



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

## FONACOT COMO INSTITUCION SOCIAL

### SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

Presentan

ROCIO OROZCO BARRIENTOS

ALFREDO CONSTANTINO GARCIA

CESAR HOYOS AGUILAR

JESUS AVILA MORALES

HERMES SOLIS DE LOS RIOS

DIRECTOR DE SEMINARIO:

L. A. E. LADISLAO SOLARES Y VERA

México, D.F.

3640

1977



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

A MI MADRE:

*Marcelina Magdalena.*

A MIS HERMANAS:

*Volanda*

*Guillermina*

*Isaura.*

*Con profundo agradecimiento.*

A MI ESPOSA GRACIELA,  
Y A MIS HIJOS:

*Carlos Alfredo*

*Oscar.*

*Omar*

*Germán*

*Por su cariño y comprensión.*

A:

*Patricia Andrade Palos*

*Volanda Sánchez Talavera*

*Lourdes Fragoso Díaz*

*Andrés Pacheco Díaz*

*Por su valiosa cooperación y ayuda.*

RESPETUOSAMENTE:

*a la memoria de la señora  
Rosa María Padrón, viuda  
de Gutiérrez.*

*"Caminar, caminar, que el ma-  
ñana espera sin descansar..."*

AGRADECEMOS LA GUIA Y CONSEJOS DEL  
LICENCIADO LADISLAO SOLARES Y VERA.

# S U M A R I O

PAGINA

## INTRODUCCION.

### CAPITULO 1. ANTECEDENTES.

- |      |                            |   |
|------|----------------------------|---|
| 1.1. | NECESIDAD DE CREACION      | 1 |
| 1.2. | DETERMINACION DE OBJETIVOS | 5 |

### CAPITULO 2. FUNCIONAMIENTO.

- |      |   |    |
|------|---|----|
| 2.1. | DIFUSION Y AFILIACION   | 7  |
| 2.2. | CONCESION DE CREDITO  | 11 |
| 2.3. | GARANTIAS Y SERVICIOS   | 15 |
| 2.4. | EL TRABAJADOR COMO SUJETO<br>DE CREDITO FONACOT               | 16 |
| 2.5. | EL COMERCIANTE COMO DIS-<br>TRIBUIDOR AFILIADO A FO-<br>NACOT | 19 |

PAGINA  
-----

CAPITULO 3. METODOLOGIA.

3.1.	OBJETIVO	20
3.2.	PROBLEMA	21
3.3.	SELECCION DE LA MUESTRA	23
3.4.	PROCEDIMIENTO	25

CAPITULO 4.

4.1.	ANTIGUEDAD EN LA AFILIACION	26
4.2.	OPINION DEL TRABAJADOR RES- PECTO A:	
4.2.1.	CREDITOS OTORGADOS	28
4.2.2.	MERCANCIAS	55
4.2.3.	SERVICIOS	70
4.2.4.	EFFECTOS DE HABER - USADO EL CREDITO FO NACOT	86

CAPITULO 5.

5.1.	ANTIGUEDAD EN LA AFILIACION	103
5.2.	OPINION DEL COMERCIANTE AFILIADO A FONACOT RESPECTO A:	
5.2.1.	SERVICIOS	105
5.2.2.	PARTICIPACION DEL - PROVEEDOR	123
5.2.3.	FORMA DE PAGO	129
5.2.4.	EFACTOS DE SER PRO- VEEDOR AFILIADO A - FONACOT	132
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	138

A P E N D I C E.

BIBLIOGRAFIA.



# INTRODUCCION

## I N T R O D U C C I O N

La creación del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT), representa para el Gobierno Federal la aportación de un elemento más a la clase trabajadora del país, con el que, en forma conjunta con la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) y el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los trabajadores (INFONAVIT), pretende compensar y proteger a ese núcleo del constante deterioro del poder adquisitivo de los salarios, mediante la concesión de créditos relativamente accesibles y economías en precios que les procuren un mayor poder adquisitivo.

Gracias al apoyo que el Gobierno Federal le otorgó al Fondo, así como a la buena acogida, proporcionada por el sector obrero y sus representantes; y la receptividad del sector empresarial, esta Institución ha podido ir logrando sus objetivos.

A tres años de la creación del Fondo, cabe plantearse algunas preguntas que nos indiquen cuáles han sido los resultados de ese período de trabajo, en base a la opinión del sector a quienes pretende servir y de los medios utilizados para el cumplimiento de sus objetivos --- planteados, por lo tanto, el objetivo de este trabajo es: conocer cuál es la imagen que a esta fecha, el Fondo ha creado entre los trabajadores y los comerciantes afiliados a él.

Para lograr nuestro objetivo, la investigación se dividió en tres partes: la primera presenta los lineamientos de operación del Fondo; la segunda se configura con la opinión de los trabajadores afiliados a éste; y finalmente la tercera, analiza la opinión de los comerciantes que se encuentran afiliados al Fondo.

# C A P I T U L O 1.

## ANTECEDENTES

1.1. NECESIDAD DE CREACION.

1.2. DETERMINACION DE OBJETIVOS.

## I.1. NECESIDAD DE CREACION.

Preocupado por el constante deterioro del poder adquisitivo de los salarios y por la desventaja de los obreros frente a sectores sociales económicamente más fuertes, en marzo de 1973 - el Congreso del Trabajo presentó al Presidente de la República - un programa de cinco puntos, en los cuales se pedía la intervención del Ejecutivo para que por vía legal, se diera protección en su ejercicio al salario del trabajador. Este programa solicitaba fundamentalmente las siguientes medidas:

- 1.- Fortalecer y mejorar el sistema nacional de distribución - de mercancías (ampliación de CONASUPO y medios concurrentes).
- 2.- Establecer un control nacional sobre precios y calidad de los productos, principalmente en lo que se refiere a artículos de primera necesidad.
- 3.- Declarar de utilidad social la actividad de varias industrias básicas, de alimentos y vestido, principalmente.
- 4.- Establecer un fondo que protegiera y promoviera la adquisición, a crédito, de bienes duraderos básicos y servicios -

esenciales para los trabajadores, a precios y tasas de interés preferenciales.

- 5.- Una ley de protección a los consumidores y a los usuarios del crédito.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social, por encargo presidencial, se avocó a elaborar un estudio encaminado a resolver la situación planteada por el Congreso del Trabajo.

La diputación obrera, por su parte, logró que en diciembre de 1973 se aprobaran por unanimidad las reformas pertinentes a la Ley Federal del Trabajo y la adición del artículo 103-bis.

Poco después, el 2 de mayo de 1974, entró en vigor el decreto que ordenaba la creación de un fideicomiso llamado Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, FONACOT es concebido, pues, dentro de una filosofía señaladamente innovadora.

En efecto, a partir de este decreto, la legislación laboral considera de utilidad social el establecimiento de instituciones como FONACOT, destinadas a proteger la capacidad adquisitiva del trabajador y a facilitarle su acceso a los satisfactores materiales, sociales y culturales.

De acuerdo con el nuevo decreto, la vivienda y los bienes que la hacen habitable, constituyen el núcleo básico del patrimonio familiar; por lo tanto, deben ser objeto de una protección - de tal forma, que se promueva el desarrollo económico a través - de la ampliación de la demanda interna y del impulso al sistema productivo mediante la vigorización del consumo necesario para - el bienestar.

El ordenamiento legal condena el aislamiento y la indefensión de los trabajadores en cuanto consumidores, y reprueba asimismo un sistema comercial inequitativo. Fustiga, además, las - prácticas lesivas que vulneran su economía, y afirma que es necesario pugnar por la concesión de créditos socialmente justos para la adquisición de los satisfactores indispensables al decoro de la vida de los trabajadores y de sus familias.

Por otra parte, a principios de 1973, existían más de cuatro millones de trabajadores en la República Mexicana que no tenían acceso al crédito bancario, aunque contribuían con su actividad productiva al desarrollo de la economía nacional.

La situación resulta contradictoria, pero el nivel de salario de los trabajadores no constituye suficiente garantía para - que la Banca les otorgue préstamos destinados principalmente, a la compra de bienes de consumo duradero. Sin embargo, los convier

te en uno de los sectores más necesitados de ese tipo de financiamiento.

El trabajador al carecer de la ayuda del crédito bancario para obtener algo tan necesario como son los enseres domésticos, se ve obligado a adquirirlos a crédito con el comercio establecido, en donde paga elevados intereses que encarecen notablemente el precio final del artículo.

FONACOT inició sus actividades en un medio hostil, sin embargo, las dificultades fueron sorteándose gracias al apoyo - que el Gobierno Federal le otorgó y también a la buena acogida - que le dieron a la Institución el Sector Obrero y sus representantes, así como la receptividad evidenciada por el Sector Empresarial



## 1.2. DETERMINACION DE OBJETIVOS.

Para dar cumplimiento a lo previsto por la Ley Federal del Trabajo, el Ejecutivo Federal, a través del decreto que emite al respecto, en el artículo 2, señala a FONACOT como principales objetivos, entre otros, los siguientes:

- \* Garantizar los créditos institucionales, otorgados a -  
trabajadores, para la adquisición de bienes de consumo  
duradero y para la obtención de servicios.
- \* Garantizar los créditos o, en su caso, otorgar financia  
miento para la operación de los almacenes y tiendas a -  
que se refiere el artículo 103 de la Ley Federal del -  
Trabajo.
- \* Fomentar el ahorro de los trabajadores..
- \* Facilitar a los trabajadores la obtención de condicio--  
nes adecuadas de crédito a precios que les procuren un  
mayor poder adquisitivo.
- \* Coadyuvar al establecimiento y desarrollo de procedi--  
mientos que tiendan a elevar la calidad, disminuir el -

precio y facilitar la adquisición de bienes y la obtención de servicios.

- \* Fomentar y establecer mecanismos destinados a orientar y proteger a los consumidores.
  
- \* Promover, entre los usuarios, el mejor aprovechamiento del salario. Contribuir a la orientación de su gasto familiar de manera que éste satisfaga en la mayor medida posible, las necesidades de una vida digna, en el orden material, social y cultural, como lo prescribe la fracción VI del artículo 123 de la Constitución General de la República.

Un objetivo adicional de este Fondo, es el de:

- \* Contribuir al sano desarrollo del mercado interno, impulsando la demanda y producción de bienes socialmente necesarios.

## C A P I T U L O 2.

### FUNCIONAMIENTO.

2.1. DIFUSION Y AFILIACION.

2.2. CONCESION DE CREDITOS.

2.3. GARANTIAS Y SERVICIOS.

2.4. EL TRABAJADOR COMO SUJETO DE CREDITO  
FONACOT.

2.5. EL COMERCIANTE COMO DISTRIBUIDOR AFI-  
LIADO A FONACOT.

## 2.1. DIFUSION Y AFILIACION.

En septiembre de 1974, se integró la Dirección Operativa, formada por dos departamentos: el de Afiliación y el de Crédito.

El departamento de Afiliación, tiene como objetivo dar a conocer la Institución y los beneficios que ésta reporta a los trabajadores. Inicialmente, se idearon y llevaron a la práctica diversas formas de acercamiento en las visitas directas a los Sindicatos, Centrales Obreras y Centros de Trabajo, se dieron pláticas a los trabajadores y a los Representantes Sindicales y Patronales. Una unidad móvil provista de equipo audiovisual visitó a partir del 1º de enero de 1975, las principales zonas industriales del área Metropolitana.

En abril de 1975, se iniciaron las operaciones en las ciudades de Guadalajara, Puebla y Toluca. En junio del mismo año, se abrieron cuatro Centros de Afiliación en el Distrito Federal.

En abril de 1975, se llevó a cabo la primera reestructuración administrativa y como resultado se creó la Dirección de -

Afiliación y Difusión, la cual continuó con la labor de promoción, con el desarrollo de campaña de difusión y con la promoción en Sindicatos y Centros de Trabajo. Sus principales labores fueron las de haber presentado a FONACOT con stands de información en los siguientes eventos:

- \* EXPOSICION CON MOTIVO DE LA VISITA DEL PRESIDENTE.  
Abril de 1975.
  
- \* EXPOSICION "MEXICO INDUSTRIAL". Abril de 1975.
  
- \* REUNION DE PRESIDENTES MUNICIPALES EN EL CENTRO MEDICO EN LA CIUDAD DE OAXACA "EXPO FONACOT OAXACA".  
Con motivo del primer informe de Gobierno. Octubre de 1975.
  
- \* EXPOSICION INJUVE "LOS GOBIERNOS REVOLUCIONARIOS Y LA JUVENTUD MEXICANA". Enero de 1976.
  
- \* FERIA DEL HOGAR. Marzo-abril de 1976.
  
- \* EN EL INFORME QUE RINDIO LA SECRETARIA DEL TRABAJO AL PRESIDENTE. Mayo de 1976.
  
- \* ESTABLECIMIENTO DE CENTROS MOVILES DE AFILIACION EN

DISTINTOS RUMBOS DE LA CIUDAD PARA OPERAR EXCLUSIVAMENTE SABADOS Y DOMINGOS.

Cuenta con un Departamento de Información que recibe todo tipo de solicitudes de servicio, funcionamiento y quejas sobre los aparatos. También fueron abiertos cuatro centros de Afiliación en el Distrito Federal, localizados en Calzada de Tlalpan-Portales, San Bartolo Naucalpan, La Villa y Metro Normal, que tienen la finalidad de llevar los servicios completos del FONACOT cerca del trabajador.

El Fondo ha promovido sus servicios distribuyendo directamente 775,000 solicitudes, se atendieron personalmente 180,000 trabajadores y se visitaron 8,910 empresas y sindicatos.

El Departamento de Afiliación mantiene un estrecho contacto con los trabajadores, sus Sindicatos y sus Centros de Trabajo. Se entregaron 134,823 solicitudes de afiliación en los Centros de Trabajo; 57,855 en los Sindicatos y 231,199 en las visitas realizadas a los Centros de Trabajo. Además, se realizan presentaciones en distintas organizaciones empresariales, tales como CONCAMIN, CANACO, INDUSTRIALES DEL ESTADO DE MEXICO, CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA ELECTRONICA, EJECUTIVOS DE CREDITOS DE PUEBLA, CAMARA DE COMERCIO DE MONTERREY, ASOCIACION DE INDUSTRIALES DE VALLEJO, CAMARA PANAMERICANA DE COMERCIO, SE

MINARIO MUEBLES INFONAVIT, SEMINARIO DE ORIENTACION SINDICAL Y CONGRESO DEL TRABAJO.

Con la finalidad de proporcionar una adecuada protección, orientación y difusión a los trabajadores, para el mejor aprovechamiento del crédito en relación a sus necesidades reales y su verdadero poder adquisitivo, el Fondo integró un cuadro básico de mercancías, con el fin de eliminar artículos suntuarios y contribuir a la creación de hábitos positivos de compra, eliminando accesorios dentro de los mismos artículos que sólo iban a aumentar el crédito sin ningún beneficio real en su aprovechamiento, de esta forma, el Fondo proporcionó una adecuada compra y uso del artículo.

## 2.2. CONCESION DE CREDITO.

Inicialmente el otorgamiento de créditos se operó mediante un sistema que se denominó "Crédito en paquete", fue así como se otorgaron los primeros créditos en noviembre de 1974, su manejo, hasta abril de 1975, se realizó en forma manual.

En este mes, se comenzó a operar con un sistema semimecanizado, mientras se preparaba otro completamente mecanizado. A partir de junio de 1975, se creó la Dirección de Operaciones, la que tuvo entre sus funciones, establecer sistemas de revisión y otorgamiento de créditos y la verificación de precios, que se realiza en el 100 % de los pedidos.

Actualmente a través de once oficinas distribuidas en el interior del país, el Fondo ha operado en diecisiete Estados. Las oficinas regionales han otorgado 81,304 créditos por un importe de \$ 521 millones. Los trabajadores acreditados y sus familiares ascienden a 350 mil.

El otorgamiento de créditos a través de las oficinas regionales muestra una tasa promedio de incremento mensual del 55 %.



Al 31 de octubre de 1976, el número de créditos otorgados ascendió a 340,091, el importe del financiamiento sin intereses, es de \$ 2'016,170,801.00, con intereses, la suma es de -----  
\$ 2'363,102,204.00.

El monto promedio del crédito sin intereses a esa misma fecha es de \$ 5,928.00. Se pone mayor énfasis en otorgar créditos a los trabajadores de más exiguos recursos, de los créditos otorgados por el FONACOT, el 78 % se dieron a trabajadores con salario mensual inferior a \$ 4,001.00 y sólo el 2.52 % a quienes percibían sueldos de más de \$ 8,000.00. El 78 % de los afiliados es menor de 36 años y el 56 % tiene 5 ó menos años de antigüedad en su empleo. El salario promedio del afiliado a FONACOT es de \$ 3,384.00 mensuales.

En septiembre de 1974 se integró la Unidad de Estudios - Técnicos; esta unidad ha desarrollado, estructurado y actualizado las tablas, mecanismos y fórmulas financieras para otorgar créditos a los trabajadores. Asimismo, ha elaborado las tablas y sugerido criterios para determinar el monto del crédito máximo a los trabajadores de acuerdo al salario que perciben y la zona económica - donde desempeñan sus labores. También ha elaborado los proyectos - para el otorgamiento de créditos de acuerdo a los movimientos de - los presupuestos de operación, ha calculado y determinado el punto de equilibrio del Fondo y ha analizado cómo afecta su economía

cada crédito otorgado. En esta área, se estudia la información sobre ciertos aspectos socioeconómicos sobre los trabajadores, principalmente en lo que se refiere a empleo, seguridad social, vivienda, salario, poder adquisitivo y productividad.

También se han realizado una serie de estudios, como los dirigidos a otorgar créditos al turismo obrero, para gastos funerarios y de carácter escolar, así como los referentes a la emisión de certificados de participación. Asimismo, se colaboró en la elaboración de algunos artículos para su publicación.

Para 1977, el FONACOT otorgará un mínimo de 1,700 millones de pesos para la operación de 243 mil créditos. Estas cifras representan un otorgamiento promedio de 142 millones de pesos mensuales.

Con la ejecución de este programa se beneficiarán más de 1'458,000 personas, quienes tendrán acceso a disfrutar de bienes socialmente necesarios. Además, el programa supondrá un ahorro de más de 950 millones de pesos para la clase trabajador. Por otra parte, el FONACOT seguirá coadyuvando en el fortalecimiento de la actividad del aparato productivo hacia la elaboración de bienes socialmente necesarios. Las operaciones del Fondo permitirán también una mejor programación de la producción, propiciarán el incremento de la inversión privada, promoviendo el desarrollo industrial, y

se verán favorecidos los niveles de productividad. Por último seguirán estimulando la creación de empleos y, en alguna medida, se incrementarán los ingresos federales derivados de un mayor número de impuestos.

### 2.3. GARANTIAS Y SERVICIOS.

Las garantías de los aparatos domésticos son proporcionadas por los comerciantes, quienes en la mayoría de los casos canalizan la reclamación al fabricante, el FONAC OT se concreta a dar orientación a los trabajadores a través de boletines informativos en los que se hace notar a los compradores, que durante cierto tiempo, no se requerirán servicios de reparación y se tendrán funcionando correctamente los aparatos en el hogar; también hacen hincapié en la importancia que tiene que al comprar cualquier aparato doméstico, exija la garantía, solicitando que se les explique en qué consiste y el período de validez.

## 2.4. EL TRABAJADOR COMO SUJETO DE CREDITO FONACOT.

El trabajador mexicano no sólo no había sido sujeto institucional de crédito, sino que se le considera fuera de dicho esquema. Si acaso se le concedía un crédito, el trabajador quedaba su peditado a trámites y molestias varias. Esto, aparte de las desventajas del sobreprecio y los riesgos de tipo legal.

El crédito comercial se concedía sólo al 18.5 % de los asalariados. El crédito bancario, menos gravoso, únicamente al 6.5 % de los asalariados.

Evidentemente aquella era una situación injusta porque, quienes generan la riqueza del país, no participaban de sus beneficios.

En los países de alto desarrollo el crédito al consumo ha alcanzado niveles excepcionales. Así en los Estados Unidos, en 1972, llegó a la cifra de 150,000 millones de dólares; en Alemania alcanzó 30'000 millones de marcos, y en Canadá representó, durante el mismo año, 36'000 millones de dólares.

En México, durante el mismo año de 1972, el crédito al consumo ascendió a 16'000 millones de pesos, de los cuales el 50 %

se canalizó a través de comercios y el otro 50 % por medio de instituciones de crédito, sin embargo, su alto costo lo hacía inaccesible para la mayoría de la población trabajadora, no sólo por factores cualitativos, sino también cuantitativos.

FONACOT otorga créditos a trabajadores que, teniendo un año o más de antigüedad en su actual empleo, perciben salarios entre el mínimo y cinco veces éste.

Por lo general, el comercio establecido sólo otorga créditos para la adquisición de artículos a quienes perciben ingresos mensuales superiores a \$ 4,500.00 y la banca otorga créditos personales sólo a quienes perciben ingresos mensuales superiores a \$ 6,000.00.

Los beneficios que proporciona el sistema, no se limitan a hacer sujetos regulares de crédito, a trabajadores que no lo eran en las circunstancias anteriores, sino que, además obtiene para ellos un crédito barato y precios preferenciales en los artículos que adquiere.

La tasa de interés que se cobra a los trabajadores a través del Fondo, es sensiblemente más reducida que las que aplican el comercio o la banca en sus créditos personales. La tasa que utiliza FONACOT es del 18 % anual sobre saldos insolutos mensuales, cifra

que representa el 10.016 % global anual. Comparada con la del comercio 24 % global anual y la de la banca en sus préstamos personales 12 % global anual, pero que cobra además los intereses por adelantado. La tasa de FONACOT constituye un considerable beneficio para los trabajadores. Además, FONACOT obtiene una reducción de precios en promedio del 28 % sobre el precio de lista.

En el sistema de comercio normal las ventas a crédito se cobran al precio de lista, más lo que corresponda de impuestos, y sobre éstos se aplican los intereses anuales globales del 24 %.

Un artículo cuyo precio de lista es de mil pesos, a través de FONACOT se obtiene por \$ 827.00, incluyendo intereses a 18 meses; en el comercio normal se obtiene por \$ 1,589.00, incluyendo también intereses a 18 meses.

Esto significa que a través de FONACOT se pueden obtener casi dos artículos por el precio de uno en el comercio normal.

## 2.5. EL COMERCIANTE COMO DISTRIBUIDOR AFILIADO A FONACOT.

Con el FONACOT no sólo se beneficia el trabajador y su familia, sino también el fabricante y el comerciante.

El fabricante se beneficia con un sistema que revitaliza un importante mercado potencial para sus productos.

Además, en un futuro cercano, los fabricantes podrán realizar una mejor y más oportuna programación de sus volúmenes de producción, mediante estimaciones previas de las posibles demandas. Con este fin, se ha previsto también una adecuada regulación de otorgamiento de créditos, derivada de una política de ajuste entre la oferta y la demanda de bienes de consumo.

El comercio afiliado a FONACOT también se ha visto favorecido sustancialmente, porque se abstiene de distraer grandes capitales destinados a la venta de créditos. Cuenta con un nuevo mercado de más de 3 millones de compradores, el cual ha presentado ya un  sensible incremento en sus ventas. Además, obtiene mayor liquidez al recibir de FONACOT pagos al contado, y puede reinvertir más ágilmente su capital. Obtiene mayores descuentos con los fabricantes al realizar sus compras de contado o a menores plazos gracias al circulante que ha recibido del Fondo. Ha eliminado los gastos y riesgos que implica la cobranza, operación que realiza íntegramente FONACOT.



## C A P I T U L O 3,

### METODOLOGIA.

- 3.1. O B J E T I V O .
- 3.2. P R O B L E M A .
- 3.3. S E L E C C I O N D E L A M U E S T R A .
- 3.4. P R O C E D I M I E N T O .

### 3.1. O B J E T I V O

CONOCER LOS EFECTOS DE LA FORMA EN  
QUE EL FONDO NACIONAL PARA EL CON-  
SUMO DE LOS TRABAJADORES, HA PRE-  
TENDIDO LOGRAR SUS OBJETIVOS EN LO  
QUE RESPECTA AL TRABAJADOR Y AL CO  
MERCIANTE AFILIADOS.

## 3.2. P R O B L E M A

QUE OPINA EL TRABAJADOR AFILIADO A FONACOT  
EN CUANTO A:

### S E R V I C I O S .

Actividades que el Fondo realiza para informar y difundir su forma de operación, y atención de los problemas que se le presentan al trabajador.

### M E R C A N C I A S .

Artículos adquiridos por el trabajador, motivos de compra, - calidad de éstos y carencia de los mismos.

### C R E D I T O S O T O R G A D O S .

Características de límites, plazos para pago, frecuencia y - aprovechamiento de los créditos concedidos.

### E F E C T O S .

Efectos de la utilización de los créditos en el trabajador.

¿QUE OPINA EL PROVEEDOR AFILIADO A FONACOT EN CUANTO A:

### S E R V I C I O S .

Sistemas de operación que el Fondo aporta para que el proveedor realice su función como centro de distribución.

### PARTICIPACION DEL PROVEEDOR.

Contribución a la promoción de los créditos y actitud - del proveedor ante la cancelación de los servicios por parte del trabajador.

### FORMA DE PAGO.

Oportunidad de la realización del pago al proveedor, de - los artículos adquiridos por el trabajador.

### E F E C T O S .

Efectos de ser proveedor afiliado a FONACOT.

3.3. SELECCION DE LA MUESTRA.

El tamaño de nuestra muestra de la población de trabajadores afiliados se determinó por el Método de la Fórmula Original, en base a la Tabla Calculadora de Muestreo<sup>1</sup>, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Q^2}{E^2} \times fc$$

DE DONDE:

- n = tamaño de la muestra,
- $Q^2$  = desviación al cuadrado,
- $E^2$  = porcentaje error al cuadrado,
- fc - división del porcentaje de las características - sujetas a estudio entre el porcentaje de las características no sujetas a estudio.

El grado de confiabilidad usado fue de un 90 %.

Si, de acuerdo a las tablas:

$$Q^2 = 3.84$$

$$E^2 = 0.1$$

$$fc = 999$$

<sup>1</sup>Hurtado Leopoldo y Cervera Ethiel. "Investigación Mercadológica en Instrucción Microprogramada", Cap. 8, pág. 83.



POR LO TANTO:

$$n = \frac{3.84}{0.1} \times 999$$

$$n = 383.616$$

\* \* \* \* \*

Para determinar la muestra de la población de proveedores afiliados, no consideramos conveniente usar el procedimiento anterior, ya que nos daba un número muy bajo, de ahí que decidimos tomar un 10 % del total.

Si el total de proveedores afiliados asciende a 312 en el área Metropolitana; sumando 168 sucursales, el número total de establecimientos, es de 480. Por lo tanto, la muestra quedó constituida por 31 establecimientos, que representan el 10 % del total, sin tomar en cuenta las sucursales.

#### 3.4. PROCEDIMIENTO.

1).- CON EL OBJETO DE CONOCER SI NUESTROS CUESTIONARIOS MEDIAN LO QUE REALMENTE SE PRETENDIA MEDIR, SE LLEVO A CABO UN ESTUDIO PILOTO.

2).- UNA VEZ CORREGIDOS LOS INSTRUMENTOS, SE PROCEDIO A ELABORAR EL ESTUDIO DEFINITIVO, APLICANDOSE LOS CUESTIONARIOS EN FORMA DIRECTA.

## C A P I T U L O 4.

4.1. ANTIGUEDAD EN LA AFILIACION.

4.2. OPINION DEL TRABAJADOR CON -  
RESPECTO A:

4.2.1. CREDITOS OTORGADOS.

4.2.2. M E R C A N C I A S .

4.2.3. S E R V I C I O S .

4.2.4. EFECTOS DE HABER USA-  
DO EL CREDITO FONACOT.

#### **4.1. ANTIGUEDAD EN LA AFILIACION.**

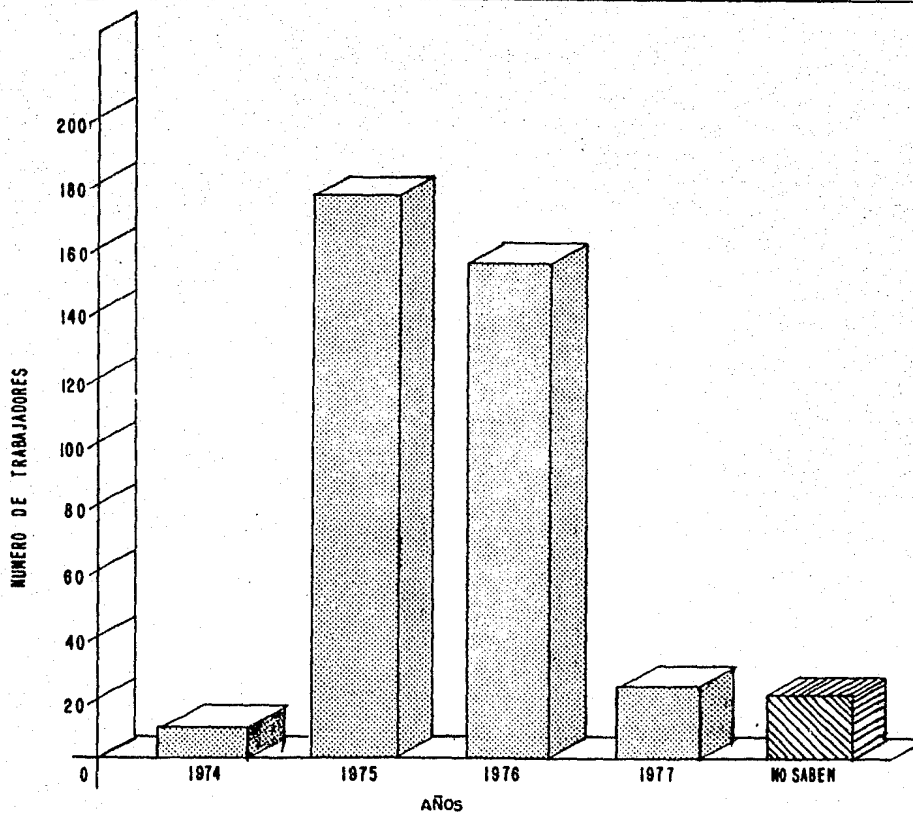
## ¿A PARTIR DE QUE FECHA ESTA AFILIADO AL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES?

El mayor número de afiliaciones se presentan en los años de 1975 y 1976, disminuyendo notablemente en el año de 1977. Por otra parte, veinte personas que representan el 5.2 % de 384 entrevistas no proporcionaron datos precisos del año en que se afiliaron al Fondo.

AÑO DE AFILIACION	TRABAJADORES AFILIADOS	PORCENTAJE
1974	8	2.1
1975	178	46.4
1976	156	40.6
1977	22	5.7
NO SABEN	20	5.2
T O T A L	384	100.0

Cabe hacer notar que la encuesta se realizó en el mes de abril de 1977, por lo que el porcentaje de este año no es representativo del mismo.

Contrariamente a lo que podía esperarse en cuanto al incremento de trabajadores afiliados, éste disminuye para el año de 1976, en relación a 1975 en un 12.3 %; esta situación podría deberse a que en los primeros años (1974-1975), se realizaron campañas masivas de afiliación, no así para 1977, ya que además de no ser representativo existe una contracción por parte del Fondo en las afiliaciones según lo explica la propia institución.



INDICADORES



CONCEPTO

AFILIACION DE TRABAJADORES A FONACOT,  
POR AÑO.

CAPITULO

4

4.2. OPINION DEL TRABAJADOR RESPECTO A:

4.2.1. CREDITOS OTORGADOS.

4.2.2. MERCANCIAS .

4.2.3. SERVICIOS .

4.2.4. EFECTOS DE HABER USADO  
EL CREDITO FONACOT.



4.2.1. CREDITOS OTORGADOS.

## ¿QUE PROBLEMA TUVO AL SOLICITAR SU CREDITO FONACOT?

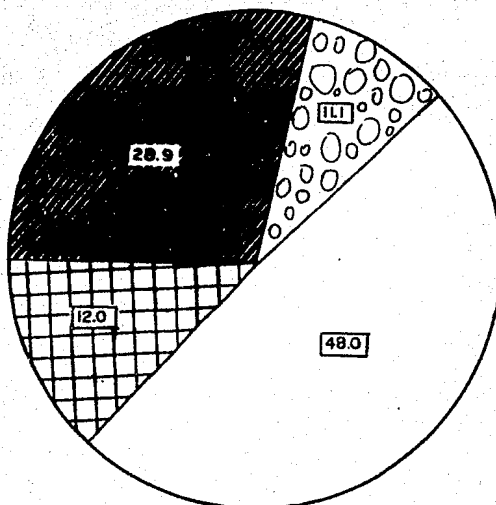
De 384 entrevistas, 159 personas que representan el 41.4 % nos informaron que no se les presentó ningún problema al realizar sus trámites de crédito; sin embargo, el 58.6 % que corresponde a - 225 personas, hace mención de haber tenido básicamente cuatro tipos de problemas: demasiados trámites, desorientación en la forma de solicitar y utilizar el crédito, demora en la autorización de los mismos y la existencia de papeleo que considera innecesarios.

PROBLEMAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
DEMASIADOS TRAMITES	65	28.9
DESORIENTACION EN LA FORMA DE SOLICITAR Y UTILIZAR EL CREDITO.	25	11.1
DEMORA DE AUTORIZACION	108	48.0
PAPELEO INNECESARIO	27	12.0
<b>T O T A L</b>	<b>225</b>	<b>100.0</b>





De los problemas enunciados, destacan la demora en la autorización del crédito y la existencia de demasiados trámites para solicitarlo, lo cual puede entenderse si se considera que el FONDO ha modificado los procedimientos de autorización, con la finalidad de conceder créditos que estén de acuerdo a las condiciones reales de ingresos y antigüedad de los trabajadores, situación que es desconocida por estos.


A continuación se presenta el ordenamiento de los problemas que se plantearon a los trabajadores al solicitar los créditos a FO NACOT, de acuerdo al año en que se afiliaron.

AÑO DE AFILIACION	DEMASIADOS TRAMITES		DESORIENTACION PARA SOLICITAR EL CREDITO		DEMORA EN AUTORIZACION.		PAPELEO INNECESARIO.	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	5	7.7	-	-	3	2.8	2	7.4
1975	30	46.2	6	24.0	64	59.3	17	63.0
1976	21	32.3	15	60.0	21	19.4	8	29.6
1977	4	6.1	2	8.0	11	10.1	-	-
NO SABEN	5	7.7	2	8.0	9	8.4	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	<b>100.0</b>	<b>25</b>	<b>100.0</b>	<b>108</b>	<b>100.0</b>	<b>27</b>	<b>100.0</b>

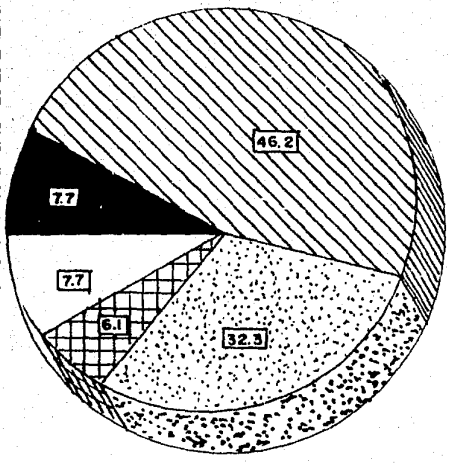


100% - 225

NOTAS	 DEMASIADOS TRAMITES	 DEMORA EN AUTORIZACION
	 DESORIENTACION EN LA FORMA DE SOLICITAR Y UTILIZAR EL CREDITO	 PAPELEO INNECESARIO

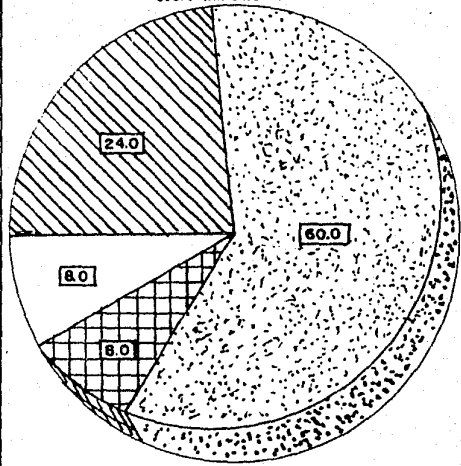
	CONCEPTO	CAPITULO
	PROBLEMAS QUE TUVO EL TRABAJADOR AL SOLICITAR CREDITO FONACOT (PORCENTAJES)	4

DEHASIADOS TRAMITES



100% = 65

DESORIENTACION PARA SOLICITAR CREDITO



100% = 25

NOTAS

	1974		1976		NO SABEN
	1975		1977		



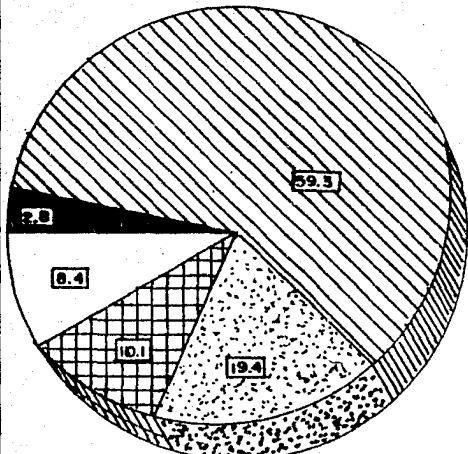
CONCEPTO

PROBLEMAS QUE TUVO EL TRABAJADOR AL SOLICITAR CREDITO FONACOT, POR AÑOS DE AFILIACION. (PORCENTAJES)

CAPITULO

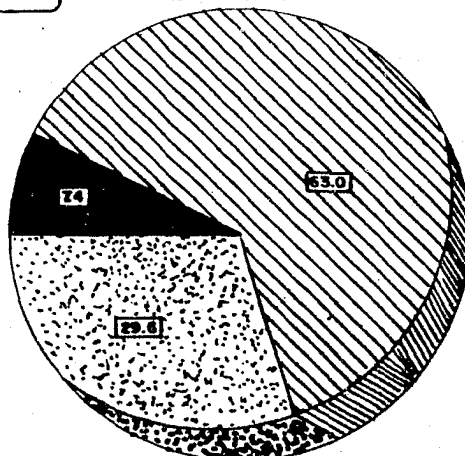
4

**DEMORA EN AUTORIZACION DE CREDITOS**



100% - 108

**PAPELEO INNECESARIO**



100% - 27

NOTAS

1974

1976

NO SABEN

1975

1977



CONCEPTO

CAPITULO

PROBLEMAS QUE TUVO EL TRABAJADOR AL SOLICITAR CREDITO FONACOT, POR AÑOS DE AFILIACION (PORCENTAJES)

4

## ¿CUANTAS VECES HA HECHO USO DEL CREDITO FONACOT?

De 384 personas entrevistadas, 365 hicieron uso una - vez del crédito y únicamente 19 dos veces, representando el 95.1% y el 4.9 %, respectivamente.

UTILIZARON EL CREDITO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
UNA VEZ	365	95.1
DOS VECES.	19	4.9
MAS DE DOS VECES	--	--
T O T A L	384	100.0

Si el 95.1 % ha utilizado una vez el crédito, podríamos suponer que esta parte de los trabajadores no han cubierto sus - adeudos, ya que el sistema permite al trabajador escoger el plazo para pagar, el cual podía ser hasta 24 meses o bien, que ya no - existe interés de utilizar al Fondo como medio para satisfacer - sus necesidades.

Distribuyendo por años de afiliación los conceptos antes mencionados, tenemos:

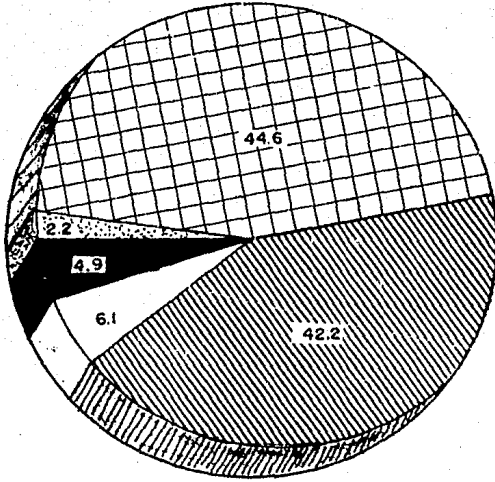
AÑO DE AFILIACION	UNA VEZ		DOS VECES		TOTAL RESP.
	RESP.	%	RESP.	%	
1974	8	2.2	-	-	8
1975	163	44.6	15	79.0	178
1976	154	42.2	2	10.5	156
1977	22	6.1	-	-	22
NO SABEN	18	4.9	2	10.5	20
<b>T O T A L</b>	<b>365</b>	<b>100.0</b>	<b>19</b>	<b>100.0</b>	<b>384</b>

Como es de esperarse, el comportamiento de los créditos aplicados en una ocasión, es similar al movimiento de los años - en que se afiliaron mayor número de trabajadores.

De las diecinueve personas que informaron haberse beneficiado con dos créditos, corresponde al año de 1975, el 79.0 %, lo cual puede considerarse como resultado de que los trabajadores que compraron dentro de ese año, habían terminado de pagar su primer crédito.

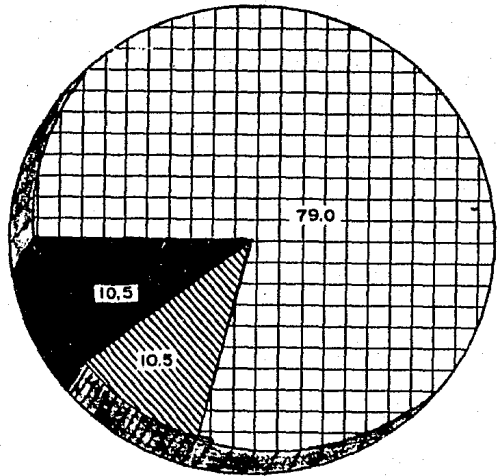


UNA VEZ



100% - 365

DOS VECES



100% - 19

NOTAS



1974



1976



SIN FECHA



1975



1977



CONCEPTO

NUMERO DE VECES QUE EL TRABAJADOR HA HECHO USO DEL CREDITO FONACOT ( PORCENTAJES )

CAPITULO

4

## DE ACUERDO A SU SALARIO ¿CUAL FUE EL CREDITO MAXIMO QUE LE OFRECIO FONACOT?

En función de la información proporcionada por los trabajadores, se determinó que el Fondo ofreció un total de 403 créditos, los que a su vez se distribuyeron por años de afiliación - en la siguiente forma:

AÑO DE AFILIACION	CREDITOS OTORGADOS	PORCENTAJE
1974	12	3.0
1975	193	47.9
1976	155	38.5
1977	22	5.4
NO SABEN	21	5.2
<b>T O T A L</b>	<b>403</b>	<b>100.0</b>

Como puede apreciarse, el mayor número de créditos se aplicó en el año de 1975, representando el 47.9 % siguiéndole en importancia el año de 1976 con el 38.5 %.

Es conveniente señalar que 1977 representa el 5.4 %, consecuencia de que en dicho año únicamente se consideraron en la investigación cuatro meses de operación, influyendo además, una disminución en la autorización de créditos, por parte del Fondo, a

partir del último semestre de 1976, por encontrarse en una etapa de recuperación de cartera, debido a problemas con los créditos otorgados anteriormente.

Con la finalidad de conocer el ordenamiento de los créditos máximos autorizados, elaboramos un cuadro por niveles, considerando una escala que va de menos de \$ 5,000.00 a \$ 20,000.00 ó más, el cual se muestra a continuación:

CRÉDITOS HASTA (miles de pesos)	NUMERO DE CREDITOS OTORGADOS	%
5	16	4.0
6	13	3.2
7	41	10.2
8	58	14.4
9	28	6.9
10	49	12.1
11	17	4.2
12	35	8.7
13	6	1.5
14	11	2.7
15	6	1.5
16	6	1.5
17	2	0.5
18	9	2.2
19	4	1.4
20 ó más	26	6.2
NO SABEN	76	18.8

El 50.8 % que representan 205 créditos, fueron otorgados con un importe máximo de \$ 10,000.00, quedando en consecuencia el restante 49.2 % para créditos mayores de \$ 10,000.00

De ese 50.8 %, la mayor parte se ubica en rangos que fluctúan entre siete y ocho mil pesos, a los que corresponden 58 operaciones, con un 14.4 % del total de créditos concedidos.

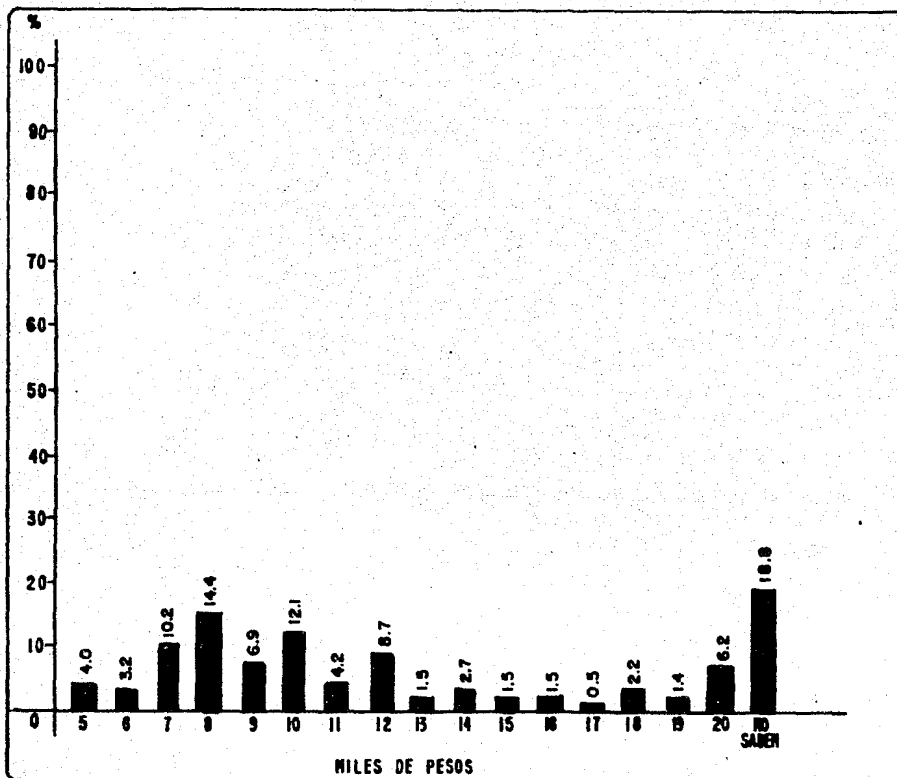
Esta situación puede explicarse, si consideramos que las personas que reciben menos ingresos, son las que buscan los beneficios que ofrece el Fondo y a los que la Institución pretende servir en primer término.

Del 49.2 % correspondiente a los créditos mayores de \$ 10,000.00, se distinguen los que se encuentran en los rangos de doce y más de veinte mil pesos, representando ambos el 14.9%.

Finalmente, se presenta la agrupación de los créditos otorgados, de acuerdo a los años de afiliación de los trabajadores.

CREDITOS HASTA (mi- les de pe- sos).	AÑOS DE AFILIACION									
	1974		1975		1976		1977		NO SABEN	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
5	-	-	7	3.6	9	5.8	-	-	-	-
6	-	-	7	3.6	4	2.6	2	9.1	-	-
7	-	-	17	8.8	13	8.4	7	31.8	4	19.0
8	-	-	9	4.7	43	27.7	6	27.3	-	-
9	4	33.3	15	7.8	9	5.8	-	-	-	-
10	4	33.3	15	7.8	24	15.5	2	9.1	4	19.0
11	-	-	11	5.7	4	2.6	-	-	2	9.5
12	-	-	21	10.9	9	5.8	5	22.7	-	-
13	-	-	4	2.1	2	1.3	-	-	-	-
14	-	-	7	3.6	4	2.6	-	-	-	-
15	-	-	2	1.0	4	2.6	-	-	-	-
16	-	-	4	2.1	2	1.3	-	-	-	-
17	-	-	2	1.0	-	-	-	-	-	-
18	-	-	9	4.7	-	-	-	-	-	-
19	-	-	4	2.1	-	-	-	-	-	-
20 ó más	-	-	26	13.5	-	-	-	-	-	-
NO SABEN	4	33.3	33	17.0	28	18.0	-	-	11	52.5
T O T A L	12	100.0	193	100.0	155	100.0	22	100.0	21	100.0

Podemos advertir que existe una tendencia por parte del Fondo a limitar el monto de los créditos, ya que en 1975, los créditos máximos -- fueron mayores de \$ 20,000.00; en 1976 hasta \$ 16,000.00 y en 1977 única- mente de \$ 12,000.00, representando un decremento del 20 %, comparando -- 1975 con 1976 y del 25 % en 1977, en relación a 1976, situación que se confirma con la distribución de los créditos iguales o menores a ----- \$ 10,000.00, ya que para 1975 éstos representaron el 36.2 % para 1976, el 65.8 % y para 1977 el 77.3 %, teniendo un incremento en 1976 y 1977 del - 81.8 % y del 17.5 % en relación a los años anteriores.



MILES DE PESOS



**CONCEPTO**

**CLASIFICACION DE CREDITOS, SEGUN EL NIVEL OTORGADO (PORCENTAJES)**

**CAPITULO**

**4**

## ¿UTILIZO EL VALOR TOTAL DE SU CREDITO EN SUS COMPRAS?

El 46.2 % afirmó haber utilizado totalmente su crédito, a lo que corresponden 186 operaciones. El 34.0 % que representan 137 créditos, expresó que lo utilizaron parcialmente y un 19.8 % desconoce su situación al respecto.

UTILIZARON EL CREDITO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
TOTALMENTE	186	46.2
PARCIALMENTE	137	34.0
DESCONOCEN SU SITUACION	80	19.8
<b>T O T A L</b>	<b>403</b>	<b>100.0</b>

Al realizar la división de este concepto, de acuerdo con los años de afiliación de los trabajadores, tenemos:

AÑO DE AFILIACION	SE UTILIZO TOTALMENTE		SE UTILIZO PARCIALMENTE		DESCONOCEN SU SITUACION		TOTAL
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	
1974	10	5.4	2	1.5	-	-	12
1975	60	32.3	92	67.2	41	51.3	193
1976	95	51.1	32	23.4	28	35.0	155
1977	15	8.1	7	5.2	-	-	22
NO SABEN	6	3.1	4	2.9	11	13.7	21
<b>T O T A L</b>	<b>186</b>	<b>100.0</b>	<b>137</b>	<b>100.0</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>	<b>403</b>

Resulta interesante el incremento de un año a otro en la utilización total de los créditos, ya que en 1975 se aplicaron el 32.3 % y para 1976 el 51.1 % representando un aumento del 49.8 % en relación a 1974 y del 58.2 % para 1976, comparado con 1975; sin embargo, en 1977 la aplicación total de los créditos fue del 8.1 %, el que representa a su vez el 68.1 % de los créditos de ese año.

El aumento en la utilización total de los créditos tiene su origen en la disminución que ha venido realizando paulatinamente el Fondo en el importe de los créditos otorgados, como una medida tendiente a limitar los adeudos de los trabajadores.

Este aspecto se confirma, si consideramos que en el segundo año de operación de FONACOT, (1975) el 67.2 % de los créditos se utilizó parcialmente.

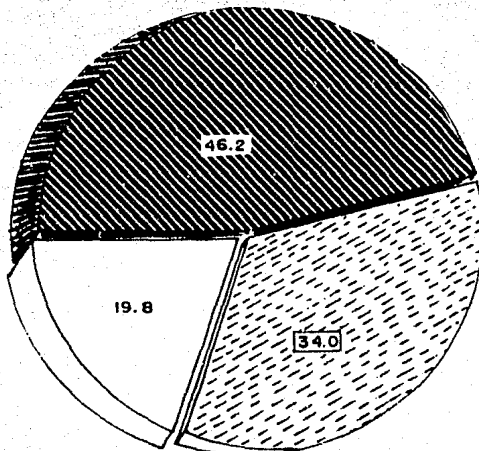
Analizando el aprovechamiento parcial o total de los créditos por límites, determinamos los siguientes resultados:



NIVEL MAXIMO (miles de pesos)	SE UTILIZARON TOTALMENTE		SE UTILIZARON PARCIALMENTE		DESCONOCEN SU SITUACION	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
5	8	4.3	10	7.3	-	-
6	5	2.7	8	5.8	-	-
7	26	14.0	14	10.2	2	2.5
8	44	23.6	12	8.8	-	-
9	23	12.4	6	4.4	-	-
10	34	18.3	14	10.2	-	-
11	8	4.3	7	5.1	-	-
12	18	9.7	14	10.2	2	2.5
13	4	2.1	2	1.4	2	2.5
14	2	1.1	10	7.3	-	-
15	2	1.1	4	2.9	-	-
16	2	1.1	4	2.9	-	-
17	-	-	2	1.4	-	-
18	-	-	6	4.4	3	3.8
19	-	-	3	2.2	-	-
20 ó más	6	3.2	21	15.5	-	-
NO SABEN	4	2.1	-	-	71	88.7
TOTAL	186	100.0	137	100.0	80	100.0

El 75.3 % de las personas que aprovecharon totalmente sus créditos, se encuentra en los niveles de \$ 3,000.00 a --- \$ 10,000.00, destacando los rangos de ocho y diez mil pesos, - con el 23.6 % y 18.3 %, respectivamente, situación que consideramos lógica, ya que estos créditos corresponden a los trabajadores de ingresos más bajos. Es importante hacer mención que en los créditos iguales o mayores a \$ 20,000.00 únicamente utilizaron completamente el 3.2 % de estos.

Por otra parte, dentro de esos niveles está representado el 46.7 % de los créditos utilizados parcialmente, sobresa- endo entre estos los correspondientes a los niveles de siete y diez mil pesos con el 10.2 %.



100 % = 403

NOTAS



UTILIZARON EL CREDITO TOTALMENTE



DESCONOCEN SU SITUACION



UTILIZARON EL CREDITO PARCIALMENTE



CONCEPTO

UTILIZACION TOTAL DEL CREDITO FONACOT,  
POR LOS TRABAJADORES. (PORCENTAJES)

CAPITULO

4

## ¿POR QUE RAZON UTILIZO EL VALOR TOTAL DE SU CREDITO?

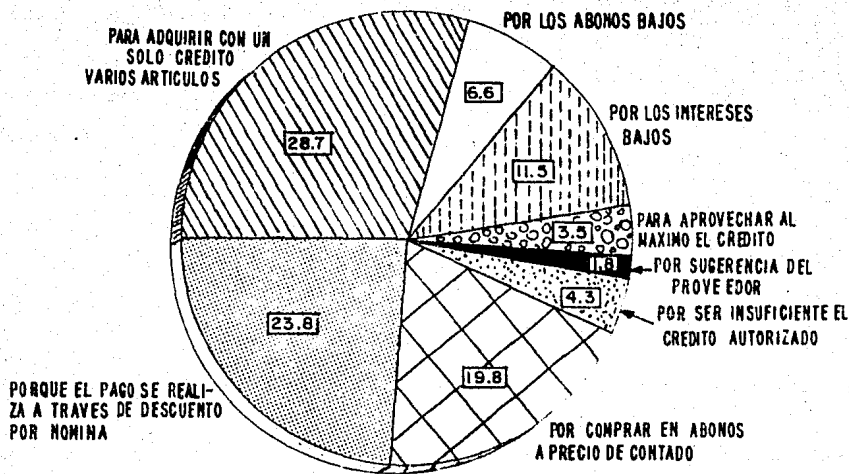
MOTIVO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
PARA ADQUIRIR CON UN SOLO CREDITO VARIOS ARTICULOS	65	28.7
PORQUE LOS ABONOS RESULTAN BAJOS.	15	6.6
PORQUE LOS INTERESES A PAGAR SON BAJOS.	26	11.5
POR APROVECHAR EL MAXIMO DE CREDITO OTORGADO.	8	3.5
POR HABER SUGERIDO DEL PROVEEDOR LA UTILIZACION TOTAL DEL CREDITO.	4	1.8
POR SER INSUFICIENTE EL CREDITO AUTORIZADO.	10	4.3
POR COMPRAR EN ABONOS A PRECIO DE CONTADO.	45	19.8
PORQUE EL PAGO SE REALIZA A TRAVES DE DESCUENTOS POR NOMINA.	54	23.8
TOTAL	227	100.0

Se puede apreciar que los motivos fundamentales para la utilización completa de los créditos son los siguientes:

- a) Poder adquirir con un sólo crédito, varios artículos a la vez.
- b) La facilidad de pagar, a través de descuentos por nómina y...

- c) La oportunidad de comprar en abonos a precio de contado.

Estas tres razones representan el 72.3 %, lo que -- nos permite suponer que el trabajador aprovecha la oportunidad de beneficiarse, adquiriendo más de un artículo, que de otra manera, se le dificultaría, obligándose a realizar el pago mediante un tercero y finalmente obteniendo un ahorro en toda la operación.



100% = 227

NOTAS



CONCEPTO  
 RAZONES POR LAS CUALES SE UTILIZA TOTALMENTE EL CREDITO OTORGADO (PORCENTAJES)

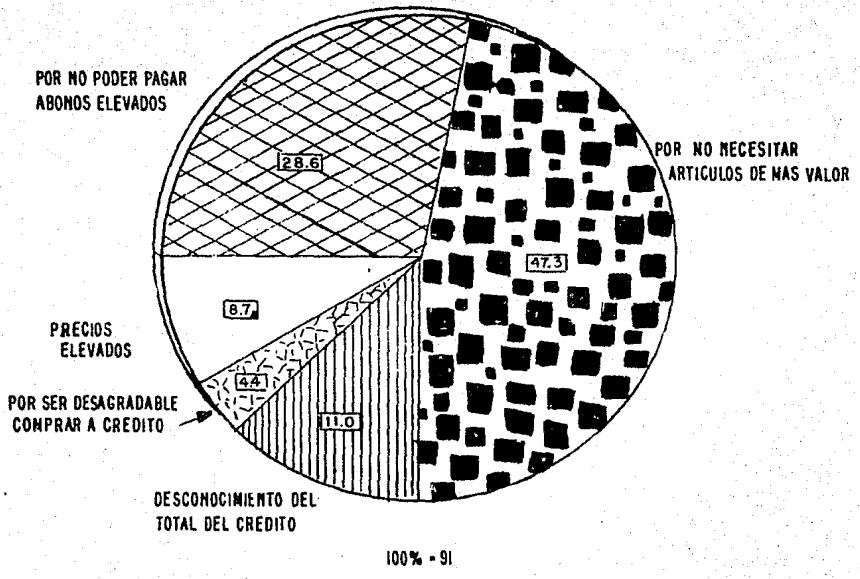
CAPITULO  
 4

¿POR QUE RAZON UTILIZO PARCIALMENTE EL VALOR DE SU CREDITO?

M O T I V O	RESPUESTA	PORCENTAJE
POR NO PODER PAGAR ABONOS ELEVADOS.	26	28.6
POR NO NECESITAR - ARTICULOS DE MAS VALOR.	43	47.3
POR DESCONOCIMIEN- TO DEL TOTAL DEL - CREDITO.	10	11.0
POR SER DESAGRADA- BLE COMPRAR A CRE- DITO.	4	4.4
POR ESTAR LOS PRE- CIOS ELEVADOS.	8	8.7
T O T A L	91	100.0

El 75.9 % se encuentra en dos razones: no poder pagar abonos elevados y no necesitar artículos de más valor.

La decisión del trabajador en este sentido, se puede explicar ante el hecho de que una parte de estas personas conocen sus necesidades y posibilidades de pago.



NOTAS



CONCEPTO  
RAZONES POR LAS QUE SE UTILIZO PARCIALMENTE EL CREDITO OTORGADO (PORCENTAJES)

CAPITULO  
4



## ¿A QUE PLAZO LE OTORGARON SUS CREDITOS?

Los períodos a que se pactaron los 403 créditos -  
concedidos se distribuyeron en la siguiente forma:

PLAZO PACTADO	CANTIDAD DE CREDITOS	PORCENTAJE
12 MESES	43	10.6
18 MESES	87	21.6
24 MESES	273	67.8
<b>TOTAL</b>	<b>403</b>	<b>100.0</b>

Como podía esperarse, el mayor número de créditos se contrató a 24 meses, pues el trabajador buscó la comodidad de los pagos, a través de un período más largo.

Un análisis de los plazos para pago por año de -  
afiliación nos muestra la siguiente situación:

AÑO DE AFILIACION	12 MESES	%	18 MESES	%	24 MESES	%	TOTAL	%
1974	4	33.3	2	16.7	6	50.0	12	100.0
1975	21	10.9	34	17.6	138	71.5	193	100.0
1976	14	9.0	38	24.5	103	66.5	155	100.0
1977	-	-	11	50.0	11	50.0	22	100.0
NO SABEN	4	19.0	2	9.5	15	71.5	21	100.0
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>		<b>87</b>		<b>273</b>		<b>403</b>	

Como puede observarse, los créditos concedidos a doce meses, van disminuyendo de un año a otro, ya que en 1974 representan 33.3 %; en 1975 el 10.9 % y en 1976 el 9.3 % y por lo que existe un decremento del 67.3 % y del 14.7 % en relación con 1974 y 1975, respectivamente.

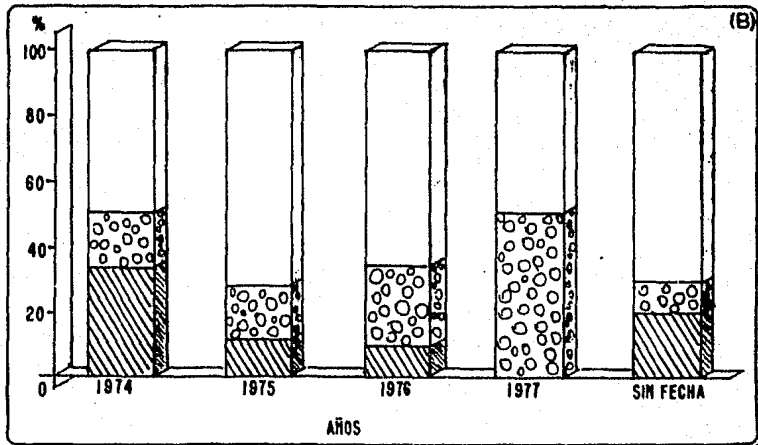
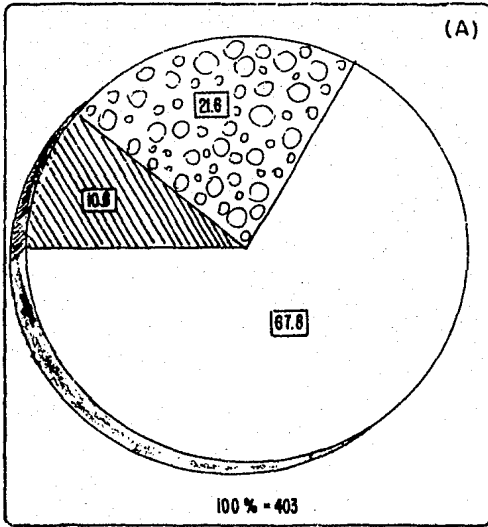
En cuanto a los créditos concedidos a 18 meses, el movimiento es a la inversa, ya que en 1974 representa el 16.7%; en 1975 el 17.6 %; en 1976 el 24.5 % y en 1977 el 50.0 %, teniendo un incremento de un año a otro del 5.4 %; 39.2 % y duplicándose en 1977.

En relación a 24 meses, se presentan ambas situaciones, pues existe un incremento de 1974 a 1975, del 43.0 %, en relación al primero y a partir de 1976 el movimiento es hacia abajo, ya que hay una disminución del 9.8 % en 1975 y del 22.5 % en 1977, comparado con 1976.

Puede advertirse que los créditos se están agrupando en dieciocho meses, derivándose esta situación del establecimiento de normas por parte del Fodo, para llevar a cabo una disminución en los plazos de compra, no obstante los deseos del trabajador de pactar sus adquisiciones al plazo más largo posible; es decir, veinticuatro meses.

En el cuadro siguiente, se presenta un contexto general de los plazos por niveles de crédito:

CREDITOS HASTA (Miles de pesos)	M E S E S						TOTAL	%
	12 MESES	%	18 MESES	%	24 MESES	%		
5	-	-	2	12.5	14	87.5	16	100.0
6	2	15.4	4	30.8	7	53.8	13	100.0
7	2	4.7	17	39.5	24	55.8	43	100.0
8	-	-	12	20.7	46	79.3	58	100.0
9	2	11.1	6	33.3	10	55.6	18	100.0
10	8	9.0	4	8.2	37	75.5	49	100.0
11	-	-	4	23.5	13	76.5	17	100.0
12	4	10.0	11	27.5	25	62.5	40	100.0
13	2	33.3	-	-	4	66.7	6	100.0
14	-	-	4	36.4	7	63.6	11	100.0
15	-	-	2	33.3	4	66.7	6	100.0
16	-	-	2	33.3	4	66.7	6	100.0
17	-	-	-	-	2	100.0	2	100.0
18	5	55.6	2	22.2	2	22.2	9	100.0
19	-	-	-	-	4	100.0	4	100.0
20 ó más	2	6.5	-	-	29	93.5	31	100.0
NO SABE EL CREDITO MAXIMO.	16	21.6	17	23.0	41	55.4	74	100.0



NOTAS



12 MESES



24 MESES



18 MESES



CONCEPTO

A) PLAZO DE PAGO DE LOS CREDITOS OTORGADOS (PORCENTAJES)

CAPITULO

B) PLAZO DE PAGO DE CREDITO FONACOT ELEGIDO POR EL TRABAJADOR, POR AÑOS DE AFILIACION. (PORCENTAJES)

4

#### 4.2.2. MERCANCIAS

## ¿QUE ARTICULOS ADQUIRIO A TRAVES DE FONACOT?

El promedio de articulos adquiridos por persona, fue de 2.16, es decir, se compraron 832 productos por 384 trabajadores, los cuales clasificados por línea tenemos:

TIPO DE PRODUCTO	ADQUISICIONES	PORCENTAJE
LINEA BLANCA	231	27.8
LINEA ELECTRONICA	227	27.3
MUEBLES	233	28.0
ENSERES MENORES	54	6.5
OTROS	87	10.4
<b>TOTAL</b>	<b>832</b>	<b>100.0</b>

Como puede apreciarse, las compras de mercancías, se realizaron manteniendo una distribución similar, lo que está originado en que el trabajador adquiere un artículo de una y otra línea, adecuando los productos a sus diversas necesidades.

Las preferencias de los trabajadores por los diversos artículos se muestran a continuación:

L I N E A	ARTICULO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
BLANCA	LAVADORAS DE ROPA	22	2.6
	REFRIGERADORES	116	13.9
	ESTUFAS	56	6.7
	MAQUINAS DE COSER	37	4.4
MUEBLES	SALAS	47	5.6
	RECAMARAS	56	6.7
	CAMAS Y LITERAS	78	9.4
	COMEDORES	52	6.2
ELECTRONICA	TELEVISORES	128	15.6
	CONSOLAS	75	9.0
	TOCADISCOS	4	0.5
	EQUIPOS MODULARES	20	2.4
ENSERES MENORES.	ENSERES MENORES	54	6.5
OTROS	(ropa, calentadores, etc.)	87	10.5
T O T A L		832	100.0

La demanda de seis productos representa el 68.10 % - del total de artículos, los cuales son: televisores, refrigeradores, camas y literas, consolas estufas y recámaras.

Asimismo, es conveniente hacer notar la baja participación de otros productos, como es el caso de las lavadoras, que de la muestra representan únicamente el 2.6 %, no obstante ser uno de los enseres necesarios en el hogar, en igual situación se encuentran las máquinas de coser, con el 4.5 %.

Aun cuando los televisores representan el artículo más solicitado, puede decirse que este lugar corresponde a las recámaras, camas y literas, si se les considera, debido a su finalidad un mismo tipo de enser, ya que entre los tres suman el 16.1% del total de artículos adquiridos, situación que resulta razonable ya que el trabajador se preocupó en primer término por resolver los problemas relacionados con la comodidad personal y de sus hijos y en segundo en proporcionar un elemento de distracción y diversión, como lo es el televisor.

Asimismo, se manifiesta el deseo del trabajador por elevar su nivel de vida, ya que las compras de refrigeradores representan el 13.9 %. Al adquirir este producto, se pretende la conservación de los alimentos y la compra de los mismos por semana, lo que trae como consecuencia un posible ahorro en el gasto familiar.

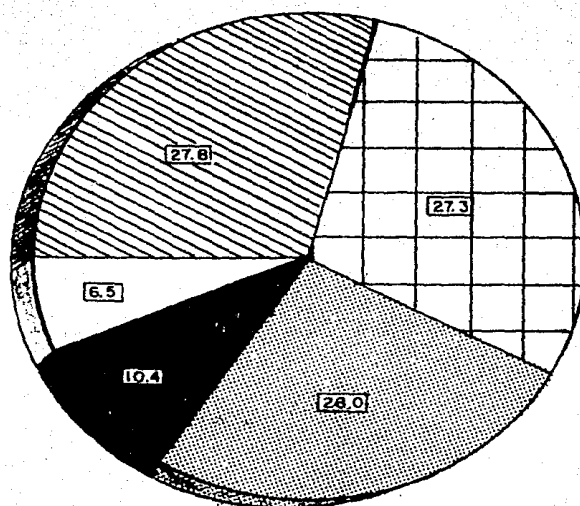
Con la finalidad de mostrar el comportamiento de cada uno de los artículos por año de afiliación, se presenta el siguiente cuadro:



	AÑOS DE AFILIACION											
	1974		1975		1976		1977		NO SABEN		TOTAL	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
TELEVISORES	4	16.7	56	14.9	51	14.8	6	11.4	11	32.3	128	15.6
CONSOLAS	2	8.3	28	7.4	36	10.4	9	17.0	--	--	75	9.0
LAVADORAS	-	-	11	2.9	9	2.8	2	3.8	--	--	22	2.6
SALAS	-	-	30	8.0	11	3.2	4	7.5	2	5.9	47	5.6
ENSERES MENORES	2	8.3	22	5.9	26	7.5	4	7.5	--	--	64	6.5
REFRIGERADORES	2	8.3	52	13.8	54	15.7	2	3.8	6	17.6	116	13.9
MAQUINAS DE COSER	2	8.3	11	2.9	20	5.8	4	7.5	--	--	37	4.4
ESTUFAS	4	16.7	17	4.6	33	9.6	-	-	2	5.9	56	6.7
RECAMARAS	-	-	34	9.0	18	5.2	4	7.5	--	--	56	6.7
CAMAS Y LITERAS	4	16.7	32	8.5	33	9.6	7	13.2	2	5.9	78	0.5
TOCADISCOS	-	-	--	-	4	1.1	-	-	-	---	4	0.5
COMEDOR	-	-	26	6.9	15	4.3	7	13.2	4	11.8	52	6.2
EQUIPOS MODULARES	-	-	14	3.8	4	1.1	2	3.8	-	--	20	2.4
OTROS (ropa, calentadores, etc.).	4	16.7	43	11.4	31	8.9	2	3.8	7	20.6	87	10.5
TOTAL DE ARTICULOS	24	100.0	376	100.0	345	100.0	53	100.0	34	100.0	832	100.0

La participación de cada uno de los artículos adquiridos, dentro de cada año se da, como es lógico, en proporciones similares a la general; sin embargo, destaca en forma concreta, la consola en el año de 1977, ya que su contribución se incrementa del 7.4 % a partir de 1975 al 17.0 %, es decir, tiene un aumento del 29.7 %. En forma contraria a esta situación, tenemos el caso de los refrigeradores y las estufas, los que disminuyen su participación en un 75.8 % y en un 9.6 % respectivamente, comparando el año de 1976 contra 1977.

El mayor número de adquisiciones se presentó en el año de 1975, con 376 artículos, le sigue en importancia el año de 1976, con 345, lo cual nos indica que en esos años se autorizaron un mayor número de créditos.



NOTAS



LINEA BLANCA



MUEBLES



OTROS



LINEA ELECTRONICA



ENSERES MENORES

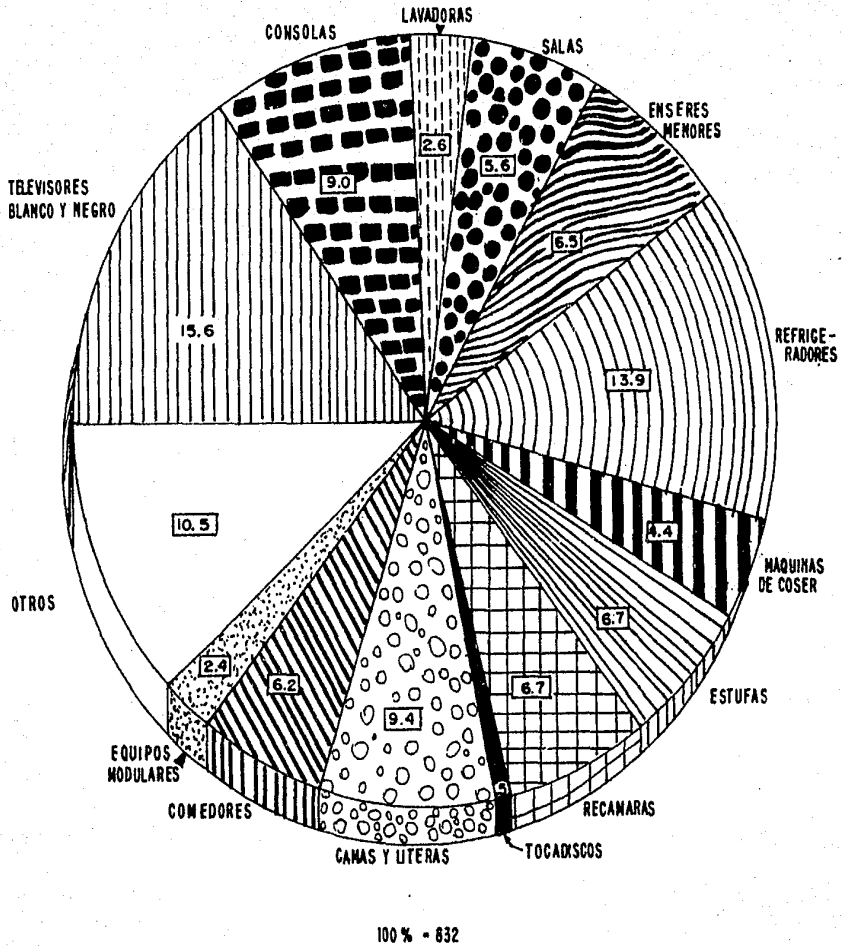


CONCEPTO

CAPITULO

ARTICULOS ADQUIRIDOS A TRAVES DE FONACOT,  
POR LINEA (PORCENTAJES)

4



NOTAS



CONCEPTO	CAPITULO
ARTICULOS ADQUIRIDOS A TRAVES DE FONACOT (PORCENTAJES)	4

DE ACUERDO A SUS NECESIDADES, ¿QUE ARTICULOS LE HACEN FALTA EN SU HOGAR?

Los requerimientos de artículos se manifestaron en -  
1,052 productos, que clasificados por línea tenemos:

TIPO DE PRODUCTO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
LINEA BLANCA	286	27.2
LINEA ELECTRONICA	331	31.5
MUEBLES	287	27.3
ENSERES MENORES	122	11.6
O T R O S	26	2.4
<b>TOTAL</b>	<b>1,052</b>	<b>100.0</b>

Como puede observarse, las necesidades por satisfacer son vastas, ya que el promedio de artículos que hacen falta a cada trabajador, es de 2.74 %, considerando 384 personas entrevistadas. Si a este promedio le sumamos el promedio de artículos adquiridos por trabajador, de acuerdo a la información que analizamos anteriormente, tenemos que la media de los artículos que carecía el trabajador antes de hacer uso del crédito de FONACOT, era de 4.90.

No obstante que se han satisfecho en un 44.2 % las necesidades del trabajador aún continúa existiendo una demanda -

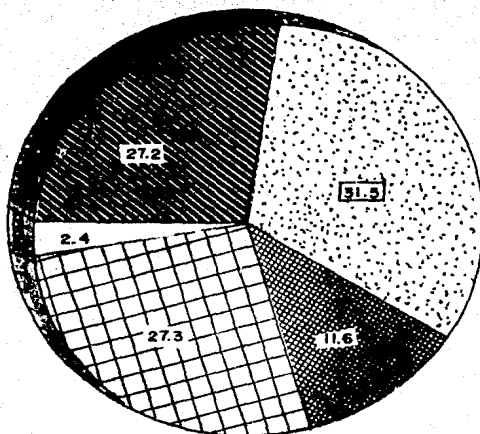
dentro del mismo núcleo de trabajadores a los que el Fondo ya ha beneficiado en parte.

Desglosando los artículos que hacen falta al trabajador, encontramos los siguientes resultados:

L I N E A	ARTICULO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
BLANCA	LAVADORAS DE ROPA	49	4.7
	REFRIGERADORES	118	11.2
	ESTUFAS	17	1.6
	MAQUINAS DE COSER	102	9.7
MUEBLES	SALAS	155	14.7
	COMEDORES	60	5.7
	RECAMARAS	11	1.0
	CAMAS Y LITERAS	61	5.8
ELECTRONICA	EQUIPOS MODULARES	136	13.0
	TELEVISORES	56	5.3
	CONSOLAS	75	7.1
	TOCADISCOS	64	6.1
ENSERES MENORES	ENSERES MENORES	122	11.6
OTROS		26	2.5
TOTALES		1,052	100.0

El trabajador manifestó carecer básicamente de seis artículos: salas, equipos modulares, enseres menores, refrigeradores, máquinas de coser y consolas, los que representan el 67.3 % de los productos por adquirir.

Esta situación nos permite reafirmar la existencia de necesidades del trabajador en lo que respecta a artículos para el hogar.



100% - 1052

NOTAS



LINEA BLANCA



MUEBLES



OTROS



APARATOS ELECTRONICOS



ENSERES MENORES



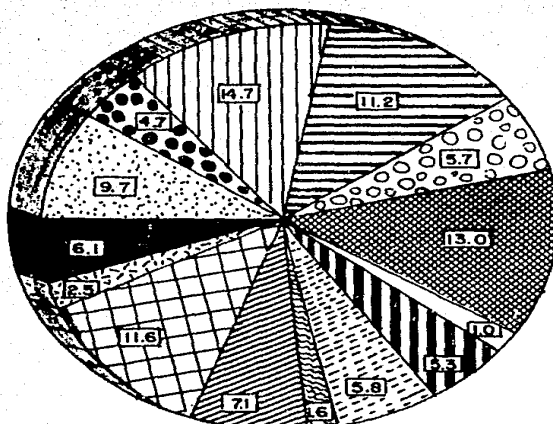
CONCEPTO

ARTICULOS FALTANTES EN EL HOGAR DE LOS TRABAJADORES, POR LINEA. (PORCENTAJES)

CAPITULO

4





100% - 1052

-  NAQUINAS DE COSER
-  LAVADORAS
-  SALAS
-  REFRIGERADORES
-  COMEDORES
-  EQUIPOS MODULARES
-  RECAMARAS
-  TELEVISORES
-  CAMAS Y LITERAS
-  ESTUFAS
-  CONSOLAS
-  ENSERES MENORES
-  TOCADISCOS
-  OTROS

NOTAS



CONCEPTO

CAPITULO

ARTICULOS QUE LE HACEN FALTA AL TRABAJADOR  
(PORCENTAJES)

4

## ¿POR QUE ADQUIRIO ESOS ARTICULOS?

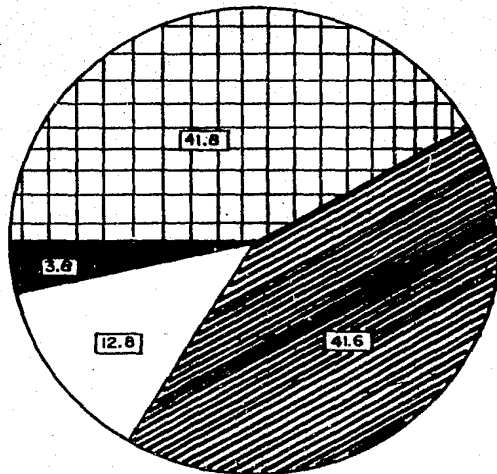
La opinión de los trabajadores afiliados en este sentido, se agrupa en cuatro conceptos, siendo estos las causas que los motivaron a realizar la compra de determinados artículos.

MOTIVO DE LA COMPRA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
CARENCIA DE ELLOS	228	41.8
POR SER INDISPENSABLE PARA EL HOGAR.	227	41.6
POR RENOVACION	69	12.8
PARA REGALO	21	3.8
<b>TOTAL</b>	<b>545</b>	<b>100.0</b>





De acuerdo con la información anterior, las razones fundamentales que motivaron las compras de los productos, son básicamente, porque se cubre una necesidad y por ser productos que se consideran indispensables para el hogar, ambos conceptos suman el 83.4 % de los motivos expuestos, por lo cual, podemos afirmar que el trabajador ha tenido la oportunidad de beneficiarse, no solamente adquiriendo artículos que necesitaba y no tenía, sino también elevando sus condiciones de vida, a través de utilizar los servicios de FONACOT.


Es importante hacer notar que una octava parte de las razones de compra se fundamentan en la renovación de artículos ya existentes en el hogar, las que lógicamente al - sustituir al enser anterior, se adquiere otro, que en la mayoría de los casos resulta tener detalles de lujo; verbigracia: estufas con rosticero, televisores con control remoto o refrigeradores con mayor capacidad de la necesaria.

Aunque es bajo el porcentaje en las adquisiciones para regalo, pues representa el 3.8 % del total de respuestas, tiene su origen en la aplicación del crédito en beneficio de terceros, siendo básicamente familiares de los trabajadores.



100% - 545

NOTAS	 PORQUE NO TENIA	 POR RENOVACION
	 POR SER INDISPENSABLE EN EL HOGAR	 PARA REGALO

	CONCEPTO	CAPITULO
	RAZONES DE COMPRA DEL TRABAJADOR (PORCENTAJES)	4

### 4.2.3. SERVICIOS

## ¿POR QUE MEDIOS SE ENTERO DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE FONACOT?

El 87.7 % de los trabajadores entrevistados tuvieron conocimiento de FONACOT, a través de su empresa, participando en algunos casos en esta actividad personal del FONDO; el 2.2 % recibieron información directa al acudir a las oficinas de orientación y promoción del mismo, el 9.5 % recibió información a través de medios masivos de comunicación y el 1.0 %, por conducto de familiares y amistades, conforme se muestra en el siguiente cuadro:

CONDUCTO	PERSONAS	PORCENTAJE
EMPRESA	333	86.7
FONACOT	8	2.1
MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION	35	9.1
FAMILIARES Y AMISTADES	8	2.1
TOTAL	384	100.0

Analizando esta información por años de afiliación, encontramos los siguientes resultados:

AÑO DE AFILIACION.	EMPRESA RESP.		RESP.		MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION		FAMILIARES Y AMISTADES.		TOTAL RESP.	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	8	100.0	-	-	-	-	-	-	8	100.0
1975	157	90.8	8	4.6	8	4.6	-	-	173	100.0
1976	126	82.3	-	-	23	15.0	4	2.7	153	100.0
1977	23	85.1	-	-	-	-	4	14.9	27	100.0
NO SABEN.	19	82.6	-	-	4	17.4	-	-	23	100.0

En el año de 1974, el cien por ciento de los trabajadores entrevistados recibieron información a través de su empresa, interviniendo directamente el Fondo, con pláticas de orientación en los centros de trabajo.

En el año de 1975, el porcentaje de participación del Fondo en la función de orientación y difusión en las empresas disminuye, ya que representa el 90.8 % de los conductos utilizados en dicho período. Asimismo, existe ya colaboración en este aspecto de los centros de difusión y de la influencia de los medios masivos de comunicación establecidos y utilizados con ese fin por FONACOT.

También colabora en esta actividad, el trabajador afiliado, a través de los comentarios y recomendaciones que hace al respecto a sus familiares y amistades.

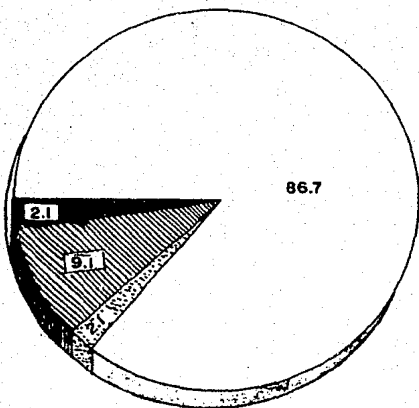
En 1976 continúa la disminución de la participación en difusión y orientación de FONACOT en las empresas, siendo el 82.3 % que representa el 9.3 % menos en relación a 1975. Podemos apreciar un incremento al 15 % de los medios masivos de comunicación, lo cual nos indica los efectos que este conducto tuvo. La información por medio de familiares y amistades se incrementó al 2.7 %, consecuencia de los comentarios favorables de los trabajadores afiliados.

En 1977 nos encontramos que el 100.0 % tuvo conocimiento de FONACOT a través de las empresa; consecuencia de la labor de orientación realizada en los dos años anteriores, ya que a partir del último semestre de 1976, el Fondo disminuyó notablemente la difusión de sus servicios.

De la información anterior, se deduce, que el Fondo ha delegado la función de orientación y difusión a los centros de trabajo, los que en algunos casos no tienen el interés suficiente en orientar a los trabajadores, debido a las actividades que representa la afiliación y la responsabilidad en el cobro de los servicios prestados por FONACOT.

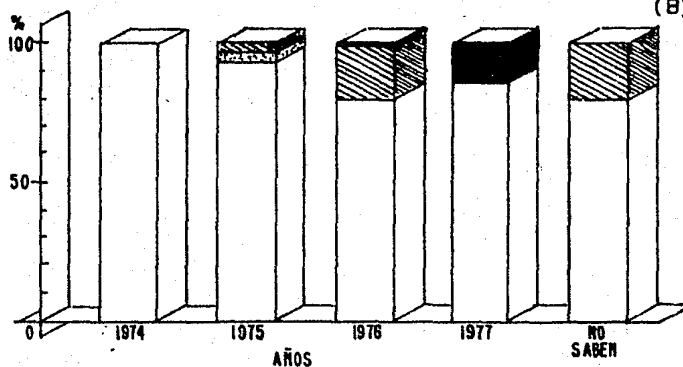


(A)







100% - 384

(B)



NOTAS

 EMPRESA  
 FONACOT

 MEDIOS DE COMUNICACION  
 FAMILIARES Y AMISTADES



CONCEPTO

(A) MEDIOS DE COMUNICACION POR LOS QUE EL TRABAJADOR CONOCIO LOS SERVICIOS DE FONACOT (PORCENTAJES)

(B) DIFUSION DE LOS SERVICIOS DE FONACOT POR AÑOS DE AFILIACION (PORCENTAJES)

CAPITULO

4

## ¿HA TENIDO PROBLEMAS CON EL FUNCIONAMIENTO DE LOS ARTICULOS QUE ADQUIRIO?

De las personas entrevistadas, el 30.2 % afirmó que ha bía tenido problemas con el funcionamiento de los productos.

CONCEPTO	RESPUESTA	PORCENTAJE
HAN TENIDO PROBLEMAS	116	30.2
NO HAN TENIDO PROBLEMAS	268	69.8
TOTAL	384	100.0

Las causas de las deficiencias son: mal funcionamiento, baja calidad en el acabado, desorientación en el manejo y demora en instalaciones y ajustes.

En el cuadro siguiente se hace un análisis de los conceptos considerados como origen de las deficiencias:

DEFICIENCIA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
MAL FUNCIONAMIENTO	80	69.0
BAJA CALIDAD EN EL ACABADO	26	22.4
DESORIENTACION EN INSTALACIONES Y AJUSTES.	3	2.6
DEMORA EN INSTALACIONES	7	6.0
TOTAL	116	100.0

El 91.4 % de las deficiencias lo origina dos conceptos básicos: mal funcionamiento y baja calidad en el acabado. Situaciones que resultan explicables si se considera que los aparatos electrónicos son más delicados en su funcionamiento, siendo además sometidos a un uso frecuente y rudo, como es el caso de los televisores y consolas. En cuanto a la baja calidad, en los muebles, esto se debe a que una vez recibidos por el trabajador en su hogar es cuando se aprecia en forma completa, contribuyendo además, el hecho de que las garantías en este tipo de artículos son generalmente imprecisas.

Puede decirse que una tercera parte de los trabajadores, han tenido problemas con el funcionamiento de los artículos, situación que debe considerarse, ya que impide que las necesidades sean satisfechas, creando además inconformidad de los trabajadores ante los productos, los proveedores y el Fondo, puesto que el trabajador continúa pagando sin poder utilizar su adeudo

como un elemento de presión, lo cual se podría hacer en el caso de haberle concedido crédito un comerciante. De tal manera que, utilizando el servicio de crédito de FONACOT, el trabajador queda sujeto a lo que otros quieran hacer por él.

Con la finalidad de mostrar un análisis completo de las opiniones en este sentido, a continuación se presenta el siguiente cuadro por años de afiliación:

AÑO DE AFILIACION	MAL FUNCIONAMIENTO.		BAJA CALIDAD EN ACABADO		DESORIENTACION EN MANEJO.		DEMORA	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	-	-	-	-	-	-	-	-
1975	37	46.3	9	34.6	3	42.8	-	-
1976	34	42.5	15	57.7	4	57.2	2	100.0
1977	2	2.5	-	-	-	-	-	-
NO SABEN	7	8.7	2	7.7	-	-	-	-
TOTAL	80	100.0	26	100.0	7	100.0	2	100.0

## ¿A QUIEN ACUDE CUANDO TIENE PROBLEMAS DE REPARACIONES?

Se obtuvieron 153 respuestas a este concepto que representan el 39.8 %, las que indican que se acude a cuatro establecimientos para la solución de problemas de servicios de reparación, estas entidades son: el fabricante, la tienda que vende, la empresa donde presta sus servicios el trabajador y el Fondo, la distribución de opiniones al respecto, se muestra a continuación:

ESTABLECIMIENTO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
FABRICANTE	38	24.8
PROVEEDOR	78	51.0
FONACOT	22	14.4
EMPRESA	15	9.8
TOTAL	153	100.0

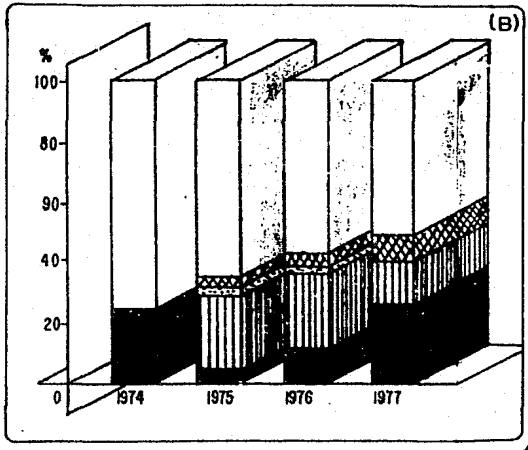
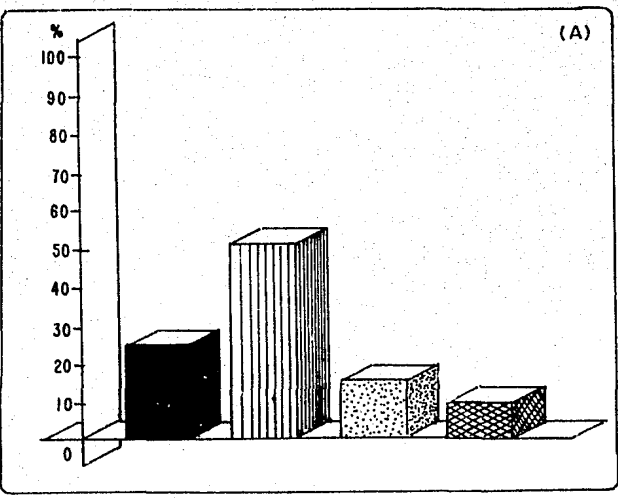
Resulta evidente que la mitad de los trabajadores considera que la responsabilidad del servicio de reparación recae en el proveedor que le vendió el artículo, pues coinciden en este concepto el 51.0 % de las personas que opinaron al respecto.

Por otra parte, el 24.8 % acude al fabricante, situación que es razonable, si se considera que cada artículo lleva por escrito los términos de la garantía que se extiende sobre el producto, indicándose en la misma, los teléfonos y domicilios de los talleres en donde se puede hacer efectiva.

El 60.2 % de los entrevistados contestó que desconoce a quién dirigirse ante problemas de funcionamiento de los productos, situación que está originada básicamente por no haberse presentado deficiencias en los artículos adquiridos.

Presentamos en el cuadro siguiente las opiniones al respecto, por años de afiliación.

AÑO DE AFILIACION	FABRICANTE		TIENDA		FONACOT		EMPRESA		DESCONOCEN		TOTAL	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	2	25.0	-	-	-	-	-	-	6	75.0	8	100.0
1975	11	6.2	40	22.5	4	2.2	4	2.2	119	66.9	178	100.0
1976	17	10.9	32	20.5	4	2.6	9	5.8	94	60.2	156	100.0
1977	6	27.3	2	9.1	-	-	2	9.1	12	54.5	22	100.0
NO SABEN	2	10.0	4	20.0	14	70.0	-	-	-	-	20	100.0



NOTAS	FABRICANTE	FONACOT	DESCONOCEN
	PROVEEDOR	EMPRESA	



**CONCEPTO**

A) ESTABLECIMIENTOS A LOS QUE ACUDE EL TRABAJADOR PARA SERVICIOS DE REPARACION (PORCENTAJES)

B) ESTABLECIMIENTOS A LOS QUE ACUDE EL TRABAJADOR PARA SERVICIOS DE REPARACION, POR AÑOS DE AFILIACION (PORCENTAJES)

**CAPITULO**

4

## ¿EN QUE FORMA HA SIDO ATENDIDO EN LOS CASOS DE REPARACIONES?

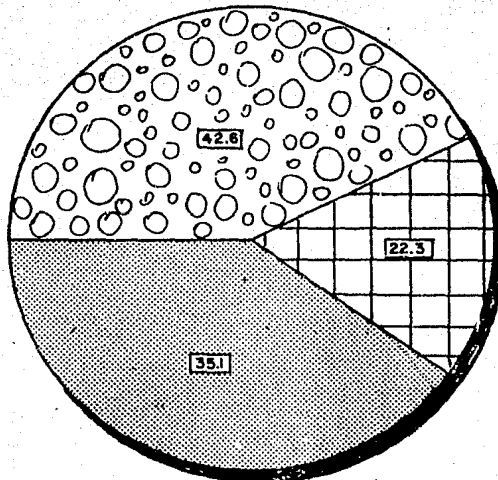
En lo que se refiere a este servicio, sólo 94 personas manifestaron haberlo requerido, que representan el 24.5 % del total de estas 94 personas, el 42.6 % afirmó que la atención fue eficiente, el 22.3 % la consideró regular y el 35.1 % opinó que el servicio fue deficiente.

EL SERVICIO SE CONSIDERO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
EFICIENTE	40	42.6
REGULAR	21	22.3
DEFICIENTE	33	35.1
TOTAL	94	100.0

De las personas que informaron que la atención fue deficiente, la mayoría se presentó en los años de 1975 y 1976; como puede apreciarse en el siguiente cuadro:

AÑO DE AFILIACION	EFICIENTE		REGULAR		DEFICIENTE	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	2	5.0	-	-	-	-
1975	16	40.0	12	57.1	16	48.5
1976	16	40.0	7	33.3	16	48.5
1977	2	5.0	-	-	-	-
NO SABEN	4	10.0	2	9.6	1	3.0
TOTAL	40	100.0	21	100.0	33	100.0





100% - 94

NOTAS



EFICIENTE



DEFICIENTE



REGULAR



CONCEPTO

CAPITULO

FORMA EN QUE FUERON ATENDIDOS LOS TRABAJADORES EN CASO DE REPARACION. (PORCENTAJES)

4

## ¿A QUIEN ACUDE CUANDO TIENE PROBLEMAS EN SU ESTADO DE CUENTA?

Unicamente 108 personas, que representan el 28.1 % nos informó saber a quien dirigirse para conocer su estado de cuenta, centrándose estas opiniones en tres canales de información:

El proveedor afiliado, FONACOT y la empresa donde el trabajador labora.

En el cuadro siguiente se muestra la agrupación de opiniones, por canales de información:

CANAL DE INFORMACION	RESPUESTAS	PORCENTAJE
PROVEEDOR AFILIADO	14	13.0
FONACOT	10	9.3
CENTRO DE TRABAJO	84	77.7
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>100.0</b>

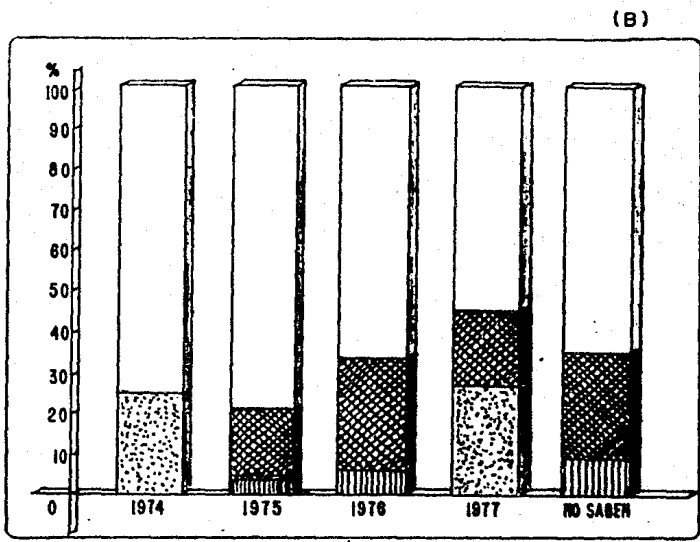
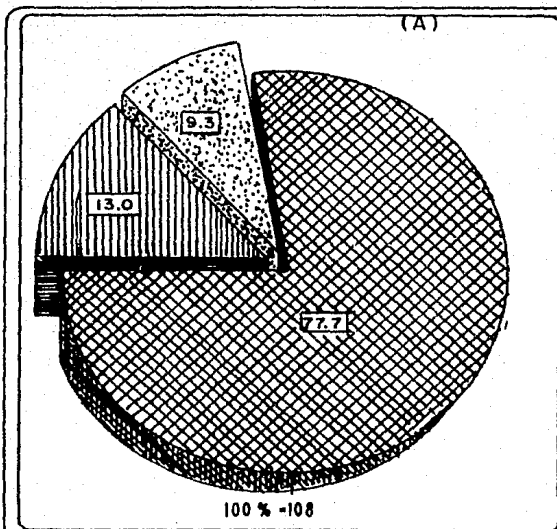
Como podemos observar, la mayoría de las personas indican que para solicitar su estado de cuenta, se dirigen al centro de trabajo donde prestan sus servicios, lo cual se debe a que es ahí donde se hacen las retenciones a los salarios para el pago de los créditos solicitados a FONACOT.

Solamente un 9.3 % de estas personas recurren al Fondo para el conocimiento de sus estados de cuenta y un 13.0 % a la tienda donde efectuaron sus compras.

El 71.9 % de los entrevistados, desconoce a quien recurrir para consultar la situación real de su cuenta, siendo la causa de esta situación, una insuficiente orientación del Fondo en este renglón.

El cuadro siguiente presenta la distribución por años de afiliación de los medios de información utilizados para el conocimiento de los estados de cuenta de los trabajadores.

ANO DE AFILIACION	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	-	-	2	25.0	-	-	6	75.0	8	100.0
1975	4	2.2	2	1.1	30	16.8	142	78.8	178	100.0
1976	8	5.2	-	-	45	28.7	103	63.5	156	100.0
1977	-	-	6	27.3	4	18.2	12	54.5	22	100.0
NO SABEN	2	10.0	-	-	5	25.0	13	65.0	20	100.0



**NOTAS**

	<b>PROVEEDOR</b>		<b>EMPRESA</b>
	<b>FONACOT</b>		<b>DESCONOCEN</b>



CÓNCEPTO
A) ESTABLECIMIENTOS A LOS QUE ACUDE EL TRABAJADOR PARA ACLARACIONES DE SU ESTADO DE CUENTA. (PORCENTAJES)
B) ESTABLECIMIENTOS A LOS QUE ACUDE EL TRABAJADOR PARA ACLARACIONES DE SU ESTADO DE CUENTA, POR AÑOS DE AFILIACION. (PORCENTAJES)

CAPÍTULO
4

## ¿EN QUE FORMA HA SIDO ATENDIDO AL SOLICITAR SU ESTADO DE CUENTA?

En cuanto a este servicio, sólo 36 personas manifestaron haberlo solicitado, representando el 9.3 % del total, habiéndolo considerado eficiente.

Este 9.3 % se distribuyó como se presenta en el cuadro siguiente, considerando el año en que el trabajador se afilió.

ANO DE AFILIACION	PERSONAS	PORCENTAJE
1974	2	5.6
1975	21	58.3
1976	9	25.0
1977	4	11.1
NO SABEN	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100.0</b>

Como podemos observar, el número de personas que solicitaron su estado de cuenta es bajo, considerando la cantidad de créditos concedidos a la fecha de realización de la investigación.

4,2.4. EFECTOS DE HABER USADO EL  
CREDITO FONACOT.

## ¿INFLUYO EN ALGUNA FORMA LA UTILIZACIÓN DEL CRÉDITO?

Al plantearse a los trabajadores entrevistados en qué forma influyó la utilización de su crédito, encontramos que el 38.0 % opina que le ha beneficiado porque realiza una mejor distribución de sus ingresos capitalizándolos en bienes que elevan su nivel de vida; el 40.8 % afirma que ha contribuido a lograr una mayor unión familiar, pues tienen a través del disfrute de algunos artículos, la oportunidad de permanecer más tiempo con su familia, aprovechando anteriormente ese tiempo en actividades extrahogar.

Resulta interesante la opinión en el sentido de que - al haber adquirido productos, como consola, televisor de color, o bien, muebles como una sala, obtiene una mejor posición social entre sus amistades y familiares. Las personas que sostienen este punto de vista, representan el 17.7 % del total de respuestas.

En el cuadro siguiente mostramos la opinión de los trabajadores sobre la influencia de la utilización de los créditos:

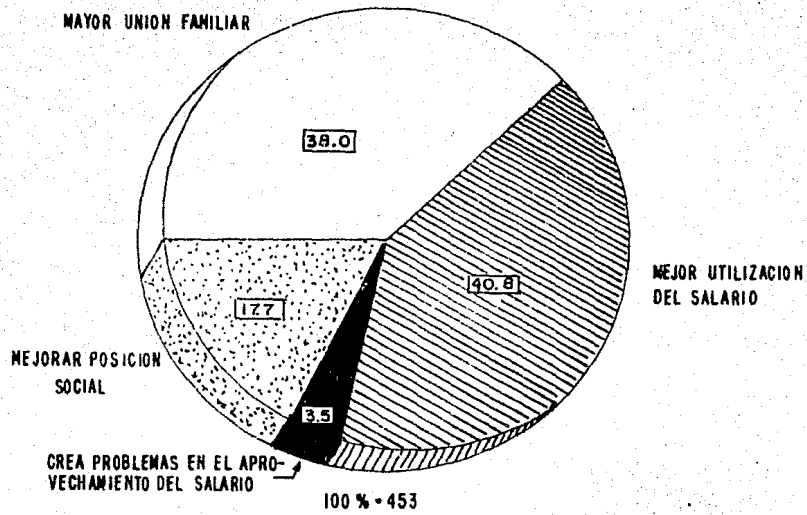
CONCEPTO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
CONTRIBUYE A UNA MAYOR UNION FAMILIAR.	172	38.3
CONTRIBUYE A UNA MEJOR UTILIZACION DEL INGRESO.	185	40.8
CREA PROBLEMAS EN EL APROVECHAMIENTO DEL INGRESO.	16	3.5
OBTUVIERON MAYOR POSICION SOCIAL.	80	17.7
<b>TOTAL</b>	<b>453</b>	<b>100.0</b>

No obstante que encontramos aspectos positivos en el análisis, debe considerarse que una parte de las personas sujetas a la investigación que representan el 3.5 %, manifestaron que les ha creado dificultades en la distribución de su gasto, situación que está originada en casos que el trabajador no cuantificó sus posibilidades de pago, aunando además, a esta situación el hecho de haber utilizado totalmente el crédito autorizado.


Al analizar la opinión de los trabajadores, de acuerdo a los años de afiliación, nos encontramos con los siguientes resultados:

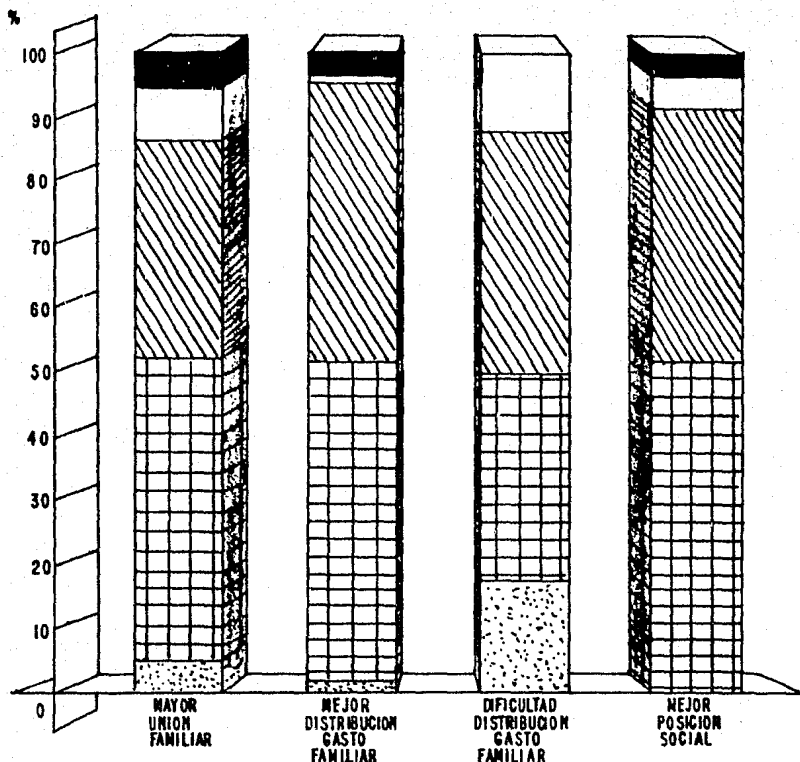


AÑO DE AFILIACION.	UNION FAMILIAR. RESP.		MEJOR DISTRIBUCION DEL GASTO FAMILIAR. RESP.		DIFICULTAD LA DISTRIBUCION DEL GASTO FAMILIAR. RESP.		MAYOR POSICION SOCIAL RESP.	
		%		%		%		%
1974	8	4.7	4	2.2	3	18.8	-	-
1975	82	47.7	93	50.2	5	31.3	41	51.2
1976	60	34.8	82	44.3	6	37.5	33	41.3
1977	13	7.6	2	1.1	-	-	4	5.0
NO SABEN.	9	5.2	4	2.2	2	12.4	2	2.5
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100.0</b>	<b>185</b>	<b>100.0</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>



NOTAS

	CONCEPTO	CAPITULO
	INFLUENCIA QUE TIENE LA UTILIZACION DEL CREDITO FONACOT, EN EL TRABAJADOR. (PORCENTAJES)	4



NOTAS	1974	1976	SIN FECHA
	1975	1977	

	CONCEPTO	CAPITULO
	INFLUENCIA QUE TIENE LA UTILIZACION DEL CREDITO FONACOT, EN EL TRABAJADOR, POR AÑOS DE AFILIACION (PORCENTAJES)	4

## UNA VEZ CUBIERTO SU ADEUDO ¿SOLICITARIA NUEVAMENTE CREDITO?

De 384 personas el 86.7 % afirmó que volvería a utilizar los servicios que ofrece FONACOT; 13.3 % opina no volver a hacer uso del crédito a través del Fondo.

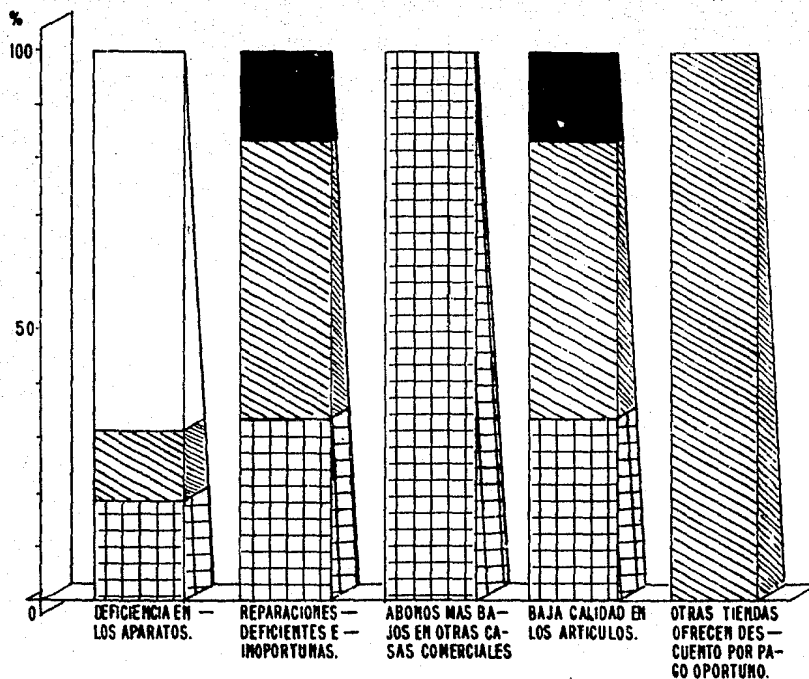
Los conceptos por los que los trabajadores no comprarían nuevamente a través de FONACOT son:

- a) Por deficiencias en los aparatos.
- b) Por reparaciones deficientes e inoportunas, dentro de la garantía.
- c) Porque se pueden adquirir los mismos artículos con abonos más bajos en las casas comerciales.
- d) Por la baja calidad de los artículos.
- e) Porque las tiendas ofrecen descuentos por pago oportuno.


A continuación, se muestra el cuadro con los conceptos mencionados de acuerdo a los años de afiliación.

AÑO DE AFILIACION.	DEFICIENCIA EN LOS APARATOS.		REPARACIONES DEFICIENTES E INOPORTUNAS		SE PUEDEN ADQUIRIR LOS MISMOS ARTICULOS.		BAJA CALIDAD EN LOS ARTICULOS.		LAS TIENDAS OFRECEN DESCUENTOS POR PAGO.	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1975	6	18.8	4	33.3	4	100.0	6	33.3	-	-
1976	4	12.5	6	50.0	-	-	9	50.0	2	100.0
1977	22	68.7	-	-	-	-	-	-	-	-
NO SABEN.	-	-	2	16.7	-	-	3	16.7	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100.0</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	<b>4</b>	<b>100.0</b>	<b>18</b>	<b>100.0</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>

Si bien es cierto que existe una parte de los trabajadores que no han sido satisfechos con los servicios posteriores a sus compras, puede afirmarse que esta situación es trascendente en la operación del Fondo, pues se trata del 13.3 %, lo cual significa que debe ser tomada en cuenta, puesto que a pesar de ser ajena al Fondo, afecta directamente su imagen.



NOTAS

 1975

 1976

 1977

 NO SABEN



CONCEPTO

CAPITULO

MOTIVOS POR LOS QUE EL TRABAJADOR NO VOLVERIA A USAR EL CREDITO FONACOT, POR AÑOS DE AFILIACION. (PORCENTAJES)

4

¿QUE OTROS SERVICIOS LE GUSTARIA LE PROPORCIONARA FONACOT, ADEMAS DE LOS QUE YA LE OFRECE?

Los trabajadores entrevistados aportaron seis proposiciones, acerca de servicios adicionales a los que ya se recibe, que son: financiamiento para la compra de automóviles, préstamos hipotecarios, una ampliación de los límites de crédito, préstamos personales, financiamiento de gastos funerarios y finalmente créditos para viajes.

SERVICIOS ADICIONALES QUE PROPONE EL TRABAJADOR

CONCEPTO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
FINANCIAMIENTO PARA AUTOMOVILES	88	25.3
PRESTAMOS HIPOTECARIOS	51	14.7
AMPLIACION DE LIMITES DE CREDITO.	71	20.4
PRESTAMOS PERSONALES	99	28.4
FINANCIAMIENTO PARA - GASTOS FUNERARIOS.	6	1.7
CREDITOS PARA VIAJES.	33	9.5
TOTAL	348	100.0

Como podemos observar, hay tres proposiciones importantes de los trabajadores.

#### FINANCIAMIENTO DE AUTOMOVILES.

Representa el 25.3 % del total de sugerencias, lo cual podría significar que una parte de los trabajadores considera ya cubiertas sus necesidades de enseres domésticos, o bien, que es más importante resolver sus problemas de transportación.

#### PRESTAMOS PERSONALES.

Esta sugerencia es aportada por el 28.4 % de los entrevistados, lo cual nos hace pensar que esta parte de los trabajadores consideran insuficientes los artículos y servicios que actualmente les ofrece el Fondo, y pretende por este medio poder adquirir mayor diversidad de artículos.

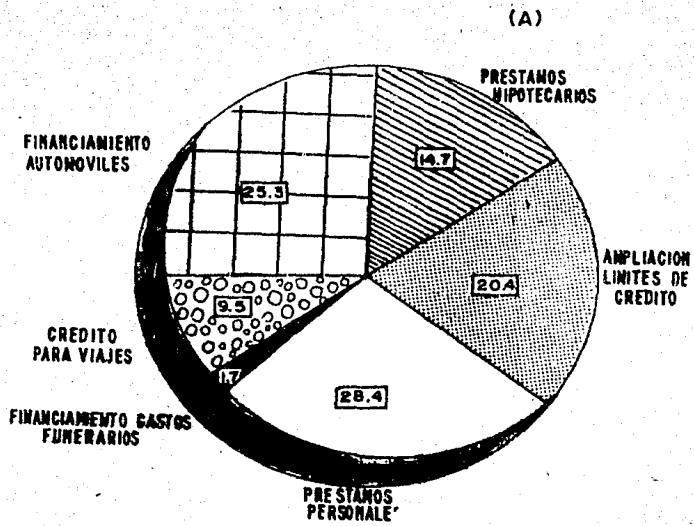
#### AMPLIACION DE LIMITES DE CREDITO.

En lo que se refiere a esta sugerencia, fue aportada por el 20.4 %, lo cual puede entenderse como una respuesta a la actitud del Fondo en cuanto a la reducción de los límites máximos de crédito, sin la correspondiente comunicación al trabajador.



## SERVICIOS ADICIONALES QUE PROPONE EL TRABAJADOR, (POR AÑOS DE AFILIACION).

AÑOS DE AFILIACION	FINANCIAMIENTO PARA AUTOMOVILES		PRESTAMOS HIPOTECARIOS		AMPLIACION DE LIMITES DE CREDITO		PRESTAMOS PERSONALES		FINANCIAMIENTO PARA GASTOS FU- NERARIOS.		CREDITOS PARA VIAJES.	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	3	3.4	-	-	2	2.8	-	-	-	-	1	3.1
1975	38	43.2	19	37.2	36	50.8	49	49.5	4	66.7	9	27.3
1976	30	34.1	23	45.2	26	36.6	41	41.4	-	-	19	57.6
1977	9	10.2	7	13.7	4	5.6	9	9.1	2	33.3	2	6.0
NO SABEN	8	9.1	2	3.9	3	4.2	-	-	-	-	2	6.0
TOTAL	88	100.0	51	100.0	71	100.0	99	100.0	6	100.0	33	100.0



NOTAS

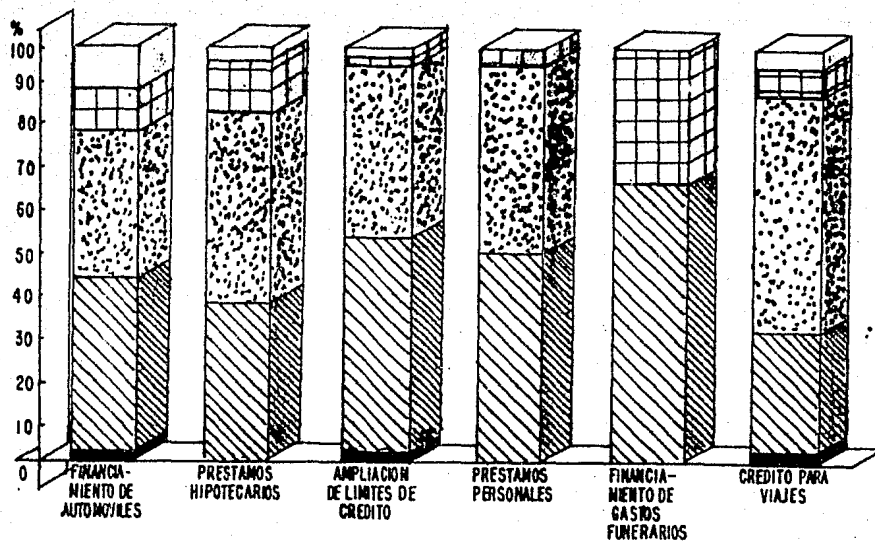


CONCEPTO






SERVICIOS ADICIONALES PROPUESTOS POR EL TRABAJADOR. (PORCENTAJES)

CAPITULO

4



**NOTAS**

 1974	 1976	 NO SABEN
 1975	 1977	



CONCEPTO

SERVICIOS ADICIONALES PROPUESTOS POR EL TRABAJADOR, POR AÑOS DE AFILIACION. (PORCENTAJES)

CAPITULO

4

## PARTICIPACION DEL CREDITO FONACOT EN LA SATISFACCION DE NECESIDADES.

Realizando una comparación entre las carencias de artículos para el hogar de los trabajadores, antes y después de la aplicación de los créditos de FONACOT, tenemos los siguientes resultados:

LINEA	CARENCIAS ANTES DEL CREDITO (ARTICULOS)		ADQUISICIONES		CARENCIAS DESPUES DEL CREDITO (ARTICULOS)	
		%	(ARTICULOS)	%		%
BLANCA	517	100.0	231	44.7	286	55.3
ELECTRONICA	558	100.0	227	40.7	331	59.3
MUEBLES	520	100.0	233	44.8	287	55.2
ENSERES MENORES	176	100.0	54	30.7	122	69.3
OTROS	113	100.0	87	77.0	26	23.0
TOTAL	1,884	100.0	832	44.2	1,052	55.8

Como puede observarse, los trabajadores cubrieron el 44.2 % del total de sus carencias de artículos en porcentajes similares en muebles y línea blanca, existiendo una diferencia del 9.1 % de menos en relación a los productos considerados como parte de la línea electrónica, lo que nos permite suponer, que tratándose de muebles, el trabajador pretende en primer término, adquirir aquellos artículos que satisfagan plenamente sus

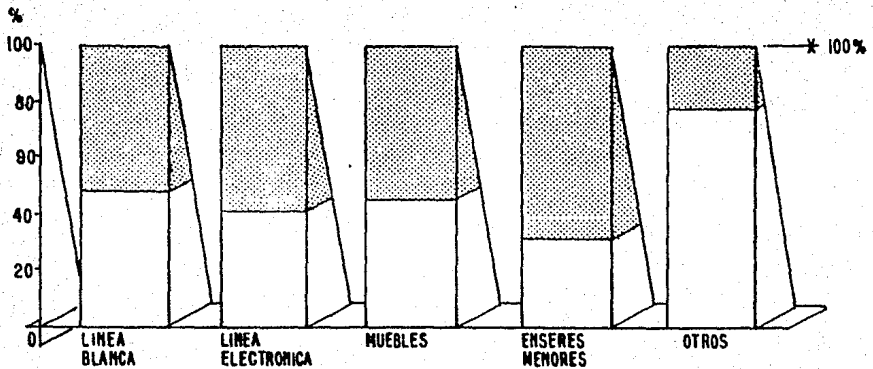
necesidades, las que anteriormente, se veían obligados a cubrir en forma improvisada, adecuando los enseres que tenía a su alcance, dándose en algunas ocasiones, varios usos a un mismo enser. Por lo que respecta a artículos de línea blanca, la tendencia de adquisición, es hacia los productos que se relacionan directamente con la alimentación.

Si analizamos las carencias existentes antes y después del uso del crédito del Fondo, particularizando por tipo de artículo, tenemos que se han cubierto el 76.7 % y 49.6 % de los requerimientos de estufas y refrigeradores, respectivamente, representando ambos productos el 74.5 % de las adquisiciones de línea blanca, lo cual puede deberse, en el caso de las estufas, a consumo por reposición, es decir, se buscaba sustituir un artículo obsoleto. Por lo que se refiere a los refrigeradores, consideramos que se trata de una primera compra.

En cuanto a muebles, destaca la adquisición de recámaras, camas y literas y comedores, de los cuales se ha cubierto el 83.6 %, 56.1 % y 46.4 % del total de carencias en cada uno de estos artículos; representando entre los tres el 79.8 % de las compras en esa línea, lo que nos indica que el trabajador ha tratado de procurarse de los productos que le permitan llevar una vida con mayor decoro.

Refiriéndonos a la línea electrónica, encontramos que los televisores cubren el 69.6 % de las carencias de los mismos,

lo cual no necesariamente implica una carencia de ellos, ya que puede tratarse de compras por reposición. Situación que puede ser diferente en el caso de las consolas , debido a que se trata de un en-ser que es considerado como artículo de lujo.



NOTAS

\*- NECESIDADES ANTES DEL CREDITO

ARTICULOS ADQUIRIDOS      NECESIDADES DESPUES DEL CREDITO



CONC

PARTICIPACION DEL CREDITO FONACOT EN LA SATISFACCION DE NECESIDADES. (PORCENTAJES)

CAPITULO

4

## C A P I T U L O 5.

5.1. ANTIGUEDAD EN LA AFILIACION.

5.2. OPINION DEL COMERCIANTE AFILIADO A FONACOT, RESPECTO A:

5.2.1. S E R V I C I O S .

5.2.2. PARTICIPACION DEL PROVEEDOR.

5.2.3. FORMA DE PAGO.

5.2.4. EFECTOS DE SER PROVEEDOR AFILIADO A FONACOT.



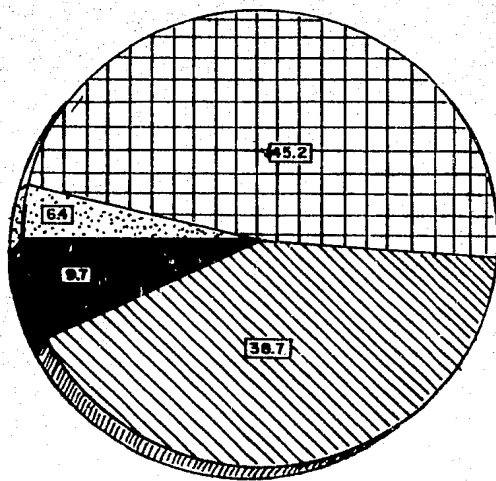
## 5.1. ANTIGUEDAD EN LA AFILIACION.

¿A PARTIR DE QUE FECHA ESTA REGISTRADO SU COMERCIO  
COMO PROVEEDOR FONACOT?

De treinta y un comerciantes, el 6.4 % informó que se afilió en el año de 1974, el 45.2 % en el año de 1975, el --- 38.7 % en 1976 y el 9.7 % desconoce el año en que se afilió.





AÑO DE AFILIACION	COMERCIOS AFILIADOS	PORCENTAJE
1974	2	6.4
1975	14	45.2
1976	12	38.7
1977	--	--
NO SABEN	3	9.7
<b>T O T A L</b>	<b>31</b>	<b>100.0</b>


Los resultados obtenidos indican que hubo un incremento significativo en 1974 a 1975, lo cual puede considerarse - lógico; ya que los comercios al darse cuenta de los beneficios que proporciona el Fondo buscaron afiliarse. Sin embargo, es - importante hacer notar, que no se informó de afiliaciones en - 1977.



100% = 31

NOTAS

	1974		1976
	1975		SIN FECHA

	CONCEPTO	CAPITULO
	ANTIGUEDAD EN LA AFILIACION (PORCENTAJES)	5

**5.2. OPINION DEL COMERCIANTE AFILIADO  
A FONACOT RESPECTO A:**

**5.2.1. SERVICIOS**

**5.2.2. PARTICIPACION DEL  
PROVEEDOR.**

**5.2.3. FORMA DE PAGO.**

**5.2.4. EFECTOS DE SER PROVEEDOR  
AFILIADO A FONACOT.**

5.2.1. SERVICIOS.

## ¿COMO HA SIDO EL SERVICIO QUE RECIBE SU EMPESA POR PARTE DE FONACOT?

En lo que se refiere a este aspecto, el 41.9 % de los centros distribuidores consideran que el servicio recibido por parte de FONACOT ha sido eficiente; el 54.9 % estimó que es deficiente, y en un sólo comercio, que representa el 3.2 % no se opinó al respecto.

SERVICIO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
EFICIENTE	13	41.9
DEFICIENTE	17	54.9
NO CONTESTARON	1	3.2
<b>T O T A L</b>	<b>31</b>	<b>100.0</b>

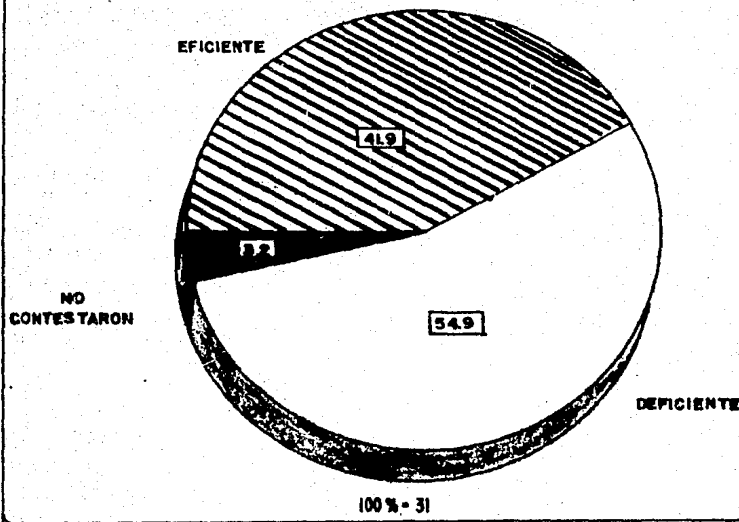
Como podemos observar, hay un índice importante de comerciantes que dicen que la relación con el Fondo es deficiente, lo cual se podrá explicar con las preguntas y respuestas restantes.

Analizando por años de afiliación, se obtuvieron los siguientes resultados:

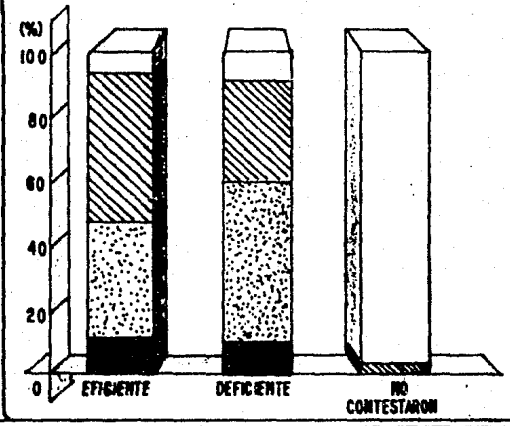
AÑO DE AFILIACION	EFICIENTE		DEFICIENTE		NO CONTESTARON	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	1	7.7	1	5.9	-	-
1975	5	38.5	9	52.9	-	-
1976	6	46.1	5	29.4	1	100.0
NO SABEN	1	7.7	2	11.8	-	-
<b>T O T A L</b>	<b>13</b>	<b>100.0</b>	<b>17</b>	<b>100.0</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>

El 82.3 % de las opiniones que consideran deficiente el servicio recibido por parte del Fondo, corresponden a los años de 1975 y 1976, situación que es razonable ya que en ese período se afilió el 84.0 % de los comerciantes investigados.

(A)



(B)



NOTAS

- 1974
- 1976
- 1975
- NO SABEN



CONCEPTO

A) SERVICIO QUE RECIBEN LAS EMPRESAS AFILIADAS (PROVEEDORES), POR PARTE DE FONACOT. (PORCENTAJES)  
 B) SERVICIO QUE RECIBEN LAS EMPRESAS AFILIADAS (PROVEEDORES) POR PARTE DE FONACOT, POR AÑOS DE AFILIACION. (PORCENTAJES)

CAPITULO

5



## ¿LE HA PROPORCIONADO FONACOT LA INFORMACION NECESARIA PARA SERVIR AL TRABAJADOR?

De la muestra considerada, en dieciseis establecimientos que representan el 51.6 %, se informó que no tienen el apoyo necesario para prestar un buen servicio. Por otra parte, quince distribuidores que son el 48.4 %, indicaron que han recibido ayuda de parte del Fondo.

CONCEPTO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
HAN RECIBIDO INFORMACION	15	48.4
NO HAN RECIBIDO INFORMACION	16	51.6
<b>T O T A L</b>	<b>31</b>	<b>100.0</b>

Estos resultados nos permiten suponer que el proveedor requiere de más información por parte del Fondo, para proporcionar y promover la utilización de los servicios que se ofrecen al trabajador a través de él. Es importante hacer notar que en este aspecto, FONACOT ha descuidado su promoción, lo que provoca confusión y desconocimiento absoluto de su funcionamiento y de los servicios que proporciona al trabajador en su beneficio. Lo cual nos hace pensar que no se le ha dado la importancia que merece.

## ¿APORTA FONACOT ALGUN APOYO PUBLICITARIO PARA SU EMPRESA?

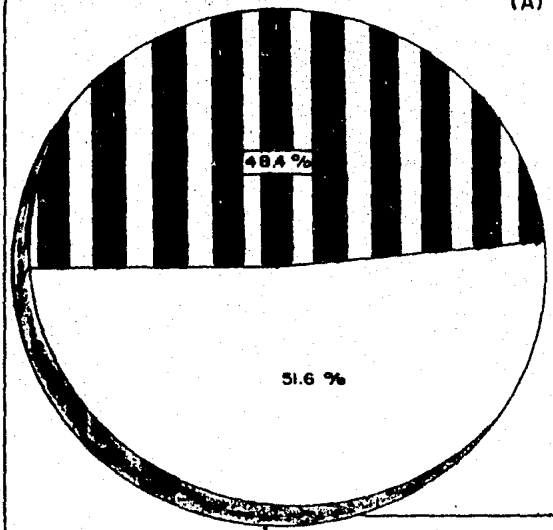
Solamente dos establecimientos, que representan el 6.4 % consideran recibir apoyo publicitario de parte del Fondo y en los restantes establecimientos, se opinó lo contrario.

CONCEPTO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
RECIBEN APOYO PUBLICITARIO	2	6.4
NO RECIBEN APOYO PUBLICITARIO.	29	93.6
T O T A L	31	100.0

No obstante que el Fondo se preocupó en los primeros años de operación por realizar campañas institucionales para difundir sus servicios y los beneficios que se brindan, el comerciante siente que no se ha hecho realmente un esfuerzo por apoyarle en sus establecimientos, lugar en el cual el trabajador hace uso de su crédito.

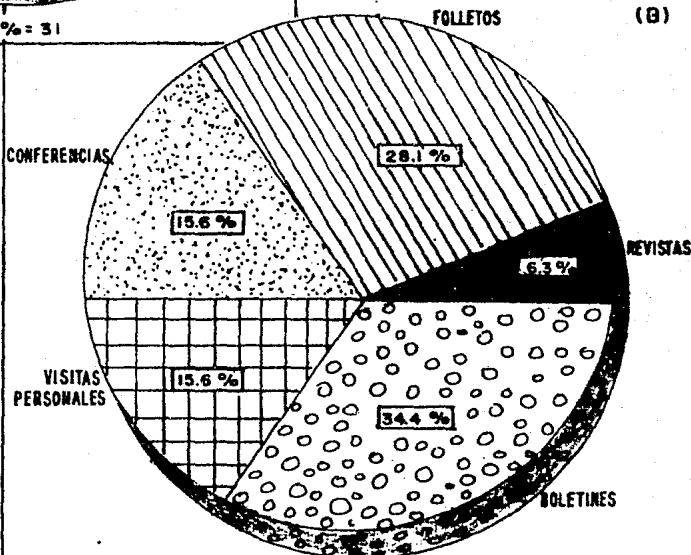
A continuación, se presenta el cuadro con los conceptos mencionados, de acuerdo a los años de afiliación.

(A)



100% = 31

(B)



100% = 32

NOTAS



RECIBIERON INFORMACION



NO RECIBIERON INFORMACION



CONCEPTO

A) INFORMACION RECIBIDA POR EL COMERCIANTE, DE PARTE DEL FONACOT. (PORCENTAJES)  
 B) FORMA EN QUE CONSIDERA EL COMERCIANTE PODRIAN MEJORARSE LAS INSUFICIENCIAS DE INFORMACION. (PORCENTAJES)

CAPITULO

## ¿EN QUE FORMA CONSIDERA QUE PODRIAN MEJORARSE LAS INSUFICIENCIAS EN INFORMACION?

Las sugerencias aportadas se concentran en cinco formas diferentes, como podemos observar a continuación:

SUGERENCIAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
CONFERENCIAS	5	15.6
FOLLETOS	9	28.1
REVISTAS	2	6.3
BOLETINES	11	34.4
VISITAS PERSONALES	5	15.6
<b>T O T A L</b>	<b>32</b>	<b>100.0</b>

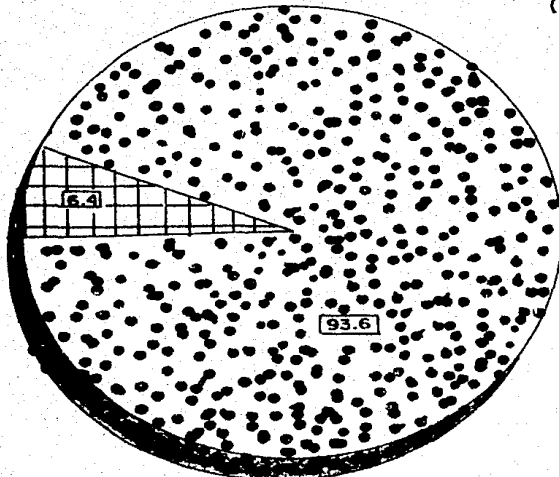
Puede decirse que la mayor parte de los proveedores - solicitan información impresa, ya que ésta representa el 68.8 % del total de aportaciones, también es importante considerar que se sugieren relaciones de tipo personal, ya que solicitan conferencias y visitas personales, lo que nos permite afirmar, que - los establecimientos se interesan en un medio de comunicación - que les permita dialogar con el Fondo, pretendiendo solucionar los problemas que se les plantean en beneficio del trabajador.

AÑO DE AFILIACION	RECIBEN APOYO PUBLICITARIO.		NO RECIBEN APOYO PUBLICITARIO.	
	RESP.	%	RESP.	%
1974	1	50.0	1	3.4
1975	-	-	14	48.4
1976	1	50.0	11	38.0
NO SABEN	-	-	3	10.3
TOTAL	2	100.0	29	100.0

Representan el 86.3 % de los establecimientos que expresaron no recibir apoyo, los afiliados en 1975 y 1976, situación que es razonable, ya que en esos años es cuando se afiliaron la mayor parte de los comercios.

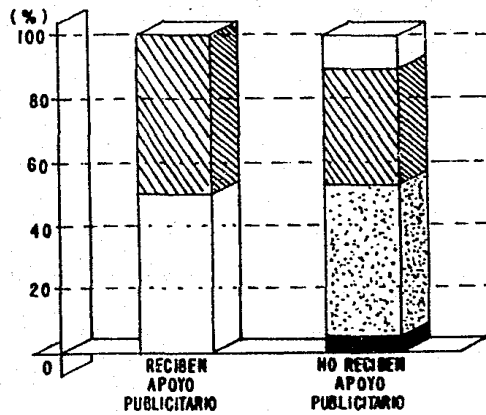
(A)

113





100% = 31

(B)



NOTAS

 RECIBEN APOYO PUBLICITARIO  
 A)  NO RECIBEN APOYO PUBLICITARIO

B)  1974  
 1975  
 1976  
 NO SABEN



CONCEPTO  
 A) APOYO PUBLICITARIO RECIBIDO POR EL PROVEEDOR, DE PARTE DEL FONACOT. (PORCENTAJES)  
 B) APOYO PUBLICITARIO RECIBIDO POR EL PROVEEDOR DE PARTE DEL FONACOT, POR AÑOS DE AFILIACION. (PORCENTAJES)

CAPITULO  
 5

## ¿ES ATENDIDO EN FORMA EFICIENTE EN SUS TRAMITES DE:

**SOLICITUDES DE CREDITO:** Un 41.9 % afirmó que se le atiende correctamente y un 50.1 % consideró que no recibe la atención adecuada.

**AUTORIZACION DE CREDITOS:** En once centros distribuidores, se consideró que los trámites al respecto se realizan en forma eficiente, mientras que en veinte centros, se opina lo contrario.

**RECLAMACIONES:** Por lo que respecta a este punto, siete proveedores expresan que la atención es expedita, resolviéndose los problemas que plantean. En veintiún centros se considera lo opuesto y en tres comercios no se opinó en lo que se refiere a este aspecto.

TRAMITES PARA	EFICIENTE RESP.	%	DEFICIENTE RESP.	%	NO CONTESTARON RESP.	%	TOTAL RESP.	%
SOLICITUDES DE CREDITO.	13	41.9	18	58.1	-	-	31	100.0
AUTORIZACION - DE CREDITOS.	11	35.5	20	64.5	-	-	31	100.0
RECLAMACIONES.	7	22.6	21	67.7	3	9.7	31	100.0

## CAUSAS POR LAS QUE SE CONSIDERAN DEFICIENTES LOS TRAMITES

TRAMITES DE	CAUSAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SOLICITUD DE CREDITO.	DEMORA	15	83.3
	MODIFICACION DE REQUISITOS.	3	16.7
T O T A L		18	100.0
AUTORIZACION DE CREDITOS.	DEMORA	7	35.0
	NO AUTORIZAN	11	55.0
	MAYOR RECHAZO	2	10.0
T O T A L		20	100.0
RECLAMACIONES	DEMORA	4	19.0
	NO ATIENDEN	7	33.3
	NO RESUELVEN	10	47.7
T O T A L		21	100.0

Como podemos advertir, los comerciantes afiliados con sideran que el tiempo en que se realizan los trámites es mayor - del necesario, y que aunado a ésto no se da solución a los pro blemas que a ellos se les presentan, lo que podemos considerar - ha sido originado por las modificaciones llevadas a cabo por - el fondo en sus procedimientos de operación, conjugadas con un



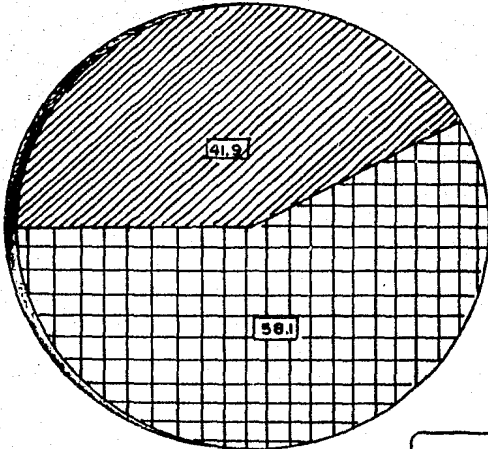
incremento en las solicitudes de servicios, presentándose nuevamente una insuficiente comunicación en este sentido a los centros distribuidores.

Se denota cierto temor en el comerciante a proporcionar información veraz respecto a las deficiencias que se presentan en la realización de los trámites habiendo evadido su opinión, resultando infructuosa la insistencia en este punto de la investigación.

SOLICITUDES DE CREDITO

(A)

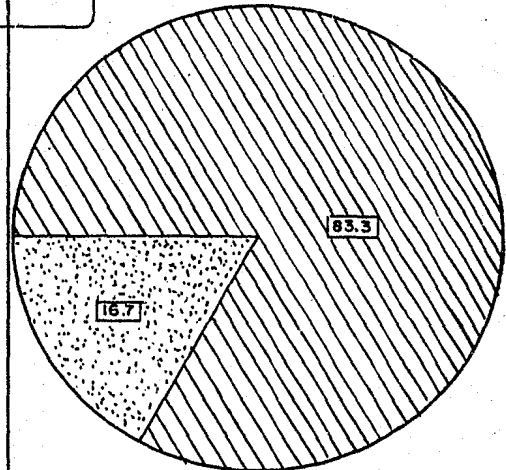
117



100% = 31

CAUSAS DE DEFICIENCIA

(B)



100% = 18

NOTAS



EFICIENTE

A)

B)



DEMORA



DEFICIENTE



MODIFICACION DE REQUISITOS



CONCEPTO

A) FORMA EN QUE HA SIDO ATENDIDO EL PROVEEDOR EN SUS TRAMITES. (PORCENTAJES)

B) CAUSAS POR LAS QUE SE CONSIDERAN DEFICIENTES LOS TRAMITES (PORCENTAJES)

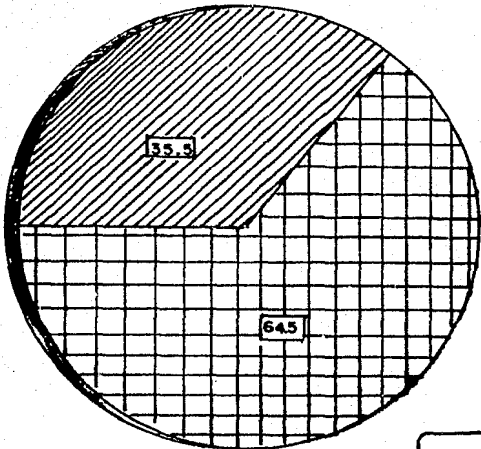
CAPITULO

5

AUTORIZACION DE CREDITOS

(A)

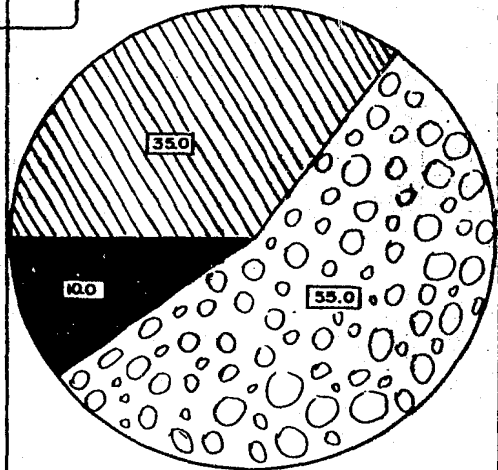
118



100 % - 31

CAUSAS DE DEFICIENCIA

(B)



100 % - 20

NOTAS:



EFICIENTE

A)



DEMORA

B)

+ RECHAZO



DEFICIENTE



NO AUTORIZACION



CONCEPTO

A) FORMA EN QUE HA SIDO ATENDIDO EL PROVEEDOR EN SUS TRÁMITES (PORCENTAJES)

B) CAUSAS POR LAS QUE SE CONSIDERAN DEFICIENTES LOS TRÁMITES (PORCENTAJES)

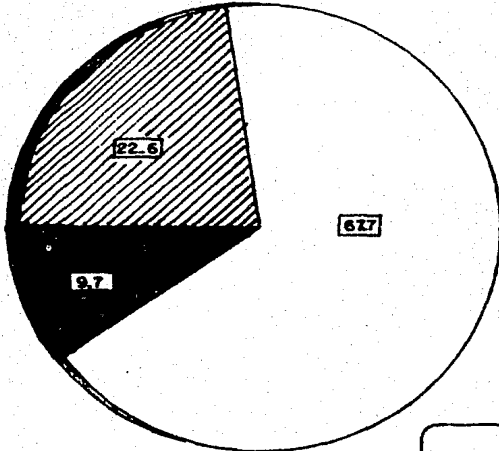
CAPITULO

5

RECLANACIONES

(A)

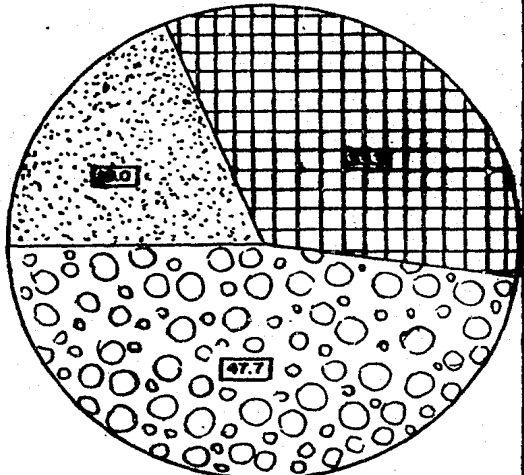
119



100% - 31

CAUSAS DE DEFICIENCIA

(B)



100% - 21

NOTAS



EFICIENTE



NO CONTESTARON



NO ATIENDEN



DEFICIENTE



DEMORA



NO RESUELVEN



CONCEPTO

A) FORMA EN QUE HA SIDO ATENDIDO EL PROVEEDOR EN SUS TRAMITES. (PORCENTAJES)

B) CAUSAS POR LAS QUE SE CONSIDERAN DEFICIENTES LOS TRAMITES. (PORCENTAJES)

CAPITULO

5

## ¿A QUIEN CORRESPONDE LA RESPONSABILIDAD DE LAS GARANTÍAS SOBRE LOS BIENES ADQUIRIDOS A TRAVÉS DE FONACOT?

En veintidós establecimientos se consideró que la responsabilidad por los servicios de reparación de los artículos dentro de garantía, es en forma exclusiva de quien lo produce, es decir, del fabricante.

Por su parte, en nueve comercios se expresó que ésta les compete a ellos. Finalmente en tres centros se consideró que esta responsabilidad se comparte entre el negocio que fabrica y el que vende el artículo.

RESPONSABLE	RESPUESTAS	PORCENTAJE
FABRICANTE	22	71.0
PROVEEDOR	6	19.4
AMBOS	3	9.6
TOTAL	31	100.0

Como se puede observar, la mayor parte de los proveedores no se sienten responsables en este aspecto, no obstante ser ellos quienes escogen dentro de sus existencias de almacén y exhibición los artículos que se entregan a los trabajadores, los cua-

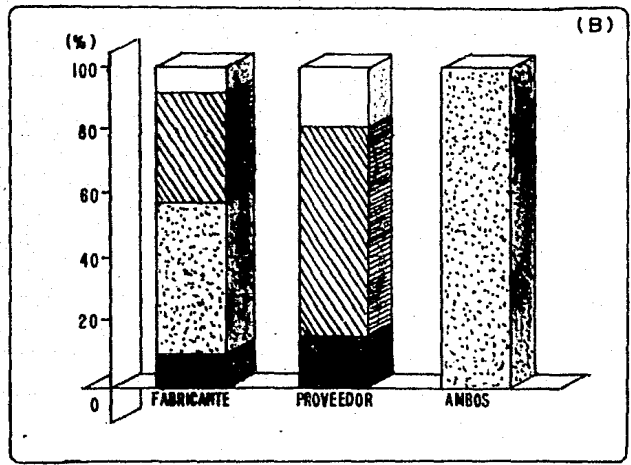
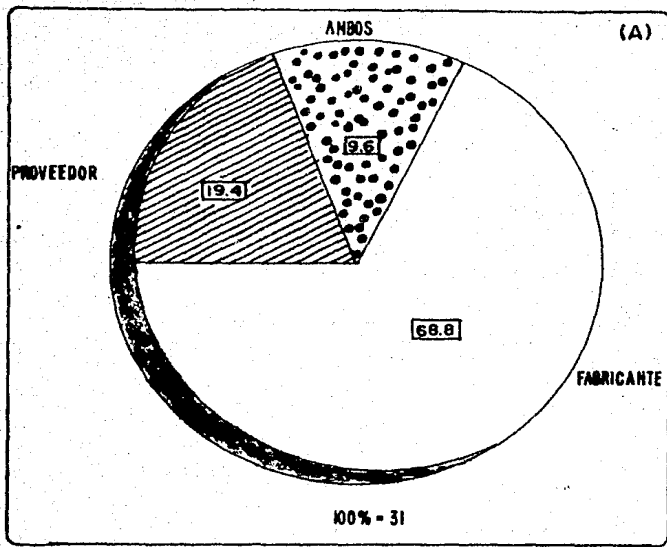
les en algunos casos, han sido usados para demostraciones, o bien reparados por el comerciante y puestos nuevamente en condiciones de venta.

Sin embargo, este hecho es de preocuparse, ya que cuando el comerciante realiza las operaciones bajo su propio riesgo, es decir, es él quien concede el crédito, se encarga de efectuar los trámites para que se lleven a cabo, a entera satisfacción del comprador las reparaciones necesarias.

Es conveniente hacer notar, que ninguno de los proveedores involucra al Fondo ni a quien realiza la reparación, pudiéndose tratar de talleres especializados ajenos al fabricante, con los que se ha convenido la prestación de estos servicios.

En el cuadro siguiente, se presenta la opinión de los proveedores por años de afiliación.

AÑOS DE AFILIACION	R E S P O N S A B L E					
	FABRICANTE RESP.	%	PROVEEDOR RESP.	%	AMBOS RESP.	%
1974	2	9.1	1	16.6	-	-
1975	10	45.4	-	-	3	100.0
1976	8	36.4	4	66.8	-	-
NO SABEN	2	9.1	1	16.6	-	-
TOTAL	22	100.0	6	100.0	3	100.0



NOTAS



CONCEPTO

(A) RESPONSABILIDAD EN CUMPLIMIENTO DE GARANTIAS, SEGUN PROVEEDORES. (PORCENTAJES)

(B) RESPONSABILIDAD EN CUMPLIMIENTO DE GARANTIAS SEGUN PROVEEDORES, POR AÑOS DE AFILIACION. (PORCENTAJES)

CAPITULO

5

5.2.2. PARTICIPACION DEL PROVEEDOR.



**¿EXISTE EN SU EMPRESA ALGUNA SECCION O PERSONA DEDICADA A LA PROMOCION DE CREDITOS A TRAVES DE FONACOT?**

Solamente nueve establecimientos que representan el 29.0% informaron tener dentro de su organización, alguna sección o utilizar medios para la promoción de ventas, a través de FONACOT.

Por otra parte, el restante 71.0 % que es igual a veintidós centros comerciales, expresaron no promocionar por medios propios los servicios del Fondo.

En el cuadro siguiente se hace un análisis de las opiniones aportadas por los proveedores:

CONCEPTOS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
PROPORCIONAN EL SERVICIO	9	29.0
NO PROPORCIONAN EL SERVICIO	22	71.0
<b>T O T A L</b>	<b>31</b>	<b>100.0</b>

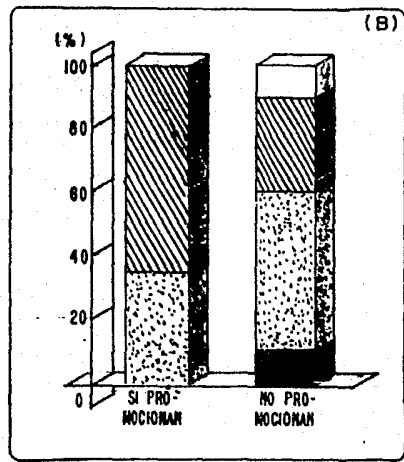
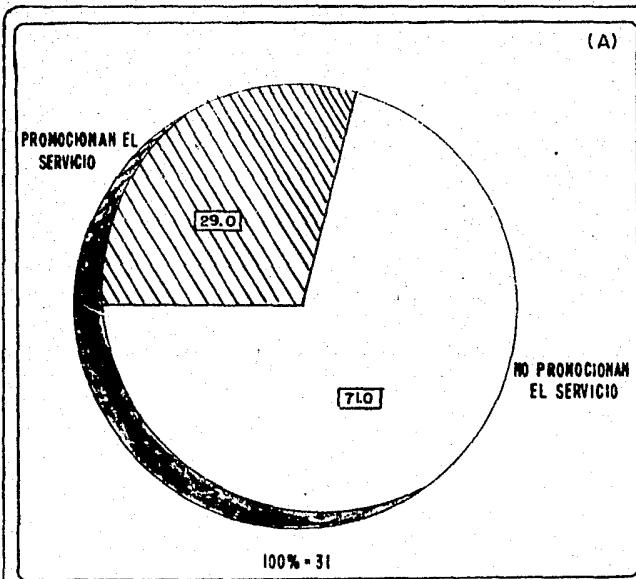
Como puede advertirse, la mayor parte de los proveedores dependen en este renglón, de los medios de promoción que le aporta FONACOT, concretándose únicamente a ser elementos pasivos en los servicios que se proporciona al trabajador; sin embargo, como se hace mención en la sección de Servicios de la investigación, solicitan del Fondo un mayor apoyo.

En los centros de distribución en que se promueve la utilización de los servicios de FONACOT, se nos informa que ésta se realiza a través de vendedores especializados, que tiene como función específica visitar centros de trabajo, para dar a conocer y captar el mercado que representan dichos centros.

Esta situación puede explicarse si se considera que la venta que realizan los proveedores, a través de FONACOT, resulta un medio de financiamiento económico, puesto que la compra de sus inventarios los realizan a los fabricantes, utilizando el crédito que ofrecen los mismos, o bien efectúan a esos mismos fabricantes compras de contado, obteniendo en consecuencia un mayor porcentaje de descuento, que redunda en un beneficio, ya que los descuentos concedidos a los trabajadores, a través de FONACOT, en promedio no es mayor del 28.0 % en relación al precio de lista de los productos.

La distribución de la opinión de los proveedores en este aspecto, por años de afiliación, es la siguiente:

AÑOS DE AFILIACION	PROMUEVEN		NO PROMUEVEN	
	RESP.	%	RESP.	%
1974	-	-	2	9.1
1975	3	33.3	11	50.0
1976	6	66.7	6	27.3
NO SABEN	-	-	3	13.6
T O T A L	9	100.0	22	100.0



NOTAS

	1974		1976
	1975		NO SABEN

	<p>CONCEPTO</p> <p>A) PROMOCION QUE RECIBE POR PARTE DEL PROVEEDOR, LA UTILIZACION DEL CREDITO FONACOT (PORCENTAJES).</p> <p>B) PROMOCION QUE RECIBE POR PARTE DEL PROVEEDOR LA UTILIZACION DEL CREDITO FONACOT, POR AÑOS DE AFILIACION (PORCENTAJES)</p>	<p>CAPITULO</p> <p>5</p>
--	---	--------------------------

## ¿LE AFECTAN EN ALGUNA FORMA LAS CANCELACIONES Y DEVOLUCIONES DE MERCANCIA?

En quince establecimientos que representan el 48.4 %, se expresó que les afectan las cancelaciones que realizan los trabajadores al no comprar las mercancías que ofrecen. Por su parte en dieciseis centros de distribución, consideran que no se ven afectados por esta situación.

En el siguiente cuadro se exponen los resultados obtenidos:

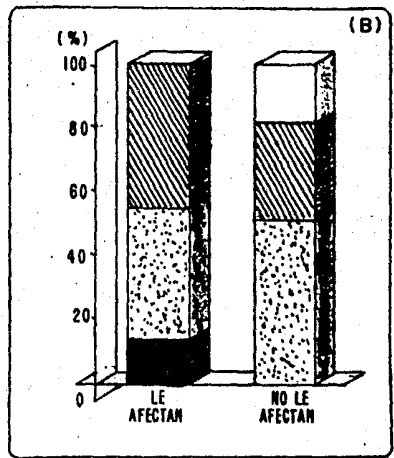
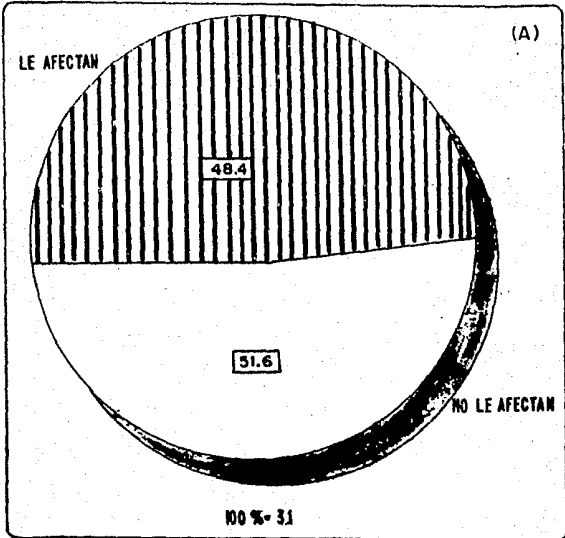
CONCEPTOS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
LE AFECTAN	15	48.4
NO LE AFECTAN	16	51.6
T O T A L	31	100.0

De acuerdo a los datos anteriores, podemos deducir que la mayoría de los proveedores sienten que son ajenos a los problemas de cancelaciones, no obstante que con ello dejan de percibir el ingreso que representa una venta que no se efectúa, confirmándose en esta forma su actitud indiferente, ante las causas que llevan a esa cancelación, aún cuando se originen en el trabajador sentimientos de inconformidad y molestias en contra del Fondo y el mismo proveedor, lo cual, como es lógico, demerita la imagen de ambos.


Consideramos que esta situación debe ser atendida, puesto que el trabajador inconforme en la mayoría de los casos, deja de realizar la compra por causas tales como: artículos que no son surtidos en su oportunidad o demoran en trámites.

Las respuestas de los proveedores afiliados, en cuanto a este concepto, por años de afiliación se distribuyen de la siguiente manera:

AÑO DE AFILIACION	LE AFECTA		NO LE AFECTA	
	RESP.	%	RESP.	%
1974	2	13.3	-	-
1975	6	40.0	8	50.0
1976	7	46.7	5	31.3
NO SABEN	-	-	3	18.7
<b>T O T A L</b>	<b>15</b>	<b>100.0</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>



NOTAS

	1974		1976
	1975		NO SABEN



CONCEPTO	CAPITULO
(A) INFLUENCIA DE CANCELACIONES Y DEVOLUCIONES DE MERCANCIA, EN EL PROVEEDOR.	5
(B) INFLUENCIA DE CANCELACIONES Y DEVOLUCIONES DE MERCANCIA, EN EL PROVEEDOR, POR AÑOS DE AFILIACION	

### 5.2.3. FORMA DE PAGO

## ¿CUMPLE FONACOT CON SUS CONVENIOS DE PAGO ?

Ante este planteamiento nueve proveedores consideran que el Fondo cumple oportunamente con los convenios de pago y - en veintidós establecimientos la opinión fue contraria; es decir, existe deficiencia por parte del Fondo al cubrir el importe de los artículos vendidos por el proveedor.

CONCEPTO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
CUMPLE CON LOS CONVENIOS	9	29.0
NO CUMPLE CON LOS CONVENIOS	22	71.0
T O T A L	31	100.0

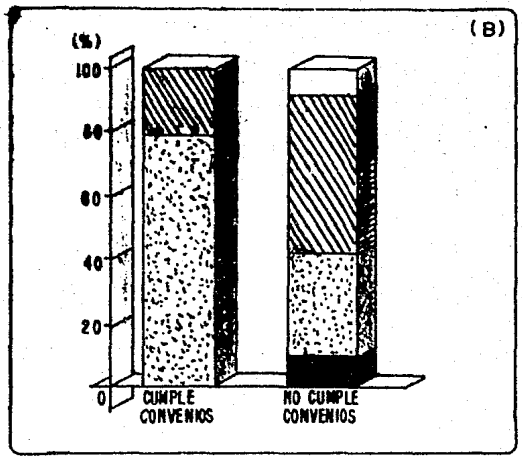
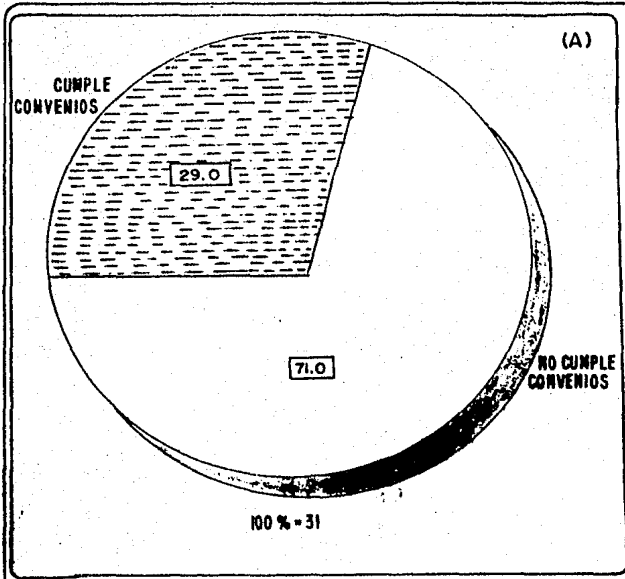
Como puede apreciarse, la mayor parte de los comerciantes afirman que no se les paga oportunamente, situación que trae como consecuencia inconformidad de parte de los mismos, sin embargo, continúa siendo de interés para estos, seguir vinculados con el Fondo, pues puede decirse que a pesar de los retrasos en el pago, se obtienen beneficios.

Conviene destacar nuevamente, la actitud del comerciante de obtener en la operación con el Fondo sólo beneficios, aspecto que FONACOT debe considerar.



En el cuadro siguiente se muestra un análisis de los comentarios de los proveedores de acuerdo a los años de afiliación:

AÑO DE AFILIACION	CUMPLE CONVENIOS RESP.	%	NO CUMPLE CONVENIOS RESP.	%
1974	-	-	2	9.1
1975	7	77.8	7	31.8
1976	2	22.2	10	45.5
NO SABEN	-	-	3	13.6
<b>T O T A L</b>	<b>9</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>



NOTAS



**CONCEPTO**

A) FORMA EN QUE CUMPLE FONACOT LOS CONVENIOS DE PAGO. (PORCENTAJES)

B) FORMA EN QUE CUMPLE FONACOT LOS CONVENIOS DE PAGO, POR AÑOS DE AFILIACION (PORCENTAJES)

**CAPITULO**

5

**5.2.4. EFECTOS DE SER PROVEEDOR AFILIADO A  
FONACOT.**

## SER PROVEEDOR FONACOT ¿HA INFLUIDO EN ALGUNA FORMA EN SU VOLUMEN DE VENTAS?

De 31 comercios afiliados en el 87.1 % se opinó que ser centro distribuidor de FONACOT les ha beneficiado, con un incremento en el volumen de ventas. Por otra parte, el 12.9 % afirma no haber tenido beneficio alguno en su relación con el Fondo.

CONCEPTO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SE HA BENEFICIADO	27	87.1
NO SE HA BENEFICIADO	4	12.9
T O T A L	31	100.0

Como puede apreciarse, la mayoría de los comerciantes afiliados manifestaron que se benefician, lo que resulta obvio, puesto que están captando parte de un mercado que de acuerdo a sus propias normas del crédito no podrían hacerlo; sin embargo, no obstante de estar conscientes de lo que representa esta situación, desearían un mayor apoyo en diversas formas para lograr obtener un mayor incremento en sus operaciones.

En 20 establecimientos comerciales, se nos informa que el incremento en ventas, con el que se han visto favore

cidos, fluctúa entre el 10.0 % y el 30.0 % y en seis centros distribuidores, consideran que los beneficios obtenidos en este concepto, están entre el 31.0 % y 60.0 %, es conveniente destacar - que en un comercio se nos informó que el incremento en ventas representa el 100.0 %, es decir, se ha duplicado el volumen de operaciones anteriores.

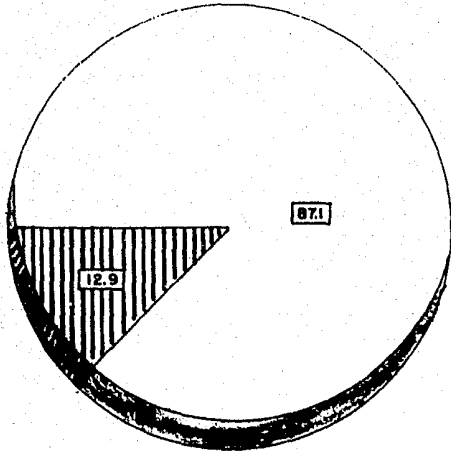
INCREMENTO (PORCENTAJE)	RESPUESTAS	PORCENTAJE
DE 10 A 30	20	74.1
DE 31 A 60	6	22.2
DE 61 A 100	1	3.7
<b>T O T A L</b>	<b>27</b>	<b>100.0</b>

Finalmente, presentamos la distribución por años de afiliación de la opinión de los proveedores, en cuanto al incremento en el volumen de ventas.

AÑO DE AFILIACION	PORCENTAJE DE INCREMENTO					
	10 A 30 RESP.	%	31 A 60 RESP.	%	61 A 100 RESP.	%
1974	2	10.0	-	-	-	-
1975	7	35.0	3	50.0	1	100.0
1976	9	45.0	2	33.3	-	-
NO SABEN	2	10.0	1	16.7	-	-
<b>T O T A L</b>	<b>20</b>	<b>80.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>

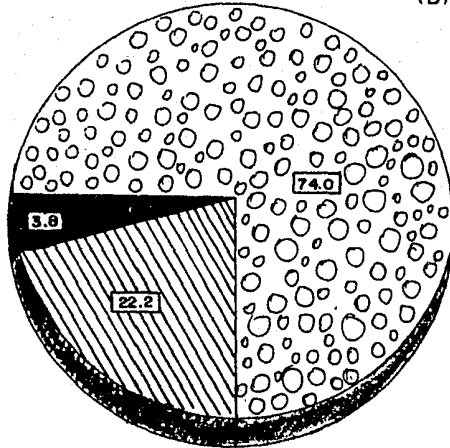
Los proveedores que se afiliaron en los años de 1975 y - 1976 son los que mayormente se han visto favorecidos, aspecto que puede explicarse si se considera que en ambos años ocurrió la afiliación masiva de estos.

(A)



100% = 31

(B)



100% = 27

NOTAS



SE HA BENEFICIADO



NO SE HA BENEFICIADO



DE 10% A 30%



DE 30% A 60%



DE 60% A 100%



CONCEPTO

CAPITULO

- (A) INFLUENCIA DEL FONACOT EN EL VOLUMEN DE VENTAS DEL PROVEEDOR (PORCENTAJES)
- (B) INCREMENTO EN VENTAS POR INFLUENCIA DEL FONACOT (PORCENTAJES)

5

## ¿EN QUE FORMA LE HA BENEFICIADO SER PROVEEDOR FONACOT?

Los beneficios que obtiene el proveedor al estar afiliado a FONACOT, son: menor riesgo crediticio (25.6 %), un mayor número de clientes (23.2 %), un mayor volumen de ventas (20.7 %), - incremento en ventas de contado (19.5 %) y una mejor programación de sus compras (11.0 %).

BENEFICIO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
MAYOR NUMERO DE VENTAS	17	20.7
MENOR RIESGO CREDITICIO	21	25.6
MAYOR NUMERO DE CLIENTES	19	23.2
VENTAS DE CONTADO	16	19.5
PROGRAMACION DE COMPRAS	9	11.0
T O T A L	82	100.0

El 69.5 % de los beneficios se concentran en tres conceptos: menor riesgo crediticio, mayor número de clientes e incremento en el volumen de ventas.

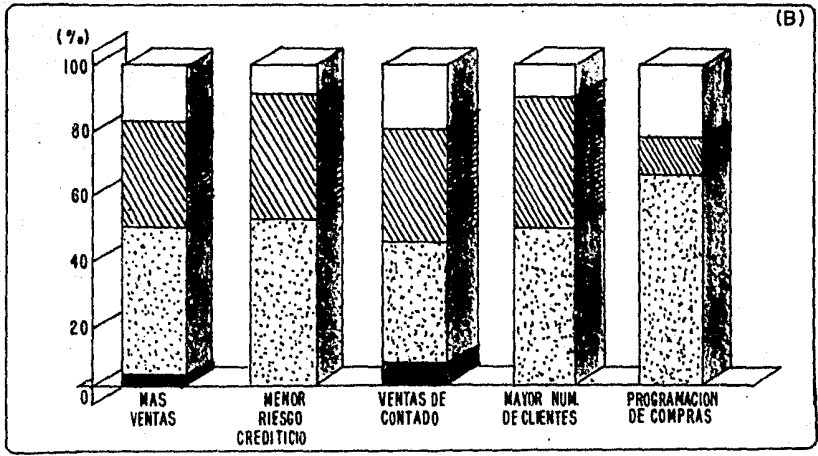
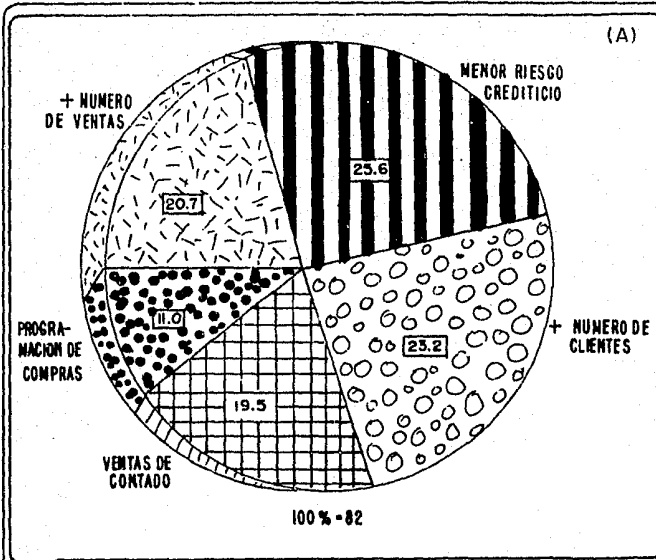
Es importante hacer mención que en ninguno de los centros de distribución se consideraron los efectos financieros que resultan de un volumen determinado al realizar ventas de contado como beneficio, no obstante que esta situación les ha permitido ob

tener un medio de financiamiento más económico que el que se ofrece en las instituciones de crédito, o por los fabricantes. Beneficio que a nuestro criterio es el más importante para el comerciante en su relación con el Fondo.

Representando los datos anteriores por años de afiliación, tenemos:

AÑOS DE AFILIACION.	MAS VENTAS.		MENOS RIESGO CREDITICIO.		VENTAS DE CONTADO.		MAYOR NUMERO DE CLIENTES.		PROGRAMACION DE COMPRAS.	
	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%	RESP.	%
1974	1	5.9	-	-	1	6.3	-	-	-	-
1975	7	41.2	11	52.4	6	37.5	9	47.4	6	75.0
1976	7	41.2	8	38.1	6	37.5	8	42.1	-	-
NO SABEN.	2	11.7	2	9.5	3	18.7	2	10.5	2	25.0
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100.0</b>	<b>21</b>	<b>100.0</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>	<b>19</b>	<b>100.0</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>





NOTAS

	1974		1976
	1975		NO SABEN



CONCEPTO
(A) BENEFICIOS DEL PROVEEDOR AFILIADO AL FONACOT. (PORCENTAJES)
(B) BENEFICIOS DEL PROVEEDOR AFILIADO AL FONACOT, POR AÑOS DE AFILIACION (PORCENTAJES)

CAPITULO
5

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 1.- Resultado de una demanda mayor a la esperada y de una insuficiencia financiera, el Fondo se vió obligado a modificar los procedimientos y bases de concesión, así como también disminuir el monto de los créditos, habiendo llegado en el segundo semestre de 1976 a un período mínimo de operaciones, creando sentimientos de inconformidad en los trabajadores quienes no comprenden la causa de esos movimientos, debido fundamentalmente a que la institución no se ha preocupado en difundir el origen y la finalidad de su actuación, procurando proteger en esa forma su imagen política, descuidando en consecuencia, las relaciones con quienes pretende beneficiar.
  
- 2.- Representa una limitación para el trabajador no poder realizar nuevas adquisiciones a través de Fonacot, en tanto no cubra el adeudo anterior, situación que provoca la contratación de créditos directos con el comercio establecido ante la presencia de nuevas necesidades, afectando este hecho la economía familiar, por lo que se sugiere la adopción de un Sistema de Crédito Revolvente, el cual estaría sujeto a que el trabajador tuviera cubierto, cuando menos, el 50 % del importe de su compra, o bien, poder -

utilizar el saldo pendiente del crédito cuando éste hubiese sido aplicado parcialmente.

- 3.- Durante los primeros años de operación, FONACOT otorgó a los trabajadores créditos elevados con relativa facilidad, originando un desplazamiento de los recursos financieros en beneficio de solo una parte de éstos, motivo por el cual llega a una restricción en sus operaciones, en perjuicio de la institución y de los trabajadores que no pudieron ser beneficiados durante ese período.
- 4.- Al brindar FONACOT al trabajador la oportunidad de acudir a un sistema de crédito que le permite realizar adquisiciones, que de otra manera no podría efectuar, se le plantea la disyuntiva de cómo aprovechar ese crédito, a lo que responde comprando artículos que por una parte, satisfacen sus deseos de estatus social y por la otra, cubren sus necesidades, destacando en este último aspecto la conciencia de una parte de los trabajadores, en llevar a su hogar un producto que le sea de gran utilidad.
- 5.- Durante sus primeros años de operación, es característica del Fondo, efectuar una labor intensa de orientación y difusión en los centros de trabajo, la cual ha ido disminuyendo en tal forma, que se ha concretado únicamente a la que realizan los centros de información, o bien, las em--

presas, por lo que se desatiende al trabajador en los problemas que se le presentan posteriores a la compra, situación que FONACOT podría superar si estableciera medios de comunicación con los trabajadores que le permitan dialogar en beneficio de ambos.

- 6.- La calidad en el funcionamiento de algunos productos, ha ocasionado que una parte de los trabajadores se encuentre inconforme al pretender satisfacer sus necesidades con los artículos adquiridos, contribuyendo a esta situación, un servicio de reparaciones dentro de garantía inoportuno y algunas veces ineficaz, así como también, el desconocimiento del trabajador, en cuanto a quién acudir cuando sus problemas no sean resueltos, por lo que consideramos podrían establecerse sistemas que orienten en forma clara al trabajador en esos casos, además de canales de comunicación que le permitan conocer a FONACOT las deficiencias en los productos y servicios.
- 7.- Destaca una parte mínima de trabajadores que no desean utilizar nuevamente los servicios del Fondo, por haber resultado negativa su experiencia en este sentido, debido básicamente a deficiencias en los enseres adquiridos, considerando además, que han realizado una mala inversión.

- 8.- Haber obtenido acceso a una fuente especial de financiamiento, ha creado inquietudes en el trabajador que anteriormente no se manifestaban, por lo que desean que el Fondo diversifique sus servicios, solicitando que se les concedan créditos que puedan ser aplicados en la compra de bienes varios o bien, se les deje en libertad para disponer del importe del crédito, conforme les conviene.
- 9.- El comerciante estima que los beneficios que ha obtenido en su relación con el Fondo son limitados, sintiendo asimismo, que no recibe el apoyo que a su parecer requiere para la promoción de los servicios que FONACOT ofrece a los trabajadores.
- 10.- Destaca del comerciante una actitud de indiferencia y de búsqueda de solo beneficios, puesto que se siente ajeno a los problemas que se le plantean al trabajador, siendo pasiva su posición ante los mismos, actitud que resulta perjudicial al trabajador y a FONACOT, puesto que el centro de distribución atribuye la responsabilidad en las operaciones con los trabajadores al Fondo, no obstante que es en él en donde se materializan los créditos.
- 11.- Existe inconformidad del comerciante, respecto a los servi-

cios que el Fondo le proporciona, siendo el principal motivo de ésta, la forma en que FONACOT les paga el importe de la mercancía que los trabajadores adquieren, pues éste se realiza con retraso. Sin embargo, no obstante el inconveniente que se señala, el proveedor desea seguir vinculado a la institución.

- 12.- Existe una tendencia de parte de los centros de distribución a minimizar los beneficios que se derivan de su afiliación, pues omiten, en su opinión, los que se derivan de participar de un mercado de ventas de contado el cual desde nuestro punto de vista, es el más importante.
- 13.- Los beneficios de FONACOT a los comerciantes se han extendido más allá de los pretendidos, si consideramos el aumento en ventas logrado y la captación de un sector de compradores al que no les era posible tener acceso, debido a que las personas que lo integran en su mayoría no son sujetos de crédito, de acuerdo a sus sistemas de operación.
- 14.- Sería benéfico que FONACOT incluyera como parte de los convenios con los centros de distribución, que la responsabilidad de las garantías a los bienes que el trabajador adquiere, sea exclusiva de los comerciantes, estableciendo además,

que las reclamaciones se realicen directamente ante la institución, con la finalidad de que en todo momento se conozca el comportamiento de cada comerciante.

- 15.- Teniendo como objetivo garantizar la calidad de los artículos al trabajador, sería conveniente que FONACOT se coordinara con la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, proponiéndole la creación de una unidad de control de calidad, la cual tendría como función, realizar por muestreo, inspecciones en los domicilios de los trabajadores, - después de haber transcurrido un período razonable de uso - de los productos.
  
- 16.- Debido a la influencia de los medios masivos de comunicación y de las campañas que realizan los comerciantes a través de éstos, existe preferencia de los trabajadores hacia determinados centros de distribución, los que además de su volumen de operaciones normal, captan el correspondiente a los trabajadores que se afilian a FONACOT, con el consiguiente incremento en trámites, lo que resulta en la mayoría de los casos, en perjuicio del trabajador, a lo cual convendría que el Fondo se preocupara porque los trabajadores beneficiados, pudieran acudir a cualquier centro afiliado, - consiguiendo en esta forma, una mejor atención y más rápida entrega de los artículos comprados.



- 17.- Puede afirmarse que FONACOT cumple con sus objetivos con la mayor parte de los trabajadores que se han afiliado, ya que más de la mitad de los créditos otorgados fueron concedidos a las personas de más bajos ingresos, quienes además de haberse beneficiado con la adquisición de bienes, consideran que éstos han contribuido para llevar una vida con decoro y estrechar los vínculos familiares.

1940-1941

A P E N D I C E.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
F. C. A.

---

LA FINALIDAD DE LA ENCUESTA, ES CONOCER LA OPINION DEL TRABAJADOR AFILIADO EN RELACION AL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES (FONACOT), EN CUANTO A LAS MERCANCIAS Y SERVICIOS QUE RECIBE COMO BENEFICIARIO.

C U E S T I O N A R I O .

---

1.- ¿A PARTIR DE QUE FECHA ESTA AFILIADO AL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES?

MES \_\_\_\_\_ AÑO \_\_\_\_\_

2.- ¿CUANTAS VECES HA HECHO USO DEL CREDITO FONACOT?

UNA ( ) DOS ( ) MAS DE DOS ( )

3.- DE ACUERDO A SU SALARIO ¿CUAL FUE EL CREDITO MAXIMO QUE LE OFRECIO FONACOT?

\$ \_\_\_\_\_

4.- ¿UTILIZO EL VALOR TOTAL DE SU CREDITO EN SUS COMPRAS?

SI ( ) NO ( )



9.- ¿HA TENIDO PROBLEMAS CON EL FUNCIONAMIENTO DE LOS ARTICULOS QUE ADQUIRIO?

SI ( ) NO ( )

¿CUALES?

---

---

---

10.- ¿A QUIEN ACUDE CUANDO TIENE PROBLEMAS DE REPARACIONES?

---

---

11.- ¿EN QUE FORMA HA SIDO ATENDIDO EN LOS CASOS DE REPARACIONES?

EFICIENTE ( ) REGULAR ( ) DEFICIENTE ( )

12.- ¿TUVO PROBLEMAS AL SOLICITAR SU CREDITO FONACOT?

SI ( ) NO ( )

¿CUALES?

---

---

13.- ¿A QUIEN ACUDE CUANDO TIENE PROBLEMAS EN SU ESTADO DE CUENTA?

---

---

14.- ¿EN QUE FORMA HA SIDO ATENDIDO AL SOLICITAR SU ESTADO DE CUENTA?

---

---

15.- UNA VEZ CUBIERTO SU ADEUDO, ¿SOLICITARIA NUEVAMENTE EL CREDITO?

SI ( ) NO ( )

16.- DE ACUERDO A SUS NECESIDADES, ¿QUE ARTICULOS LE HACEN FALTA EN SU HOGAR?

TELEVISOR ( )	REFRIGERADOR ( )	ESTUFA ( )
CONSOLA ( )	EQUIPO MODULAR ( )	ENSERES ( )
CAMAS Y LITERAS ( )	LAVADORA ( )	MENORES
COMEDOR ( )	RECAMARA ( )	OTRO _____
MAQUINA DE COSER ( )	TOCADISCOS ( )	_____
	SALAS ( )	_____
		_____

17.- ¿POR QUE MEDIOS SE ENTERO DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE FONACOT?

---

18.- ¿QUE OTROS SERVICIOS LE GUSTARIA LE PROPORCIONARA FONACOT, ADEMAS DE LOS QUE YA LE OFRECE?

---

---

---

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
F. C. A.

---

LA FINALIDAD DE LA ENCUESTA ES CONOCER LA OPINION DEL PROVEEDOR AFILIADO AL FONDO NACIONAL DEL CONSUMO PARA LOS TRABAJADORES (FONACOT), ACERCA DE LOS SERVICIOS Y MERCANCIAS QUE ENTRE AMBOS PROPORCIONAN AL TRABAJADOR.

C U E S T I O N A R I O  
-----

- 1.- ¿A PARTIR DE QUE FECHA ESTA REGISTRADO SU COMERCIO COMO PROVEEDOR FONACOT?

MES \_\_\_\_\_ AÑO \_\_\_\_\_

- 2.- ¿COMO HA SIDO EL SERVICIO QUE RECIBE SU EMPRESA POR PARTE DE FONACOT?

EFICIENTE ( ) DEFICIENTE ( )

- 3.- ¿LE HA PROPORCIONADO FONACOT LA INFORMACION NECESARIA PARA SERVIR AL TRABAJADOR?

SI ( ) NO ( )

EN CASO NEGATIVO ¿EN QUE FORMA CONSIDERA PODRIA SUPERARSE ESTA FALTA DE INFORMACION?

CONFERENCIAS ( ) FOLLETOS ( ) REVISTAS ( )  
BOLETINES ( ) VISITAS PERSONALES ( )

4.- ¿A QUIEN CORRESPONDE LA RESPONSABILIDAD DE LAS GARANTIAS SOBRE LOS BIENES ADQUIRIDOS A TRAVES DE FONACOT.?

PROVEEDOR ( ) FONACOT ( ) FABRICANTE ( )

5.- SER PROVEEDOR FONACOT ¿HA INFLUIDO EN ALGUNA FORMA EN SU VOLUMEN - DE VENTAS?

SI ( ) NO ( )

¿EN QUE PROPORCION?

10 a1 30 % ( ) 31 a1 60 % ( ) 61 a1 100 % ( )

6.- ¿EXISTE EN SU EMPRESA ALGUNA SECCION O PERSONA DEDICADA A LA PROMOCION DE CREDITOS A TRAVES DE FONACOT?

SI ( ) NO ( )

EN CASO AFIRMATIVO, ¿EN QUE CONSISTE?

---

---

---

7.- ¿LE AFECTAN EN ALGUNA FORMA LAS CANCELACIONES Y DEVOLUCIONES DE - MERCANCIA?

SI ( ) NO ( )

8.- ¿CUMPLE FONACOT CON SUS CONVENIOS DE PAGO?

SI ( ) NO ( )



9.- ¿APORTA FONACOT ALGUN APOYO PUBLICITARIO PARA SU EMPRESA?

SI ( ) NO ( )

10.- ¿EN QUE FORMA HA SIDO ATENDIDO EN SUS TRAMITES DE:

a).- SOLICITUDES DE CREDITO.

EFICIENTE ( ) DEFICIENTE ( )

En caso deficiente, ¿por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

b).- AUTORIZACION DE CREDITOS.

EFICIENTE ( ) DEFICIENTE ( )

En caso deficiente, ¿por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

c).- RECLAMACIONES.

EFICIENTE ( ) DEFICIENTE ( )

En caso deficiente, ¿por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11.- ¿EN QUE FORMA LE HA BENEFICIADO SER PROVEEDOR DE FONACOT?

MAYOR NUMERO DE VENTAS ( )      MAYOR NUMERO DE CLIENTES ( )

MENOS RIESGO CREDITICIO ( )

VENTAS DE CONTADO ( )      O T R O S ( )

BIBLIOGRAFIA.

## BIBLIOGRAFIA UTILIZADA EN ESTA INVESTIGACION.

- 1.- ESTO ES FONACOT.- EDITADA POR EL FONACOT EN SEPTIEMBRE DE 1974.- IV INFORME DEL LICENCIADO LUIS -- ECHEVERRIA ALVAREZ.
- 2.- ESTO ES FONACOT.- EDITADO POR EL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES.- GERENCIA DE PRENSA Y RELACIONES PUBLICAS.
- 3.- INFORME DE LA DIRECCION GENERAL.- REVISTA FONACOT.- AÑO 1, NUMEROS 3 Y 4 - OCTUBRE-NOVIEMBRE DE 1976.- PRESENTADO EN LA VIGESIMA SEPTIMA SESION DEL COMITE TECNICO Y DISTRIBUCION DE FONDOS DE LA INSTITUCION.
- 4.- CREDITOS PARA UN CONSUMO RACIONAL.- FONACOT Y LA PRODUCCION FABRIL.- REVISTA FONACOT.- AÑO 1, NUMERO 1 - AGOSTO DE 1976.
- 5.- ALIANZA PARA LA PRODUCCION Y PRODUCTOS BASICOS.- - REVISTA FONACOT, AÑO 1, NUMERO 7 -ABRIL DE 1977.

- 6.- OBJETIVOS SATISFECHOS - PERFILES MEXICANOS.- REVISTA FONACOT, AÑO 2 - SEPTIEMBRE DE 1976.
- 7.- EMPLEO Y PRODUCTIVIDAD EN MEXICO.- REVISTA FONACOT, AÑO 1, NUMEROS 5 Y 6 - DICIEMBRE DE 1975 - ENERO DE 1976.
- 8.- QUE ES FONACOT.- NUMERO 1 - EDITADO POR FONACOT SIN AÑO.
- 9.- FONACOT INFORMA.- NUMERO 1, 2, 3, 4, Y 5. - FOLLETO EDITADO POR FONACOT SIN AÑO.
- 10.- FONACOT LISTA DE TIENDAS AFILIADAS Y TABLA DE MONEDAS MAXIMOS DE COMPRA.- EDICION 1976.
- 11.- PRONTUARIO DE DATOS ESTADISTICOS.- FONACOT- EDICION FEBRERO 28 DE 1977.
- 12.- INSTRUCTIVO A PROVEEDORES.- FONACOT - MAYO 16 DE 1975.
- 13.- INVESTIGACION MERCADOLOGICA EN INSTRUCCION MICROPROGRAMADA.- HURTADO LEOPOLDO Y CERVERA ETHIEL.

14.- INTRODUCCION A LA TECNICA DE INVESTIGACION EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION Y DEL COMPORTAMIENTO.- =  
ARIAS GALICIA FERNANDO.- EDITORIAL TRILLAS.- MEXICO  
1975.

15.- NORMAS PARA LA ELABORACION DE UN TRABAJO DE INVESTIGACION.- CENTRO NACIONAL DE CAPACITACION ADMINISTRATIVA; SUBDIRECCION DE ACCION CULTURAL I.S.S.S.T.E.