimex
Banca Metropolitana
Ban Cam
Banco Occidental de México
Banco Continental
Aboumrad

- + Absorve a Financiera México
- ++ Resultante de la fusión de: Banco Minero y Mercantil
Crédito Minero y Mercantil
Crédito Hipotecario
Crédito Hipotecario del Sur
- +++ Absorve a: Crédito Financiero
Financiera Michoacana

B) EL MERCADO BANCARIO DE CAPTACION DE RECURSOS POR INSTITUCIONES.

El crecimiento porcentual de cada institución se estableció tomando los saldos corrientes a diciembre de 1975, como AÑO BASE disminuyéndosele a cada año posterior se respectivo índice de inflación, los cuales, para 1976 fué de 27.2%; para 1977 fué de -- 20.7%; para 1978 fué de 16.2%; para 1979 aún no queda oficialmente determinado el índice de inflación.

Considero que al hacer un análisis detallado de las cifras ya expuestas en el cuadro de captación por instituciones, es más apropiado examinar año con año para ser más específicos.

1975

En este año la captación total de la Banca Privada, a nivel nacional fué de 263,699.6 millones de pesos, correspondiendo el 35.75% a la Banca de Depósito y Ahorro; el 50.38% correspondió a la Banca Financiera y el 13.87% a las operaciones de Banca Hipotecaria.

Del total obtenido en las operaciones de depósito y ahorro Bancomer obtuvo la más alta participación del mercado con el --- 27.5% seguido de Banamex con el 26.4%.

En este sentido, estas dos instituciones por si solas obtuvieron el 53.9% de la captación total en este tipo de Banca, se seguidos por Serfin que solo obtuvo el 9.72%, Comermex participó con el 6.42%.

El caso de Somex es especial, pues en este año no se fusiona como Banca Múltiple, por lo que presentó en su lugar las cifras obtenidas por el Banco Mexicano, el cual obtuvo en este renglón una participación del 5.37%. El Internacional obtuvo el 5.5.%

Entre los grupos Banatlan, Confía, Banpaís, obtuvieron entre todos ellos una participación del 4.9%. El grupo de las instituciones restantes obtuvieron en forma global una participación del 14.18%, es decir, su participación fue solamente un poco mayor de la mitad de la lograda por Bancomer.

Vemos que la diferencia entre las instituciones más grandes (Bancomer y Banamex), es mucho mayor que la que existe entre el segundo grupo y las instituciones restantes. Dicho segundo grupo está integrado por Serfin, Comermex, Somex e Internacional.

La diferencia en millones de pesos entre Serfin y Banamex es de 15,725.3, mientras que la diferencia entre Banatlan e Internacional es de solo 3,301.1 millones.

En el ámbito de la Banca Financiera, Banamex obtuvo la mayor participación del mercado con un 22%, seguido muy de cerca por Bancomer, quien obtuvo el 21.3%. Nuevamente entre estas dos instituciones captaron casi la mitad del mercado en este tipo de Banca. Cabe hacer notar que la diferencia entre Banamex-Bancomer y el segundo grupo ya descrito anteriormente, es menos pronunciada que la existente en la Banca de Depósito y Ahorro, pues es de 13,502.5 millones, sin dejar de ser con esto una desventaja muy marcada en su participación relativa.

En cuanto a Banca Hipotecaria, Bancomer marcó la pauta con el 24.4% de participación. Hay que mencionar que Banamex y las demás instituciones forman un grupo más o menos compacto, en virtud de que la diferencia entre todas las demás instituciones es poco relevante con respecto a Bancomer. Banamex captó 5,959.1 millones menos que Bancomer, y solo captó 869.8 millones más que Serfin.

El grupo de instituciones restantes ("Otros"), obtuvo el doble de la participación de Bancomer.

1976.

En Este año la captación del mercado total en los tres tipos de Banca, fué de 282,409.7 millones de pesos, es decir, sólo fué mayor a 1975 en 18,710.1 millones. Considerando el índice inflacionario de este periodo, que fué del 27.2%, la captación neta tuvo una sensible baja que alcanzó el 22.03%, tomando como base el valor corriente del dinero de 1975.

Esta baja fué causada por la rescisión económica que sufrió el país con la devaluación de nuestra moneda.

La Banca de Depósito y Ahorro captó el 40.29% del total, mientras el grupo de las operaciones de la Banca Financiera captó el 48.17%, y las operaciones hipotecarias el 11.54%.

La posición relativa de cada institución con respecto a la participación del mercado, se mantuvo invariable. Bancomer obtuvo el 27.52%, Banamex el 25.78%; Bancomer conservó su mismo nivel de participación y Banamex perdió un 0.32% de su participación con respecto al año anterior.

Serfin obtuvo el 9.18% de participación, perdiendo un 0.54% de su influencia en el mercado. ComerMex, Somex e Internacional obtuvieron juntos una participación global del 16.92%, mientras que las instituciones restantes captaron el 20.61%.

En cuanto a la Banca Financiera, todas las instituciones captaron menor cantidad de dinero con respecto a 1975, considerando que el índice inflacionario fue del 27.2%. El porcentaje mayor de pérdida fué del 31.10% que correspondió a Banatlan, y el porcentaje menor correspondió a Banpaís con 14.14%. Banamex continuó a la cabeza con el 20.76%, seguido por Bancomer con el 20.69%. Como a estas fechas Somex todavía no se fusionaba como Banca Múltiple, el Banco Mexicano no tomó participación en este renglón. La diferencia en el marco de las operaciones de Banca Hipotecaria sigue siendo muy marcada, pudiéndose diferenciar fácilmente tres grupos:

Bancomer: 23.48%, no obstante que tuvo uno de los índices más altos de disminución con el 37.66%.

Banamex, Serfin, Comermex, Internacional y Banatlan tuvieron una participación en conjunto del 29.45%. Las demás instituciones tuvieron solo el 47.07%.

1977.

La captación total en este año ascendió a 378,811.9 millones de pesos, es decir, obtuvo un decremento del 17.06%, considerando que tuvo un índice de inflación del 20.7%. La Banca de Depósito y Ahorro participó del dicho total con el 41.51%, la Banca Financiera participó con el 47.42% y la Hipotecaria con el 11.07%.

Entre Bancomer y Banamex se mantuvo la diferencia de captación que en años anteriores, las operaciones de Depósito y Ahorro, con el 27.6% y 24.44% respectivamente. La diferencia entre Serfin y Banamex se acentuó con respecto a 1976, pues en este año fue de 24,353.2, mientras que el año anterior había sido de 18,887.1 millones. Las diferencias entre Serfin y Comermex, así como entre Somex, Internacional y Banatlan, se mantuvieron casi constantes.

Con respecto a las operaciones de depósito y ahorro, estas tuvieron un aumento de 43,453.9 millones con respecto al año anterior significando esto una recuperación del 8.59%.

No obstante que aún persistió en este año una leve disminución del ingreso por captación en relación a 1975, vemos que algunas instituciones ya habían logrado resultados positivos, destacándose Comermex, quien obtuvo la recuperación más alta con un 9.17%, siguiéndole el Internacional y Banpaís con el 6.94% y 6.16% respectivamente.

Bancomer casi alcanzó a superar sus decrementos anteriores con un 0.94%, siendo Serfin el más afectado, pues solo se recuperó en un 6.33%, siendo con ello la institución que logró los porcentajes negativos más elevados.

Aunque Banamex se recuperó levemente, su diferencia, con respecto a Serfin siguió manteniéndose casi constante.

En el área financiera el panorama no fue nada halagador, pues hubo graves disminuciones en la captación. El caso más llamativo lo constituye el Internacional, siendo su disminución del 47.93% con respecto al año base (1975), dejando de captar 433.3 millones. Esta institución fue la única que tuvo ingresos menores con respecto a años anteriores. El grupo de "otros" también tuvo un fuerte decremento de 38.02% con respecto a 1975. La disminución más baja la obtuvo Banpals, con el 13.63%, captando 1394.5 millones más que Banatlan. En cuanto a los demás el grado de intervención en el mercado de cada institución fue normal.

En cuanto a la Banca Hipotecaria, el Internacional tuvo un fuerte descenso de captación, siendo su porcentaje negativo del 49.83%, dejando de percibir 106.6 millones menos que el año anterior. En este año hubo una ligera recuperación del mercado, aunque se registraron cifras negativas muy elevadas. Banpals resultó con el 57.36% con respecto al año base siendo así el resultado negativo más elevado.

1978.

En este año hubo ingresos totales por 509,678.2 millones de pesos, es decir, 130,866.3 millones más que el año anterior. En las operaciones de depósito y ahorro se obtuvo una recuperación palpable, alcanzando un crecimiento del 5.08%. Este renglón significó un 40.18% de la captación total. La Banca Financiera -- constituyó el 49.74%, la hipotecaria el 10%. En depósito y ahorro, casi todas las instituciones obtuvieron resultados positivos con respecto al año base, excepto Banamex y Serfin con el 3.64% y 8.95% respectivamente. Banpals obtuvo el porcentaje más elevado de todos con un 31.05%. La captación en este renglón -- fue positiva de un crecimiento relativo del 5.08%.

La captación financiera, aunque no logró recuperarse de sus decrementos anteriores si acusó una mejoría notable, con un 14.26% de aumento con respecto al año anterior.

Es digno de mencionarse el desplome que tuvo el Internacional, pues bajo a la mitad de su captación de 1977, llegando a 86.22% de disminución, dejando de captar 1814.2 millones. Por el contrario, la recuperación mayor la obtuvo Banpals con un 11.73%. El grupo de "otros" también obtuvo un buen resultado ; pues de un 38.02% negativo que tenía a 1977 bajo a 29.41%.

El mercado en general en cuanto toca a este tipo de operaciones, tuvo recuperación apreciable, aunque siguió con porcentajes negativos.

La Banca Hipotecaria siguió con una recuperación muy lenta, del 1.77% solamente, aquí también el Internacional desplomó su captación a 84.48% menos que 1975. La única institución que alcanzó un aumento con respecto al año base fue Serfin, llegando al 6.53% más.

1979.

En este año se captaron casi 100 mil millones más que el año anterior logrando un crecimiento del 11.38% con respecto a 1975. De los 607,118.6 millones que captó la Banca Privada el 38.30% correspondió a depósito y ahorro, el 51.98% a las operaciones financieras, y el 9.72% a las hipotecarias.

En depósito y ahorro, el panorama de franca recuperación se hace palpable, pues aumentó la captación en 27,732.3 millones de pesos con respecto a 1978. Los lugares relativos a cada institución se mantuvieron casi iguales. Banatlan aumentó sus ingresos en apenas 343 millones, mientras que en 1978 aumentó su captación con 1069.4 millones con respecto a 1977.

Persiste la relación entre las instituciones comprendidas en "otros" con respecto a Banamex, pues apenas rebasan la mitad de lo captado por este.

Lo mismo podemos decir de la Banca Financiera en éste año

se captaron 62,047.2 millones más que el año anterior, correspondiendo del total el 24.07% a Banamex y el 22.07% a Bancomer.

El grupo Internacional descendió terriblemente su captación con respecto a 1978, haciendo su cifra poco significativa con respecto a otras instituciones, llegando a obtener ingresos por sólo 559.4 millones, es decir, el 0.74% de lo captado por Banamex. Nuevamente, solo Bancomer y Banamex juntos captaron el 46.13% del mercado en este renglón.

En cuanto a la Banca Hipotecaria, Bancomer descolló con mucho ante las demás instituciones, captando 9,734.2 millones más que Banamex, su más cercano competidor. El grupo internacional en este año dejó de tener captación por este concepto. El ritmo de recuperación del mercado fue lento, considerando, según cifras anteriores que serán necesarios.

Es evidente que en el futuro por lo menos en los próximos diez años, Bancomer y Banamex seguirán disputándose la mayor participación del mercado bancario.

No obstante lo interesante que se debe mencionar es que las demás instituciones, sobre todo Serfin, Comermex, Somex, Internacional, Confla, etc., tendrán cada vez mayor importancia relativa en el mercado bancario, en virtud del gran impulso que van cobrando paulatinamente. Esto se basa sobre todo en que todas las instituciones ofrecen el mismo tipo de servicios, y de que Bancomer y Banamex ya han llegado al límite permisible de sucursales en el área metropolitana. Con esto las demás instituciones tienen un margen competitivo de desarrollo más equilibrado.

NOMBRE DE LA INSTITUCION	1975	1976	1977	1978	1979	1975	1976	1977	1978	1979	1975	1976	1977	1978	1979	1975	1976	1977	1978	1979	
			DIFERENCIA (%)		DIFERENCIA (%)		DIFERENCIA (%)		DIFERENCIA (%)												
BANCOMER	25297.1	31315.7	(12.07)	43407.7	(0.94)	54388.1	4.01	60869.4	28317.3	28145.8	(27.64)	37766.6	(23.01)								
BAKAMEX	24893.3	29330.3	(14.22)	38428.1	(10.88)	49980.9	(3.64)	56093.3	29253.8	28236.7	(29.73)	38399.0	(24.22)								
SERFIN	9168.0	10443.2	(17.70)	14074.9	(11.37)	17524.0	(8.95)	19380.1	14814.8	15676.3	(22.97)	20364.0	(20.65)								
CONERMEX	6052.6	7656.3	(7.91)	11445.5	9.17	15921.8	27.26	18319.6	10034.9	9824.6	(28.73)	14411.8	(17.09)								
SOMEX	5059.7	5162.3	(25.72)	8576.3	(2.15)	13251.0	23.65	15586.4	10034.9	10034.9	(28.73)	14411.8	(17.09)								
INTERNACIONAL	5184.6	6428.8	(9.73)	9604.1	6.94	13560.2	26.53	15889.9	2939.4	3084.5	(23.61)	2651.2	(47.93)								
BANATLAN	1883.5	2399.9	(7.24)	3063.3	(6.11)	4143.6	6.43	4486.6	3503.0	3315.1	(31.10)	4438.6	(26.85)								
BANPARIS	1229.1	1697.7	0.56	2240.2	6.16	3329.6	31.05	4205.3	3899.1	4598.6	(14.14)	5833.1	(13.63)								
CONFIA	1507.4	1834.4	(11.41)	2377.5	(8.95)	3314.8	6.38	3722.4	2171.4	2309.2	(22.58)	2925.9	(22.21)								
OTROS	13371.9	17518.2																			

PARTICIPACION DEL MERCADO BANCARIO
(MILLONES DE PESOS)

FUENTE: INFORMES ANUALES BANCO DE MEXICO.

9

NOMBRE DE LA INSTITUCION	1975	BANCIA DE DEPOSITO Y AHORRO		BANCIA FINANCIERA								
		27.2 % 1976	DIFERENCIA %	20.7 % 1977	DIFERENCIA %	16.2 % 1978	DIFERENCIA %	1979	27.2 % 1976	DIFERENCIA %	20.7 % 1977	
BANCOMER	25297.1	31315.7	(12.07)	43407.7	(0.94)	54388.1	4.01	60869.4	28317.3	28145.8	(27.64)	37766.6
BANAMEX	24893.3	29330.3	(14.22)	38428.1	(10.88)	49580.9	(3.64)	56093.3	29253.8	28236.7	(29.78)	36399.0
SERFIN	9168.0	10443.2	(17.70)	14074.9	(11.37)	17524.0	(8.95)	19380.1	14814.8	15676.3	(22.97)	20364.0
COMEREX	6052.6	7656.3	(7.91)	11445.5	(9.17)	15921.8	27.26	18319.6	10034.9	9824.6	(28.78)	14411.8
SOMEX	5059.7	5162.3	(25.72)	8576.3	(2.15)	13251.0	23.65	15586.4	-	-	-	12138.6
INTERNACIONAL	5184.6	6428.8	(9.73)	9604.1	(6.94)	12560.2	26.53	15889.9	2939.4	3084.5	(23.61)	2651.2
BANATLAN	1883.5	2399.9	(7.24)	3063.3	(6.11)	4443.6	6.43	4486.6	3503.0	3315.1	(31.10)	4438.6
BANPAIS	1229.1	1667.7	(0.56)	2260.2	(6.16)	3329.6	31.05	4305.3	3899.1	4598.6	(14.14)	5833.1
CONFIA	1507.4	1834.4	(11.41)	2377.5	(8.95)	3314.8	6.38	3722.4	2171.4	2309.2	(22.58)	2925.9
OTROS	13371.9	17518.2	(4.63)	24003.1	(3.63)	29760.2	7.67	33848.5	37927.9	40843.6	(21.60)	40719.2
T O T A L E S	94274.2	113786.8	(12.30)	757240.7	(3.71)	204774.2	5.08	232506.5	132861.6	136034.4	(25.46)	179648.0

TOTAL DE CAPTACION DE LA BANCA PRIVADA EN MEXICO
(MILLONES DE PESOS)

FUENTE.- INFORMES ANUALES DE BANCO DE MEXICO,
1A. PARTE

NOMBRE DE LA INSTITUCION	DIFERENCIA 16.2 %		DIFERENCIA 27.2 %		DIFERENCIA 26.7 %		DIFERENCIA 16.2 %		DIFERENCIA	
	1978	1979	1978	1979	1978	1979	1978	1979	1978	1979
BANCOER	(23.01)	53812.9	(8.06)	86534.4	8937.1	7652.5	(37.65)	10136.8	(34.52)	12711.9
BAWAMEX	(21.22)	58038.4	(4.10)	75955.8	2978.0	2698.5	(32.28)	3300.3	(36.02)	4716.5
SERFIN	(20.65)	28558.7	(6.74)	36447.9	2180.1	1886.4	(35.34)	3559.2	(3.11)	4800.9
CONSEAR	(17.09)	22732.3	9.59	26532.6	1167.3	1152.3	(28.14)	3466.6	-	3983.5
SOMEX	-	16621.2	-	13219.9	-	-	-	1597.1	(48.83)	567.5
INTERACCIONAL	(47.93)	837.0	(86.22)	559.4	1088.7	1643.7	(32.35)	1847.5	(33.49)	1632.9
SAWATLAV	(26.85)	5574.8	(23.01)	6895.1	1430.0	1023.0	(57.89)	241.4	(57.36)	389.4
SAWATLAV	(13.63)	7906.6	(1.90)	9686.8	326.8	287.8	(38.12)	271.8	(45.21)	358.0
SAWATLAV	(22.21)	4118.9	(8.23)	4689.9	286.4	277.8	(31.93)	16158.4	(46.65)	20826.5
SAWATLAV	(38.02)	55338.0	(29.41)	65894.2	17466.3	15946.8	(33.61)	-	(42.98)	23726.0
OTROS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTALES	(21.94)	265338.8	(7.69)	315886.0	36580.8	32558.5	(35.11)	44323.2	(33.80)	51365.2

FUENTE INFORMES ANUALES DE BANCO DE MEXICO.

2A. PARTE

TOTAL RESCAPTACION

1978	1979
120912.9	146158.4
112335.8	137975.5
50893.6	60917.9
40043.2	46370.0
38835.7	39471.9
14984.7	16449.3
11351.3	12083.6
11834.6	14264.1
7791.7	9057.2
105924.7	123570.7

CAPITULO VI

DEFINICION Y ANALISIS DE LA TARJETA DE CREDITO

1.- "ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA TARJETA DE CREDITO".

La humanidad desde su inicio hasta nuestros días, ha sufrido una profunda evolución en cuanto a sus formas de cambio. La primera forma de cambio conocida por el hombre fue el trueque que se define como el cambio de productos por productos dependiendo de la actividad propia del hombre primitivo. Pero el trueque trajo consigo pocas ventajas y grandes desventajas.

Las principales desventajas fueron las siguientes:

- No existía un valor fijo en los productos; Este cambiaba constantemente, sufriendo en última instancia el consumidor por no poder satisfacer sus necesidades básicas.
- Otra desventaja se detectaba cuando las mercancías eran trasladadas de un lugar a otro, Estas sufrían deterioros y los comerciantes sufrían pérdidas.
- Era difícil establecer una relación exacta entre los productos.

Como la humanidad continúa en desarrollo y, al paso del tiempo, el hombre descubre los metales e inventa posteriormente la moneda.

La primera moneda de que se tiene memoria, data del año de 1425 A.J., fué hecha de bambú en forma alargada, tenía grabado el nombre de la casa de cambio que la emitió y su valor.

Las monedas han tenido diferentes formas y tamaños, las hay redondas como las que todos conocemos, hexagonales, eptagonales, como nuestra moneda de diez pesos, etc. También han sido fabricadas de di-

ferentes metales, como el níquel, bronce, cobre y de algunos otros metales preciosos como el oro y la plata.

Otra representación del dinero es el papel moneda o billete, que es muy práctico, fácil de transportar y nos evita la molestia de traer grandes cantidades de monedas en los bolsillos.

Otra forma de cambio en la actualidad, es el cheque.

¡Pero la forma de cambio más evolucionada y dinámica, es la tarjeta de crédito bancaria!

Las primeras tarjetas surgieron en los Estados Unidos en la década de los 20' y fueron creadas por las Industrias Petroleras que las proporcionaron a sus clientes para promover sus ventas.

Después de la Segunda Guerra Mundial todas las industrias trataban de mejorar la calidad de sus productos, y fue cuando surgió la competencia; hasta que los almacenes se encontraron abarrotados de mercancías; entonces los comerciantes, pensaron en la forma de sacar a la venta esa sobreproducción, y fue entonces cuando a alguien se le ocurrió utilizar las tarjetas de crédito en los almacenes.

En la década de los 60' también en Estados Unidos, surgieron dos grandes Asociaciones de Tarjeta de Crédito Bancarias, que son Bankamericard e Interbank, a ésta última se le unieron varios bancos que ya tenían Tarjetas de Crédito entre sus servicios.

Actualmente la Banca Norteamericana tiende únicamente a estos dos sistemas de Tarjetas de Crédito. Mundialmente la Asociación más importante de Tarjeta de Crédito Bancaria es Interbank, tanto por el número de tarjeta-habientes con el que cuenta, como por el número de países en que opera. La tarjeta de crédito más conocida en el mundo, la Master Charge pertenece a este grupo.

En nuestro país 2 sistemas de tarjetas de crédito bancarias son miembros de esta asociación, ellos son, por supuesto CARNET y BANAMEX, y por pertenecer al grupo INTERBANK tienen compensación.

Las primeras tarjetas de crédito en México aparecieron en la década de los 50' con las tarjetas Diners-Club conocida anteriormente con en nombre de Club 202, y la American Express; estas tarjetas son de crédito turístico.

En la década de los 60' aparecieron las Tarjetas de Crédito-Bancarias, la primera fue la de Bancomático ahora Banamex en diciembre de 1968, luego Bancomer en el mes de septiembre de 1969, y un mes después; el 22 de agosto salió al mercado inuestra tarjeta de crédito - CARNET! .

Las tarjetas de crédito bancarias son las mejores, ya que -- brindan un mayor número de servicios.

2.- DEFINICION, CONTENIDO Y DIFERENCIAS DE LAS TARJETAS DE CREDITO

. DEFINICION GENERICA.

Tarjeta de Crédito es el instrumento de identificación de personas físicas, que permite ejercer en diferentes establecimientos, ubicados en diferentes zonas geográficas, parcial o totalmente, un crédito abierto con anterioridad por alguna corporación comercial, industrial, bancaria, etc.

. TARJETA BANCARIA DE CREDITO.

La tarjeta Bancaria de Crédito obviamente es aquella de la cual una Institución Bancaria dota a una persona física para que ésta ejerza un crédito, (en cuenta corriente) previamente abierto -- por aquélla.

. CONTENIDO DE LA TARJETA.

Si la Tarjeta de Crédito Bancaria es eminentemente una-credencial de identificación para que el tarjeta-usuario haga uso de un crédito en cuenta corriente abierto a su favor, debe de contener-- básicamente:

- a).- Nombre de la Institución Emisora
- b).- Nombre del Tarjeta-usuario o acreditado.
- c).- Clave numérica de identificación.
- e).- Fecha de vencimiento o caducidad.
- e).- Cantidad que puede ejercer el tarjeta-usuario en -- cada establecimiento vendedor, sin protección de -- la Central de Autorizaciones. (en clave).
- f).- Muestra de la firma del tarjeta-usuario.

DIFERENCIAS BASICAS ACTUALES ENTRE LAS TARJETAS DE CREDITO "COMERCIALES" O DE "DIVERSION", ETC. Y LAS TARJETAS DE CREDITO "BANCARIAS".

- a).- Las primeramente enunciadas se utilizan eminentemente para la adquisición de bienes o pagos de servicios y las bancarias, inclusive, para la obtención de efectivo.
- b).- La sola obtención de una Tarjeta de Crédito "Comercial", implica en muchos casos un costo para el usuario y cuota periódica, no así para el caso de la "Bancaria", - la cual es gratuita.
- c).- Los plazos para la amortización de los créditos allegados con muchas de las tarjetas "Comerciales" o con las de "Diversión", generalmente son más cortos que los de las tarjetas "Bancarias".
- d).- Las tarjetas "Comerciales" limitan su campo de ejercicio dentro de los establecimientos emisores y de sus sucursales, no así para el caso de las "Bancarias", - cuyo campo de acción abarca cuando menos la zona total del país en que fueron emitidas.
- e).- Los establecimientos prestadores de servicios o expendedores de bienes de consumo, rehuyen con mucha frecuencia la aceptación de pagos por medio de tarjeta de "Diversión", no obstante el haber aceptado previamente hacerlo, en virtud de la tardanza regular que se observa en el reembolso del valor de las operaciones, ya que el capital que respalda a dichos sistemas generalmente es limitado.
- f).- Los sistemas de Tarjeta de Crédito "Bancario", dan la

*facultad al usuario de cubrir en forma automática los -
adeudos respectivos, mediante la instrucción al Banco
Emisor en el sentido de cargar en su cuenta de cheques
las cantidades correspondientes.*

3.- REGLAMENTACION DE LAS TARJETAS DE CREDITO BANCARIAS.

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO.

COMISION NACIONAL BANCARIA

MEXICO, D.F., a 20 de diciembre de 1967.

C I R C U L A R N U M . 5 5 5

ASUNTO: *Reglamento de las Tarjetas de
Crédito Bancarias.*

A LOS BANCOS DE DEPOSITO.

*Para los efectos conducentes, transcribimos a ustedes
a continuación el oficio número 305-39455, fechado el 8 de no--
viembre último, en que la Secretaría de Hacienda y Crédito Pá--
blico, Dirección de Crédito, da a conocer el REGLAMENTO DE LAS-
TARJETAS DE CREDITO BANCARIAS, conforme al cual las institu----
ciones de depósito podrán expedir y manejar dichas tarjetas:*

*"En relación con la solicitud presentada a esa Depen-
dencia para que las instituciones de depósito y ahorro puedan -*

operar un sistema de tarjetas de crédito, esta Secretaría, considerando que la citada operación redundará en un más amplio -- servicio para los usuarios del crédito al facilitar, entre -- otras operaciones, el otorgamiento, por parte de la banca de -- depósito, de créditos al consumo duradero, así como para la adquisición de bienes de uso no especificado, esta propia Secretaría, con fundamento en el artículo 10 Transitorio de la Ley -- General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares, en relación con lo que dispone la fracción XII del artículo 10, tiene a bien expedir el siguiente

REGLAMENTO DE LAS TARJETAS DE CREDITO BANCARIAS

CAPITULO PRIMERO

De las tarjetas de Credito

Artículo 1.- Sólo los bancos de depósito podrán expedir tarjetas de crédito, sujetándose a lo dispuesto en el presente reglamento, a sus adiciones y reformas y a las demás disposiciones aplicables.

Para que dichos bancos puedan expedir tarjetas de crédito deberán solicitar autorización a la Secretaría de Hacienda, la cual podrá otorgarla discrecionalmente, oyendo en cada caso la opinión de la Comisión Nacional Bancaria y del Banco de México. A la solicitud deberán acompañar un estudio que contenga -- las bases técnicas y financieras del sistema de tarjetas de crédito.

Artículo 2.- Las tarjetas de crédito se expedirán -- siempre a nombre de una persona física, serán intransferibles y deberán contener:

- I. La mención de ser tarjeta de crédito;
- II. La denominación del banco que las expida;

- III. Un número seriado para efectos de control;
- IV. El nombre y una muestra de la firma del titular;
- V. La fecha de vencimiento;
- VI. La mención de que el uso de la tarjeta está sujeto a las condiciones establecidas en el contrato de apertura de crédito correspondiente; y
- VII. El límite autorizado para cada compra, el cual podrá consignarse en clave.

CAPITULO SEGUNDO

Del Contrato de Apertura de Crédito

Artículo 3.- La expedición de tarjetas de Crédito se hará con base en un contrato de apertura de crédito en cuenta corriente, por el cual el banco acreditante se obliga a pagar por cuenta del acreditado los bienes o servicios para el consumo que este adquiera mediante la presentación de la tarjeta y la suscripción de pagarés a la orden del banco. El acreditado deberá entregar los originales de dichos pagarés al establecimiento que le proporcione los bienes o servicios que adquiera o reciba mediante la tarjeta de crédito y conservará una copia de los mismos.

Artículo 4.- Los bancos sólo celebrarán los contratos de apertura de crédito a que este reglamento se refiere con personas que soliciten por escrito tarjeta de crédito y demuestren solvencia moral satisfactoria y suficiente capacidad de pago. Los bancos deberán recabar la documentación que sea necesaria para comprobar que se han cubierto los requisitos anteriores.

Artículo 5.- Los bancos podrán pactar con el acreditado que éste pueda disponer en el propio banco o en sus correspondientes bancarios de sumas de dinero en efectivo.

Artículo 6.- Los plazos máximos de vigencia de las tarjetas de crédito y del contrato de apertura de crédito serán de seis meses cuando los fondos provengan del departamento de depósito y de doce meses cuando provengan del departamento de ahorro, sin perjuicio de que puedan ser prorrogados una o más veces.

Los plazos máximos para el reembolso de las disposiciones con cargo al crédito serán de cinco meses cuando los fondos provengan del departamento de depósito y de once meses cuando provengan del departamento de ahorro, contados a partir de la fecha del estado en que aparezcan dichas disposiciones.

Artículo 7.- Los bancos no podrán cargar intereses sobre las cantidades que les sean pagadas dentro de los 30 días naturales siguientes a la fecha del corte de la cuenta respectiva.

Los bancos podrán cargar intereses sobre saldos diarios respecto de las cantidades que no les sean pagadas en el plazo señalado en el párrafo anterior, una vez transcurrido dicho plazo.

Artículo 8.- Los bancos sólo podrán cargar al acreditado, además de los pagarés suscritos por éste, las comisiones por apertura de crédito o prórroga, las comisiones especiales por entregas en efectivo y los intereses pactados. El Banco de México podrá fijar las tasas máximas que pueden cargar los bancos por dichos conceptos.

Artículo 9.- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, al otorgar la autorización a que se refiere el artículo primero de este Reglamento, fijará los límites máximos a que se sujetarán las partes tanto para cada disposición individual del crédito sin consulta previa como para el monto total del crédito para todos los usos.

Artículo 10.- Los bancos deberán enviar mensualmente a sus acreditados un estado de cuenta indicando las bantidades cargadas y abonadas durante el periodo comprendido desde el último-corte a la fecha del estado inclusive.

Será obligación de los bancos prevenir por escrito a los acreditados de la fecha del corte, la que no podrán variar sin previo aviso por escrito, comunicado por lo menos con un mes de anticipación.

Dichos estados deberán ser remitidos a los acreditados dentro de los cinco días siguientes al corte de la cuenta, quedando los bancos relevados de la obligación que se menciona en el primer párrafo de este artículo, cuando la cuenta no hubiese tenido movimiento alguno durante el periodo respectivo. El acreditado, para poder objetarlo en tiempo, deberá pedir al banco su estado mensual, si no lo hubiere recibido dentro de los diez días que sigan al corte. Se presumirá que recibió el estado si no lo reclamare por escrito dentro de dicho plazo.

Sólo durante los quince días siguientes al del corte, si el estado fue remitido en tiempo, o durante los cinco días siguientes al recibo de Este, cuando haya sido reclamado, los acreditados podrán objetarlo por escrito. Transcurridos estos plazos sin haberse hecho objeción a la cuenta, los asientos que figuren en la contabilidad del banco harán prueba a su favor.

CAPITULO TERCERO

De los Contratos con Los Proveedores

Artículo 11.- Los bancos celebrarán, con los proveedores contratos por los cuales éstos se comprometan a recibir pagos suscritos por los titulares de las tarjetas a la orden del -

propio banco, por el importe de los bienes que les suministren o los servicios que les presten dentro de las fronteras de los Estados Unidos Mexicanos, y el banco se obligue a pagar a la vista, a los proveedores, una cantidad igual al importe de dichos pagarés menos la comisión pactada.

Artículo 12.- Al celebrar una venta cuyo precio le sea cubierto en los términos del contrato a que se refiere el párrafo anterior, el proveedor estará obligado a:

- I. Verificar que la tarjeta de crédito se encuentre vigente;
- II. Comprobar que la firma del pagaré es la misma que aparece en la tarjeta respectiva;
- III. Sujetarse al límite que para cada venta aparezca en la tarjeta; y
- IV. Vender a los precios establecidos para sus ventas al contado.

Artículo 13.- En ningún caso los proveedores podrán a disposición de los titulares de las tarjetas de crédito sumas de dinero en efectivo.

CAPITULO CUARTO

Reglas Generales

Artículo 14.- Los bancos deberán cancelar de inmediato las tarjetas de crédito de los titulares que no cumplan con sus obligaciones en los términos de este reglamento y del contrato respectivo y deberán abstenerse de expedir nuevas tarjetas de crédito a aquellas personas que adeuden al banco más de una mensualidad vencida.

Artículo 15.- El titular de la tarjeta de crédito deberá notificar de inmediato al banco que se la haya expedido, el extravío o robo de su tarjeta. En estos casos y cuando se rescinda el contrato de apertura de crédito, el banco deberá cancelar la tarjeta vigente y dar aviso de la cancelación a los proveedores con quienes tenga celebrado el contrato a que se refiere este reglamento.

Artículo 16.- La Secretaría de Hacienda podrá revocar la autorización para expedir tarjetas de crédito en los siguientes casos:

- a) Cuando la institución se aparte de lo que establece este reglamento y demás disposiciones aplicables;
- b) Cuando se originen pérdidas importantes por las operaciones relativas;
- c) Cuando la Secretaría considere que el sistema no se maneja dentro de sanas prácticas bancarias, o que se corren riesgos excesivos.

Los bancos a los que sea revocada la autorización para expedir tarjeta de crédito, deberán proceder de inmediato a cancelar las que se encuentren en circulación, denunciando los contratos celebrados con los respectivos acreditados y proveedores, a cuyo efecto deberá hacerse constar expresamente en los referidos contratos la facultad de los bancos de denunciarlos en cualquier momento antes de su vencimiento y cancelar las correspondientes tarjetas de crédito.

El anterior reglamento se servirá hacerlo del conocimiento de las instituciones de depósito"

Atentamente,
COMISION NACIONAL BANCARIA
Presidente.

LIC. AGUSTIN RODRIGUEZ A.
Rúbrica

Para el estudio que nos ocupa me permito comentar las modificaciones que se presentaron en el Diario Oficial del día 19 de agosto de 1981, en el cual se establecen reglas para el funcionamiento y operación de la tarjeta de crédito.

En primer lugar para actualizar el reglamento se anota ya el título de Instituciones de Banca Múltiple, se hace también mención de que quedarán restringidas al territorio nacional.

Va la ley contempla la posibilidad de que se expidan a nombre de personas morales, lo cual también lo hace este estudio, en el caso de tarjeta de crédito de empresa.

De las modificaciones más importantes, esta la vigencia que ya es de dos años con la alternativa de prorrogarla.

Se abre la posibilidad de una nueva tarjeta de crédito de nominada "FIDEC" que opera como Fideicomiso de Pequeños y Medianos Comerciantes, creado por el Banco de México como fiduciario en el Fondo para el Desarrollo Comercial, el cual establecerá las bases para cumplir los requisitos para otorgarlas.

Otra modificación es el seguro que ya es obligatorio por parte de las instituciones de crédito, en favor de sus tarjeta habientes con excepción hecha del deducible que en su caso se pacte, en riesgos de robo o extravío de las tarjetas de crédito. Y además ya no podrán ser enviadas por correo.

4.- "ANTECEDENTES DEL GRUPO CARNET"

En México ya existían 2 tarjetas de crédito bancarias, antes que la de CARNET que eran:

BANCOMATICO.- Nombre con el cual se le conocía anteriormente a la tarjeta BANAMEX, expedida por el Banco Nacional de México.

BANCOMER.- Expedida por el Banco de Comercio.

Esto determinó que los demás Bancos al verse en desventaja e imposibilitados de lanzar su propia tarjeta de crédito, por el alto costo que esto representaba y observar que este nuevo servicio, los estaba dejando fuera del mercado, tuvieron la necesidad de unirse para operar y promover en forma común un mismo producto bancario, que en este caso sería la tarjeta de crédito.

Por primera vez en México y en la historia de la Banca se ha observado que varias instituciones bancarias, se han unido para trabajar conjuntamente y no en competencia.

Así fue como se unieron varios Bancos, a los cuales les había interesado el negocio de la tarjeta de crédito y son:

- 01 ATL Banco del Atlántico, S. A.
- 02 CMX Banco Comercial Mexicano, S. A., actualmente (Multi banco Comermex, S.A.)
- 03 INT Banco Internacional, S. A.
- 04 IVC Banco de Industria y Comercio, S.A., actualmente - (Banca Confía, S.A.)
- 05 SFN Banco de Londres y México, S. A., actualmente (Banca Serrín, S. A.)

Estos Bancos tuvieron que pensar en alguien que fuese el --- responsable y encargado de manejar toda la operación de la tarjeta, y ya que era difícil que un Banco se encargara directamente de todo, pues to que implicaba una mayor carga de trabajo.

De esta manera se creó el 30 de noviembre de 1968 la empresa "Promoción y Operación S.A. de C.V." también conocida por todos nosotros y en el ámbito bancario como PROSA, que es una empresa filial bancaria y de servicio que tiene por objeto representar a los bancos en cuanto a tarjeta de crédito, se refiere, y que se encargará exclusivamente, como su nombre lo dice, a la promoción y operación de la tarjeta de crédito.

Cabe hacer mención que es la única empresa que existe en México de este tipo siendo dueño de ella, los Bancos.

También se tenía que pensar en el nombre de nuestra tarjeta y se pensó en varios, como: Financier, Banco Club, etc.

Hasta que se optó por dejarle "CARNET" que es una palabra francesa que significa Identificación.

También se tuvo que pensar en un logotipo, con dibujo y colores que la identificara, se pensó en varias cosas como: Triángulos, flechas, cuadrados, rectángulos, etc., Hasta que se dejaron: 2 círculos, uno de color ocre, lado derecho, otro de color rojo, a lado izquierdo, con la palabra "CARNET" - en letras de color blanco y sobrepuestas en los círculos, dejando así completamente integrada la tarjeta con un nombre y logotipo propio que actualmente la representa, y su lanzamiento al mercado fue el 22 de agosto de 1969 fecha en que empezó a expedir tarjetas de crédito bancarias "CARNET" en toda nuestra República Mexicana, siendo en aquel entonces:

- 5 Bancos emisores
- 450 Sucursales bancarias en toda la República
- 7000 Establecimientos afiliados al grupo, y
- 40,000 Carnet-habientes

Actualmente podemos observar que poco a poco esta tomando más consistencia dentro del mercado, ya que en este momento, contamos con:

- 40 Bancos emisores
- 2,200 Sucursales bancarias en toda la República
- 30,000 Establecimientos afiliados al grupo
- 514,000 Carnet-habientes

y con esto, veo que el negocio de la tarjeta de crédito es muy productivo, y que cada vez crece más.

Los elementos que intervienen en la operación del grupo Carnet, son:

- *El usuario o Carnet-habiente*
- *El Establecimiento*
- *El Banco*
- *PROSA*

TARJETA DE CREDITO CARNET

EN QUE CONSISTE:

En que el Banco establece, mediante un contrato, con una persona física o moral un crédito en cuenta corriente; extendiendo el Banco una Tarjeta Carnet, con la cual el cliente podrá cubrir el importe de los bienes de consumo y los servicios que requiera, en los establecimientos afiliados al Sistema en todo el País.

Esto es posible ya que la Tarjeta identifica su firma, -- acreditándolo como usuario del servicio y en virtud del contrato tiene facultades para expedir pagarés a favor del propio Banco en pago de sus compras, hasta por el límite que se establece en el contrato. Asimismo el cliente podrá disponer eventualmente de dinero en efectivo.

COMO OPERA EL SERVICIO

El cliente persona física o moral presenta al Banco una solicitud contrato, acompañada de la documentación adicional que se le requiera. Posteriormente el Gerente de la oficina realiza el estudio del crédito correspondiente y avisa su resolución positiva al Departamento de Tarjeta de Crédito o su declinación al cliente según el caso. Los límites globales o monto de créditos a contratar podrán ser de \$5,000.00, \$10,000.00, \$15,000.00, \$20,000.00, \$25,000.00, \$30,000.00 ó \$50,000.00.

Se comunica a PROSA (Promoción y Operación S.A. de C.V., empresa central de servicio del consorcio de Bancos CARNET) la operación para que ésta proceda a la impresión de la tarjeta y la memorización de los datos en su sistema computarizado.

Una vez que se ha elaborado la tarjeta se entega al cliente, quién podrá hacer uso de ella para su pago a los establecimientos afiliados, mediante la presentación de la misma y la suscripción de un pagaré.

A la presentación de una tarjeta de crédito Carnet, el encargado del establecimiento afiliado deberá:

- a) Verificar que la tarjeta esté vigente.
- b) Revisar que su número de serie no se incluya en el Boletín de tarjetas canceladas que periódicamente le remite PROSA
- c) Cuando la transacción exceda del límite establecido, solicitar a PROSA la autorización para aceptarla.
- d) Llenar el formato del pagaré (nota de venta) y presentarlo al cliente para su firma.
- e) Cotejar la firma del cliente, en el pagaré contra la que aparece en la Tarjeta Carnet.
- f) Devolver la tarjeta al titular, junto con una copia del pagaré y la constancia de pago.

Posteriormente, en el momento que lo desee, podrá presentar en cualquier oficina bancaria los pagarés en su poder, para que le sean reembolsados o acreditados en su cuenta de cheques el importe líquido de la transacción, descontada la comisión respectiva.

Los pagos hechos con Carnet son procesados y se le envía al cliente su estado de cuenta. Las personas físicas usuarios de la Tarjeta Carnet, tienen dos opciones para cubrir el importe de sus créditos y ellas son:

- 1) Pagar el saldo total.
- 2) Realizar pagos mensuales, correspondientes a la décima parte de su saldo. En éste caso cubrirán un interés del 22% anual ó 1.83% mensual, calculado sobre su saldo diario.

En los casos en que el usuario Carnet (exclusivamente las personas físicas), desee obtener dinero en efectivo lo puede hacer indistintamente en cualquier oficina bancaria del Grupo Carnet, causando de inmediato una comisión del 2%.

El servicio de tarjeta de crédito Carnet pueden solicitarlo personas fí

sicas o morales, clientes o no del grupo.

REQUISITOS IMPORTANTES.

Personas Físicas:

- 1) Suscribir un contrato de apertura de crédito.
- 2) Presentar la(s) firma(s) de la(s) persona(s) obligada(s) solidariamente con el titular.
- 3) Someterse a un estudio de crédito y aprobarlo.
- 4) Obtener las firmas de obligados solidarios de quienes usarán las tarjetas adicionales o familiares, en caso de que se solicite la expedición de éstas.

Personas Morales:

- 1) Suscribir un contrato de apertura de crédito.
- 2) Someterse a un estudio de crédito y aprobarlo.
- 3) Señalar los nombres de las personas físicas que usarán las tarjetas de empresa.

5.- PARTICIPANTES QUE INTERVIENEN EN LA OPERACION DEL GRUPO
"CARNET".

"EL USUARIO".

Las principales funciones que realiza el USUARIO - dentro del grupo Carnet son:

- Comprar en los establecimientos afiliados a Carnet.
- Efectuar sus pagos en cualquiera de los Bancos Socios del Sistema Carnet.

"EL ESTABLECIMIENTO".

Las principales funciones que realiza el Establecimiento dentro del Grupo Carnet son:

- Vender y dar el servicio a los usuarios Carnet.
- Hacer el depósito de sus notas pagare efectuadas con tarjeta de crédito - Carnet en el Banco.
- Actualmente contamos con 30,000 establecimientos afiliados en toda la República, lo cual quiere decir, que -- tenemos negocios con todos los giros -- por haber.

" E L B A N C O "

Existen 2 tipos de Bancos, que son: Los Bancos Emisores y Bancos Asociados.

BANCO EMISOR.- Bancos facultados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para otorgar tarjetas de crédito Carnet con el nombre y logotipo de ese Banco.

BANCO ASOCIADO.- También otorgan tarjetas de crédito, pero no aparece en ellos su nombre y logotipo, sino que únicamente el del Banco al que están asociados.

FUNCIONES:

- Otorgar tarjetas de crédito.
- Recibir pagos de los usuarios.
- Otorgar disposiciones en efectivo.
- Recibir depósitos de los establecimientos.

"PROMOCION Y OPERACION, S. A. DE C. V."

Promoción y Operación S. A. de C. V., es una empresa de servicios que fue fundada el 30 de noviembre de 1968. Promoción y Operación, S. A. de C. V., normalmente se le conoce como PROSA y es una empresa creada en sociedad anónima cuyo consejo de administración - está formado por los miembros representativos de los Bancos Asociados al Sistema. Este consejo se reúne todos los viernes últimos de mes, para tomar decisiones y resoluciones. Está formado por doce personas titulares, dos secretarios y un comisario.

PROSA.- Es una empresa única en su género en México, y debido a esta característica tan importante, contamos con personal especializado en el manejo de la tarjeta de crédito.

La estructura interna de PROSA se encuentra dividida en dos áreas: Area Operativa y Area Comercial.

Con objeto de brindar un mejor y más eficiente servicio de operación en toda la República Mexicana, PROSA cuenta con siete Centros Foráneos que tienen como función principal dar servicio y mantenimiento a todo el sistema de tarjeta de crédito CARNET a nivel nacional y así brindar una mayor eficiencia en la operación.

PROSA cuenta con un Centro de Efectivo en la Ciudad de México; este Centro está destinado a dar el servicio de disposiciones en efectivo para los Carnet-habientes.

Funciones principales que PROSA realiza en apoyo a la operación de tarjeta de crédito CARNET.

COMPENSACION

Una de las funciones de mayor importancia que PROSA efectúa es la compensación diaria que se realiza con todos los Bancos que integran el Sistema Carnet.

La compensación es la operación diaria para determinar y liquidar los saldos a los Bancos, en favor o en contra, como resultado de sus operaciones como Bancos emisores o receptores del sistema de Crédito CARNET, dado que como Bancos emisores deberán pagar todos aquellos documentos firmados por sus Carnet-habientes y como Bancos

receptores cobrarán todos los documentos que recibieron en depósito de los establecimientos.

AUTORIZACIONES

Otra de las funciones relevantes de PROSA son las que realiza el departamento de autorizaciones y que consiste en dar, precisamente todas las autorizaciones a los establecimientos cada vez que éstos, hacen una venta con tarjeta de crédito Carnet, y que ésta rebasa su límite de piso (Límite autorizado para poder efectuar una venta Carnet sin pedir autorización).

Este Departamento recibe diariamente un promedio de 2,500 llamadas para dar autorizaciones, tanto de ventas como de disposiciones en efectivo.

Para desarrollar esta función, el departamento, cuenta con terminales de computador y apoyo en microfichas de transacciones y saldos diario.

Este departamento se hace cargo también de otorgar las autorizaciones a establecimientos que efectúan ventas con tarjetas -- Interbank, también otorga claves para disposiciones con tarjetas de Interbank.

El telex es una función más de Este departamento.

MICROFILM:

En PROSA se hace el proceso de microfilmación para todos los documentos que resultan de las operaciones con tarjetas Carnet, ta

les como pagarés, estados de cuenta, etc.

GRABACION

Promoción y Operación, S. A. de C. V., es la única empresa autorizada para grabar las tarjetas de crédito CARNET, para lo cual existe un departamento denominado "Grabación" que cuenta con una máquina - Data Kard con capacidad de grabar 12,000 tarjetas diarias, el promedio diario de grabación es aproximadamente de 2,000 a 2,500 tarjetas diarias.

LISTADOS DE COMPUTO

Se elaboran también en PROSA todos los listados de computador que requieren los Bancos del Sistema y que PROSA pueda emplear para su operación.

ELABORACION DE ESTADOS DE CUENTA

Es una función más de PROSA, la elaboración de todos los estados de cuenta de los Carnet-habientes y en acuerdo con algunos Bancos, también se mandan directamente a los Carnet-habientes por conducto de PROSA.

DEPARTAMENTO DE ARCHIVO

Este departamento se encarga de separar y archivar todos los listados de cómputo, que emite nuestro computador, para ser destinados a los Bancos.

CORREO DIRECTO o CORREO OPERACIONAL

Nos encargamos también de efectuar todas las promociones que

puedan ayudar a dar a conocer la tarjeta CARNET.

PROMOCION Y PUBLICIDAD

Toda la publicidad que se hace a la tarjeta, se hace a través de PROSA que se apoya en la agencia de publicidad "Paulino Romero y Asociados" de este modo se hacen displays, anuncios de T.V., - anuncios espectaculares, etc.

BOLETIN DE CANCELACIONES

El boletín de cancelaciones, es un instrumento de seguridad, tanto para los establecimientos, y Carnet-habientes como para los Bancos y PROSA.

Este boletín es editado cada 15 días, conteniendo el número de la tarjeta que no pueden ser usadas por el hecho de estar boletina das. PROSA, como otra de sus funciones, se encarga de la edición y - distribución de este boletín.

ELABORACION DE ESTADISTICAS

Con frecuencia son requeridos todo tipo de estadísticas, para el estudio de la operación, tanto de PROSA como de todo el Sistema y de los departamentos de la operación. La elaboración de estas estadísticas es una función importante que cubre el departamento de Auditoría Interna.

AFILIACION Y MANTENIMIENTO A ESTABLECIMIENTOS

En cuanto a la afiliación de establecimientos, PROSA es la única empresa que puede afiliarlos al Sistema Carnet, y para ello contamos con un cuerpo preparado de representantes.

Los medios de afiliación son:

- 1) Por compensación de información entre los tres sistemas de tarjeta de crédito, esto es Banamex, Bancomer y Carnet.
- 2) Por solicitud de los Bancos afiliados al Sistema Carnet.
- 3) Por contacto directo del establecimiento.
- 4) Por visita de nuestros representantes.

Actualmente podríamos decir que aproximadamente hay 34,500 establecimientos afiliados.

Otra de las funciones de este departamento es dar el mantenimiento en cuanto a servicio a los establecimientos afiliados

El jefe encargado de este departamento es el Señor Francisco Venegas V.

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD

Debido a la frecuencia con que son hechos los fraudes con tarjetas de crédito, PROSA cuenta con departamento de Seguridad, encargado de investigar fraudes hechos con tarjeta CARNET y lograr la detención de las personas que los cometen con la colaboración de las autoridades respectivas.

MICROFICHA

Gracias al avance tecnológico, a la microficha se le conoce como una de las formas más avanzadas en producción y manejo de información.

Promoción y Operación cuenta con el equipo necesario para producir las microfichas que son de gran apoyo en la operación.

CAPACITACION INSTITUCIONAL

La función de este departamento es el de capacitar al personal de los Bancos con respecto a la tarjeta de crédito; así como al personal de los establecimientos afiliados al Sistema Carnet.

PROSA.- Es la encargada de organizar y coordinar anualmente la Reunión Nacional Carnet y los Encuentros Nacionales Carnet.

6.- INSTITUCIONES ASOCIADAS A LA TARJETA DE CREDITO "CARNET".

BANCOS ASOCIADOS A CARNET

01	ATL	BANCO DEL ATLANTICO, S. A.
02	CMX	MULTIBANCO COMERMEX, S. A.
03	INT	BANCO INTERNACIONAL, S. A.
04	IVC	BANCA CONFIA, S. A.
05	SFN	BANCA SERFIN, S. A.
07	LON	BANCO LONGORIA, S. A.
08	BCH	BANCO B.C.H., S. A.
09	MÉR	MULTIBANCO MERCANTIL DE MEXICO, S. A.
10	PAI	BANCO DEL PAIS, S. A.
11	BIJ	BANCO INDUSTRIAL DE JALISCO, S. A.
12	SUR	BANCO CONFIA DEL SUR, S. A.
13	PUE	BANCO DE PUEBLA, S. A.
14	MTY	BANCO MONTERREY, S. A.
15	BIC	BANCO INTERNACIONAL DEL CENTRO, S. A.
16	BNL PAI	BANCO BANPAIS, S. A.
17	CMM	BANCO COMERCIAL MEXICANO DE MONTERREY, S. A.
18	INN	BANCO INTERNACIONAL DEL NORTE, S. A.
19	SON	BANCO INTERNACIONAL DEL NOROESTE, S. A.
20	CHE	BANCO INTERNACIONAL PENINSULAR, S. A.
21	MTS	BANCO INTERNACIONAL DE TAMAULIPAS, S. S.
22	BBC	BANCO INTERNACIONAL DE BAJA CALIFORNIA, S. A.
23	LDO	BANCO INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA, S. A.
24	GRL	BANCO INTERNACIONAL DEL SURESTE, S. A.
25	TAM	BANCO COMERCIAL MEXICANO DE TAMAULIPAS, S. A.
26	PEN	BANCO COMERCIAL PENINSULAR, S. A.

27	SIN	BANCO GENERAL DE SINALOA, S. A.
28	TMS	BANCO GENERAL DE TAMAULIPAS, S. A.
29	COA	BANCO DE COAHUILA, S. A.
31	"I"	INTERBANK MASTER CHARGE
36	MIN	BANCA CREMI, S. A.
38	BMM	BANCO MERCANTIL DE MONTERREY, S. A.
39	BCS	BANCRESER, S. A.
40	BEA	BANJERCITO, S. A.
42	BAM BMS	BANCO MEXICANO SOMEX, S. A.
43	BCE BMS	BANCO MEXICANO SOMEX DEL CENTRO, S. A.
44	BMS BMS	BANCO MEXICANO SOMEX DEL SUR, S. A.
45	BMN BMS	BANCO MEXICANO SOMEX DEL NORTE, S. A.
46	BNO BMS	BANCO MEXICANO SOMEX DEL NORESTE, S. A.
47	BMG BMS	BANCO MEXICANO SOMEX DEL GOLFO, S. A.
48	BMO BMS	BANCO MEXICANO SOMEX DEL OCCIDENTE, S. A.
49	BRJ	BANCO REFACCIONARIO DE JALISCO, S. A.
50	BMC BMS	BANCO MEXICANO SOMEX DE COLIMA, S. A.
51	BMP BMS	BANCO MEXICANO SOMEX DE PUEBLA, S. A.
52	BMT BMS	BANCO MEXICANO SOMEX DE TOLUCA, S. A.
53	ABO	BANCO ABUMRAD, S. A.
54	CHI	BANCO INTERNACIONAL DE CHIAPAS, S. A.
60	PBI	POLIBANCA INNOVA, S. A.
61	SOF	BANCO SOFIMEX, S. A. BANCO REGIONAL DEL NORTE, S. A. BANCO OBRERO, S. A. BANCO NACIONAL URBANO, S. A. BANCO LATINO

DEFINICION DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS

DEFINICION DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS

El objetivo del presente trabajo es el desarrollar el tema referente a mercadotecnia de servicios, anotando los aspectos más importantes del Sistema Financiero Mexicano; las funciones de la Banca en México y la aplicación de mercadotecnia al Sistema Bancario. En el aspecto de investigación se contempla el lograr los siguientes objetivos: los dividiré en dos aspectos; el primero, realizado a los establecimientos afiliados y los segundos a los usuarios y así cruzar la información:

OBJETIVOS EN ESTABLECIMIENTOS:

- Determinar si la afiliación, ayuda al incremento de sus ventas.
- Verificar si el servicio de PROSA y de las instituciones bancarias es el adecuado.
- Su opinión en cuanto a otras tarjetas de crédito.
- Checar si los pagos son oportunos de parte de las institu--ciones bancarias.

OBJETIVOS PARA USUARIOS:

- Detectar la imagen que tiene la tarjeta de crédito CARNET a los usuarios.
- Conocer si provoca mayor consumismo.
- Determinar si ayuda a lograr obtener mayor poder adquisitivo.
- Verificar el grado de aceptación de la tarjeta de crédito.
- Obtener información acerca del servicio que presta en cuanto a pagos, reportes de pérdidas.

METODOLOGIA

M E T O D O L O G I A

Pretendo llevar a cabo una investigación tendiente a perseguir fines científicos apoyándonos en instrumentos; tales como el cuestionario, la observación y experimentación, y determinar como influyen las estrategias de Mercadotecnia en los gustos, deseos y preferencias del consumidor, el cual en el caso que nos ocupa viene a representar un mercado complejo, altamente competido, buscando principalmente la opinión de los usuarios y establecimientos de la tarjeta de crédito CARNET por medio de un muestreo y realizando la tabulación, interpretación, así como las conclusiones y recomendaciones respectivas.

Considero adicionalmente necesario el incluir aspectos tales como modelos teóricos que permitan cruzar la información.

ALCANCES Y LIMITACIONES

ALCANCES Y LIMITACIONES

Desde luego no pienso crear la panacea para resolver cualquier problema de mercadotecnia que se pueda presentar en la Banca de México; sino que quiero aportar una investigación que hasta el momento en nuestro país se encuentra en gran parte inexplorado.

Elegir a analizar la situación histórica (a groso modo) la época actual y las recomendaciones que de acuerdo a mi criterio son las más idóneas, así como los temas y herramientas que podremos utilizar de acuerdo a la experiencia que se ha tenido en el desarrollo profesional en ésta rama.

HIPOTESIS

HIPOTESIS:

Igualmente las dividiré como se hizo en los objetivos.

Para los ESTABLECIMIENTOS:

- Todos los afiliados a CARNET incrementan su volúmen de ventas.*
- Obtienen ahorro en los costos de operación ya que no tienen que gastar si mantuvieran su propio Departamento de Crédito.*
- La Tarjeta de Crédito en estudio ofrece mejor servicio que otras Tarjetas de Crédito Bancarias.*
- Elimina riesgos y gastos innecesarios tanto por el manejo de efectivo como para un sistema de financiamiento propio.*
- La publicidad es el medio que ayuda a reforzar las estrategias de Mercadotecnia.*

Para los USUARIOS:

- Ha causado impacto la Publicidad de la Tarjeta de Crédito -- "CARNET". Creando una buena imagen entre el público en general.
- Al especializarse en proporcionar como único servicio el de la Tarjeta de Crédito, opera con mayor eficiencia y eficacia.
- Provoca mayor consumismo sobre todo por la idiosincracia y - costumbrismo del mexicano.
- Le da seguridad al usuario al no tener que llevar efectivo - en el momento de las compras.
- En el Mercado de la Tarjeta de Crédito Bancaria existe un -- acuerdo entre las empresas participantes de afiliar automati - camente los restantes del Mercado.

CUESTIONARIO PARA USUARIOS

CUESTIONARIO DE USUARIOS

1.- Tiene usted Tarjeta de Crédito Carnet?

sí () no ()

2.- Porqué eligió la Tarjeta de Crédito Carnet?

a) Porque le pidieron menos requisitos ()

b) Porque se la recomendaron ()

c) Porque considera que es la mejor ()

d) Otros (especifique) _____ ()

3.- En que tipo de servicios emplea su Tarjeta de Crédito?

Comercios () Restaurantes ()

Otros (especifique) _____

4.- Al hacer uso de su Tarjeta de Crédito obtiene precios de contado en sus compras?

sí () no ()

5.- Con el uso de la Tarjeta de Crédito Carnet ha disminuido el riesgo de extravío o robo de dinero en efectivo?

sí () no ()

12.- Le reciben sus pagos en cualquier Institución afiliada a Carnet?

si () no ()

DATOS GENERALES:

Edad _____ Sexo: Femenino () Masculino ()

Estado Civil: Soltero () Casado () otro ()

especifique _____

Ocupación: _____

Observaciones: _____

CUESTIONARIO PARA ESTABLECIMIENTOS

CUESTIONARIO PARA ESTABLECIMIENTOS

1.- El establecimiento está afiliado a Tarjeta de Crédito Carnet?

si ()
continuar

no ()
suspender

2.- A qué Institución de crédito está afiliado?

3.- La mayoría de sus clientes le pagan en?

efectivo ()

tarjeta de crédito ()

4.- Qué porcentaje le cobra el Banco por comisión?

3 al 5 % ()

5 a 6 % ()

7 a 8 % ()

5.- Cómo le repone a usted la Institución sus pagos respecto a las ventas obtenidas por Tarjeta de Crédito Carnet?

cheque de caja ()

abono a cuenta de cheques ()

otro () especifique.

6.- Aproximadamente en qué tiempo le repone estas cantidades?

el mismo día ()

1 a 2 días ()

3 a 5 días ()

7.- Cree usted que la tarjeta de crédito le ayuda a incrementar sus ventas?

si () no ()

en que porcentaje?

8.- Piensa usted que con la afiliación a Carnet gana una mejor imagen su negocio?

si () no ()

9.- Cree usted que el servicio que presta Carnet es

malo () regular () bueno ()

10.- Además de Carnet a qué otras tarjetas de crédito está afiliado su establecimiento?

Banamex () Bancomer () Otras ()

(especifique) _____

11.- De las anteriores tarjetas incluyendo Carnet, cuáles son las que le presentan con mayor frecuencia. Enumérelas del 1 al 5.

Banamex () Carnet ()

Bancomer () American Express ()

Dinners Club () Otra (especifique) _____

12.- De estas que mencionó cuál es la que le da mayor servicio:

Giro del negocio: _____

Observaciones: _____

DISEÑO DE LA MUESTRA

DISEÑO DE LA MUESTRA

Un paso previo al diseño de la muestra, esta en la determinación del universo, considerando que la presente investigación pretende obtener datos acerca de la opinión de los usuarios y establecimientos afiliados, dividiré en dos los universos que a continuación se mencionan:

UNIVERSO DE ESTABLECIMIENTOS

Para su determinación contando con el dato proporcionado por PROSA tenemos que nivel nacional son 30 000 los establecimientos afiliados a la tarjeta de crédito CARNET.

UNIVERSO DE USUARIOS

Para esta parte de la investigación se consideró como universo, según el dato proporcionado por PROSA un total de 514 000 CARNET-habientes.

DETERMINACION DE LA MUESTRA DE ESTABLECIMIENTOS.

Para la determinación de la muestra de establecimientos se utilizó la fórmula para poblaciones finitas la cual presento a continuación:

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Error de estimación

N = Tamaño de la población.

* Se considera población finita, a aquel universo con un total de 500 000 elementos.

En donde el nivel de confianza (Z) fue de 2 desviaciones standard, bajo la curva normal, o sea con un 95 % de confianza.

La probabilidad de Éxito (P) se tomó en base a un 50% de probabilidad a quienes se les realizó el estudio. Entonces si (P) = 50% la probabilidad de fracaso (Q) es: $Q = 1 - P$ $Q = 50\%$.

Teniendo un error de estimación del 10%.

Sustituyendo en la fórmula tenemos que:

$$n = \frac{(2)^2 (0.50) (0.50) (15\ 000)}{(0.10)^2 (15\ 000 - 1) + (2)^2 (0.50) (0.50)} =$$

$$n = \frac{4 (0.25) (15\ 000)}{(0.01) (14\ 999) + 4 (0.25)} = \frac{15\ 000}{149.99 + 1} = \frac{15\ 000}{150.99} = 99.34 \approx 100$$

son 100 entrevistas.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA DE USUARIOS.

Para determinar el tamaño de la muestra de una población que sobre pasa los 500 000 elementos se aplica la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 (P) (Q)}{E^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

P = Probabilidad de Éxito

Q = Probabilidad de fracaso.

E = Error de estimación

Despejando en la fórmula:

$$n = \frac{z^2 (0.51) (0.49)}{(0.0510)^2}$$

$$n = \frac{4 (0.2499)}{0.002601} = \frac{0.996}{0.002601} = 384.3$$

$n = 384$ entrevistas.

COMPROBACION DE LA SUFICIENCIA DE LA MUESTRA

Considerando que $St \leq \sqrt{n} e$ e despejando n

$$\frac{St}{\sqrt{n}} \leq e \quad \text{elevando al cuadrado} \quad \frac{S^2 t^2}{n} \leq e^2 \quad (1)$$

siendo $S^2 = p \cdot q \cdot h$ y como $h \rightarrow 0$ nos queda

$$S^2 = p \cdot q \quad \text{sustituyendo en (1)} \quad \frac{p \cdot q}{n} t^2 \leq e^2 \quad (2)$$

Para el caso de ESTABLECIMIENTOS

$$p = .50$$

sustituyendo en (2)

$$q = .50$$

$$n = 100$$

$$\frac{(0.50) (0.50)}{100} (1.96)^2 \leq (0.10)^2$$

$$t = 1.96$$

$$100$$

$$e = 0.10$$

nos queda $0.009604 \leq 0.01$

∴ se cumple.

Para los USUARIOS

$$p = (0.51)$$

sustituyendo en (2)

$$q = (0.49)$$

$$n = 100$$

$$\frac{(0.51) (0.49)}{384} (1.96)^2 \leq (0.051)^2$$

$$t = 1.96$$

$$384$$

$$e = 0.051$$

$0.0024995 \leq 0.002601$

∴ También se cumple.

TABULACION DE USUARIOS

TABULACION DE LA INFORMACION

Se llevó a cabo de una forma manual considerando la frecuencia con que contestaban las personas entrevistadas, y un paso posterior se calculaban los valores relativos, para efecto de poder graficar e interpretar los resultados.

EN EL CASO DE USUARIOS

PREGUNTA No. 1

Tiene usted tarjeta de crédito Carnet?

Sí _____ No _____

Necesariamente todas las personas entrevistadas al ser usuarios contestaron que sí y quedo:

	Cantidad	Porcentaje
Sí	384	384%
No	0	0
TOTAL	<u>384</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA No. 2

Porqué eligió la tarjeta de crédito Carnet?

	Cantidad	Porcentaje
a.- Porque me pidieron menos requisitos. ()	83	21.61%
b.- Porque se la recomendaron. ()	126	32.81%
c.- Porque considera que es la mejor. ()	99	25.78%

	Cantidad	Porcentaje
d.- Otros (Especifique). ()	76	20.00%
TOTAL	<u>384</u>	<u>100.00%</u>

PREGUNTA No. 3

En que tipo de servicios emplea la tarjeta de crédito?

	Cantidad	Porcentaje
a) Comercio ()	148	38.54%
b) Restaurant ()	172	44.79%
c) Otros (Especif.) ()	64	16.67%
TOTAL	<u>384</u>	<u>100.00%</u>

PREGUNTA No. 4

Al hacer uso de su tarjeta de crédito obtiene precios de contado en sus compras?

Si () No ()

	Cantidad	Porcentaje
Si ()	333	87%
No ()	51	13%
TOTAL	<u>384</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA No. 5

Con el uso de la tarjeta de crédito Carnet ha disminuido el riesgo de extravío o robo de dinero en efectivo?

Si () No ()

	Cantidad	Porcentaje
Si ()	336	88%
No. ()	48	12%
TOTAL	<u>384</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA No. 6

Porqué medio conoció la tarjeta de crédito Carnet?

		Cantidad	Porcentaje
Televisión	()	184	47.9%
Periódico	()	12	3.1%
Radio	()	20	5.2%
Banco	()	120	31.3%
Revistas	()	17	4.4%
Cine	()	2	0.5%
Cartelera	()	1	0.3%
Otros (específ.)	()	28	7.3%
TOTAL		<u>384</u>	<u>100.00%</u>

PREGUNTA No. 7

Ha encontrado algun rechazo al presentar su tarjeta de crédito Carnet?

	Sí ()	No ()		
			Cantidad	Porcentaje
Sí			67	17.0%
No			292	76.5%
Abstención			25	6.5%
TOTAL			<u>384</u>	<u>100.00%</u>

PREGUNTA No. 8

A través de su tarjeta de crédito Carnet ha aumentado su capacidad de compra?

	Sí ()	No ()		
			Cantidad	Porcentaje
Sí			303	79%
No			81	21%
TOTAL			<u>384</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA No. 12

Le reciben sus pagos en cualquier Institución afiliada a Carnet?

Si ()

No ()

	Cantidad	Porcentaje
Si	368	96%
No	16	4%
TOTAL	<u>384</u>	<u>100%</u>

En cuanto a la tabulación de los datos generales quedaron de la siguiente manera:

M U J E R E S

E D A D	Cantidad	Porcentaje
16 - 20	21	11,0%
21 - 25	65	35,5%
26 - 30	37	20,0%
31 - 35	22	12,0
36 - 40	19	11,5%
41 - más	18	10,0%
TOTAL	<u>182</u>	<u>100,0%</u>

H O M B R E S

E D A D	Cantidad	Porcentaje
16 - 20	12	6.5%
21 - 25	73	36.0%
26 - 30	60	29.5%
31 - 35	23	11.5%
36 - 40	14	7.0%
41 - más	20	9.5%
TOTAL	202	100.0%

	Cantidad	Porcentaje
Sexo Masculino	202	52.60%
Sexo Femenino	182	47.40%
TOTAL	384	100.00%

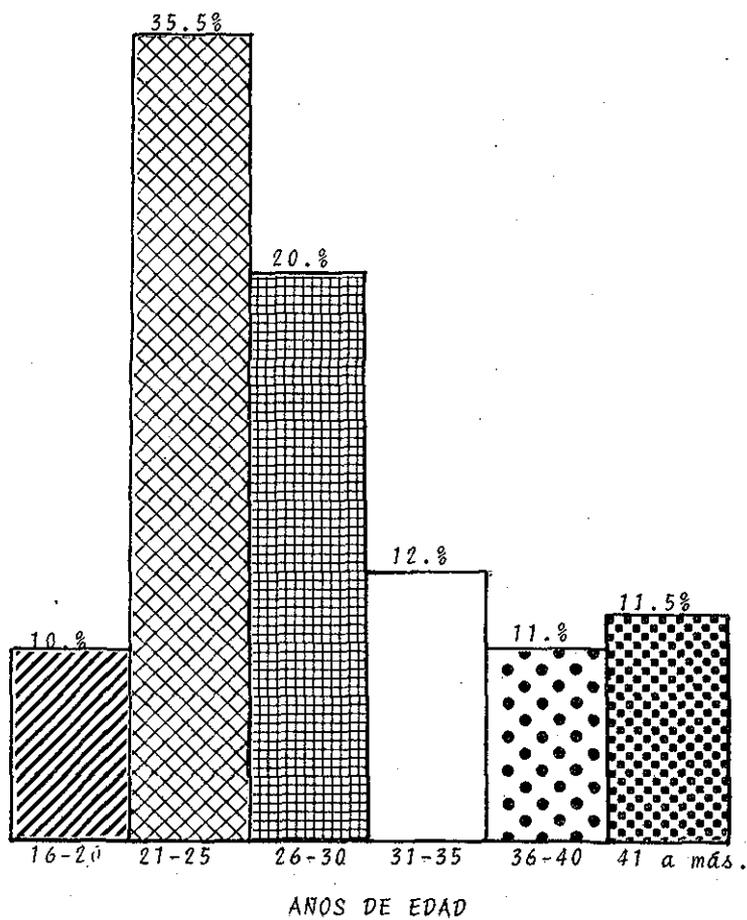
En cuanto a ocupación se dividió en los siguientes grupos.

	Cantidad	Porcentaje
Profesionistas	47	12%
Empleados	138	36%
Técnicos	134	35%
Amas de casa y estu- dian- tes.	58	15%
Otros	7	2%
	384	100%

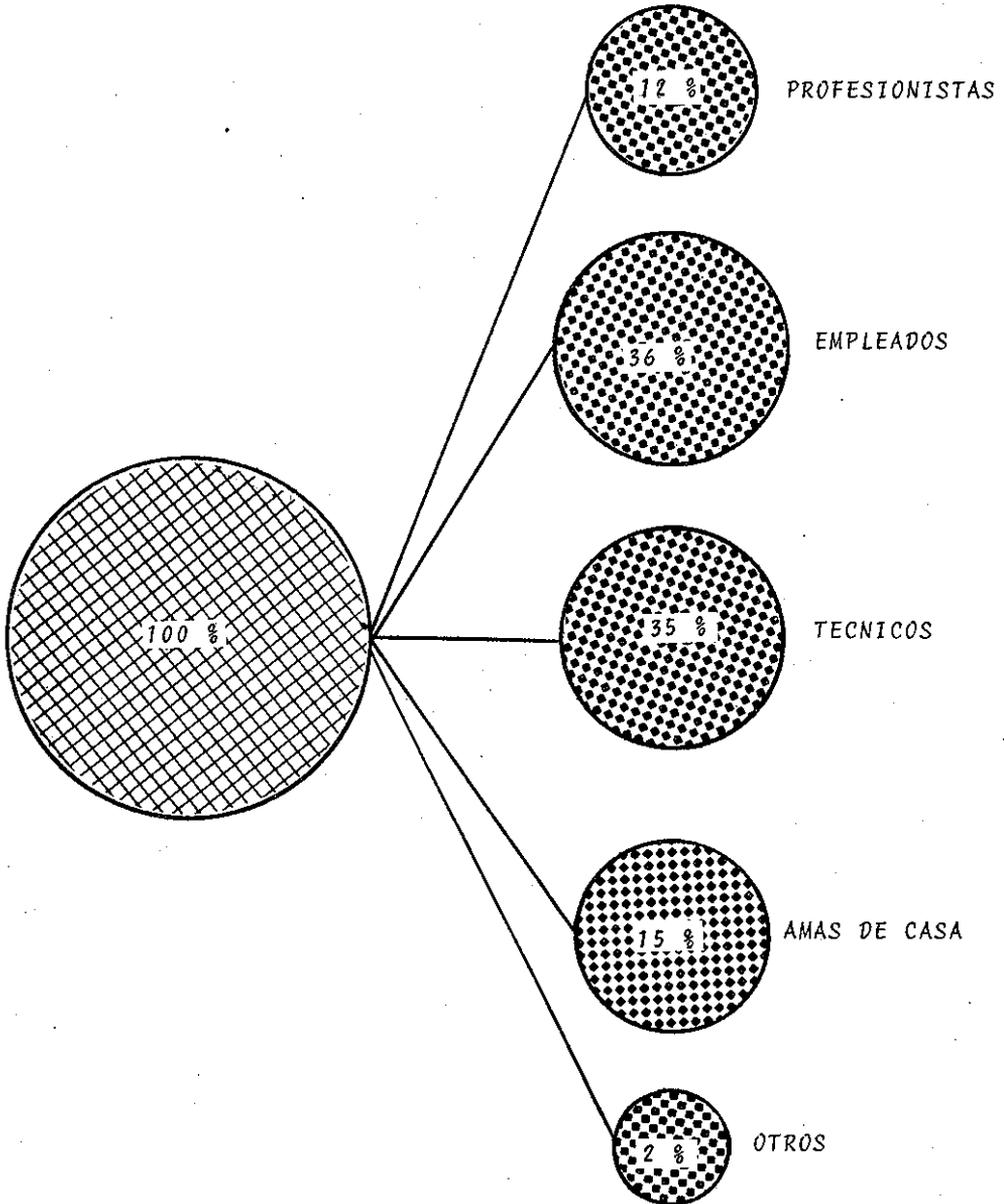
Y en cuanto a estado cívil.

	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Casados</i>	206	53.6%
<i>Solteros</i>	141	36.7%
<i>Divorciados</i>	23	6.0%
<i>Otros</i>	14	3.5%
<i>TOTAL.</i>	<u>384</u>	<u>100.0%</u>

HISTOGRAMA DE LAS EDADES DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS.



GRAFICA POR OCUPACION



TABULACION DE ESTABLECIMIENTOS

PARA LOS ESTABLECIMIENTOS

PREGUNTA No. 1

El establecimiento está afiliado a Tarjeta de Crédito Carnet?

si ()

no ()

	Cantidad	Porcentaje
si	100	100%
no	<u>0</u>	<u>0</u>
TOTAL	100	100%

Va que se trataba de establecimientos afiliados.

PREGUNTA No. 2

A qué institución de crédito está afiliado?

		Cantidad	Porcentaje
Banco Internacional	()	26	26%
Banca Serfin	()	14	14%
Banco del Atlántico	()	6	6%
Banca Cremi	()	8	8%
Banpals	()	10	10%
Banco Mercantil	()	4	4%
Comernex	()	6	6%
Otros	()	<u>26</u>	<u>26%</u>
TOTAL		100	100%

PREGUNTA No. 3

La mayoría de sus clientes le pagan con?

	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	78	78%
Tarjeta de crédito	22	22%
TOTAL	100	100%

PREGUNTA No. 4

Qué porcentaje le cobra el Banco por comisión?

	Cantidad	Porcentaje
3 al 4% ()	6	6%
5 al 6% ()	84	84%
7 al 8% ()	10	10%
TOTAL	100	100%

PREGUNTA No. 5

Como le repone a usted la institución sus pagos respecto a las ventas obtenidas por tarjeta de crédito Carnet?

	Cantidad	Porcentaje
Cheque de caja ()	8	8%
Abono a su cta. de cheques. ()	90	90%
Otro (especif.) ()	2	2%
TOTAL	100	100%

PREGUNTA No. 6

Aproximadamente en que tiempo le repone estas cantidades?

		Cantidad	Porcentaje
En el mismo día	()	64	64%
1 a 2 días	()	26	26%
3 a 5 días	()	10	10%
TOTAL		<u>100</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA No. 7

Cree usted que la tarjeta de crédito ayuda a incrementar sus ventas? (En que porcentaje)

		Cantidad	Porcentaje
Sí	()	70	70%
No	()	15	15%
Abstención	()	15	15%
		<u>100</u>	

Y el promedio de porcentaje de aumento fué de 34.47%.

PREGUNTA No. 8

Piensa usted que con la afiliación a Carnet gana una mejor ima gen su negocio?

		Cantidad	Porcentaje
Sí	()	98	98%
No	()	2	2%
TOTAL		<u>100</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA No 9

Cree usted que el servicio que presta Carnet es?

		Cantidad	Porcentaje
Malo	()	6	6%
Regular	()	24	24%
Bueno	()	70	70%
TOTAL		<u>100</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA No 10

Además de Carnet a que otras tarjetas de crédito está afiliado su establecimiento?

		Cantidad	Porcentaje
Banamex	()	50	50%
Bancomer	()	38	38%
Otras (especif)	()	12	12%
TOTAL		<u>100</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA No. 11

De las anteriores tarjetas incluyendo Carnet, cuales son las que le presentan con mayor frecuencia. (Número del 1 al 5)

		Cantidad	Porcentaje
Banamex	()	56	56%
Bancomer	()	22	22%
Carnet	()	14	14%
Otras	()	8	8%
TOTAL		<u>100</u>	<u>100%</u>

PREGUNTA No. 12

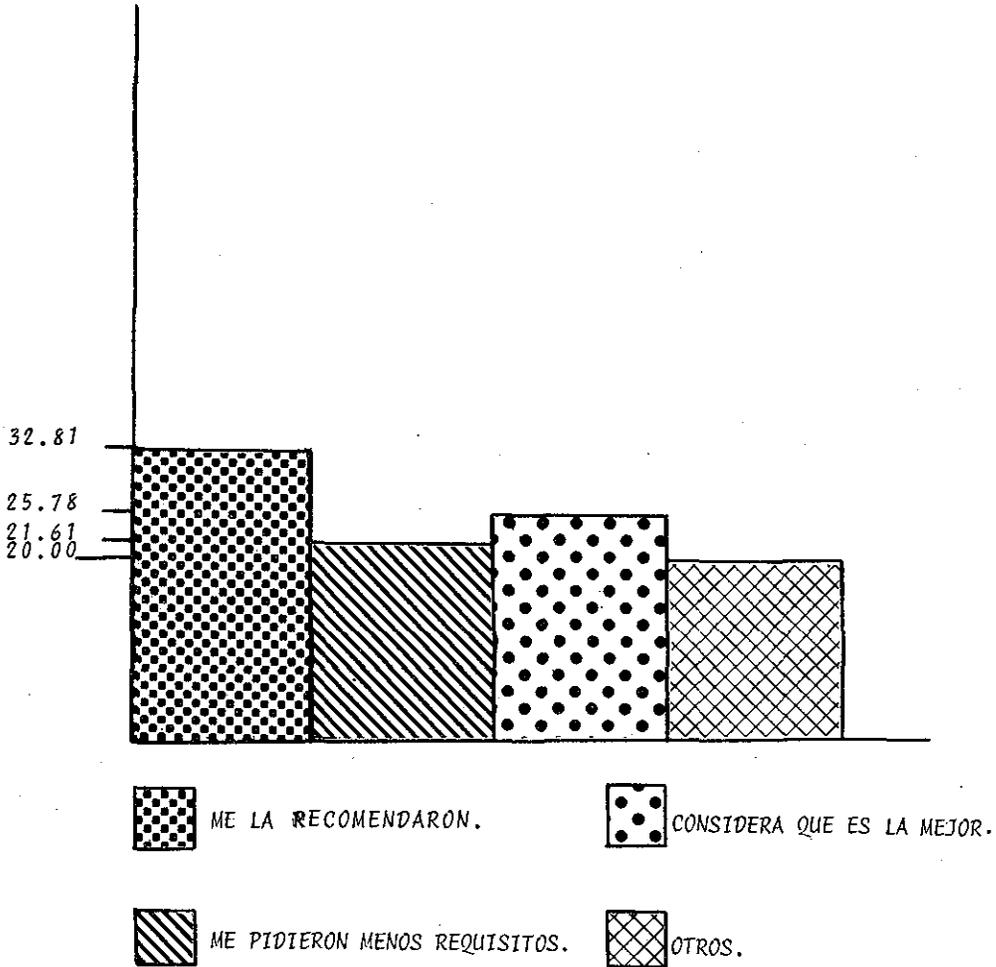
De Estas que menciono cual es la que le da mayor servicio?
(Por orden de importancia)

	Cantidad	Porcentaje
1.- Banamex ()	56	56%
2.- Bancomer ()	22	22%
3.- Otras ()	22	22%
TOTAL	<u>100</u>	<u>100%</u>

GRAFICAS DE USUARIOS

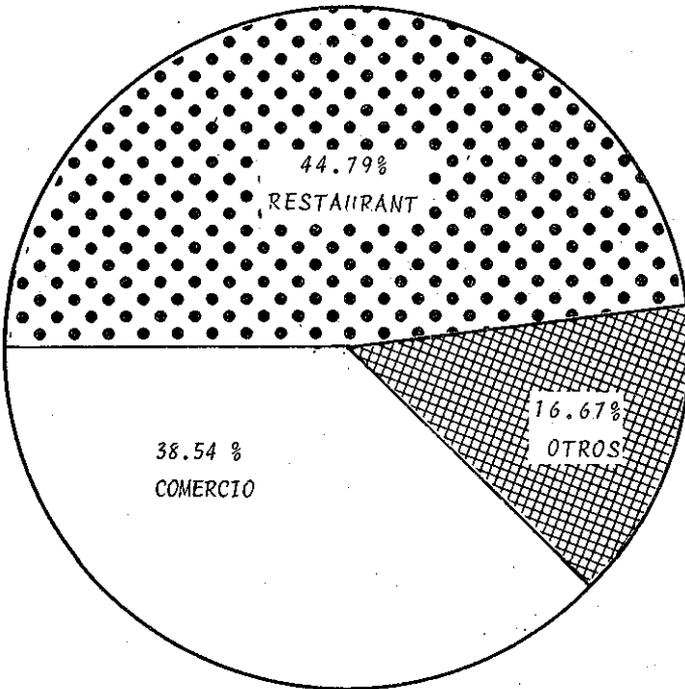
PREGUNTA No. 2

¿Porqué eligio la Tarjeta de Crédito Carnet?



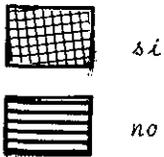
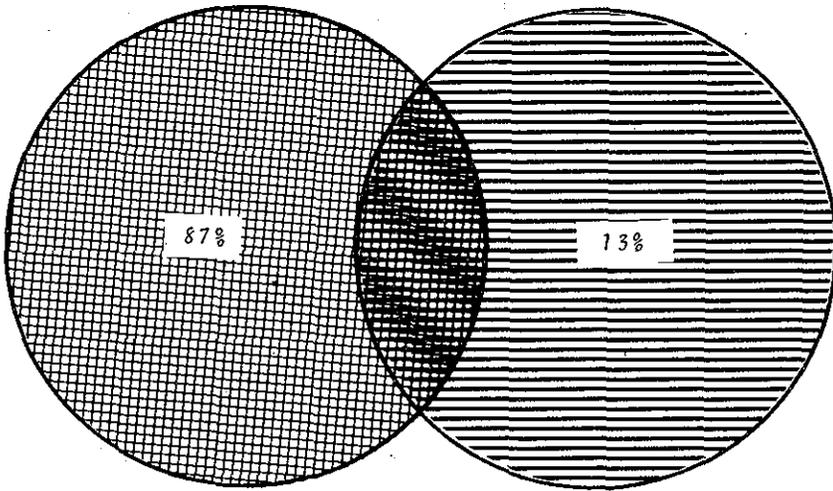
PREGUNTA No. 3

¿ En que tipo de servicios emplea la Tarjeta de Crédito?



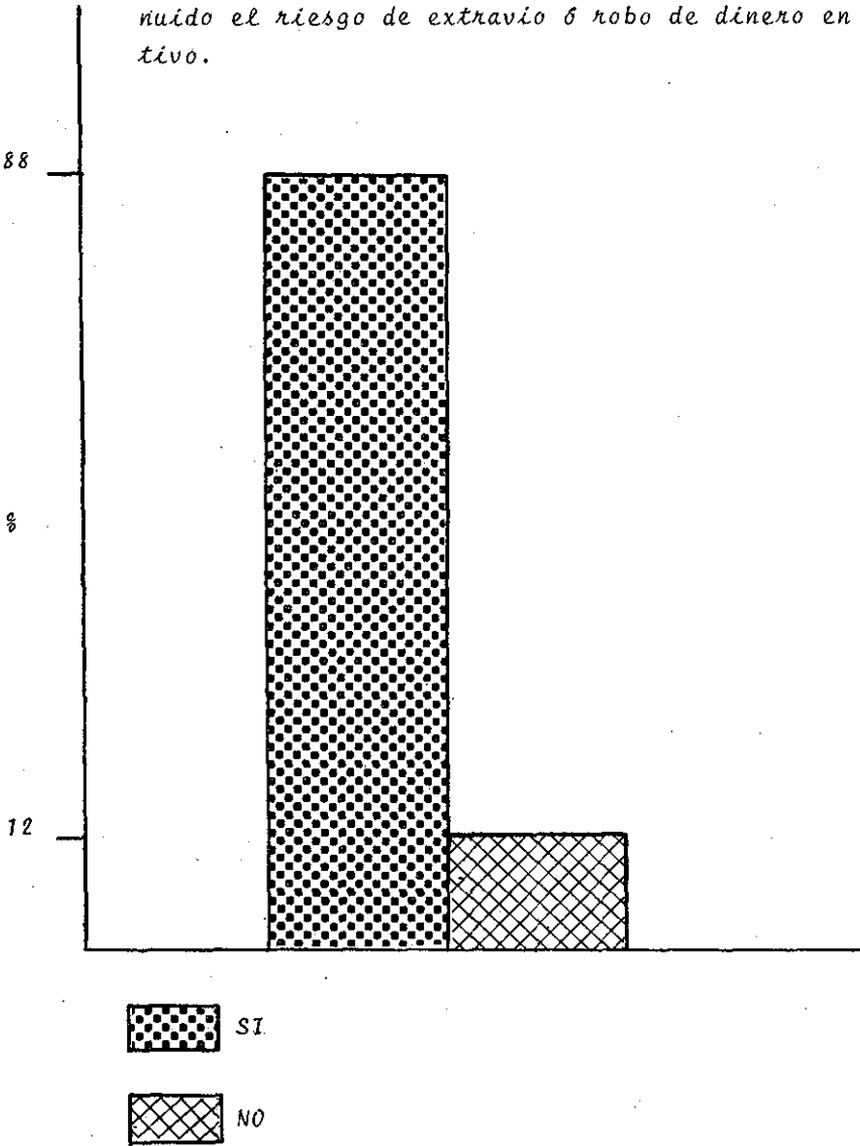
PREGUNTA No. 4

¿ Al hacer uso de su tarjeta de Crédito obtiene pre
cios de contado en sus compras?



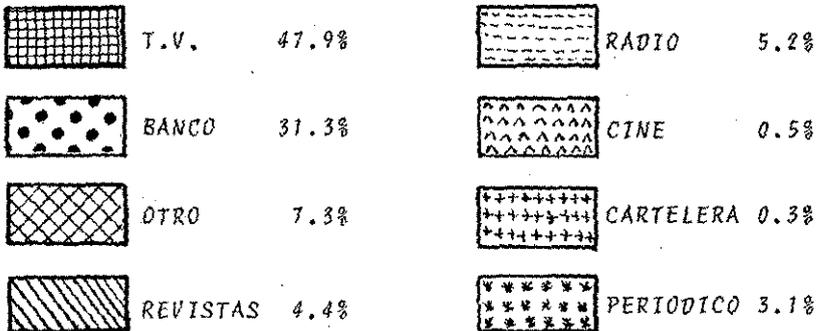
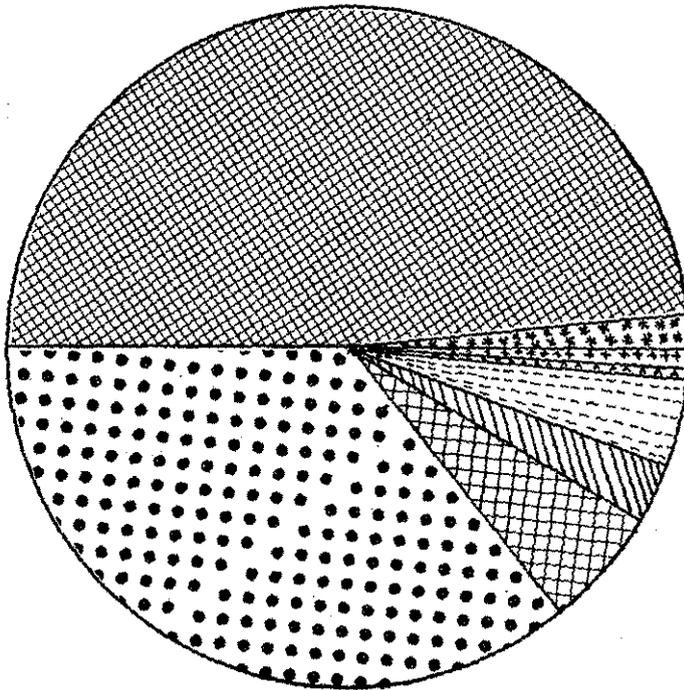
PREGUNTA No. 5

¿Con el uso de la Tarjeta de Crédito Carnet ha disminuido el riesgo de extravío o robo de dinero en efectivo.



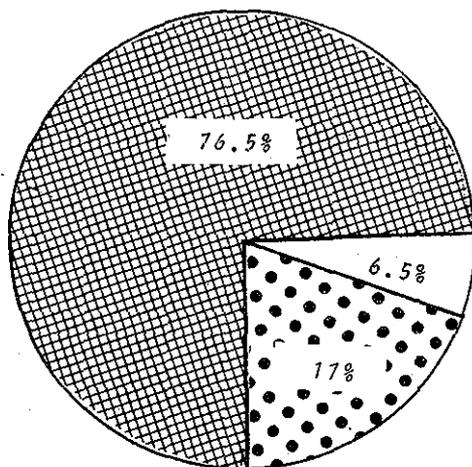
PREGUNTA No. 6

¿Por qué medio conoció la Tarjeta de Crédito Carnet?

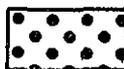


PREGUNTA No. 7

¿Ha encontrado algún rechazo al presentar su Tarjeta de Crédito Carnet?



NO



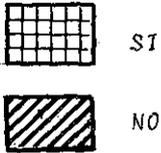
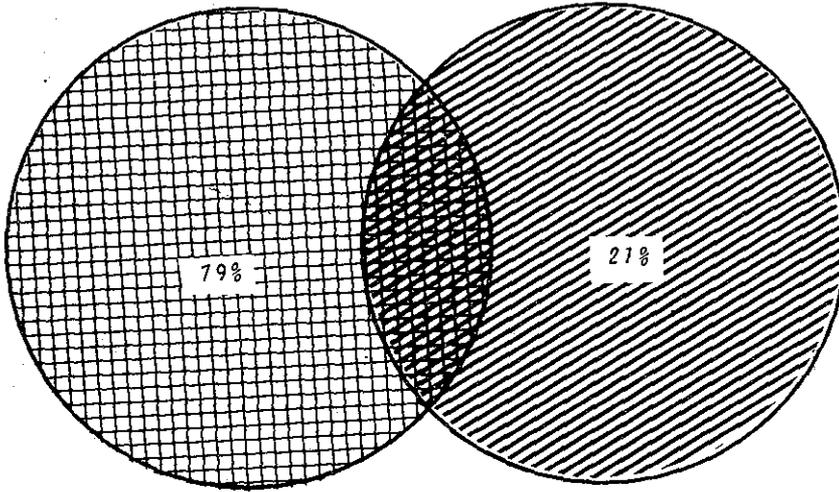
SI



ABSTENCION

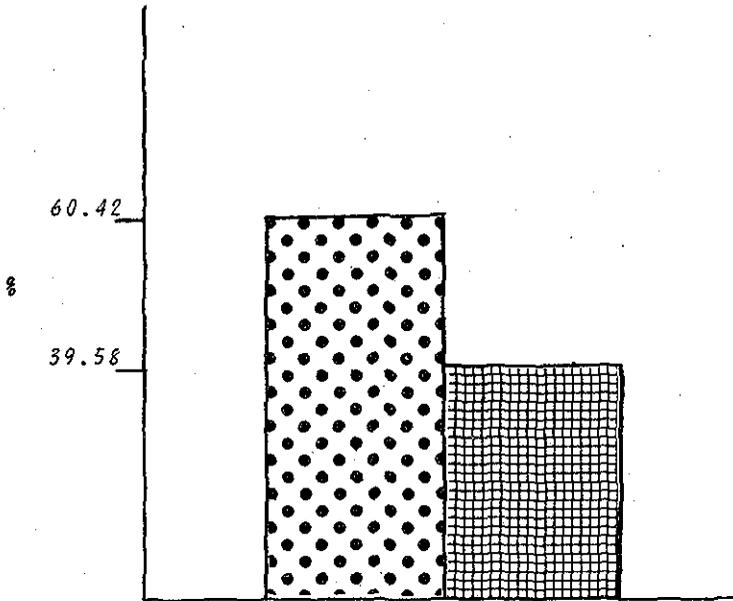
PREGUNTA No. 8

¿A través de su Tarjeta de Crédito Carnet ha aumentado su capacidad de compra?



PREGUNTA No. 9

¿Con esta Tarjeta de Crédito obtuvo más deudas de las que en ese momento tenía?

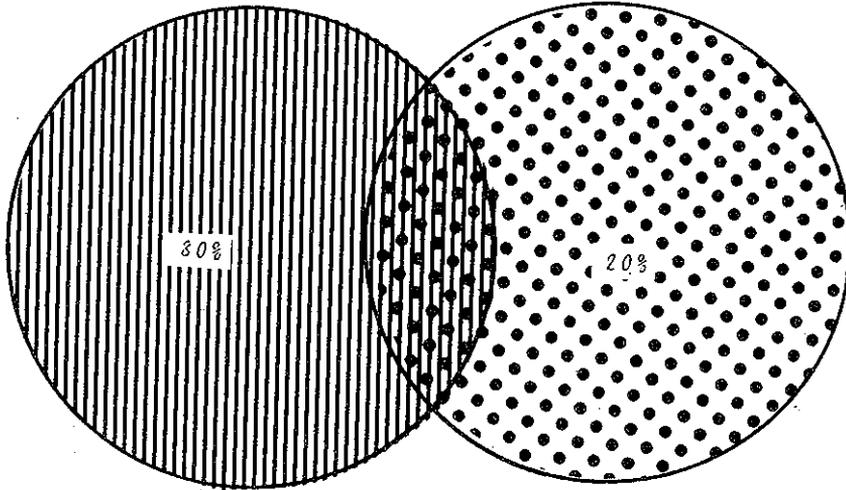


 SI

 NO

PREGUNTA No. 10

¿Cree usted que existen otras Tarjetas de Crédito que proporcionen mayores beneficios que esta?

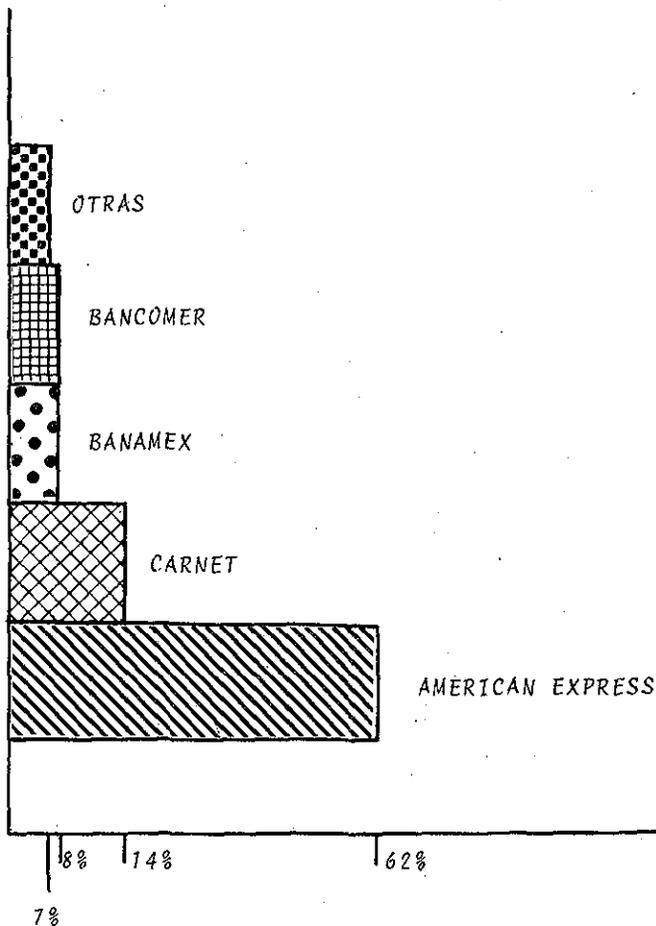


 SI

 NO

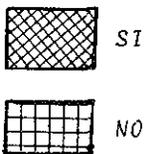
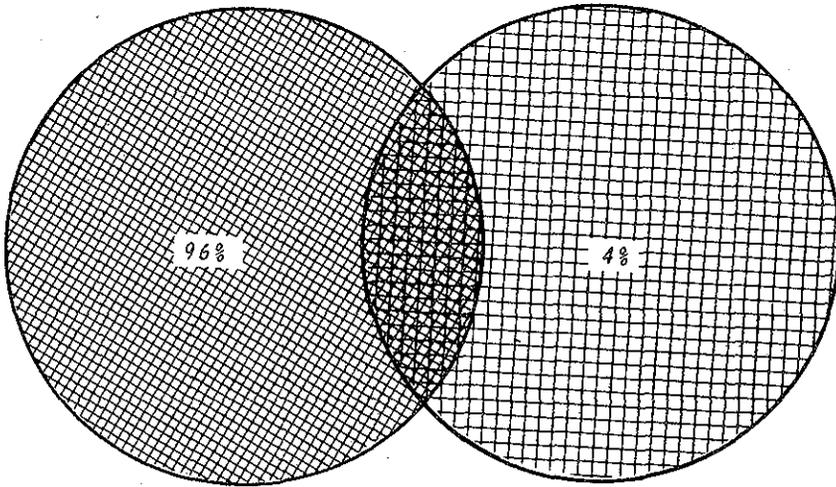
PREGUNTA No. 11

¿Cuál es la Tarjeta de Crédito que le proporciona mejores servicios y satisfacciones?



PREGUNTA No. 12

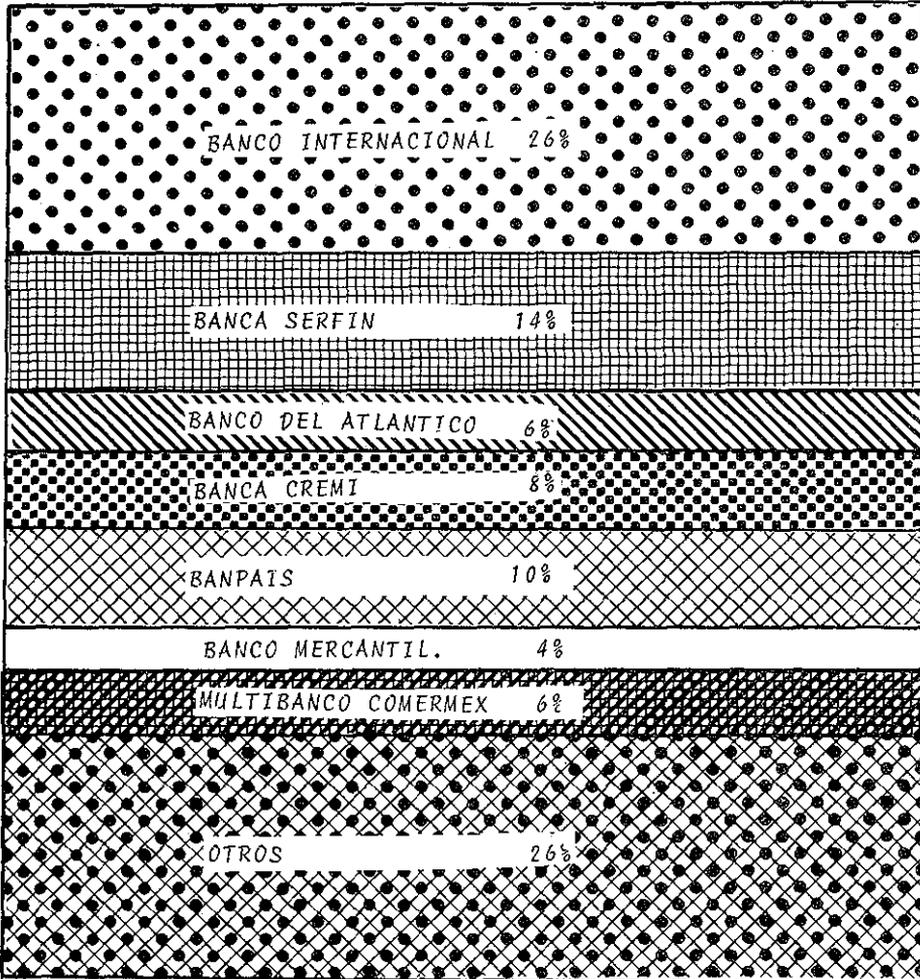
¿Le reciben sus pagos en cualquier Institución afiliada a Carnet?



GRAFICAS DE ESTABLECIMIENTOS

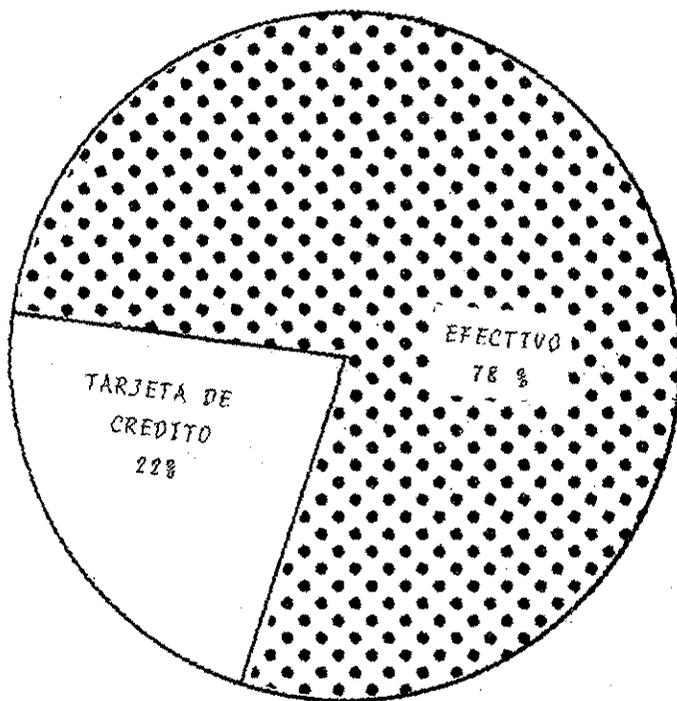
PREGUNTA No. 2

¿A que Institución de Crédito esta afiliado?



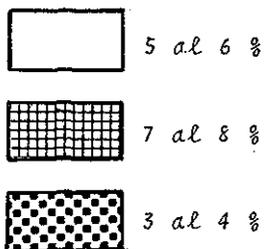
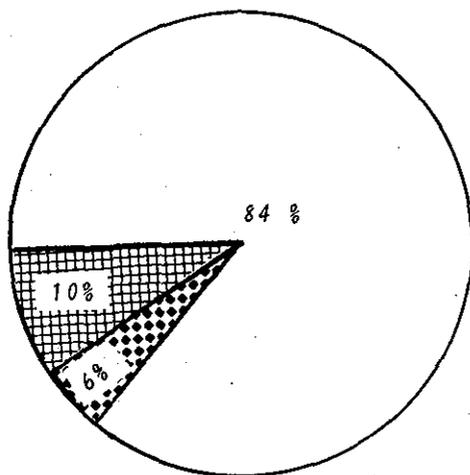
PREGUNTA No. 3

¿la mayoría de sus clientes le pagan con?



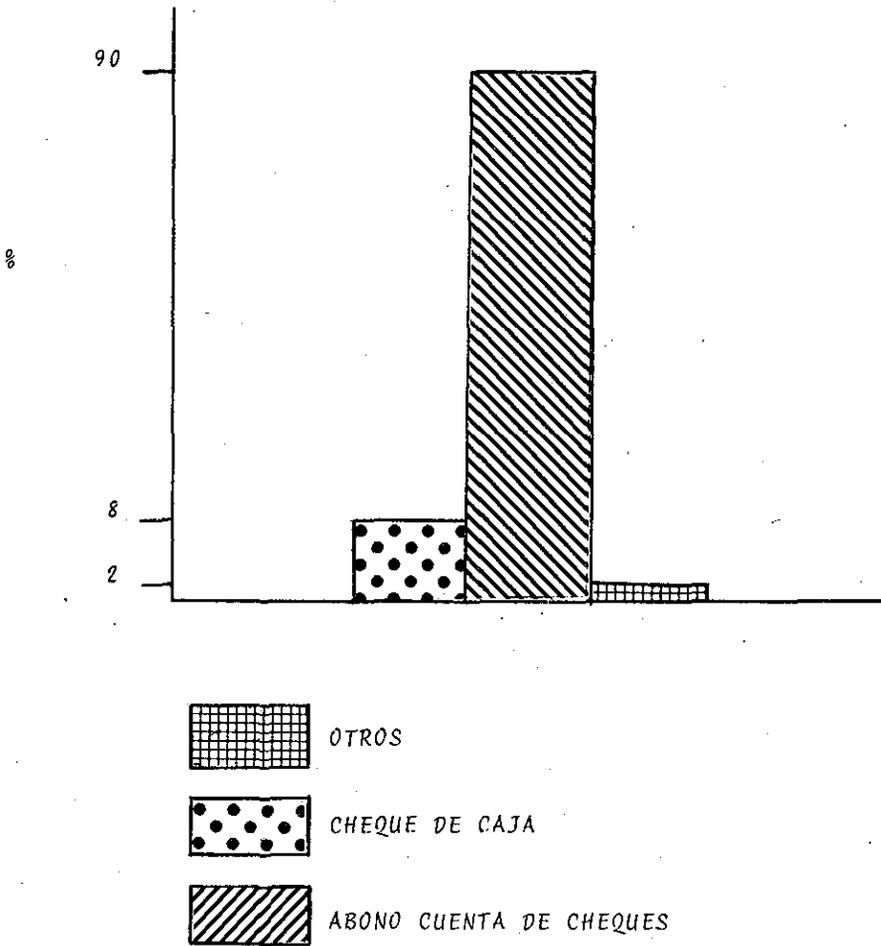
PREGUNTA No. 4

¿Qué porcentaje le cobra el Banco por comisión?



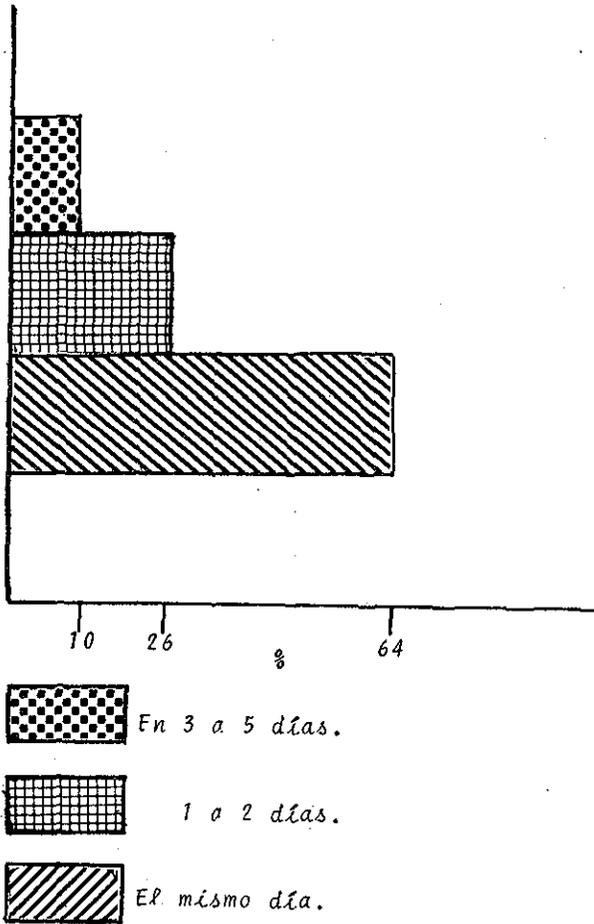
PREGUNTA No. 5

¿Como le repone a usted la Institución sus pagos respecto a las ventas obtenidas por Tarjeta de Crédito Carnet?



PREGUNTA No. 6

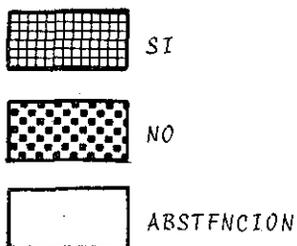
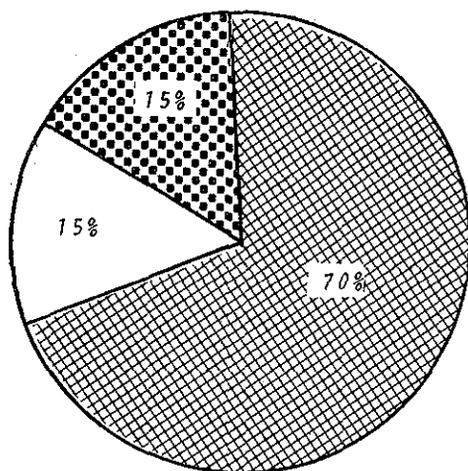
¿Aproximadamente en que tiempo le repone estas cantidades?



PREGUNTA No. 7

¿Cree usted que la Tarjeta de Crédito le ayuda a incrementar sus ventas?

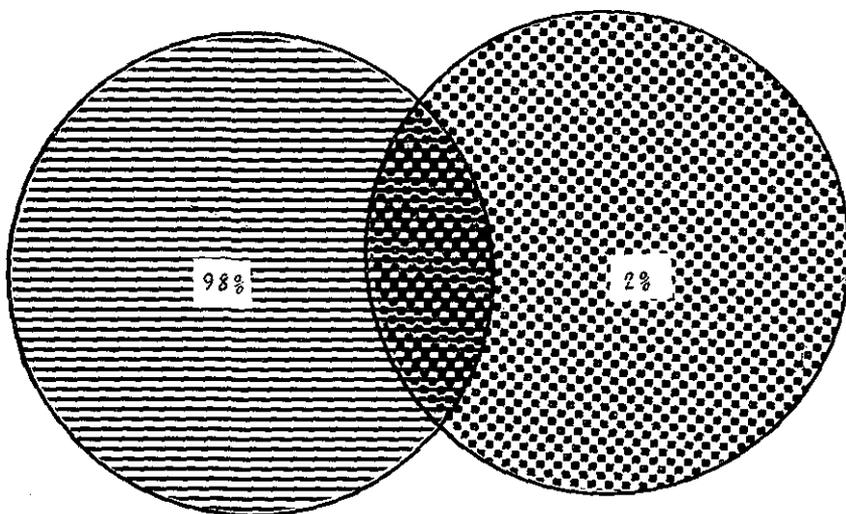
(en que porcentaje)



Y el promedio de aumento fué del 34.47%

PREGUNTA No. 8

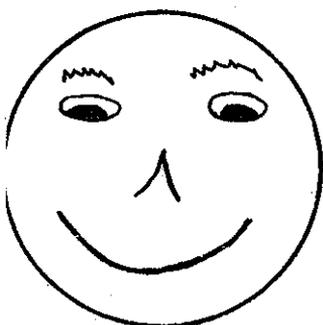
¿Piensa usted que con la afiliación a Carnet gana una mejor imagen su negocio?



PREGUNTA No. 9

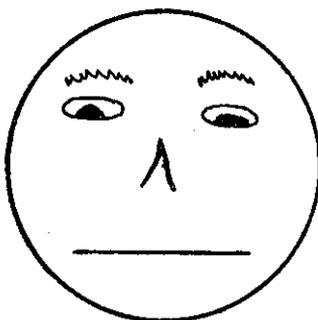
¿Cree usted que el servicio que presta Carnet, es?

BUENO



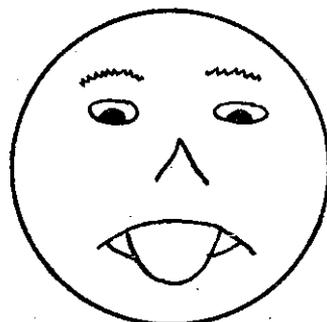
70%

REGULAR



24%

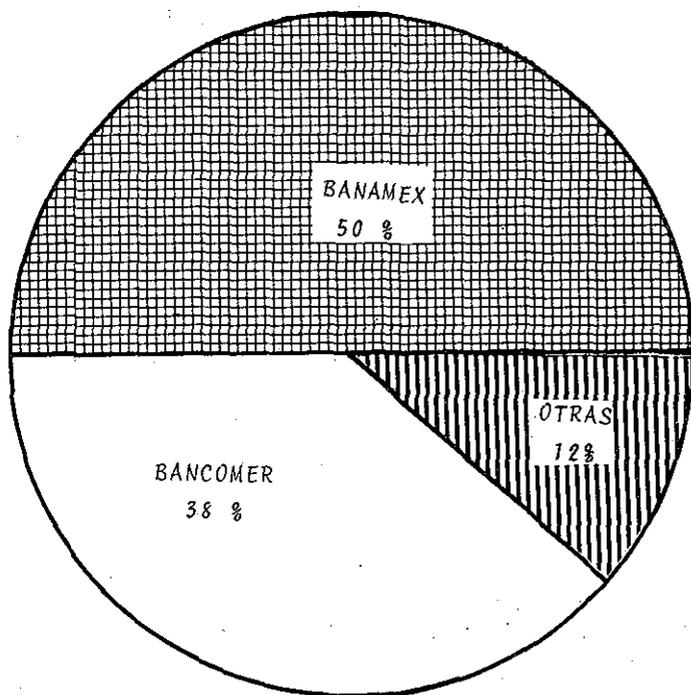
MALO



6%

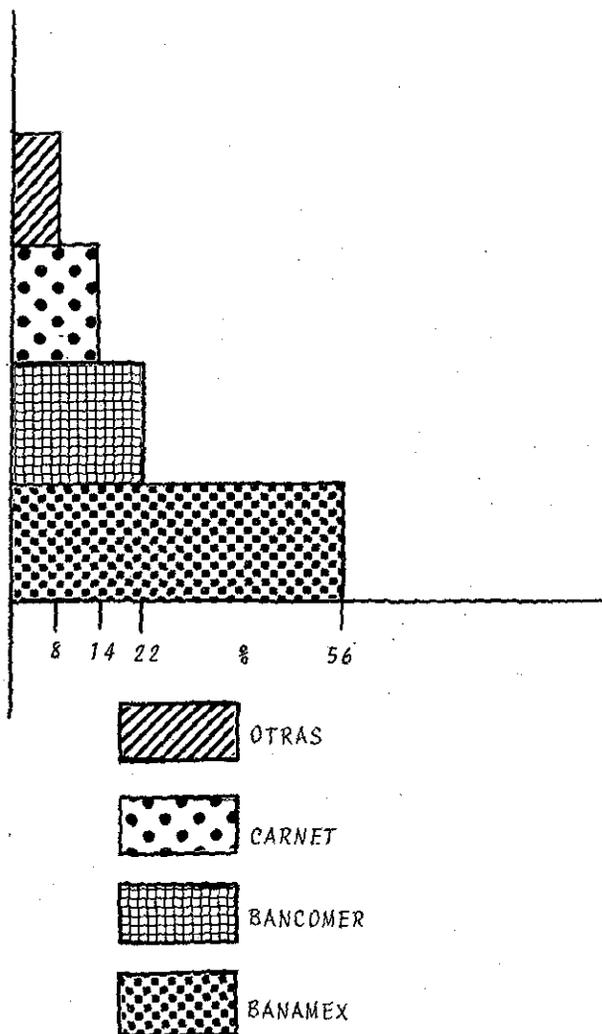
PREGUNTA No. 10

¿Además de Carnet a que otras Tarjetas de Crédito está afiliado su establecimiento?



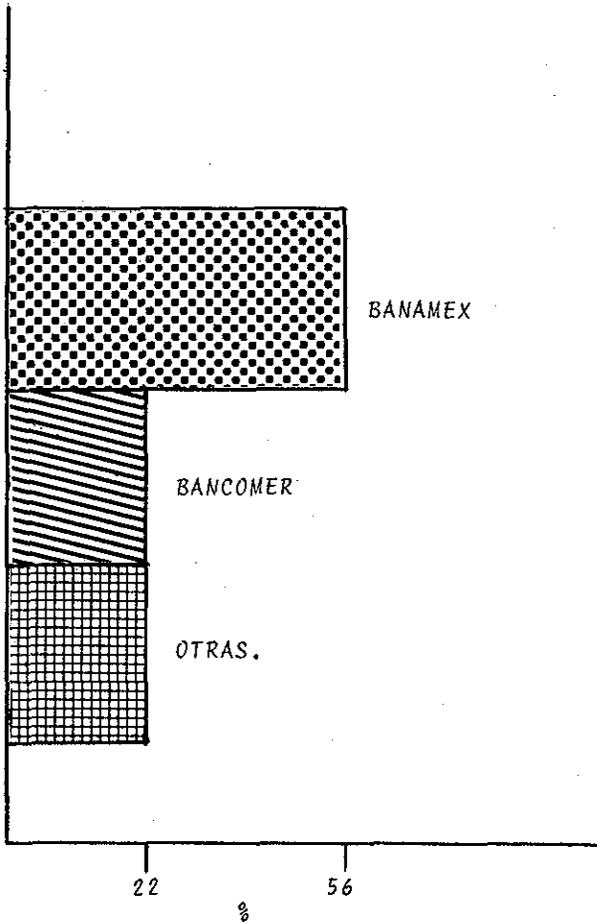
PREGUNTA No. 11

¿De las anteriores Tarjetas Incluyendo Carnet, cuáles son las que le presentan con mayor frecuencia?



PREGUNTA No. 12

¿De estas que menciono, cual es la que le da mejor servicio?



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION

DE LA INVESTIGACION REALIZADA SE DESPRENDEN LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:

PARA LOS ESTABLECIMIENTOS

- La ventaja que les reporta a los establecimientos al estar afiliados a esta tarjeta de crédito de acuerdo a la información recopilada, es que tienen un incremento en sus ventas en su mayoría, y que simultáneamente ayuda a mejorar la imagen del negocio, y de acuerdo a la investigación realizada en los establecimientos investigados es mayor el porcentaje llevado a cabo por la tarjeta de crédito, que la efectuada con dinero en efectivo. La estrategia de mercadotecnia llevada a cabo por esta Institución muestra que el principal medio publicitario utilizado es la televisión de acuerdo a los resultados obtenidos.
- !.- En general el servicio que presta Carnet necesita mejorarse a efecto de corregir las deficiencias en cuanto a la prestación adecuada del mencionado servicio, como es el caso respecto al rechazo que han sufrido determinados usuarios al presentar su tarjeta de crédito y se menciona que en ocasiones la empresa sólo lleva a cabo la reposición de la tarjeta cuando el cliente hace su reporte; de otra forma no se la envían a su domicilio o no le dan ningún aviso como lo hacen otras tarjetas de crédito, lo cual da la sensación de la falta de organización y descuido de sus clientes actuales.

Por otro lado la mayoría de instituciones de crédito que forman parte de PROSA en ocasiones solamente aceptan los pagos de la tarjeta con dinero en efectivo, y si se quieren hacer pagos con cheque, en algunos casos rechazan esta situación; creo que es necesario se haga la corrección correspon-

diente; si se pretende lograr una mayor participación en el mercado.

- 3.- Respecto a la opinión que tienen los establecimientos de otras tarjetas de crédito; nos mencionan que BANAMEX y BANCOMER tienen gran demanda y que -- son las tarjetas que con mayor frecuencia les presentan los clientes; por otro lado las tarjetas turísticas tienen una imagen superior a la tarjeta en estudio, tal es el caso de la tarjeta "AMERICAN EXPRESS" cuyo éxito se debe en gran medida al enfoque que se le ha dado a su publicidad.
- 4.- En cuanto a los pagos que llevan a cabo las instituciones de crédito a los establecimientos afiliados nos mencionaron que sí los efectúan de una forma oportuna, pero que en su mayoría pagan al banco una comisión de un 5 a 6%, lo cual muestra las ventajas que la Institución Financiera tiene; y - que además se lo repone a través del depósito en sus cuentas de cheques lo que resulta una ventaja para el banco el tener esos recursos y que para - los establecimientos afiliados es dinero improductivo.

PARA LOS USUARIOS

- 1.- Existen anomalías referentes a la imagen que tiene la tarjeta de crédito ya que en algunos establecimientos cargan un porcentaje adicional al hacer uso de la tarjeta de crédito, lo cual significa que en algunos casos no se obtienen precios contado, también repercutiendo ésta cantidad, con la comisión que los negocios le pagan al banco.

Se deben corregir éstas deficiencias ya que existen quejas y reclamaciones que de continuar podrían afectar a la Empresa en estudio.

- 2.- Definitivamente el uso de la tarjeta de crédito provoca mayor consumismo se detectó que la utilizan para efectuar pagos de servicios no tan indispensables para sus clientes; como es el caso de restaurantes, boutiques, tiendas departamentales, etc., que aumentan el costo de los artículos en gran proporción, lo cual opinan las personas entrevistadas al comentar - que al tener la tarjeta de crédito, se les hacía más fácil el acudir a - los mencionados lugares.
- 3.- De una forma unánime opinaron que si se logra tener mayor poder adquisitivo, estando además conscientes de que provoca el obtener mayores deudas de las que ya tenía y así mismo pagando altos intereses por uso de esos recursos que vienen a representar ser los más altos dentro del mercado de dinero y ser el servicio más lucrativo para las instituciones de crédito detectando que toda aquella persona que tiene tarjeta de crédito tiene que hacer uso de ella, ya que de otra forma, si no la usan, la cancelan, y que es muy importante el aspecto recomendación, que es la -- principal estrategia que utilizan las instituciones de crédito para promover en los lugares de trabajo tratando de afiliar a todo el personal que tenga capacidad.

- 4.- El grado de aceptación de Carnet está por debajo del que tienen otras -- tarjetas de crédito, se mencionan las más importantes BANAMEX y BANCOMER, que son las instituciones privadas que en estos momentos tienen mayor -- aceptación, que la tarjeta que nos ocupa. En si los lugares que están -- afiliados a Carnet, también en su mayoría aceptan otras tarjetas, lo --- cual viene a comprobar que existe un acuerdo que al hacerlo cualquier es tablecimiento con cualquier tarjeta bancaria, las otras lo afilian auto- máticamente. Destacando que Banamex es la tarjeta que tiene mayor pene-- tración en el mercado, continuando Bancomer y después Carnet, razón por la cual las dos primeras están respaldadas por esas instituciones de cré- dito y Carnet por diferentes instituciones financieras.
- 5.- El uso de la tarjeta de crédito elimina completamente, el riesgo de ex-- travío o robo de dinero en efectivo, ya que si se llegara a perder po--- dría reportarla y evitar el que obtuviera alguna persona beneficios inde- bidos.

CONCLUSIONES GENERALES

- 1.- *Las etapas por las cuales ha pasado la estructura del Sistema Financiero Mexicano, frecuentemente ha sido por imitación de otras estructuras extranjeras y que desafortunadamente no se han considerado características del medio de nuestro país provocando deformaciones en el Sistema.*

- 2.- *Por lo que respecta a la banca privada, ésta ha dado pasos importantes en su desarrollo, ya que su propia dinámica ha provocado efectuar modificaciones a la legislación del Sistema Bancario Mexicano, la autorización de la creación de la Banca Múltiple ha logrado brindar mayores ingresos a las instituciones bancarias y que ocasiona que haya mayor competitividad y a la vez brindar mayores facilidades al usuario en el sentido de proporcionar un servicio integral en una misma sucursal bancaria.*

- 3.- *La participación que existe dentro del mercado bancario, donde existen grandes instituciones financieras que acaparan un porcentaje importante de mercado, provoca la incompetencia de parte de las autoridades que vigilan los intereses de los usuarios. En el caso que trata el presente -- trabajo se muestra la utilización de la tarjeta de crédito como un instrumento de intercambio comercial donde el individuo no se percata del impacto que tiene en el costo de uso; que ésta tiene en sus ingresos; en efecto la utilización de tarjetas aumenta en un porcentaje considerable el costo de los bienes o servicios adquiridos.*

4.- Un aspecto que pretendo tratar en el presente trabajo, es la estrategia de mercadotecnia, que actualmente están aplicando las instituciones de crédito, sobre todo en el concepto de mercado en el cual no es segmentado de una eficiente forma, sin contemplar el perfil del consumidor. En el momento actual tal estrategia ha rendido sus frutos tal como lo muestra el actual uso masivo de las tarjetas de crédito; no obstante en el futuro próximo dada la evolución y la exigencia de servicios adecuados y específicos de los diversos estratos, se requerirá que la mercadotecnia de la tarjeta de crédito sea una estrategia más específica para el público al cual esté dirigida. Un enfoque a adoptar estará más apegado a la prestación de servicios a los clientes que a la obtención de utilidades a corto plazo.

5.- Como última conclusión que quiero comentar es en sentido de comparar los servicios que presta PROSA (Carnet) y los de Banamex y Bancomer, siendo los del primero deficientes en la administración de la tarjeta de crédito y que se debe a que los clientes no toman en cuenta a la institución bancaria, como a la marca de la tarjeta, lo que ocasiona que le den prioridad a otros servicios que envisten sus características propias y que en segundo término atiendan al de la tarjeta en estudio. No así Banamex y Bancomer, que dada su estructura orgánica presta un servicio más eficiente y con esto, satisface plenamente las necesidades de sus clientes.

BIBLIOGRAFIA

CINCUENTA AÑOS DE LA BANCA CENTRAL

Ensayos Commemorativos

(1925 - 1975)

Selección de Ernesto Fernández Hurtado

Banco de México, S. A.

Fondo de Cultura Económica

México

Primera Edición

1976.

CURSO DE MERCADOTECNIA

Frederick E. Webster

Edit. HARLA, S. A. de C. V.

México

1974.

DIRECCION DE MERCADOTECNIA

Philip Kotler

Edit. Diana

México

Segunda Edición

1974.

DIRECCION DE MERCADOTECNIA

Philip Kotler

Edit. Diana

Tercera Edición

1981.

ELEMENTOS DE LA MERCADOTECNIA

Alfonso Aguilar Alvarez de Alba

Edit. C.E.C.S.A.

México.

ESTADÍSTICA PARA ECONOMISTAS Y ADMINISTRADORES DE EMPRESAS

STEPHEN P. Shao.

Edit. Herrero Hermanos, Sucs. S. A.

México

Segunda Edición

1971.

FUNDAMENTOS DE MARKETING

William J. Stanton

Edit. McGraw-Hill

México

Primera Edición

FUNDAMENTOS DE MARKETING

William J. Stanton

Edit. McGraw-Hill

México

Segunda Edición en Español

1981.

FUNDAMENTOS DE MERCADEO MODERNO

Cundiff, Still y Govani

Edit. Prentice-Hall Internacional.

Colombia

1979.

GUIA PARA REALIZAR INVESTIGACIONES SOCIALES

Raúl Rojas Soriano

U.N.A.M. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

México

1977.

INNOVACIONES EN MARKETING

Theodore Levitt

Edit. McGraw-Hill

España

1965.

INTRODUCCION A LA ACTIVIDAD BANCARIA

Pedro Fariás García y José D. Pérez Murillo
Guadarrama Impresores, S. A.
México
1977.

INTRODUCCION A LA COMERCIALIZACION

Autores Varios
Edit. Limusa
México

INVESTIGACION DE MERCADEO

Análisis y Medida
Peter M. Chisnall
McGraw-Hill
Colombia
1976.

LA TECNICA DE INVESTIGACION DOCUMENTAL

Carlos Bosch García
U.N.A.M. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
México
Quinta Edición
1973.

MANUAL DE TECNICAS DE INVESTIGACION

Ario Garza Mercado
El Colegio de México
México
Quinta Edición
1976.

MANUAL PARA ELABORAR TRABAJOS DE INVESTIGACION DOCUMENTAL

Guillermina Baena Paz
U.N.A.M. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
México
1977.

MARKETING SYSTEMS AN INTRODUCTORY ANALYSIS

George Fisk
Edit. Harper and Row.
U. S. A.

MERCADOTECNIA APLICADA

Philip Kotler
Edit. Interamericana
México
1979.

MERCADOTECNIA INTRODUCCION Y PRINCIPIOS

Ronald R. Gish
Edit. Interamericana
México

MERCADOTECNIA UN ANALISIS CONTEMPORANEO

Robert P. Beizzell
Edit. C.E.C.S.A.
México
Primera Edición
1979.

OPERACIONES ACTIVAS Y PASIVAS

Pedro Farías García y José D. Pérez Murillo
Erografic, Offset e Imprenta
México
1978.

SISTEMA BANCARIO MEXICANO Y SU EVOLUCION HACIA LA BANCA MULTIPLE

Pedro Farías García y José D. Pérez Murillo.
Guadarrama Impresores, S. A.
México
1977.

UN CONCEPTO DE PLANEACION DE EMPRESAS

Russell L. Ackroff
Edit. Limsa Wiley
México
Cuarta Edición
1979.