

88/202

25
29'



UNIVERSIDAD ANAHUAC

VINCE IN BONO MALUM

ESCUELA DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**HABITOS EN LA UTILIZACION DE CREDITOS
PARA EL CONSUMO DE LA CLASE
MEDIA ALTA**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

SEMINARIO DE INVESTIGACION

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTA

ALMUDENA DE LAS PEÑAS LESCURA

MEXICO

1986



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

	Pág.
PROLOGO	I
INTRODUCCION	III
CAPITULO I PLANEACION DE LA INVESTIGACION	
1.1. OBJETIVOS	2
1.1.1. Generales	2
1.1.2. Especificos	2
1.2. PROBLEMA	2
1.3. HIPOTESIS	3
1.3.1. Generales	3
1.3.2. Especificas	4
1.4. DISEÑO DE LA PRUEBA	5
1.4.1. Investigación Documental	5
1.4.2. Investigación de Campo	6
1.4.2.1. Delimitación del Universo	6
1.4.2.2. Diseño de la Muestra	6
1.4.2.3. Tamaño de la Muestra	6
1.4.2.4. Instrumento de la Prueba	8
1.4.2.5. Justificación del Cuestionario	9
1.4.2.6. Parámetros de identificación de la muestra	15

CAPITULO II ASPECTOS GENERALES DEL CREDITO		
2.1.	CONCEPTO DE CREDITO	19
	2.1.1. Utilidad y ventajas	21
2.2.	SOLICITUD DE CREDITO	24
	2.2.1. Entrevista Personal	24
	2.2.2. Solicitud telefónica	25
	2.2.3. Por correo	26
	2.2.4. Investigación del solicitante	26
2.3.	BASES DEL CREDITO	30
2.4.	LIMITES DEL CREDITO	32
CAPITULO III CREDITO COMERCIAL Y TARJETAS DE CREDITO		
3.1.	CREDITO COMERCIAL	36
3.2.	EVOLUCION DEL CREDITO COMERCIAL	36
	3.2.1. Cuenta corriente	37
	3.2.1.1. Condiciones para crédito a plazos	39
	3.2.1.2. Límite del crédito a plazos e instrumentos de fianzas	44
	3.2.1.3. Crédito renovado	46
3.3.	SISTEMA DE TARJETAS DE CREDITO	48
3.4.	INTERES SOBRE TARJETAS DE CREDITO	39
3.5.	CONSIDERACIONES SOBRE TARJETA DE CREDITO	
CAPITULO IV CREDITO BANCARIO, PERSONAL E HIPOTECARIO		
4.1.	CONCEPTO DE CREDITO BANCARIO	55
	4.1.1. Préstamos Directos, en Blanco o Quirografiados	57
	4.1.2. Préstamos Directos con Garantía	58
	4.1.3. Préstamos Prendarios	59
	4.1.4. Reportos	62

	Pág.
4.2. CREDITO DE PRESTAMOS INDIVIDUALES	63
4.3. COMPANIAS FINANCIERAS	64
4.3.1. Instrumentos de Fianza	67
4.4. CREDITO HIPOTECARIO	68
CAPITULO V RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE CAMPO	
5.1. CARACTERISTICAS GENERALES	71
5.2. CREDITO HIPOTECARIO	76
5.3. TARJETAS DE CREDITO	82
5.4. CREDITO BANCARIO	86
5.5. CREDITO COMERCIAL	89
5.6. CREDITO PERSONAL	94
5.7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE 1978	99
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
BIBLIOGRAFIA	109

PROLOGO

PROLOGO

El presente trabajo de investigación, aborda uno de los temas que determina en gran medida los niveles de actividad económica en un país, el crédito.

El grado de utilización del mismo, la manera como éste es usado, el grado de información que sobre el mismo tienen los consumidores, entre otras cosas, y la evolución que ha tenido en los últimos años constituyen el tema fundamental del presente estudio.

La implicación social del tema es importante en cuanto a su relación con el nivel y la calidad de vida de la sociedad, con lo cual se espera que el presente análisis contribuya en la manera de lo posible a que se cumpla mejor su finalidad.

Por otra parte, la actividad crediticia es uno de los campos de acción de mayor y gran potencial para el administrador de empresas y la amplitud del tema permite la aplicación de una serie de conocimientos y técnicas a la solución de un problema real; lo cual en último término busca la obtención de un título profesional.

INTRODUCCION

INTRODUCCION

El fenómeno del crédito es tan antiguo como la civilización humana, sin embargo en la actualidad el crédito forma -- parte tan importante, en la vida de los mexicanos, que para describirla sus patrones de consumo, es esencial estructurar la utilización de los diversos tipos de crédito y sus características principales.

El presente trabajo está dedicado al estudio de los hábitos en el uso del crédito por parte del consumidor de clase - Media Alta, en el área metropolitana de la Ciudad de México, de manera comparativa, tomando como referencia los años 1978 y - - 1985. Se utilizaron tales años como base ya que se considera - que son representativos de dos momentos económicos del país, antes y después de la fuerte devaluación del peso mexicano frente al dólar estadounidense, en 1982; por otro lado, se presenta un marco teórico sobre lo que es el crédito y sus instrumentos, para que la presentación específica de los resultados se entienda claramente.

En el Capítulo I, se hace el planteamiento general a - través del cual se desarrolló el estudio, definiéndose claramente tanto los objetivos generales como específicos que se perseguirán, así como, el sistema general que se utilizó.

Las características generales sobre el concepto de crédito, sus instrumentos, tipos, estructuras y mecanismos se detallan en el capítulo II.

De una manera más específica y detallada el Capítulo - III se expone al crédito comercial y las tarjetas de crédito; - el Capítulo IV, está dedicado al crédito bancario, crédito personal e hipotecario.

El Capítulo V, presenta los resultados de la investigación a lo que respecta a los hábitos y utilización de créditos - por parte del consumidor de clase media alta, tanto para el año de 1978 como para el de 1985; es importante señalar que los datos de 1978 se tomaron de un estudio realizado por el Instituto Nacional del Consumidor, por lo cual la fidelidad y objetividad de los mismos permite tomarlos como referencia comparativa.

Las conclusiones y recomendaciones que pueden derivarse del presente trabajo, se ofrecen en la parte final, tanto en lo que se refiere a hábitos actuales como a los cambios en patrones de consumo de un consumidor antes y después de fuertes crisis económicas.

CAPITULO I
PLANEACION DE LA INVESTIGACION

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. OBJETIVOS GENERALES

1.1.1.1. Conocer los patrones de utilización de crédito de los consumidores del nivel medio alto, residentes en el -- área metropolitana de la ciudad de México.

1.1.1.2. Detectar el grado de conocimiento que los consumidores tienen respecto de las características de los tipos de crédito que emplean.

1.1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1.1.2.1. Identificar los principales créditos utilizados, por -- los consumidores.

1.1.2.2. Obtener resultados comparativos respecto a 1978 y 1985 en lo que se refiere al tipo y carácter de los crédi-- tos utilizados por los consumidores.

1.1.2.3. Investigar la percepción del consumidor sobre las ca-- racterísticas de cada crédito y la información provei-- da, por el acreedor respectivo en cada caso.

1.2. PROBLEMA

¿Cuáles son las principales fuentes de crédito, que --

utilizan los consumidores de la clase media alta, en el D.F. y zona metropolitana, para su consumo actual y comparativamente - con el año de 1978?.

1.3. HIPOTESIS

1.3.1. GENERALES

1.3.1.1. "El consumidor de nivel medio alto utiliza primordialmente el crédito comercial y las tarjetas de crédito, como medio de financiamiento de sus adquisiciones, por que considera que así siempre tiene liquidez inmediata"

1.3.1.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

El consumidor de nivel medio alto, utiliza primordialmente el crédito comercial y las tarjes de crédito, como medio de financiamiento en sus adquisiciones.

1.3.1.1.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Porque considera que así siempre tiene liquidez inmediata.

1.3.1.2. "El consumidor desconoce la mayor parte de las características de los servicios que contrata, ya que no exige que se le de información".

1.3.1.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

El consumidor desconoce la mayor parte de las características de los servicios que contrata.

1.3.1.2.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Ya que no exige que se le de información.

1.3.1.3. "El consumidor normalmente, se muestra satisfecho con la información proveída, por las instituciones, porque carece de conocimientos al respecto".

1.3.1.3.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

El consumidor normalmente, se muestra satisfecho con la información proveída por las instrucciones acreditantes.

1.3.1.3.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Porque carece de conocimientos al respecto.

1.3.2. HIPOTESIS ESPECIFICAS

1.3.2.1. "El crédito hipotecario es utilizado por sólo una pequeña proporción de la población, ya que los ingresos que tienen son altos".

1.3.2.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

El crédito hipotecario es utilizado por sólo una pequeña porción de la población.

1.3.2.1.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Ya que los ingresos que tienen son altos.

1.3.2.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

El crédito bancario, es el más generalizado como fuente de financiamiento.

1.3.2.2.2. VARIABLE INDEPENDIENTE

Por el monto de sus créditos.

1.3.2.3. "La utilización de tarjetas de crédito, el crédito comercial y personal, tiene por objeto ampliar la capacidad de compra permitiendo adquirir artículos, que no podría obtener sin la existencia de mecanismo de crédito".

1.3.3.3.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Utilización de tarjetas de crédito, el crédito comercial y personal.

1.3.3.3.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Tiene por objeto ampliar la capacidad de compra, permitiendo adquirir artículos que no podría obtener sin la existencia de mecanismo de crédito.

1.4. DISEÑO DE LA PRUEBA

1.4.1. INVESTIGACION DOCUMENTAL

El tema objeto de esta investigación, es de carácter meramente práctico, por lo que la investigación documental, se limitará a describir un marco conceptual que permita comprender mejor los resultados, que arroje la investigación de campo. La información se obtendrá de fuentes como: Bibliotecas e instituciones bancarias y de créditos, así como, de establecimientos y corporaciones de carácter comercial.

1.4.2. INVESTIGACION DE CAMPO

Será de carácter primario, para 1985, los datos se obtendrán directamente de las personas sujetas a investigación; para 1978, el carácter de la investigación será secundario.

1.4.2.1. DELIMITACION DEL UNIVERSO

El universo, para efectos de la presente investigación, quedó comprendido por la población socioeconómica de nivel medio alto, que de acuerdo a estimaciones basadas en el censo general de población se encuentra dispersa dentro del 13% de la población total, que está estimada en 17,000,000 y por lo tanto el universo es de 2,210,000 individuos.

1.4.2.2. DISEÑO DE LA MUESTRA

La muestra se obtendrá por medio de métodos probabilísticos; dentro de éstos se optó por simple al azar que dado el carácter y tipo de la investigación es el que se considera más apropiado.

1.4.2.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Tomando como base la información obtenida mediante la encuesta de sondeo y los resultados para 1978, con los que se cuenta y con el fin de realizar un número estadísticamente representativo de entrevistas, se procedió a determinar la muestra definitiva.

Para clasificar a los elementos y decidir su inclusión en la muestra se tomó el ingreso mensual, ya que éste es el factor determinante más objetivo del nivel socioeconómico de un individuo. Se decidió trabajar con un nivel de confianza del - - 94.5% y un error máximo aceptable de 5.5% con estos datos y los ya anteriormente obtenidos en el sondeo de 1978, se procedió a calcular el tamaño de la muestra, utilizando la fórmula estadística siguiente:

$$n = \frac{Nc \cdot N \cdot pq}{(N-1) e^2 + Z \cdot pq}$$

DONDE:

- n = número de los elementos a considerar en la muestra.
- N = tamaño del universo.
- p = porcentaje de probabilidades de que se de el evento.
- q = porcentaje de probabilidades de que no es de el evento.
- e = error estimado (nivel de confianza menos 1).
- Z = valor en las tablas del nivel de confianza.
- Nc = nivel de confianza.

Sustituyendo los datos en la fórmula se obtuvo:

- n = X
- N = 2,210,000
- p = 35% (resultado del sondeo de 1978)
- q = 65% (resultado del sondeo de 1978)
- e = 5.5
- Z = 1.92
- Nc = 945

$$n = \frac{.945 (2,210,000) (.35) (.65)}{2,209,999 (.055)^2 + 1.92 (.35) (.65)}$$

$$n = \frac{475,122.38}{6685.24 + .4368} = \frac{475,122.38}{6685.67} = 71.06$$

= 71 ENCUESTAS

La solución a la fórmula indicó que una muestra de 71-entrevistas sería suficiente.

Como la investigación se realizará de manera comparativa con el año de 1978, y dado que se utilizó el mismo método -- muestral, para 1985, a continuación se presenta el resultado obtenido:

MUESTRA = 150 entrevistas

1.4.2.4. INSTRUMENTO DE LA PRUEBA

El instrumento que utilizaremos para realizar la investigación es el de una encuesta estructurada a través de un cuestionario, que se presenta a continuación:

HABITOS EN LA UTILIZACION DE CREDITOS

CUESTIONARIO

I. CARACTERISTICAS GENERALES

Nombre : _____
Dirección: _____
Colonia: _____
Ocupación: _____
Edad: _____
Sexo: _____
Estado civil: _____

II. INGRESO MENSUAL

- () más de 700,000
() 450,000 a 700,000
() 300,000 a 449,999
() 100,000 a 299,999
() hasta 100,000

III. HABITOS EN LA UTILIZACION DE CREDITOS

A. CREDITO HIPOTECARIO

1. ¿Tiene casa propia?

SI ()

NO ()

2. ¿La está pagando a plazo?

SI ()

NO ()

3. ¿De no haber tenido acceso al crédito hubiera dejado de adquirir su casa?

SI () NO ()

4. ¿Está hipotecada su casa?

SI () NO ()

5. ¿Cómo considera Ud. la información que sobre crédito hipotecario se proporciona a los consumidores?

a) () Clara b) () Incompleta c) () Confusa
d) () Suficiente

B. TARJETAS DE CREDITO

1. ¿Tiene Ud. tarjeta de crédito?

SI () NO ()

2. ¿Cree usted que desde que tiene tarjeta de crédito realiza compras, que anteriormente no efectuaba?

SI () NO ()

3. ¿Cómo considera la información que sobre las tarjetas de crédito se da a los consumidores?

a) () Clara b) () Incompleta c) () Confusa
d) () suficiente

c. CREDITO BANCARIO

1. ¿Tiene usted contratado algún crédito con el banco?

SI () NO ()

3. ¿Considera adecuado el interés que paga por el préstamo?

SI ()

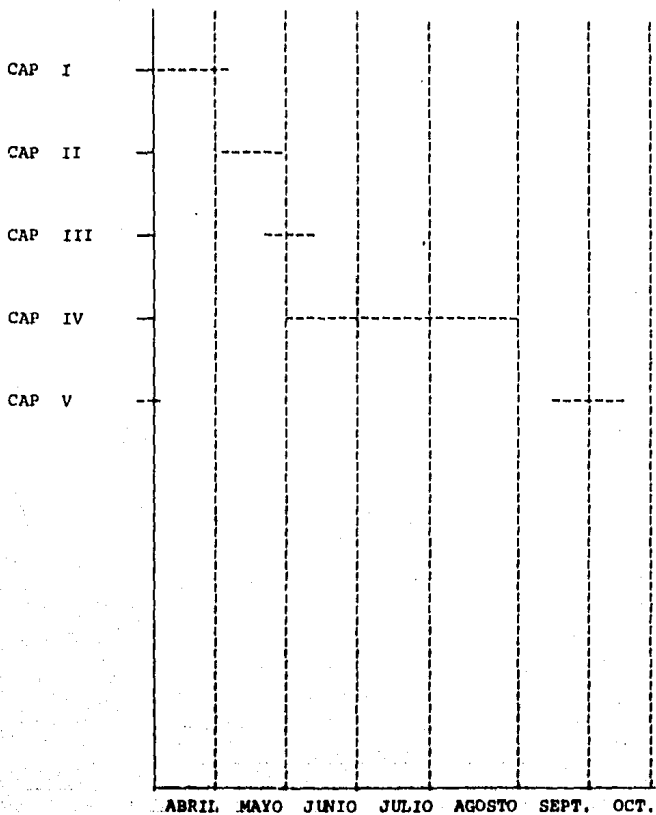
NO ()

4. ¿La información sobre las condiciones del crédito fue?

a) () Clara b) () incompleta c) () Confusa

d) () Suficiente

PROGRAMACION DE ACTIVIDADES



OBJETIVOS

HIPOTESIS

1.1.1.1 1.1.1.2. 1.1.2.1. 1.1.2.2 1.1.2.3 1.3.1.1 1.3.1.2 1.3.1.3 1.3.2.1 1.3.2.2 1.3.2.3

SECCION A

PREGUNTA 1	X									
PREGUNTA 2			X							
PREGUNTA 3			X					X		
PREGUNTA 4			X	X			X	X		
PREGUNTA 5		X			X					

SECCION B

PREGUNTA 1	X		X	X						
PREGUNTA 2						X				X
PREGUNTA 3					X		X	X		

SECCION C

PREGUNTA 1	X		X	X						
PREGUNTA 2		X					X	X	X	

SECCION D

PREGUNTA 1	X		X	X						
PREGUNTA 2			X							
PREGUNTA 3						X				X
PREGUNTA 4		X						X		

SECCION E

PREGUNTA 1	X		X	X						
PREGUNTA 2										X
PREGUNTA 3					X			X		
PREGUNTA 4		X						X		

1.4.2.6. Es importante señalar los parámetros que se utilizan, para determinar de manera específica el estrato socio-económico que nos ocupa.

Conforme al X Censo general de población de 1980 en el área metropolitana de la Ciudad de México, existen dos contornos: el primario, integrado por dieciséis delegaciones políticas que forman el Distrito Federal; y el secundario, compuesto por doce municipios del estado de México. A continuación se presentan las principales características de los diferentes niveles socioeconómicos, que conforme a los datos estadísticos se determinaron:

NIVEL SOCIOECONOMICO "A"

"Incluye a las personas de los más altos ingresos en nuestro medio; es el tipo de familias que disfrutan de todas las comodidades, los jefes de familia "A", son empresarios y principales accionistas de empresas grandes y gigantes, las ramas de la industria, el comercial y los servicios".^{1/}

NIVEL SOCIOECONOMICO "B"

"Incluye a las personas de ingresos altos que han estado escalando mejores posiciones económicas.

Los jefes de familia "B", son empresarios de empresas medianas y pequeñas de las ramas industrial, comercial y servicios.

Se encuentran dentro de este estrato a profesionistas-

^{1/} Buró de Investigaciones de Mercado, BIMSA, México, 1986.

como médicos, ingenieros, arquitectos, abogados, contadores; -- que ocupan puestos ejecutivos en empresas de diferentes ramas o bien que en forma independiente ejercen su profesión.

Por regla general se encuentran en este nivel desde hace dos generaciones, aunque se pueden presentar casos de personas de este nivel, cuyos padres aún se sitúan en las categorías "C" y "D"^{2/}

NIVEL SOCIOECONOMICO "C"

"Dentro de esta categoría se han incluido a aquellas - familias que cuentan con lo necesario para llevar una vida digna.

Los jefes de familia de este grupo son por regla general profesionistas, pequeños comerciantes, empleados del sector privado, vendedores, maestros de escuela, técnicos y obreros calificados".^{3/}

NIVEL SOCIOECONOMICO "D"

"Dentro de esta estratificación se encuentran los jefes de familia que tienen actividades de obreros, oficinistas, - burócratas, meseros, empleados de mostrador, chóferes, artesanos, recamareras".^{4/}

NIVELES SOCIOECONOMICOS "E", "F", "G".

"Son personas que han emigrado a la ciudad del medio -

^{2/} Idem.

^{3/} Idem.

^{4/} Idem.

rural en su mayor parte. La mayoría de los jefes de familia no tienen empleo fijo, sino trabajos eventuales, como albañiles y peones de la construcción, o cuidadores de automóviles, vendedores ambulantes, trabajadores domésticos, jardineros, mozos, cargadores, artesanos^{5/}

La investigación se va a centrar conforme a los datos proporcionados, en el nivel socio-económico B, cuyos factores principales son:

- 1) Ingresos entre 20 y 30 veces el salario mínimo.
- 2) Casa mediana, con terreno de 500 a menos de 1000 m², situada en zona residencial de semilujo.
- 3) Automóvil de lujo y 2 compactos.
- 4) Compras realizadas principalmente en tiendas departamentales.
- 5) Servidumbre, (2 personas) 6) Departamento o casa o pequeña para vacacionar.^{6/}

^{5/} Idem.

^{6/} Idem.

CAPITULO II
ASPECTOS GENERALES DEL CREDITO

2.1. ¿QUE ES EL CREDITO?

Casi todos los escritores que tratan el tema tienen -- elaborada su propia definición; tenemos, que una definición de las más aceptadas, determina que el crédito es "El permiso para usar el capital de otro",^{7/} también se toma al crédito como "el poder para obtener bienes o servicios por medio de la promesa de pago... en una fecha determinada en el futuro".^{8/} Estas y otras definiciones tienen validez en la usual literatura del -- crédito en los negocios. Sin embargo, muchas de ellas, tocan un sólo aspecto del crédito. Para tener una apreciación absoluta del crédito como entidad, sólo debemos fijar nuestra -- atención en su origen latino: CREDITUM significa confianza. En los diversos significados de la palabra crédito, desde que fue adoptada en el lenguaje, durante el siglo XVI, confianza es su denominador común. Hablar de crédito sin confianza es inconcebible. "Crédito es confianza; en los negocios es la confianza dada o tomada a cambio de dinero, bienes o servicios".^{9/}

El crédito puede también definirse en términos de sus funciones. Como medio de cambio puede ser llamado "dinero futuro", de esta manera provee el elemento tiempo en las transacciones comerciales que hacen posible al comprador, satisfacer sus-

^{7/} Stuart Mill John, Economía Política, Pág. 32. citado por Richard P. Ehinger y David R. Golieb. Créditos y Cobranzas, -- C.E.S.C.A. México, 1984.

^{8/} Johnson French Joseph, Money and Currency, Boston Mas Cinn & Co., USA 1981, Pág. 22.

^{9/} Cervantes Ahumada, Raúl. Títulos y Operaciones de Crédito, Herrera. Pág. 18. México 1978, Pág. 54.

necesidades a pesar de su carencia de dinero para pagar en efectivo.

"Actualmente en negocios, hay tres usos diferentes de la palabra crédito. Crédito puede significar una transacción a crédito, crédito establecido e instrumento de crédito".^{10/}

En principio los términos usuales como comprando a crédito o extendiendo a crédito, implican una transacción a crédito, o el cambio de un valor presente, por una promesa de pago en un tiempo especificado en el futuro. En una transacción a crédito, el comprador demuestra su poder o influencia para obtener el permiso del vendedor o acreedor, para usar su capital. La consumación de la transacción crea el derecho del vendedor a recibir el pago en el futuro y la obligación del comprador de pagar en el tiempo estipulado. La obligación de pagar es a la vez, moral y legal; las leyes de todos los países, tienen una reglamentación establecida, para el caso de que se presenten deudores morosos.

En su segunda acepción, "crédito" es sinónimo de crédito establecido. Aquí, crédito significa la aceptación de la promesa de pagar, emitida por el comprador, o la buena voluntad del vendedor para creer en la promesa del comprador. La frase "su crédito es bueno", significa que la persona puede ser relevada de pagar porque su palabra es buena y su capacidad para pagar es digna de confianza. Basándose en las recientes opiniones del mundo de los negocios, una persona o sociedad tienen, acerca de su personalidad y honorabilidad, la "reputación de solvencia y providad que les dan derecho para ser creídas".

En su tercera acepción, crédito significa un instrumen

^{10/} Richard P. Ettinger y David A. Golieb, Créditos y Cobranzas C.E.C.S.A. México, 1984. Págs. 28 a 35.

to de crédito, que consiste en una promesa de pago documentada-
que manifiesta una transacción formal de crédito.

Tiempo y riesgo quedan implícitos en todo crédito. La pérdida de la confianza ocurre con frecuencia; la reputación, - es, cuando mucho, una apreciación de la personalidad y, con el tiempo, queda sujeta a cambios. El deudor de mayor confianza - es, a menudo, sujeto a presiones que deprecian su promesa de pa-
go.

Los bienes se cambian a crédito así como se cambian -- por dinero. El dinero, por supuesto, es normalmente más acepta- do que el crédito, pero cuando consideramos que nueve décimas - de transacciones entre los fabricantes y los comerciantes al -- por mayor y al por menor, son a base de crédito, nos damos cuen- ta de que éste es usado generalmente como dinero.

La amplia aceptabilidad del crédito como un medio de - cambio ha inclinado a mucha gente a considerar que el crédito - es propiamente riqueza. Esto es falso, simplemente transfiere- los medios de producción de una persona a otra. Una vez otorga- do el crédito, no más riqueza, no más capital, ni más existen- cia de bienes. No obstante el uso del crédito conduce a un in- cremento de la riqueza al quedar los agentes productivos de un- país en poder de aquellas personas que son más competentes para utilizarlos.

2.1.1. UTILIDAD Y VENTAJAS

Como un agente de producción el crédito juega un papel muy importante dentro de la economía de un país, además permite hacer más productivo el dinero, beneficiando tanto a consumido- res como productores, así cuando alguien posee capital y lo de-

posita en un banco, permite que éste se transfiera a fabricantes y comerciantes, que hacen que produzca, no sólo para ellos, si no también para el depositante.

"Una ventaja del crédito en los negocios es la conveniencia"^{11/} entendiendo por esto, que el crédito nos permite el manejo de grandes sumas de dinero, a través de instrumentos que no implican el traslado de lugar, para su funcionamiento; como ejemplo tenemos al cheque, que se usa al igual que si fuese dinero, pero realmente no lo es.

Como el crédito no funciona sin la existencia de la buena fe y la confianza, se puede decir que el crédito es un instrumento que permite elevar la dignidad de los negocios, ya que cuando una persona o negocio es confiable para el crédito, su respetabilidad aumenta.

"En cuanto al uso del crédito para aumentar el nivel de vida. El individuo principalmente usa el crédito a fin de incrementar las satisfacciones que puede tener de la vida. El crédito lo capacita para tener y beneficiarse ahora de las cosas, más bien que posponer su compra y utilización hasta un tiempo indefinido en lo futuro".^{12/}

A través del crédito las personas amplían su presupuesto y por lo tanto sus posibilidades de adquisición de bienes -- con un costo unitario alto se incrementan, ya que la alternativa del ahorro como medio para lograr adquirir este tipo de artículos se ve en desventaja, no sólo por la pérdida del poder adquisitivo, sino por las tentaciones de olvidar la compra por otro tipo de artículos que pudiesen considerarse en cierto mo-

^{11/} Hewit Rogers, Fundamentos de Crédito al Consumidor. Diana. - México 1979, Pág. 39.

^{12/} Idem. Págs. 40 a 53.

mento más importantes. Una razón importante para usar el crédito es la comodidad, ya que es preferible llevar con uno mismo - una tarjeta de crédito que una cantidad de dinero sea o no significativa. Visto desde otro punto es más fácil decir carguenlo a mi cuenta, en una tienda departamental que llevar el dinero, sobre todo cuando se trata de artículos cuyo precio no es - bajo, además es preferible comprar diversos artículos y hacer - un solo pago mensual por éstos.

Una razón que quizá es muy común entre la gente, es el uso del crédito como consecuencia de una necesidad, surge una - emergencia ya sea un nacimiento, enfermedad o muerte y se re - quiere de un desembolso fuerte de dinero y de manera inmediata. Si no se cuenta con un ahorro será necesario recurrir a un prés - tamo que permita salir de la necesidad, el individuo determinará con respecto a dicha necesidad si amerita o no el pago de un interés por dicha cantidad de dinero.

La determinación de si el uso del crédito es benéfico - o no depende del individuo. El uso del crédito implica un costo, ya sean intereses, precios un poco más elevados; es difícil fijar algún criterio definido por el cual juzgar si el indivi - duo ha sido o no inteligente al hacer uso de un crédito.

Si un individuo requiere de un crédito, deberá de buscar las diferentes alternativas, que mediante sus instrumentos - se le ofrecen, de tal manera, que conozca las características - del crédito que contrata, los términos bajo los cuales contrata, el costo del crédito, su vigencia, el riesgo que implica y las - consecuencias que traerá consigo el no poder liquidarlo y si -- aún así toma la decisión de usar el crédito, y si siente la sa - tisfacción adicional que obtiene por el uso del crédito, enton - ces debemos concluir que ha sido una buena operación desde su - punto de vista. De otra manera no lo hubiera adquirido y final

modernas para entrevistas incluyen un mínimo de preguntas sobre la teoría de que el solicitante, platicando libremente y con -- tranquilidad estará más dispuesto a dar una buena cuenta de su situación que si le pide que conteste a preguntas con respuestas de "si o no".

Cuando llena un esqueleto de forma de solicitud, el entrevistador pide al solicitante que la revise, corrija y luego la firme. En algunas organizaciones, el solicitante de crédito trae una forma de solicitud llena a la entrevista. Los términos de crédito son establecidos generalmente en la forma, inmediatamente antes de la firma. Se hace una exposición oral de los términos del crédito casi al terminar la entrevista. Luego se le dice al solicitante cómo y aproximadamente cuando se le notificará la aprobación.

La principal ventaja de una entrevista sobre otros métodos de tomar una solicitud de crédito, es que el entrevistador tiene la oportunidad de juzgar al solicitante. Las impresiones de sinceridad, apariencias y personalidad de éste pueden anotarse en clave en el esqueleto de solicitud. Detalles imposibles de deducir en una solicitud escrita pueden ser revelados en una entrevista personal.

2.2.2. SOLICITUD DE CREDITO POR TELEFONO

Algunos almacenes y agencias financieras individuales aceptan solicitudes de crédito por teléfono. Los almacenes pueden, inclusive, aprobar cuentas corrientes y tarjetas de identificación de cuentas por correo como un resultado de solicitudes telefónicas. Las compañías financieras individuales hacen investigaciones basándose en ésta misma clase de solicitudes, pero el solicitante casi nunca es requerido para asistir en persona para firmar el convenio crediticio.

2.2.3. SOLICITUD DE CREDITO POR CORREO

La promoción de cuentas corrientes y crédito renovado por correo, es una práctica común en muchos almacenes.

Las formas de solicitud son enviadas con anuncios por correo directo o con órdenes de pago al entregar. El receptor es exhortado para enviar una solicitud de crédito por correo, - aunque en algunas solicitudes especialmente en relación con crédito renovado o a plazos, al cliente se le pide traiga la solicitud personalmente o venga al departamento de crédito después de aprobada, para firmar el convenio o recoger la tarjeta de -- identificación de cuenta.

Los establecimientos de pedidos por correo, ofrecen -- crédito renovado y a plazos por correo. Sus formatos de solicitud contienen un acuerdo de las condiciones antes de la aprobación. Algunas compañías financieras solicitan clientes para -- crédito de préstamo individuales por correo en revistas o en -- anuncios de periódico, sus solicitudes también incluyen un - - acuerdo de las condiciones del crédito en tanto se aprueba la - cuenta.

2.2.4. INVESTIGACION DEL SOLICITANTE

La información mostrada en una solicitud de crédito debe ser completa y precisa. Debe ponerse particular atención a estos detalles:

Nombre del cliente. La identificación positiva es - - esencial; el nombre completo del solicitante aparecerá en el -- formato. El nombre completo de la esposa será mostrado si el - solicitante es casado. Separación o divorcio, serán indicados si es aplicable.

Edad. Generalmente la declaración de que el solicitante tiene edad legal es suficiente, pero en algunos ramos de crédito, la edad debe ser demostrada.

Domicilio. El domicilio detallado el número de la casa o departamento y si está en una calle, boulevard, avenida y así sucesivamente, se indicará la zona postal. La dirección de la oficina de correo es suficiente únicamente para clientes rurales. Principalmente se indicará la dirección si el solicitante se ha cambiado recientemente. La residencia prolongada si la casa es propia, renta, etc., es de particular importancia.

En cierto grado la personalidad y la capacidad son reflejadas en el hogar, con la posibilidad de mantener un cliente a crédito. La proporción del ingreso aplicado al costo de alojamiento, a menudo refleja la aptitud de la responsabilidad del hombre su familia. El solicitante de crédito que tiene casa propia es casi invariablemente un mejor riesgo que uno que paga renta. Uno que renta un departamento (sin muebles) es, generalmente un mejor riesgo que uno que renta un departamento amueblado, pero las condiciones locales y circunstancias individuales deben considerarse al analizar este factor.

La residencia prolongada en una misma casa es también factor al examinar una solicitud de crédito. Un solicitante -- que ha vivido en la misma dirección durante varios años es, -- usualmente, un mejor riesgo que uno que ha cambiado de residencia frecuentemente. Sin embargo, los cambios de residencia deben considerarse con todas las razones.

Empleo. El nombre completo y el domicilio del patrón del solicitante debe indicarse; si el negocio es grande, serán requeridos el departamento donde trabaja y el nombre del super-

visor. Previamente el patrón mostrará si el solicitante ha sido empleado por el mismo negocio durante dos o más años. Si la esposa del solicitante está empleada, se mostrará la misma información acerca de su empleo.

La capacidad de pago de un solicitante de crédito se mide por su aptitud para obtener empleos lucrativos. La regularidad con la cual un salario o jornal ingresa, determina su facultad para hacer pagos periódicos y el grado de seguridad de trabajo refuerza o debilita las condiciones de solicitud de crédito como un riesgo. Una persona empleada en un trabajo eventual origina, regularmente, un riesgo deficiente, un empleado permanente de una rama segura de negocios se considera como un buen riesgo. Una larga permanencia del empleado en una firma y la posición que sostiene, indican la seguridad de su trabajo. El poder del patrón es también una indicación importante. Un empleo de una firma comercial bien establecida es mejor riesgo de crédito que el de un pequeño detallista cuya capacidad como hombre de negocios no ha sido probada.

Ingreso y capital fijo. Ultimamente la capacidad de pago de un solicitante de crédito, depende de todas sus fuentes de ingreso. El ingreso total es de capital importancia para fijar el límite de crédito, y no para determinar si el solicitante constituye un buen riesgo. Algunas veces el ingreso de una familia proviene de dos o más personas empleadas. Todos los ingresos pueden ser considerados por algún tipo de crédito, especialmente cuentas corrientes, pero los contratos en abonos a largo plazo que dependan de otros ingresos diferentes de los del jefe de familia, deben ser cuidadosamente tomados en cuenta.

La propiedad de bienes raíces, cuentas bancarias y seguros de vida, reflejan responsabilidad y estabilidad de personalidad. Además las obligaciones de crédito pueden pagarse sin

tocar esos capitales si el ingreso corriente no ha sido interrumpido.

Referencia del banco. El tipo de cuenta, el banco y la dirección de la sucursal en la cual se tiene cuenta corriente, debe ser indicada.

Referencias personales. El nombre completo, relaciones y cualquier otro dato; dirección postal completa de cada referencia personal mostrado. Después que el gerente de crédito recibe la solicitud de crédito, debe ratificar la veracidad de la información dada, y asegurar toda la disponible que tenga cualquier relación sobre la solicitud como un riesgo de crédito.

Si un almacén no obtiene informe sobre una solicitud de crédito de la oficina local de crédito al detallista, debe hacer su propia investigación. Se comunica con el patrón y con el banco del solicitante para verificar la información contenida en la solicitud. Los almacenes dados como referencia son requeridos para hacer un intercambio de información sobre la cuenta del cliente. Algunos almacenes, aun aquéllos que son miembros de una oficina de crédito hacen sus propias pesquisas sobre solicitantes que parecen ser riesgos excepcionales de crédito para evitar el costo de un informe de la oficina. Sin embargo, una oficina de crédito tiene facilidades para descubrir las debilidades en la posición crediticia del solicitante que la propia investigación del almacén no pueda revelar. Con mucha frecuencia el acreedor aprende que su firma ha tenido una pérdida considerable que podría haber sido evitada si hubiera obtenido un informe de la oficina.

En algunas ciudades, los bancos que hacen préstamos personales mantienen su propia oficina central de crédito u oficina intercambiable que informan todos los préstamos que efec-

túan, y obtienen información acerca de aquéllos realizados por bancos. "La oficina de intercambio es para la protección mutua contra solicitudes cuyos firmantes están registrados con fraudes, excesivas peticiones de préstamos o pagos habituales poco satisfactorios".^{14/} Cuando es necesario se visita otro banco para comprobar los saldos y el estado de otros préstamos. Los bancos que tienen un gran volumen de préstamos individuales están frecuentemente habilitados para conducir sus propias investigaciones de crédito. Por teléfono confirman con el propio patrón del solicitante, sobre el empleo, salario, tiempo de servicios, posición y su registro de trabajo. Aún estos bancos piden informes completos de agencias de crédito relacionadas con las solicitudes para préstamos considerados como riesgos poco comunes.

2.3. BASES DEL CREDITO

"Tres factores determinan la aceptación de crédito de un candidato; personalidad, capacidad y capital. A menudo condiciones extrañas (locales, regionales o nacionales) pueden afectar a la capacidad y al capital y también deben considerarse".^{15/}

Personalidad. En su acepción general, significa la naturaleza íntima de un individuo; puede ser buena, mala y algunas veces regular. En concepto, "la personalidad constituye la principal consideración para determinar los riesgos del crédito" ^{16/}; para nosotros significa responsabilidad moral, absoluta honradez e integridad. Determinar la personalidad es una tarea difícil. La personalidad implica apariencia y ésta puede -

^{14/} Ettinger, P. Richard y David E. Golieb, Créditos y Cobranzas C.E.C.S.A. México, 1984, Págs. 130 y 131.

^{15/} Cervantes Ahumada Raúl, Títulos y Operaciones de Crédito, Herrera, México, 1978, Pág. 98.

^{16/} Ettinger Richard P. y David E. Golieb. Créditos y Cobranzas, - C.E.C.S.A. México, 1984, Pág. 38.

ser engañosa. Los gerentes de crédito deberán usar todos los recursos a su alcance para poderse asegurar de que el candidato a crédito, tenga las cualidades de honorabilidad e integridad que le harán siempre estar bien dispuesto para pagar sus deudas "el crédito es inconcebible sin la confianza".^{17/} La importancia de la personalidad como elemento de crédito ha sido manifestada por banqueros como J.P. Morgan, que en una ocasión dijo -- "la personalidad es fundamental en transacciones bancarias".^{18/}

Capacidad. El hombre con personalidad cumplirá con -- sus obligaciones si puede. El crédito es una herramienta potente en negocios bancarios y personales. Usada con conocimiento y habilidad, sirve provechosamente tanto al acreedor como al -- deudor; usada sin experiencia, puede traer el desastre a ambos. Un deudor debe tener capacidad para cumplir sus obligaciones.

Educación, entrenamiento, experiencia, y la habilidad para aplicarlas a su máximo rendimiento para ganar la subsistencia, son normas importantes para medir la capacidad individual para pagar. La edad, salud y responsabilidades personales son consideraciones secundarias, pero importantes. El manejo de -- los fondos personales habilidad de vivir dentro y no pagar renta ---es un elemento esencial para juzgar la capacidad de crédito de un individuo.

La estabilidad en el empleo debe también considerarse al evaluar la capacidad. Un aspirante puede ser inaceptable para un crédito con abonos a largo plazo, si su patrón posee su historial de trabajador eventual o si el patrón está en condiciones financieras dudosas. La capacidad de crédito de un aspi

^{17/} Weston y Brigham, Fundamentos de Administración Financiera, Interamericana, México, 1983, Pág. 138.

^{18/} Esta nota la hizo el Sr. Morgan ante el Investigation Committee. Cit. Ettinger Richard P. y David E. Golliob, Créditos y Cobranzas. C.E.C.S.A., México, 1984, Pág. 38.

rante puede ser afectada por la política de su patrón.

El crédito puede ser otorgado a los consumidores, basándose en la capacidad y personalidad solamente, pero en crédito de negocios, el tercer elemento, capital, debe considerarse.

2.4. LIMITES DE CREDITO

"Los factores principales con los que el gerente de crédito cuenta para determinar los límites de crédito son:

1. Ingreso de la familia en proporción al número de sus componentes.
2. Otras obligaciones que disminuyan el margen del ingreso para cuentas corrientes.
3. La cantidad que el posible comprador pueda pagar sobre la cuenta, en un período de seis semanas. Este tiempo para la cuenta total del mes, más dos semanas en las cuales espera recibir y remitir".^{19/}

El límite regular de una cuenta corriente es flexible. Es el monto máximo fuera del cual no pueden autorizarse más cargos en la forma rutinaria. Cuando el departamento de crédito recibe noticias del contador de un sobrelímite, la experiencia de crédito y todos los puntos de responsabilidad de crédito son examinados como lo fueron cuando se abrió la cuenta; los datos de ésta pueden ser revisados antes de tomar cualquier acción sobre la misma. Por ejemplo, el límite puede ser incrementado, o la cuenta puede ser restringida y el cliente requi-

^{19/} Ettinger Richard, P. y David E. Gollied, Créditos y Cobranzas, C.E.C.S.A. México, 1984, Pág. 98.

rió consultar al gerente de crédito antes de adquirir mayores -
cargos.

Un límite de cuenta no evita sobrecompra en cualquier día. El departamento de crédito, ordinariamente, no está enterado del exceso hasta que los cargos son anunciados, a no ser - que el límite del pedido sea también forzado. Para prevenir de una sobrecompra a los clientes sobre sus cuentas muchos almacenes requieren que sus agentes de ventas aclaren con quien autoriza, toda venta a crédito sobre una cantidad dada, llamada límite de pedido. Algunos almacenes emiten placas de precios con marcas en clave para indicar el límite de pedido del cliente. - Las compras fuera de este límite deben ser aclaradas con el empleo de autorización de crédito antes que la mercancía sea entregada al cliente. Ningún método breve para aclarar cada compra a crédito puede prevenir a un cliente de una sobre compra - mediante diversas adquisiciones pequeñas en un día.

Frecuentemente, a la vez que un cliente solicita crédito, quiere hacer la compra y llevarse los bienes con él. De hecho muchos almacenes hacen la prueba preguntando al solicitante si desea hacer al momento, el cargo por la compra. Esto por su puesto, significa que es necesario la inmediata decisión de crédito. En tal caso, el que entrevista, transmite la solicitud - al gerente de crédito, quien prescribe el procedimiento rutinario que ha de usarse.

Una decisión de crédito de cuenta corriente, nunca es considerada como final. El departamento de crédito debe revisar constantemente sus decisiones y rectificarlas para hacer -- frente a cambios en las circunstancias del crédito del consumidor. El aumento de adquisiciones sobre el límite de cuenta, podría ser el resultado de un desarrollo en la situación financiera, en cuyo caso, la cuenta justifica el límite más alto.

Descontinuar el crédito tan pronto como una cuenta lle
gue a ser incobrable, sin dar al cliente una oportunidad de ex-
plicar su falta, puede costar al almacén el patrocinio de un --
cliente que valga la pena.

CAPITULO III

CREDITO COMERCIAL Y TARJETAS DE CREDITO

3.1. CREDITO COMERCIAL

"El crédito comercial es aquel que se usa para asegurar bienes para reventa a cambio de una promesa de pago en un tiempo futuro específico".^{20/} Los bienes involucrados pueden ser - materias primas, productos parcial o totalmente acabados; las - personas que vienen son comerciantes, distribuidores (intermediarios y mayoristas), maquiladores o fabricantes. El principal objetivo del crédito comercial es que se usa en un intercambio de bienes destinados para reventa, con o sin proceso adicional del comprador. El crédito comercial es el medio principal de cambio entre la producción y la distribución de los bienes - del consumidor hacia el punto de entrega al comerciante en pequeño. Un sistema de créditos altamente desarrollado y sensible ha resultado de la vital necesidad, muy extendida, de un -- crédito mercantil en el comercio.

"La función principal del crédito mercantil es facilitar el intercambio de bienes del productor al consumidor".^{21/}

3.2. EVOLUCION DEL CREDITO COMERCIAL

El crédito, empieza a contemplarse desde otro punto de vista, a partir del momento en que la venta de automóviles producidos masivamente por medio del crédito se incrementa; la gen

^{20/} Cervantes Ahumada, Raúl. Títulos y Operaciones de Crédito. - México, 1978. Pág. 209.

^{21/} Idem.

te adopta este tipo de planes con gran facilidad y los productos se ven beneficiados.

Los fabricantes de radios, refrigeradores, lavadoras - automáticas, juegos de televisión y otros artículos empiezan a vender sus artículos con mayor facilidad, ya que por medio del crédito a plazos que otorgan los comerciantes, familias de niveles medios pueden hacerse de ellos sin necesidad de contar con efectivo. Más y más consumidores empiezan a pedir el privilegio de abrir sus cuentas en tiendas comerciales y poder pagar a fin de mes.

Durante muchos años las condiciones normales de cuentas corrientes establecen como día de pago el diez de cada mes. Los pequeños comerciantes se vieron afectados al concederse un mayor número de créditos en las tiendas más grandes, ya que sus condiciones no les permiten competir a estos niveles; por lo tanto buscan entonces competir dentro del mercado a través de reformas en sus políticas de precios.

3.2.1. CUENTA CORRIENTE

Actualmente, la cuenta corriente es un artificio del comercio. "Los sistemas de tarjetas de crédito básicamente - - cuentas corrientes --hacen innecesarias las compras en efectivo de todo tipo de bienes y servicios".^{22/}

Las tiendas al menudeo usan cuentas corrientes para -- promociones de ventas; ellas compiten entre sí para desarrollar y acrecentar sus facilidades de pago.

^{22/} Hewitt Rogers. Fundamentos de Crédito al Consumidor. Diana. - México 1979, Pág. 10.

La competencia aguda tiende a influir sobre el gerente de crédito, para ser menos discriminador al aprobar solicitudes; su tienda DEBE aumentar sus cifras de ventas. El hacer esto, -- debe satisfacer la competencia del crédito y al mismo tiempo -- evitar pérdidas considerables por cuentas anormales.

El principio de cuentas corrientes ha cambiado poco. -- El pago total dentro de un periodo determinado, sin cargo adicional, es un hecho común sobresaliente de toda cuenta corriente. Casi todas las tiendas de departamentos mantienen ahora -- servicio de cuentas corrientes para cualquier cliente que pueda satisfacer los requisitos de crédito. La cuenta corriente, como un símbolo de posición social, ahora refleja un ingreso estable más que riqueza; las familias de medios muy limitados pueden usar la cuenta corriente como un medio de financiar sus propias necesidades de cada mes.

"Las cuentas corrientes, a diferencia de otros planes de crédito al detallista, no involucran, comúnmente, contratos formales o instrumentos de crédito".^{23/}

El comerciante hace un asiento de cargo en el libro mayor sobre la cuenta de cada cliente según las compras que haga. La mayor parte de las tiendas piden al cliente que firme una nota de venta reconociéndola, pero algunas tiendas no requieren de esta formalidad. En zonas urbanas, un gran volumen de ventas en cuenta corriente se hace por teléfono. El cliente, contestando a un periódico o cualquier otro anuncio, telefonema a la tienda y ordena la mercancía que deba ser enviada y cargada a su cuenta.

^{23/} Weston y Brigham, Fundamentos de Administración Financiera.- Interamericana. México 1983, Pág. 223.

Treinta días son considerados como el período normal - de crédito para cuentas corrientes, pero el período de crédito varía grandemente en la práctica.

Cuando el crédito a plazos es extendido por productos, como el uso comercial o de negocios, el crédito es conocido como crédito productivo a plazos o como a la venta de un auto para uso familiar, se considera como crédito del consumidor o como crédito al detallista a plazos. Si el crédito a plazos es extendido en la venta de un camión, se considera como crédito productivo a plazos, aunque ambos, auto y camión, sean vendidos por el mismo negociante al mismo cliente al menudeo. Un refrigerador eléctrico es vendido a una ama de casa sobre crédito al consumidor a plazos; un congelador es vendido a un abarrotero sobre crédito productivo a plazos.

En términos de contrato, las cuentas productivas a plazos son equivalentes a las cuentas al menudeo a plazos; pero ambos se establecen sobre las mismas bases que otras cuentas de crédito mercantil.

De otra manera, el análisis del riesgo crediticio en una venta a plazos a un hombre de negocios, es el mismo que se hace en cualquier transacción de crédito mercantil.

Un crédito productivo a plazos, en todas sus fases, es similar al crédito mercantil o al de menudeo a plazos.

3.2.1.1. CONDICIONES DEL CREDITO EN VENTAS A PLAZOS^{24/}

En los primeros años de las ventas a plazos, la durabi

^{24/} FUENTE: Ettinger Richard, y David E. Golieb, Créditos y Cobranzas. - C.E.C.S.A. México, 1984. Págs. 109 a 115.

lidad del producto era la primera consideración en la venta de bienes del plan a plazos. Por esto, el vendedor empezó a poner más atención al examinar al solicitante como un riesgo de crédito y fue eliminando los riesgos indeseables, en lugar de la reposición y venta de los bienes. Con estas bases más firmes para el crédito se llegó a patentizar que los bienes delicados -- así como los durables inclusive viajes aéreos alrededor del mundo, podían ser vendidos sobre el plan a plazos.

Las condiciones de un contrato de ventas a plazos consta de cuatro elementos básicos: el enganche, pagos periódicos iguales, el recargo y el vencimiento de la deuda.

El riesgo del vendedor se reduce mediante un fuerte enganche, pagos periódicos considerables y corto vencimiento. El gravamen del comprador es facilitado por el enganche reducido, los pagos periódicos pequeños por un vencimiento prolongado; pero a mayor periodo, mayor recargo. (Mayor costo para el consumidor no necesariamente significa mayores utilidades para el -- vendedor: cuesta más al vendedor llevar una cuenta durante un periodo prolongado). Estos intereses en contacto dan por resultado una verificación amplia en las condiciones de ventas a plazos. Las tiendas que venden sobre un plan a plazos compiten en condiciones liberales ofrecidas a fin de obtener un mayor volumen de negocios.

Enganche. El enganche mínimo requerido en ventas a plazos para los nuevos consumidores alcanza desde el 10 al - - 33.1/3% del precio de compra. El porcentaje varía con la categoría de almacén e inclusive dentro de uno mismo en particular, para diferentes tipos de mercancías. Cuando el principio fundamental de la venta de un artículo, en el plan a plazos, era el monto que traería sobre la venta, la tendencia era el requerimiento de fuerte enganche. Actualmente, los establecimientos -

a plazos más grandes y las tiendas de departamentos comerciales realizan ventas principalmente sobre la conveniencia del riesgo de crédito. Por consiguiente, son liberales para pedir el enganche. Algunos almacenes requieren poco o ningún enganche particularmente a clientes con buen crédito establecido. Ellos toman en cuenta que si el riesgo es conveniente y la compra razonable, el enganche no es necesariamente materializado. Con frecuencia al cliente se le pregunta francamente cuanto desea pagar al contado, y que cantidad le será aceptada, naturalmente - si esto está dentro de los límites de la política del almacén.

Unidad de Pago y Vencimiento. El saldo que está formado por el precio de adquisición del producto, menos el enganche pagado, más los recargos por el crédito, en un contrato para el pago a plazos, se hace pagadero en cantidades iguales, por regla general en periodos mensuales y en algunas ocasiones, en el caso de comercios pequeños, en pagos semanales.

Los vendedores a plazos más accesibles, prolongan el periodo de pago de tal manera que matemáticamente el monto de pago ya sea mensual o semanal se ve disminuido y el consumidor ve aligerada su carga.

Los plazos mayores para las ventas a plazos, se hacen sobre la base de un reembolso en veinticuatro, treinta o inclusive treinta y seis meses. Cada almacén fijará de acuerdo a sus políticas y necesidades lo referente a las unidades de pago y las fechas máximas de vencimiento.

"Los factores determinantes para la fijación de las unidades de pago y fecha de vencimiento son: capacidad de pago del cliente, tipo de bienes, monto total de los bienes vendidos

por el almacén, tendencia económica y cargos por servicios".^{25/}

- a) Capacidad de pago del cliente. Un cliente con un ingreso personal decoroso, pero sin suficiente - efectivo para pagar dentro del período de una cuenta corriente, puede desear realizar sus pagos en un tiempo de cuatro a seis meses. Un cliente con pequeño ingreso tendrá que extender sus pagos en lapsos más largos. Cada caso es generalmente analizado sobre sus propios méritos y la unidad de pago es adaptada a la capacidad (algunas veces al de seo) de pago del cliente.
- b) Tipo de bienes. Bajo una firme política de crédito a plazos, el tipo de bienes vendidos afectará - la fecha de vencimiento del contrato. Lógicamente, los bienes delicados que durarán solamente unos - cuantos meses serían vendidos sobre condiciones menos liberales que el mobiliario doméstico, el cual puede durar mayor tiempo. Las dificultades de cobro se aumentan cuando un cliente debe pagar por - bienes desgastados o rotos.
- c) La mayoría de los establecimientos adaptan la fecha máxima de vencimiento al monto total de bienes vendidos, así que la unidad de pago será un apuro para el cliente.
- d) Tendencia económica. Hemos notado que las condiciones económicas generales son factor importante-

^{25/} Ettinger Richard, P. y David E. Golliieb. Créditos y Cobranzas: C.E.C.S.A. México 1984, Pág. 106.

al analizar el riesgo del crédito. "Las tendencias económicas tienen una influencia decisiva en las condiciones del crédito a plazos por el elemento tiempo involucrado".^{26/}

Cuando las situaciones pobres en los negocios parecen ser inminentes, el vendedor a plazos se inclina por solicitar unidades de pago más grandes adelantando la fecha de vencimiento, a fin de evitar serios problemas de cobro si el cliente es afectado por una baja repentina en las condiciones de los negocios.

- e) Cargos por servicios. Recargos y servicios en una venta a plazos involucran muchos gastos que no provienen de la caja y "cargos" regulares de ventas. Los gastos de oficina-entrevistas, investigaciones, cobros de cheques contabilidad, archivo, timbres, papelería y efectos de escritorio y cobranzas son tomados en cuenta y frecuentemente alcanzan en una pequeña venta tanto como en una de monto considerable. Las pérdidas de una cuenta incobrable deben también ser consideradas. Además, el capital del comerciante es obstruido durante un período prolongado. Si financia las ventas a plazos asignados - sus cuentas por cobrar, tiene el costo adicional de este procedimiento. Obviamente, un establecimiento que opera a plazos no tendrá éxito si no hace un presupuesto de estos costos y los aprueba sobre el crédito del cliente de una u otra manera.

^{26/} Weston y Brigham. Fundamentos de Administración Financiera. Interamericana. México 1983, Pág. 506.

Algunos almacenes aconsejan "no cargar al crédito", pero ellos deben valorar sus bienes para cubrir los gastos extra. Algunas tiendas imponen un recargo redondo por servicios sobre todas las ventas a plazos. La práctica más común es aumentar un cierto porcentaje usualmente cerca del 1% por mes, sobre el precio de venta menos el enganche. Este cargo es sumado al saldo y el total es dividido entre las unidades de pago.

3.2.1.2. LIMITE DEL CREDITO A PLAZOS E INSTRUMENTOS DE FIANZAS

Cada vez que se hace una compra a plazos, el cliente va a la oficina de crédito y arregla las condiciones de pago. Sin embargo, el límite de un crédito a plazos no tiene la misma significación que el del crédito para una cuenta regular o para una cuenta renovada. El archivo de crédito es revisada cada vez que se hace una compra. La aprobación de un pedido depende si el cliente será capaz de satisfacer los cambios necesarios a las condiciones de la cuenta. La decisión se basa principalmente en: (1) el ingreso familiar y el número de personas que dependen de él y (2) otras obligaciones que disminuyen el margen de ingreso disponible para satisfacer los pagos a plazos.

"Las ventas a plazos se hacen bajo contratos escritos. El comprador generalmente da un pagaré así como un contrato de venta condicional o un hipoteca de bienes muebles. Bajo un contrato de venta condicional, los bienes son entregados al comprador, pero el título de propiedad permanece con el vendedor hasta que los bienes son pagados totalmente, o hasta que las condiciones del contrato son cubiertas".^{27/} Usa una hipoteca de bienes muebles, el vendedor transfiere los bienes al comprador, --

^{27/} Hewitt Rogers, Fundamentos de Crédito al Consumidor, Diana, - México 1979, Pág. 109.

quien a su vez, efectúa una hipoteca de bienes muebles a favor del vendedor. Este título de crédito da al vendedor un derecho de propiedad sobre los muebles y, al mismo tiempo, una obligación al que hace la hipoteca por si no cumple con los términos del contrato.

"Un depósito es la entrega de bienes en confianza".^{28/}

Asignación de sueldo. Una asignación de sueldo no puede ser clasificada como garantía, pero a menudo, se combina con un contrato de venta condicional o con una hipoteca de bienes muebles para dar al vendedor protección adicional. Una asignación de sueldo, si el cliente falla en sus pagos, el vendedor notifica al patrón del cliente que éste tiene una asignación, los sueldos o parte de ellos, son, entonces, pagados directamente al vendedor. Las asignaciones de sueldo son muy útiles si los productos objeto de la transacción son fáciles de recuperar, como por ejemplo ropa, joyas, etc. Algunos países prohíben totalmente las asignaciones de sueldo y otros, limitan la proporción de salario que puede ser pagado al vendedor.

"En México la asignación de sueldo está prohibida parcialmente. El patrón de cualquier negociación particular solamente pagaría por su empleado en el caso de que hubiese firmado como fiador y esto se encuentre expresamente estipulado en el contrato de compra; después y mediante orden judicial promovida por la demanda legal del vendedor procedería, primero a demandar legalmente a su empleado contratante y luego, por mandato judicial descontar del salario parcial o total hasta cobrar lo desembolsado por la deuda, más los gastos erogados del juicio"^{29/}

^{28/} Código de Comercio y Leyes Complementarias. Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. art. 305. Porrúa. México - 1985. Pág. 319.

^{29/} Código de Comercio y Leyes Complementarias. Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. Porrúa. México 1985. Págs.

Cuando se trata de trabajadores al servicio del estado, cuyo patrón es el gobierno y el empleado compra mercancía a crédito en una tienda, pongamos, por ejemplo, que sea patrocinada o dependiente del Banco del Ejército y Armada Nacionales, Oficialmente se gira la orden de descuento al salario del empleado sobre el monto señalado en el contrato y el pagador gira.

3.2.1.3. CREDITO RENOVADO

"El crédito renovado es una mezcla de cuenta corriente y de plan a plazos. Se desarrolló fuera de los 90 días de la cuenta corriente con la adición de un cargo al saldo no pagado al final de cada mes.^{30/} Se fija un límite definido sobre la cuenta y una cantidad determinada es pagadera cada mes; las compras, pueden hacerse contra la cuenta cada mes y son tan grandes cuando el saldo no exceda del límite. El saldo puede nunca ser liquidado por que el crédito "renueva vuelta y vuelta" como la tienda de departamentos lo coloca a propósito.

La negociación para el crédito se hace solamente una vez, cuando establecen las cuentas renovables. Generalmente, el cliente es entrevistado en el departamento de crédito y la decisión de crédito se hace después de una investigación de rutina. Un convenio, establece las condiciones, tales como el límite de la cuenta y los requisitos de pago, y es firmado por el cliente. Una vez aprobada la cuenta, el cliente puede cargar cualquier monto hasta el límite; adquiere mercancía de la misma manera que en una cuenta corriente; no hay necesidad que vaya al departamento de crédito para la aprobación de una compra individual. Como los pagos se hacen sobre la cuenta, las compras adicionales a crédito, pueden efectuarse tan grandes como el lí

^{30/} Ettinger Richard, P. y David E. Golliob, Créditos y Cobranzas. C.E.C.S.A. México, 1984. Pág. 91.

mite del crédito lo permita.

Los pagos sobre cuentas renovables son, usualmente, colocados en proporción con el límite de la cuenta, aunque algunas tiendas fijan los pagos como un porcentaje del saldo establecido con un mínimo de rebaja en él. Generalmente, los pagos se cambian cuando el límite de la cuenta es pagado dentro de un periodo específico, usualmente, no más de 12 meses y a menudo - como mínimo 5 meses. Una vez que el crédito da la capacidad -- del cliente para pagar.

La cuenta de crédito renovado ha dado gran impulso a - la promoción de ventas. Muchas grandes tiendas de departamen- tos, así como las más grandes casas de giros postales, actual- mente promueven cuentas de crédito renovable en sus anuncios. - La aceptación pública de este tipo de crédito ha tendido a esta bilizar el crecimiento de las cuentas corrientes, desde que mu- chas tiendas no permiten a los clientes mantener cuentas co- rrientes regulares y cuentas renovadas al mismo tiempo. Algun- nas tiendas ofrecen cuentas regulares a sus clientes, la alter- nativa de convertir sus cuentas corrientes a cuentas de crédito renovadas, o de pagar un cargo adicional sobre el saldo de la - cuenta corriente así llega a ser una cuenta renovada con perio- dos de paga flexibles.

Los proyectos de crédito renovado han desplazado gran- demente a los planes de crédito en cupones, los cuales fueron - populares al principiar los años 50. Bajo el plan de créditos- en cupones el cliente compra libros de cédulas o cupones, los - cuales puede ser cambiados como dinero por mercancías. Ordina- riamente, el cliente hace un pago al contado por los cupones y - paga el saldo más un cargo, en plazos definidos. Este plan simplifica los procedimientos de cargar a cuenta y pagos, pero no - concede crédito al cliente, más allá del monto de los cupones -

comprados hasta que la cuenta es totalmente pagada o hasta que un nuevo contrato es negociado.

"La ventaja principal del crédito renovado para el comerciante al menudeo, se refleja en el incremento del volumen de ventas".^{31/}

Es probable que el cliente use la cuenta constante. Este sistema, aunque ocasiona mayor contabilidad que el crédito de cuenta corriente y que otra parte obstruye al capital de trabajo durante periodos más largos, se sostiene asimismo si el volumen es considerable. El interés sobre la cuenta se paga por el trabajo adicional y el "uso de dinero". El 1.5% mensual -- agregado al saldo establecido, por la mayor parte de las tiendas, en muchos casos incluyen algunas utilidades para las mismas sobre el costo del crédito.

3.3. SISTEMA DE TARJETAS DE CREDITO

En años recientes ha ocurrido una transferencia cada vez mayor de las actividades implicadas en el otorgamiento y cobro de cuentas de crédito revolvente de los detallistas a los bancos comerciales y compañías privadas. Los planes de tarjetas de crédito bancarias son los que comentaremos a continuación.

Los planes de la tarjeta de crédito bancaria, o como a veces se les llama, planes de cuenta corriente bancaria, se ha vuelto un medio cada vez más importante del que disponen los vendedores al menudeo para llevar a cabo negocios de crédito pe

^{31/} Cervantes Ahumada, Raúl. Títulos y Operaciones de Crédito. - Herrero. México 1978, Pág. 108.

ro conservándose sobre una base de fuentes al contado. Estos planes son relativamente nuevos pues antes de 1950 apenas se les mencionaba. En agosto de 1951 el Franklin National Bank, en Nueva York, inició la primera de las tarjetas de crédito bancarias actuales. En los dos años siguientes casi cien bancos entraron en el campo esperando utilidades sustanciales, más cerca de la mitad se suspendieron pronto. En México la primera tarjeta de crédito que surge es la tarjeta del Banco Nacional de México, actualmente Banamex, a ésta siguieron Carnet, Bancomer, American Express, Visa, Carte Blanche, etc.

Hasta 1970 aproximadamente, los programas de tarjetas de crédito bancarias fueron principalmente planes locales de ventas al menudeo. Sin embargo a partir de esta fecha se introdujeron muchas prácticas, para la distribución de las tarjetas de crédito más allá de los límites geográficos nacionales. Algunos bancos han aumentado la cobertura firmando convenios concorresponsales, y varios grupos han estado de acuerdo en intercambiar sus tarjetas, esto es, aceptar sus tarjetas en el área comercial de otro. Un ejemplo de esta práctica es la tarjeta de crédito Carnet.

Las tarjetas de crédito bancario se utilizan principalmente como un medio para comprar a empresas que venden al menudeo. Las tarjetas de crédito se expiden a nombre de los consumidores, que pueden ser o no depositantes en el banco que las expide.

3.4. INTERES (TARJETAS DE CREDITO)

Los intereses anuales por saldos insolutos diarios causados, en mayo de 1981, era a través de la aplicación de una tasa de interés variable en relación al costo porcentual promedio

de captación, el cual se determina tomando en cuenta. "La tasa y, en su caso, la sobretasa de interés de los pasivos en moneda nacional de la Banca Nacional, correspondientes a préstamos de empresas y particulares, depósitos a plazo excepto de ahorro, - así como en su oportunidad, bonos bancarios".^{32/} Dicho costo - lo da a conocer mensualmente el Banco de México, y para fines - prácticos se denomina C.P.P.

Desde septiembre de 1982, esta tasa de interés causado se modificó y se obtenía sumando 10 puntos al C.P.P. A partir del 1° de noviembre de 1985, la tasa de interés que se carga a la línea de crédito concedida es de 1.25 veces al C.P.P., por - lo tanto, la tasa de interés aplicable para las tarjetas de crédito es variable o mensualmente se ajusta, en la misma medida - en que se aumente o disminuya el C.P.P. o el costo porcentual - promedio que lo sustituya.

La tasa de interés inicial y los ajustes mensuales que se efectúen en función de las variaciones del C.P.P. se redondean al cuarto de punto más cercano y éste será el tipo de interés a pagar por el cliente. Los intereses serán pagados por - mensualidades vencidas en las mismas fechas en que se efectúen los pagos del capital. El C.P.P. que servirá de base para determinar las tasas de interés aplicables, será el del mes a que corresponda la fecha de corte del estado de cuenta respectivo.

En caso de mora en los intereses también se aplicará - una tasa variable, que será causando al interés normal ajustado, el 50% del mismo interés ajustado.

Es importante señalar también, que "en el caso de que -

^{32/} Banamex, División de Tarjetas de Crédito. Folleto de Aplicaciones. México 1985.

se suprima o se suspenda el servicio que el Banco de México proporciona con respecto al C.P.P., el cliente y el banco negociarán las tasas de interés que deberán de aplicarse en lo sucesivo, conforme a bases generales del costo propuesto por el banco. Si el banco y el cliente no se ponen de acuerdo en un plazo de treinta días, el banco podrá dar por vencido el contrato de crédito y se aplicarán los intereses moratorios que mencionamos anteriormente".^{33/}

Las comisiones, así como los puntos adicionales al C.P.P., que sirven para determinar las tasas de interés que se causen, pueden ser modificados por el banco previo aviso al cliente con sesenta días de anticipación.

El banco deberá de formular y enviar al cliente su estado de cuenta mensual, el cual deberá de indicar: las cantidades cargadas y abonadas, los intereses causados, así como la fecha límite para pagar y no causar intereses por mora. Dichos estados deberán de ser remitidos dentro de los cinco días siguientes al corte de la cuenta.

Las instituciones prevendrán por escrito a los acreditados la fecha de corte, misma que no podrá variar sin previo aviso, también por escrito y con treinta días de anticipación. El acreditado tendrá un plazo de cuarenta y cinco días contados a partir del corte, para objetar su estado de cuenta, por lo que si no lo recibe oportunamente, deberá de objetarlo ante la institución otorgante para poder objetar a tiempo.

^{33/} Idem.

3.5. CONSIDERACIONES SOBRE TARJETAS DE CREDITO

Generalmente, los bancos grandes han iniciado sus planes por medio del envío por correo de tarjetas no solicitadas - pero tampoco indiscriminadamente-- a personas seleccionadas. Actualmente hay un cargo por manejo y expedición de tarjetas de crédito; la tarjeta da derecho al tenedor a hacer compras en -- aquellas firmas que han aceptado el contrato. El banco factura mensualmente al tenedor de la tarjeta generalmente sobre una base de facturación cíclica, y el tenedor de la tarjeta tiene la opción de pagar la totalidad del saldo dentro del saldo especificado. Generalmente entre 25 y 30 días, sin ningún cargo financiero. Si no paga en su totalidad dentro del tiempo, su cuenta se coloca sobre la base de crédito revolvente con un cargo adicional por interés y manejo de cuenta.

La tarjeta juega un doble papel al dar prueba al comerciante de que se ha dado crédito al consumidor y de que es un medio adecuado y conveniente para facilitar las ventas. El comerciante deposita sus volantes de ventas en el banco que espide la tarjeta. En cualquier caso al comerciante se le abona de inmediato un depósito (menos un descuento) en su cuenta.

Considerando la tarjeta de crédito, como un hecho, su revolución puede verse a todo nuestro alrededor; existe gran -- preocupación por una sociedad sin dinero; a este respecto existe una preocupación general en la comunidad bancaria. En unos años conforme a parámetros estimados en 1970 su uso sería muy -- generalizado, nuestro país al igual que muchos otros del resto del mundo atraviesan por épocas de crisis en las que el uso de la tarjeta de crédito disminuye considerablemente, no sólo, por pérdida del poder adquisitivo, si no por la disminución del nivel de ahorro, que hace que la gente se comprometa, menos a ad-

quirir artículos o servicios con dinero que no tiene y que difícilmente obtendrá. La tarjeta de crédito bancaria, con algunas excepciones, está pasando grandes dificultades para quedar establecida como un servicio bancario viable. Sin embargo, en la actualidad se busca incrementar los servicios de las tarjetas de crédito, se pueden utilizar para realizar operaciones bancarias de diversos tipos, y de esta manera ahorrar tiempo; con ellas se puede obtener dinero en efectivo, durante las 24 hrs. del día, con lo cual se incrementa la liquidez del que la posee, etc. Hay una gran dosis de inseguridad en lo que respecta al futuro en materia de tarjetas de crédito, sin embargo, es obvio, que un sistema de pago integrado, de amplitud nacional, abarcaría visualmente a cada elemento de la sociedad.

CAPITULO IV
CREDITO BANCARIO, PERSONAL E HIPOTECARIO

4.1. CONCEPTO DE CREDITO BANCARIO

Crédito Bancario. De acuerdo con la estructura del -- sistema crediticio mexicano, existe un sector, que opera el mercado de dinero para las personas físicas y morales del país a base de captar recursos del público y canalizarlos a todos los sectores de la economía.

Sus operaciones se denominan pasivas cuando se orientan a captar recursos; y son operaciones activas las que canalizan esos recursos al público mediante una serie de mecanismos -- (fundamentalmente créditos) aprobados y regulados por las autoridades del país.

Un banco para otorgar créditos debe de realizar sus investigaciones de una manera más exhaustiva y conservadora que -- las instituciones mercantiles.

Además de las operaciones anteriores, "la banca puede -- efectuar las siguientes operaciones activas y servicios a la -- clientela:

- Administración de valores.
- Cajas de seguridad.
- Cartas de crédito para viajero sobre el país.
- Cartas de crédito para viajero sobre el extranjero.
- Cartas de presentación a corresponsales del país.

- Cartas de presentación a corresponsales en el extranjero.
- Certificación de cheques.
- Cobranzas del extranjero.
- Cobranzas sobre plaza e interior
- Compra venta de oro y plata.
- Compra venta de moneda extranjera.
- Compra venta de valores.
- Concentración de fondos del país.
- Custodia de valores.
- Cheques de viajero.
- Ensobrado de nóminas.
- Fideicomiso.
- Futuros.
- Impresión de cheques especiales.
- Informes de crédito.
- Ordenes de pago sobre el extranjero.
- Ordenes de pago sobre el interior.
- Pagos autorizados sobre plaza interior o extranjera.
- Pagos periódicos por cuenta de clientes.
- Préstamo para la vivienda de interés social.
- Préstamos personales.
- Préstamos para la adquisición de bienes de consumo duradero.
- Recolección y entrega de fondos a domicilio por camioneta.
- Remesas en camino sobre el extranjero.
- Tarjeta de crédito.
- Ventas de giro sobre el extranjero.
- Ventas de giro sobre el interior"^{34/}

^{34/} Banco B.C.H., Manual Interno, Dirección de Capacitación y Desarrollo. México.

4.1.1. PRESTAMOS DIRECTOS, EN BLANCO O QUIROGRAFARIOS

Este tipo de préstamo puede considerarse como la operación clásica activa del crédito bancario, ya que para su otorgamiento no se exige más garantía que la que ofrece el sujeto de crédito como persona y consiste en que los bancos pueden conceder a determinados clientes, que comprueben su capacidad económica y moral (y previo establecimiento de una línea de crédito) préstamos documentados mediante pagarés directos llamados también préstamos en blanco o préstamos quirográficos, que presenten el compromiso que adquiere el cliente con un banco, de pagarle a su vencimiento, la cantidad respectiva.

Los préstamos directos son de las operaciones en las que particularmente se tienen presentes las normas y prácticas bancarias en cuanto a:

- 1) Solvencia moral y económica del solicitante.
- 2) Capacidad de pago.
- 3) Arraigo en la localidad.
- 4) Experiencia en su negocio o actividad.
- 5) Antecedentes de crédito.
- 6) Conveniencia y productividad.
- 7) Garantías.
- 8) Aspecto legal.

Sin embargo, cuando el banco considera que la solvencia tanto económica como moral del cliente no es lo suficiente amplia para justificar el préstamo, se exige una segunda firma que reúna las cualidades de buena solvencia moral y económica; además el cliente puede ofrecer un aval o letras o pagarés provenientes de la compra-venta de mercancías o de efectos comerciales, en garantía colateral o cualquier otra garantía que haga factible el crédito.

"El plazo máximo que la ley fija es de 180 días, sin embargo, los bancos procuran limitar el vencimiento de los pagarés a 90 días como máximo".^{35/}

Los pagarés directos son renovables una o más veces -- hasta un máximo de 360 días a partir de la fecha de su otorgamiento. En el artículo 12 de la Ley Bancaria, se indica que se entenderá como renovada una operación cuando su vencimiento se prorrogue, o también se liquide con el producto de otra operación de crédito en la que sea parte el mismo deudor, aunque se haga aparecer la liquidación en efectivo y se amortice parcialmente la deuda.

Los pagarés deben estar suscritos por personas físicas o moral y nunca por una denominación comercial que no tenga personalidad jurídica.

Dada la situación actual de fluctuaciones en las tasas de interés se considera que en cada operación el cliente deberá informarse previamente de las tasas vigentes y los diferentes mecanismos que se pueden aplicar.

4.1.2. PRESTAMOS DIRECTOS CON GARANTIA DE CONTRA-RECIBOS

Consiste en que personas físicas o morales pueden disponer de créditos sobre aquellos que tengan a su favor, y a cargo de clientes propios, siempre que se encuentren amparados -- por contra-recibos, es decir, que con ellos se puede obtener la liquidación anticipada de los deudos a cargo de clientes, consiguiendo recursos financieros para ampliar el capital, etc.

^{35/} Código de Comercio y Leyes Complementarias. Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. Art. 172, Porrúa. México - 1985. Pág. 270.

Los bancos conceden estos créditos por el 80% del valor de los contra-recibos, debiéndose formalizar mediante un -- contrato de Apertura de Crédito con Garantía de Contra-Recibos, el cual debe de ser ratificado ante corredor público o la prime ra autoridad del lugar. El vencimiento de los contra-recibos - debe de ser anterior al pagaré.

"Son requisitos para la adquisición de este tipo de -- préstamos:

- 1) Arraigo en la plaza.
- 2) Contar con un capital de importancia.
- 3) Ser de reconocida solvencia moral y económica.
- 4) Tener línea de Crédito establecida.
- 5) Operar con almacenes y compañías de reconocida sol vencia moral y económica y en su caso con oficinas descentralizadas".^{36/}

4.1.3. PRESTAMOS PRENDARIOS

El préstamo prendario, llamado también pignoraticio, - es el crédito en que, para su otorgamiento, se exige una garantía real no inmueble. Se documenta mediante un pagaré que debe reunir los mismos requisitos que menciona el punto 3.4.2. (pré stamo directo), pero además debe quedar descrita una garantía.

En algunos casos también es usual que se documenten me diante contratos convencionales cuando existen circunstancias - especiales que así lo ameriten.

En este tipo de préstamos, aún cuando la garantía de -

^{36/} Banco B.C.H. Manual Interno. Dirección de Capacitación y Desarrollo. México.

la operación se apoya fundamentalmente en la prenda, los bancos no dejan de tomar en cuenta la capacidad de pago del acreditado, ya sea que ésta dependa de la venta de los valores o mercancías pignorados, o de otro tipo de factores; pues hay que tener presente que casi en ningún caso le resulta conveniente a los bancos adjudicarse la prenda para recuperar un adeudo, por las dificultades que generalmente implica.

El total de préstamos prendarios que los bancos otorgan a un cliente sólo suele ser mayor del 30% de su capital -- real ajustado. El importe total de estos préstamos no debe exceder del 80% del valor de la prenda.

Si se trata de mercancías, la prenda debe de estar depositada en Almacenes de Depósito; y asegurada a favor del banco que da el crédito y amparada a favor del mismo banco. La prenda debe estar asegurada por una suma que cubra cuando menos el valor del crédito.

La prenda sobre bienes o valores, según la Ley Bancaria debe constituirse en la forma prevista por la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito, bastando, el efecto que se consigue en el documento de crédito respectivo, con los datos necesarios para su identificación.

Es importante señalar, que el deudor deberá entregar -- al banco un endoso de la compañía por la totalidad de la póliza de seguro.

Tratándose de garantía de valores, los bancos sólo -- aceptan valores cotizados por la Bolsa de Valores, siempre y -- cuando tengan un mercado constante y estabilidad aceptable en -- los precios.

"La prenda puede constituir en:

- a) Bienes o títulos, que se entregan al acreedor y -- que deben ser al portador.
- b) Por endoso (garantía), de los títulos de crédito a favor del acreedor si se trata de títulos nominativos. Si de esta clase de títulos lleva registro - el emisor, se le debe dar aviso para que anote el- endoso en el registro correspondiente.
- c) Por el depósito de los bienes o títulos, si son al portador, en poder de terceros que las partes ha- yan designado a disposición del banco.
- d) Por el depósito de los bienes bajo control directo del banco, en los locales cuyas llaves queden en - poder de éste, aún cuando tales locales sean pro- piedad o se encuentren dentro del establecimiento- del acreditado.
- e) La prenda de créditos en libros, deberá hacerse -- constar en contrato, teniendo cuidado de que se ha- yan especificado en las notas o relaciones se - - transcriben en la institución acreedora en un li- bro especial en asientos sucesivos, en orden crono- lógico, en el que se expresará el día de la ins- - cripción a partir de la cual la prenda se entende- rá constituida.

El deudor se considerará como mandatario del acre- dor para el cobro de los créditos y tendrá las - - obligaciones y responsabilidades civiles y penales que al mandatario corresponden.

- f) En el caso de préstamos prendarios para bienes de consumo duradero, la prenda se constituye con la entrega al banco de la factura que acredite la propiedad sobre la cosa comprada, haciendo en ella la anotación correspondiente, quedando el bien en poder del deudor, con el carácter de depositario, -- que no podrá revocársele en tanto esté cumpliendo con los términos del contrato del préstamo".^{37/}

Los bancos tienen cuidado de no aceptar como prendas mercancías o productos agrícolas que tengan algún gravamen como consecuencia de algún préstamo de habilitación o avío, o refaccionario.

La principal ventaja de este tipo de crédito es -- que el cliente obtiene el financiamiento necesario para desarrollar sus actividades dejando como garantía alguna prenda aceptable al banco y no inmediatamente necesaria en las operaciones del solicitante.

4.1.4. REPORTOS

Se puede decir que el reporto es un contrato que consiste en la compra de valores que los bancos hacen a sus clientes, siempre que dichos valores se encuentren debidamente autorizados por la Comisión Nacional de Valores; el precio al que se adquieren lo fijan de común acuerdo el banco y el cliente.

Los bancos se obligan a vender la misma cantidad de -

^{37/} Código de Comercio y Leyes Complementarias. Ley General de -
Títulos y Operaciones de Crédito. art. 334, Porrúa, México, -
1985. Pág. 327.

títulos o valores, de la misma especie de los que adquirieron - del cliente, al vencimiento del contrato, mediante el pago del precio acordado, más una prima.

Los bancos cobran el mismo interés que en cualquier -- operación, pero en este caso recibe el nombre de premio. "Las operaciones de este tipo se efectúan a un plazo de 45 días maximo, pero se puede renovar indefinidamente, siempre y cuando las partes estén de común acuerdo".^{38/}

Este tipo de contrato constituye una gran posibilidad para aquellas personas que tienen inversiones en valores en cantidades considerables y necesitan dinero, pero no quieren vender esos valores, los bancos pueden ofrecerles determinada cantidad convenida, obligándose a devolver estos valores, con las mismas características, al finalizar el contrato.

4.2. CREDITO DE PRESTAMOS INDIVIDUALES

Los términos "préstamos al consumidor" y "préstamos individuales", se usan indistintamente para solicitar un préstamo de las siguientes características: (1) se hace a un consumidor; (2) lo hace una institución financiera especializada o por un departamento específico de una institución financiera; (3) se realiza para un propósito determinado; (4) la cantidad máxima es limitada por la política del prestamista y por la ley; (5) - se reintegra a plazos.

En el crédito para este tipo, conocido como préstamo - en efectivo, el prestatario va directamente al prestamista y hace

^{38/} Idem. Art. 265. Pág. 308.

su solicitud. Este efectúa la entrevista e investigación de crédito necesaria.

4.3. COMPANIAS FINANCIERAS

Muchos comerciantes que venden bienes sobre el plan a plazos no podían exponerse a hacer eso si tenían que conservar sus fondos para ligarlos en contratos a plazos, inclusive aquellos de tiempo relativamente corto. Las compañías de ventas, y en menor grado, los bancos, financian estas ventas de comerciante de bienes durables sobre el plan a plazos. La operación es, en efecto, préstamo indirecto por las agencias financieras al consumidor. Las compañías financieras de ventas fueron las pioneras en este campo, precisamente como lo fueron en el certificado de depósito a través del uso de recibos de depósito.

Algunas veces, una compañía financiera de ventas es organizada con el propósito expreso de manejar los documentos a plazos sobre productos hechos por un manufacturero o a un grupo de éstos. Por ejemplo, la General Motors Acceptance Corporation compra solamente contratos a plazos sobre ventas hechas por tratantes con franquicia de la General Motors Corporation.

En el financiamiento indirecto de ventas a plazos, el posible comprador hace la solicitud para crédito al negociante, no a la compañía financiera de ventas. Este, hace la entrevista y reúne la información de crédito básica. Inmediatamente manifiesta la solicitud con la agencia financiera, la que usualmente verifica la investigación de crédito, aunque el que hizo el trato puede efectuar la verificación de la información básica.

El término medio de compradores a plazos desea obtener el artículo que está comprando --automóvil, televisión completa con accesorios o cualquier otra cosa-- inmediatamente. Con frecuencia no quiere esperar un tiempo razonable para la aprobación de su solicitud de crédito. Puede naturalmente, si llega a impacientarse, ir a otra tienda del otro lado de la calle, la competencia es aguda en la venta a plazos, y la institución financiera debe un servicio mucho más rápido de crédito que como lo acostumbra en otro tipo de negocios.

El comprador no tiene contrato con el banco o compañía financiera de ventas hasta después de realizada la venta el comerciante trata todos los detalles de la transacción, en gran parte de la misma manera que se hace una operación a plazos en una tienda de departamentos. El comprador, generalmente, da un enganche a plazos y conviene en pagar el saldo del precio de --venta, más el costo del crédito, en abonos iguales. Firma un pagaré y un contrato de venta condicional, hipoteca de bienes muebles o escritura de arrendamiento en depósitos. Después de cerrada la venta, el tratante endosa el pagaré y el instrumento de fianza a la agencia financiera y recibe el precio de venta inmediatamente tan pronto como el tratante esté interesado, en que sea una venta en efectivo. El comprador en algunos casos no tiene mayor responsabilidad hacia el vendedor; sus pagos en abonos son hechos directamente a la institución financiera. A menudo el vendedor administra las cuentas para la agencia financiera y los clientes están ignorantes de terceras partes financieras.

"Las compañías financieras y bancos, financian ventas al menudeo o a plazos bajo varios planes diferentes. El plan usado depende de la política de la institución financiera, del-

producto, la localidad y del tratante".^{39/}

Los planes sin responsabilidad. Colocan todos los -- riesgos en la agencia financiera. Si el deudor falla, la agencia recupera los bienes y normaliza cualquier pérdida. Los tra tantes que operan sin planes de auxilio están inclinados a some ter las solicitudes de crédito de todos sus posibles clientes -- excepto los riesgos imposibles, a sus agencias de ventas. Consecuentemente, las agencias financieras como una regla general-- se limitan a tratantes de muy alta reputación.

"Los planes de responsabilidad limitada dividen el -- riesgo del crédito entre el tratante y la agencia financiera. -- Aquel es requerido para la recompra del contrato de deudores -- que fallan en sus pagos, antes de que se haga un número específico de éstos".^{40/}

"Los planes de responsabilidad total ponen todos los -- riesgos sobre el tratante. Si el deudor no cumple, la institución financiera asigna el contrato retrasado al comerciante, -- quien afronta cualquier pérdida involucrada".^{41/}

Los planes de compra de bienes establecen que si un -- comprador no cumple, la agencia financiera localiza y recupera la propiedad por su propia cuenta y la regresa al comerciante.-- Este vuelve a comprar la propiedad y la revende como un produc to usado. Así, la agencia financiera y el vendedor comparten -- el riesgo.

^{39/} Banco B.C.H., Manual Interno. Dirección de Capacitación y De sarrollo. México.

^{40/} Idem.

^{41/} Idem.

Quando los bienes son vendidos al menudeo el precio incluye un aumento que representa el costo de reventa y la ganancia del comerciante. Si el que vende en abonos obtiene el costo de los bienes, no pierde dinero. Con ganancias considerables es capaz de absorber algunas pérdidas por deudas incobrables. La situación es diferente en el crédito individual a plazos. El préstamo completo representa dinero desembolsado por el prestador. La ganancia de la agencia prestadora está representada por el margen entre sus préstamos cargados y su costo operativo. Este margen debe absorber cualquier pérdida por deudas incobrables. El prestador a plazos debe ser más cuidadoso.

Los préstamos al consumidor a plazos son hechos frecuentemente por periodos superiores a 24 meses; se hacen por términos mayores a 36 meses.

Las compañías financieras individuales usualmente cargan interés sobre el saldo no pagado, computado mensualmente.

Los bancos descuentan sus préstamos esto es, ellos deducen el recargo del valor nominal del instrumento de préstamo.

4.3.1. INSTRUMENTOS DE FIANZA.

Hemos mencionado que las hipotecas de bienes muebles, los contratos de venta condicionales y los de arrendamiento en depósito, son usados para garantizar el saldo de precio de compra cuando los bienes son vendidos directamente sobre un plan a plazos y que estos instrumentos son también tomados para asegurar al prestamista indirecto en una transacción financiera de ventas.

"Los préstamos individuales de dinero en efectivo fre-

cuentemente no son asegurados mediante garantía de cualquier - clase, excepto el crédito de seguro de vida, aunque las agen - cías financieras individuales algunas veces requieren hipotecas de bienes muebles sobre propiedades personales como fianza para el préstamo de dinero en efectivo".^{42/} Estas se realizan más - por efectos psicológicos que por una fianza real; el juicio sobre tales hipotecas raramente se hace si puede evitarse. La mayoría de los prestadores prefieren el uso de un pagaré, aunque pueden algunas veces requerir un fiador. El uso de asignación de sueldo en préstamos individuales casi ha desaparecido.

4.4. CREDITO HIPOTECARIO

El crédito hipotecario es aquel que se otorga sobre -- bienes inmuebles, puede estar dirigido hacia empresas de produc ción y servicios, préstamos para la vivienda u otros créditos - con garantía inmobiliaria. En el caso de préstamos para obras o servicios públicos en las que no sea posible constituir hipoteca sobre los inmuebles que no estén afectos a la obra o explotación del servicio, el importe del crédito no podrá exceder de veinte veces el importe neto anual de las rentas.

Los requisitos para obtener crédito hipotecario son:

- a) El solicitante deberá de proporcionar su nombre -- completo, domicilio, estado civil, ocupación, registro federal de causantes, ingresos comprobables, monto del crédito, plazo y destino.
- b) El avalúo que sobre la propiedad se tiene de una - institución de crédito.

^{42/} Ettinger Richard P. y David E. Gollieb. Créditos y Cobranzas, C.E.C.S.A. México, 1964. Pág. 121.

- c) Certificado que ampare la libertad de gravámenes, expedido por el registro público de la propiedad.
- d) Póliza de seguros endosado a favor del banco.
- e) Escrituras, planos originales, fotos de fachada, alineamiento y número oficial autorizado por la oficina de planeación, del Distrito Federal o del municipio de Provincia, contrato de alquiler o construcción según el caso, boletas de agua y predial del último bimestre.

"El monto de la hipoteca según sea el caso será de 50%, 70% u 80% del valor total de los inmuebles".^{43/}

El 50% se aplicará cuando a juicio de la Comisión Nacional Bancaria la construcción sea difícil de transformar o de ofrecerse al mercado.

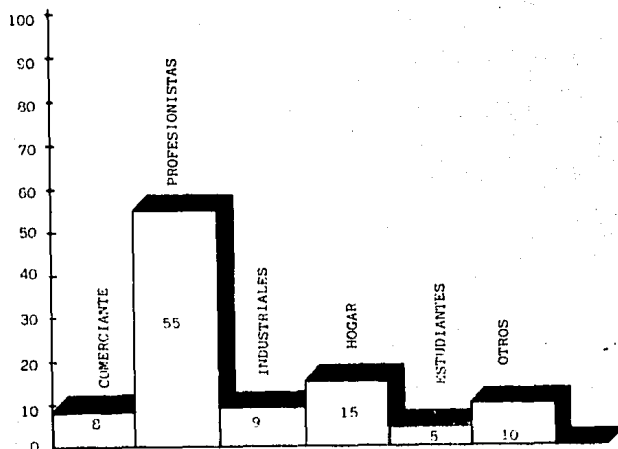
La tasa de 70% se da, cuando a consideración del Banco de México, se trate de habitaciones de tipo medio que vayan a ser remodeladas o para la construcción de las mismas; el 80% del valor de los inmuebles podrá ser hipotecado, cuando se trate de viviendas de interés social, para lo cual habrá que reunir los requisitos que establece el Banco de México.

^{43/} Banco B.C.H. Manual Interno. Dirección de Capacitación y Desarrollo. México.

CAPITULO V
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE CAMPO

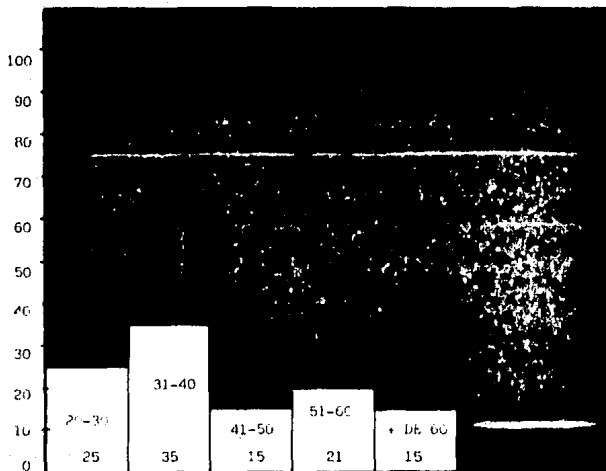
5.1. CARACTERISTICAS GENERALES

OCUPACION



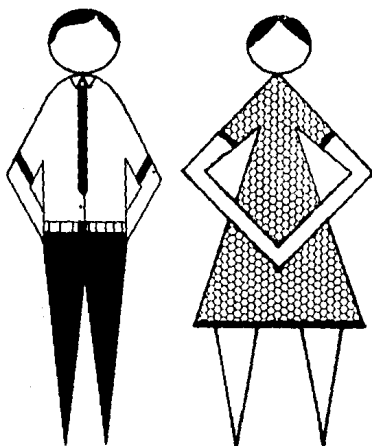
La investigación señaló que la ocupación principal es la de profesionista, poco más de la clase media alta, en segundo lugar aparece el hogar de manera significativa, tomando en cuenta que el 38% de la población encuestada es del sexo femenino. - Podemos afirmar que la muestra es representativa, ya que normalmente dentro de este nivel socio-económico predominan los profesionistas.

EDAD

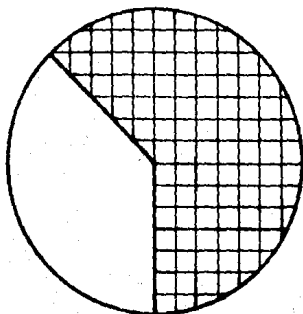


Con respecto a la distribución por edades de la muestra, los resultados reflejan la composición juvenil de la población mexicana, ya que casi el 60% tiene menos de cuarenta años. Nuevamente existe representatividad con respecto a la muestra - en cuanto a que dentro de este nivel socio-económico, son los jóvenes los que predominantemente requieren de crédito.

SEXO



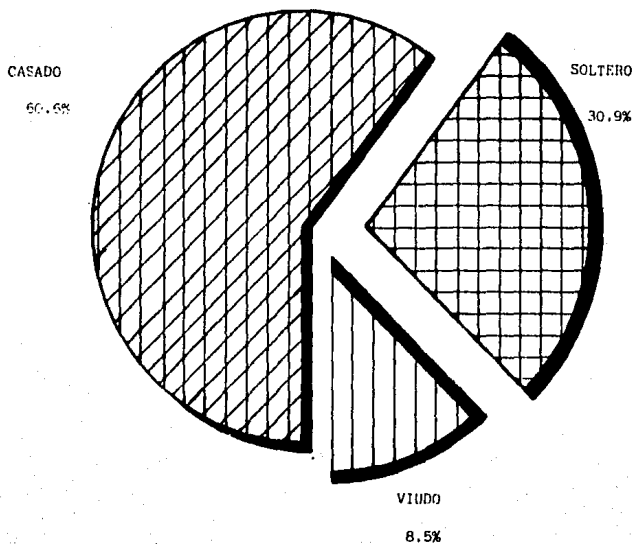
MUJER
38 %



HOMBRE
62 %

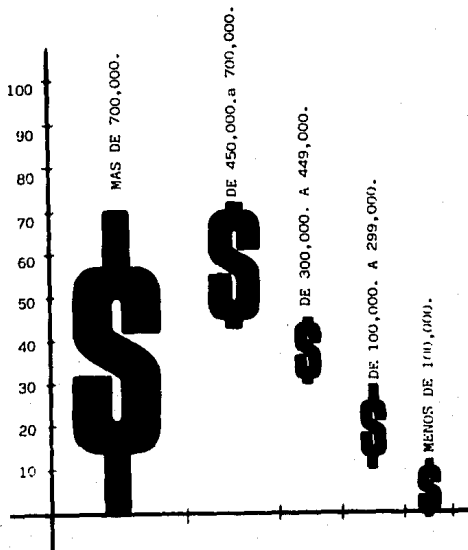
73 BIS

ESTADO CIVIL



La distribución en cuanto al estado civil, determina que más de la mitad del segmento estudiado corresponde a personas casadas, con lo cual se integra el principal segmento de usuarios de crédito de la clase media alta.

INGRESO

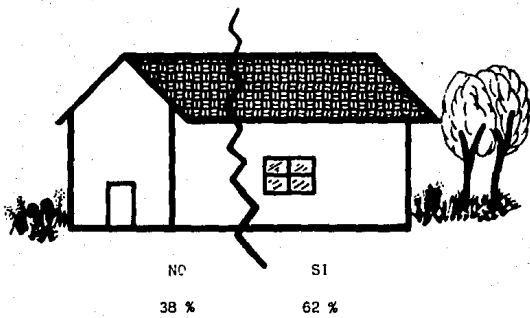


Al analizar el nivel de ingreso de los entrevistados - se observó que el 85.9% perciben un ingreso que fluctúa entre - los 450,000.00 y 700,000.00 o inclusive un poco más; con lo - - cual se puede comprobar que la encuesta tuvo éxito en represen - tar objetivamente el nivel socioeconómico medio alto.

5.2. CREDITO HIPOTECARIO

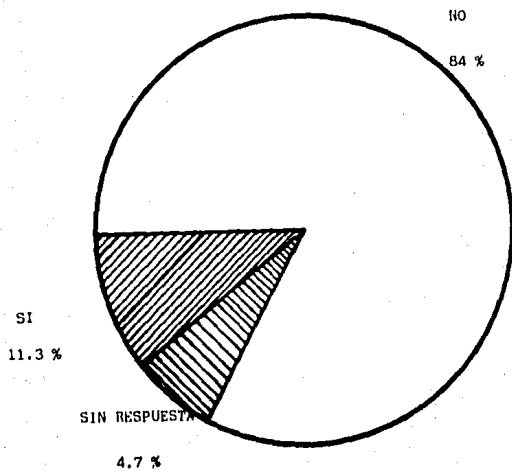
PREGUNTA A1

¿Tiene casa propia?



PREGUNTA A2

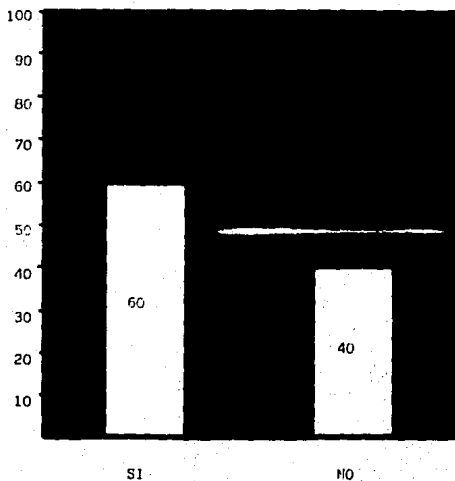
¿La está pagando a plazos?



ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

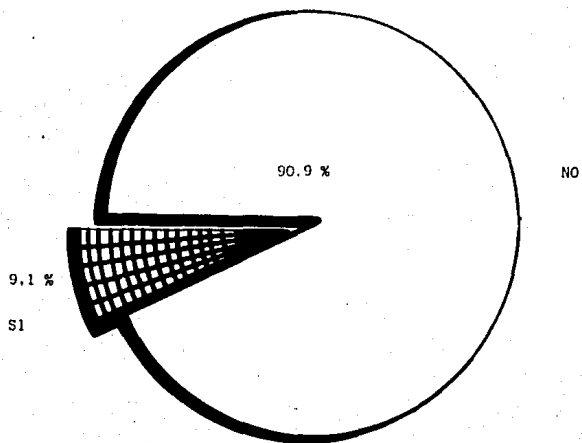
PREGUNTA A3

¿De no haber tenido acceso al crédito hubiera dejado -
de adquirir su casa?



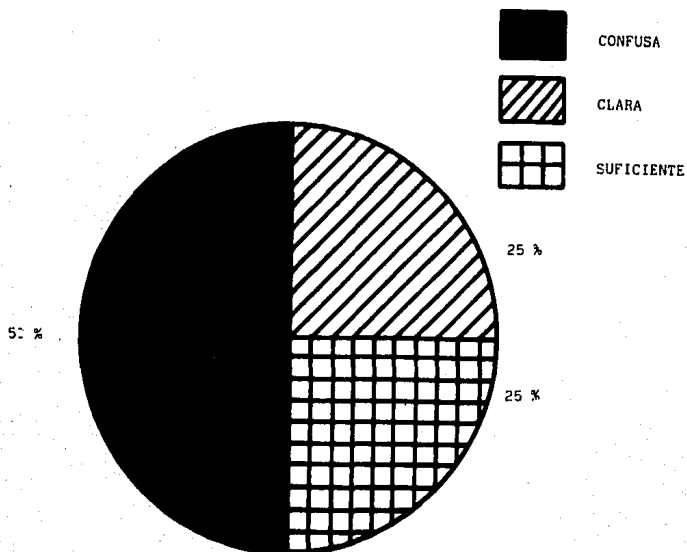
PREGUNTA 4A

¿Está hipotecada su casa?



PREGUNTA A5

¿Cómo considera usted la información que sobre crédito hipotecario se proporciona a los consumidores?

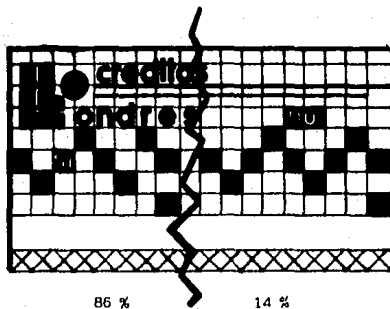


La mitad de la población declaró que la información sobre crédito hipotecario era confusa, lo cual indica una necesidad del consumidor de información más clara, sobre lo que el crédito es, riesgos, etc.

5.3. TARJETAS DE CREDITO

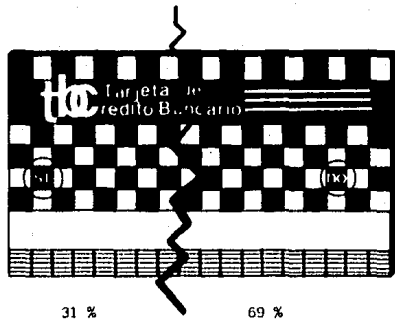
PREGUNTA B1

¿Tiene usted tarjeta de crédito?



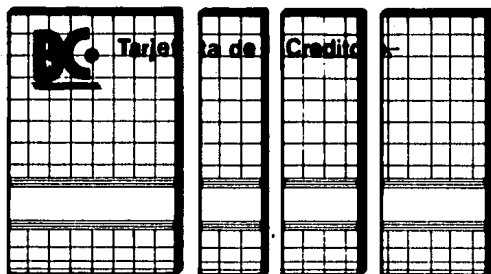
PREGUNTA B2

¿Cree usted que desde que tiene tarjeta de crédito realiza compras, que anteriormente no efectuaba?



PREGUNTA B3

¿Cómo considera la información que sobre las tarjetas de crédito se da a los consumidores?



40 %
CLARA

15 %
COMPLETA

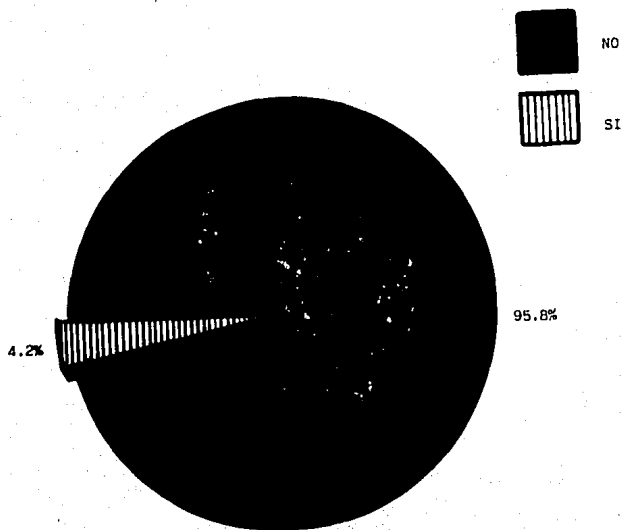
18 %
CONFUSA

25 %
SUFICIENTE

5.4. CREDITO BANCARIO

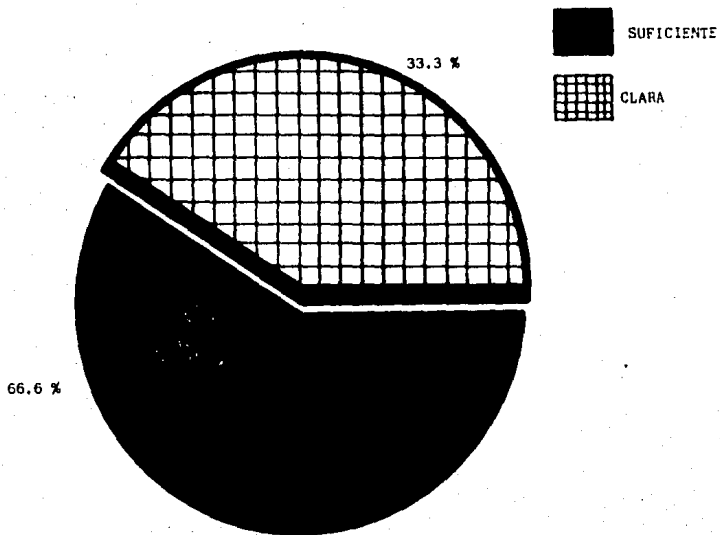
PREGUNTA C1

¿Tiene usted contratado algún crédito con el banco?



PREGUNTA C2

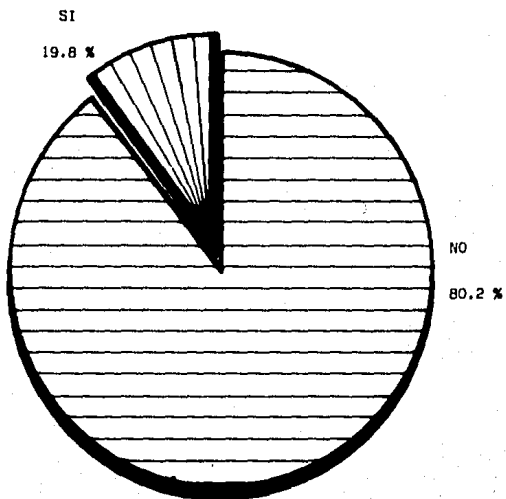
¿Cree que la información con que contó de su crédito bancario fue?



5.5. CREDITO COMERCIAL

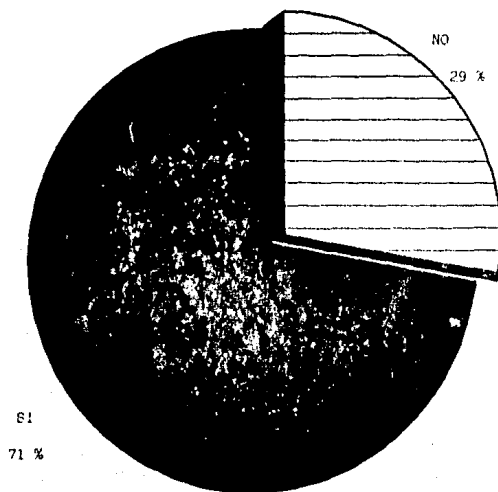
PREGUNTA D1

¿Tiene crédito con algún establecimiento comercial, in
cluyendo compras a crédito realizadas en su propio domicilio?



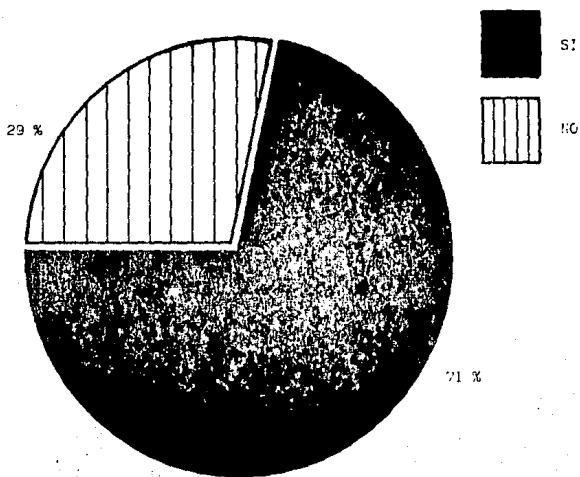
PREGUNTA D2

¿De no haber tenido acceso al crédito hubiera efectuado la compra?



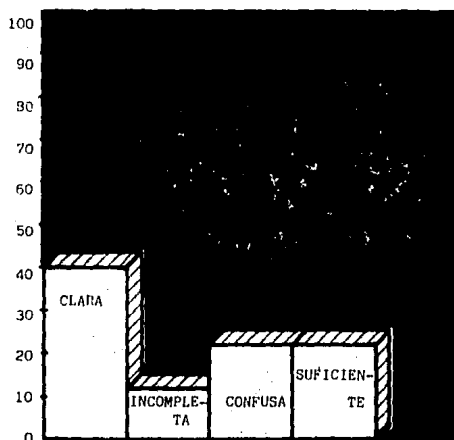
PREGUNTA D3

¿Considera adecuado el interés que paga?



PREGUNTA D4

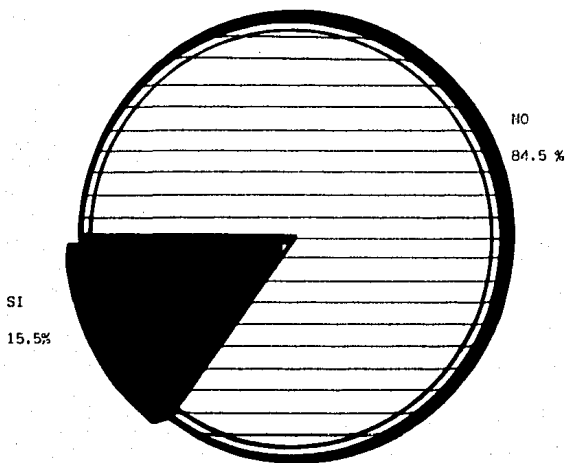
¿Cómo calificaría usted la información, referente a -
créditos comerciales?



5.6. CREDITO PERSONAL

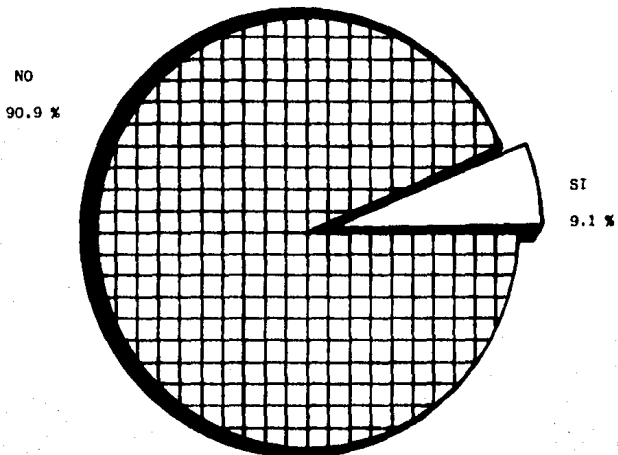
PREGUNTA E1

¿Tiene usted algún tipo de préstamo personal (de familiares, amigos o prestamistas particulares)?



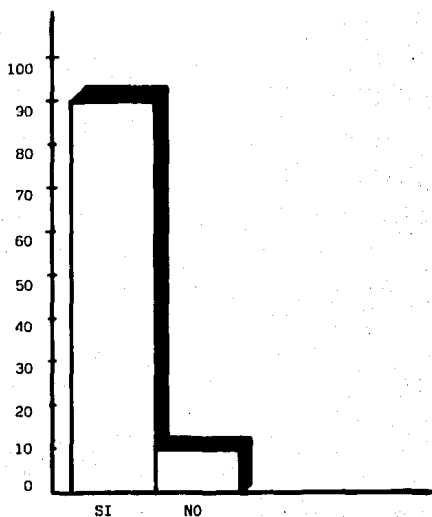
PREGUNTA E2

¿En caso de no haber obtenido el préstamo hubiera efectuado la compra?



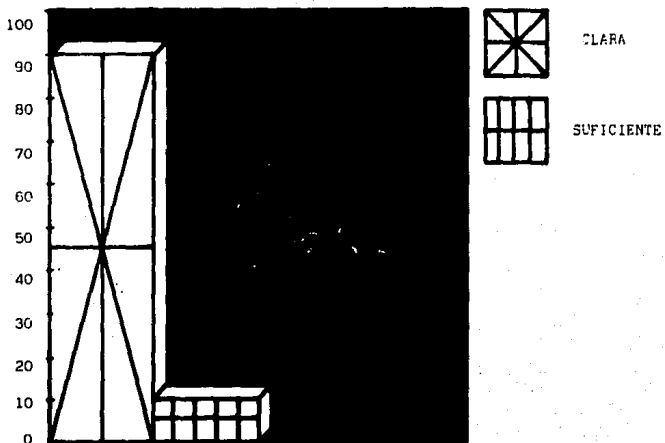
PREGUNTA E3

¿Considera adecuado el interés que paga por el préstamo?



PREGUNTA E4

¿La información sobre las condiciones del crédito fue?



5.7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION 1978

La investigación realizada en 1978, por el Instituto - Nacional del Consumidor para conocer los hábitos en la utilización de crédito, arrojó los siguientes datos:

I. CARACTERISTICAS GENERALES*

<u>OCUPACION</u>	<u>%</u>
Profesionistas	34.7
Empleado	29.3
Obrero	.7
Comerciante	5.3
Hogar	20.0
Otras	10.0

EDAD

0 - 25	16.0
26 - 34	26.0
35 - 49	32.7
más de 49	25.3

SEXO

Masculino	49.3
Femenino	50.7

ESTADO CIVIL

Soltero	23.3
Casado	66.7
Viudo	8.0
Divorciado	2.0

*FUENTE: Instituto Nacional del Consumidor, Hábitos de Crédito para el Consumo. México, 1978.

II. HABITOS EN LA UTILIZACION DE CREDITOS*

	A CREDITO HIPOTECARIO	B TARJETAS CREDITO	C CREDITO BANCARIO	D CREDITO COMERCIAL	E CREDITO PERSONAL	F OTROS CREDITOS
UTILIDAD	32.4%	42.0%	8.7%	34.7%	68% 88.5% fam. 11.1% amigo	7.2%
TASA DE INTERES (PROMEDIO PAGA- DA)	100% 9 a 19% POBLA CION	60% (DESCOÑOCE 40% (0-10%)	s.d.	100% 0-2% POBLACION	88% (0%) 2% (15 a 20%)	2.d.
DEPENDENCIA	86.2%	s.d.	91.0%	40.0%	90.0%	61.1%
FINALIDAD DEL CREDI TO	89.0% INMUE BLES 11.0% OTROS	33.0% COMEST. 33.0% ROPA 16.0% VIAJES 15.1% REST.	70% PAGO DEUD 15% INMUEBLES 6% OTROS	80.0%	ART. HOG. COMEST.	ART. HOGAR Y DEUD. 4.6% VIAJES 2.6% AUTOS
CALIDAD DE INFORMACION	s.d.	79% CLARA Y SU FICIENTE	80%	91.8% CLARA Y SU- FICIENTE	100% CLARA Y SU FICIENTE	40% CLARA Y SU FICIENTE
MONTO (PROMEDIO)	s.d.	2,000 a 7,000	70,000	7,790	48,714	21,076.50
s.d. = sin dato						

*FUENTE: Instituto Nacional del Consumidor, Hábitos de Crédito para el Consumo. México, 1978.

**CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES**

CONCLUSIONES

Terminada la investigación y analizados los resultados de 1985 y 1978, podemos afirmar que tanto en 1978 como en 1985, el perfil del consumidor de nivel socio-económico medio-alto para los diversos tipos de crédito, no varía; se trata en su mayoría de profesionistas casados, entre 30 y 40 años en edad, sexo masculino, con un ingreso de 20 a 30 veces mayor del salario mínimo y cuyo principal uso crediticio desde el punto de vista --cuantitativo, es a través de tarjetas de crédito.

El consumidor desconoce la mayor parte de las características de los financiamientos que contrata, pero normalmente se muestra satisfecho con la información proveída por las instituciones acreditantes.

En términos generales, la utilización del crédito bancario comercial y personal dentro de la clase media alta, se --vió disminuida en un 50% aproximadamente para 1985 con respecto a 1978; cuestión muy significativa, que lleva a pensar, que si bien los de esta clase social no han disminuido sus ingresos, --si han disminuido sus compras a través del crédito, ya que más de la mitad de los consumidores tanto actuales como pasados dependen del crédito para sus adquisiciones, salvo en el caso de crédito comercial; este hecho permite inferir que el usuario --prefiere hacerse sólo de lo que puede pagar hoy y no depender de un futuro incierto y cambiante tanto en el corto como en el largo plazo. Podemos también decir que la razón fundamental en la disminución en el uso del crédito son los incrementos tan --grandes en las tasas de interés.

CREDITO HIPOTECARIO

Utilizado por una pequeña parte de la población y el volumen de los usuarios de este crédito disminuyó considerablemente de 1978 a 1985; ya que los usuarios de 1985 representan tan solo la tercera parte de los de 1978, esto puede derivarse de que como el crédito hipotecario es un crédito a largo plazo, durante los años transcurridos entre las investigaciones, los consumidores hayan dado fin al crédito, además de que la adquisición de nuevas hipotecas disminuyó.

El grado de dependencia al crédito hipotecario por sus usuarios, sigue constituyéndose alto, pues más del 50% considera que sin el crédito, la compra no se hubiera efectuado.

Es importante señalar, que el crédito hipotecario realmente no está llegando a las personas que lo necesitan, los requisitos para su adquisición sobre todo en lo referente al monto del respaldo económico son altos y la gente que los reúne, es precisamente la que no requiere dicho crédito, de tal manera que es posible afirmar, que el crédito hipotecario no cumple cabalmente con su finalidad.

TARJETAS DE CREDITO

El consumidor de nivel medio-alto considera como el -- crédito cuantitativamente más útil al de las tarjetas de crédito, ya que en realidad no es tan importante como medio financiero - pues un 69% de las personas que poseen tarjetas de crédito afirmó que la compra la hubiera realizado con o sin ella.

Por lo tanto, la tarjeta de crédito más que satisfacer

una necesidad de crédito, satisface otras necesidades como: autoimagen, seguridad (tanto personal, como de bienes), comodidad, liquidez y se puede usar en prácticamente todo tipo de establecimiento.

CREDITO BANCARIO

Es el tipo de crédito menos usual entre los consumidores de clase media-alta, en 1985, a diferencia de 1978, en que aun se encontraba por encima del crédito personal; si bien, los montos que pueden obtenerse son altos, los requisitos y trámites son difíciles; además de que las tasas de interés que por ellos se piden, son considerablemente altas y es preferible buscar otro medio de financiamiento.

CREDITO COMERCIAL

En el año de 1978 era uno de los créditos más utilizados y en el año de 1985 lo sigue siendo, a pesar de que comparativamente ha perdido el 14.9% de usuarios. Si comparamos el sistema de tarjetas de crédito comerciales con el de tarjetas de crédito bancarias, encontramos que la disminución en el uso del crédito comercial se debe a que su utilización se limita al establecimiento o filiales que la expiden, con lo cual la frecuencia y posibilidades de compra se ven poco diversificadas y el consumidor prefiere una posibilidad más amplia; esta posibilidad, se vio reforzada al incluir dentro de las tiendas departamentales que otorgan crédito, el pago con tarjetas de crédito bancarias.

Otro factor determinante en la disminución, es la modi

ficación de los límites de crédito, que a pesar de existir la posibilidad de ampliarlos, esto también implica trámites largos y molestos que incitan a olvidar la compra.

CREDITO PERSONAL

Es un crédito como ya dijimos al inicio de este capítulo, poco usual pero de gran importancia, ya que sin el, los usuarios no tendrán la capacidad económica para realizar ciertas compras.

Presenta la ventaja, de que la tasa de interés que causa es baja, si es que existe, ya que los consumidores de nivel socio-económico medio alto adquieren este crédito de familiares o amigos, que más que lucrar buscan ayudar.

RECOMENDACIONES

Una vez concluida la investigación sobre los hábitos - en el consumo de créditos de la clase media-alta, se pueden formular una serie de recomendaciones que ayudarán en mi criterio, a mejorar el uso del crédito a nivel general del público, y de manera específica, a la clase media alta.

En función de los diversos tipos de crédito y con el fin de que se tenga una visión más clara, las recomendaciones se presentan separando los diferentes tipos de crédito.

CREDITO HIPOTECARIO

Es necesario proporcionar información clara y concisa, tanto de las características del crédito, como de los requisitos para su adquisición a los consumidores.

A su vez, es necesario agilizar los trámites, para que en caso de rechazo, haya tiempo suficiente, para la búsqueda de otras opciones crediticias. Se recomienda también, el establecimiento de diferentes planes, para que los consumidores que no cuenten con grandes respaldos económicos, tengan acceso a este tipo de crédito.

TARJETAS DE CREDITO

Es importante que las instituciones emisoras, creen --

una unidad asesorada dentro de sus planteles, para que auxilie a los consumidores en el mejor uso de su tarjeta de crédito y de esta manera pueda manejar su dinero, aprovechando los periodos de gracia, evitando cargos innecesarios, etc.

Es necesario también, que este tipo de instituciones resalten las cualidades de la tarjeta de crédito no tan sólo como un instrumento de crédito, si no como proveedor de beneficios tales como seguridad, liquidez, etc.

El establecimiento de sistemas computarizados para un mejor y más eficiente manejo de las tarjetas boletinadas, sería benéfico, ya que no sólo las empresas que aceptan el pago con tarjetas de crédito se verían beneficiadas, si no la institución emisora también, ya que al dar más confiabilidad, se podría diversificar su implantación en un mayor número de establecimientos, obteniéndose también un beneficio para los consumidores.

CREDITO COMERCIAL

Los establecimientos que otorgan crédito por medio de tarjetas comerciales, pueden tomar como suyas las recomendaciones de las tarjetas de crédito, asimismo, es conveniente que se realice un control estricto sobre los límites de crédito de tal manera que se incrementen en función del costo de la vida.

CREDITO PERSONAL

En este tipo de crédito es importante mencionar, que para que su funcionamiento continúe siendo efectivo, la buena -

fe deberá de ser el elemento esencial de su constitución, ya -- que de otra manera se caerá en la usura y se fomentará el ajio-tismo.

Por último sólo cabe decir, que se espera que las reco-mendaciones y en general la investigación, sirvan de beneficio-para los solicitantes y otorgantes de crédito, así como para me-jorar los niveles de actividad económica del país.

BIBLIOGRAFIA

- Banamex, División de Tarjetas de Crédito, Folleto de aplicaciones. México. 1985.
- Banco B.C.H., Manual Interno, Dirección de Capacitación y Desarrollo. México.
- B.I.M.S.A., Buró de Investigaciones de Mercado, S.A., México, - 1986.
- Cervantes Ahumada, Raúl. Títulos y Operaciones de Crédito, Herrero, México, 1978.
- Código de Comercio y Leyes Complementarias. Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, Porrúa, México, 1985.
- Concenso Nacional de Población, México Demográfico Brevario - - 1979, México, 1979.
- D.A. Aaker/G.S. Day, Investigación de Mercados, Interamericana, México, 1984.
- Dale L. Reistad, La Tarjeta Bancaria, Revista Bancaria del Banco de México, México, 1971.
- E.S. Davis, Investigación, Ateneo, México, 1975.
- Ettinger Richard y Golliieb David, Créditos y Cobranzas, - - C.E.C.S.A., México, 1985.

Instituto Nacional del Consumidor, Hábitos de Crédito para el -
Consumo, México, 1978.

J.F. Weston y E.F. Brigham, Fundamentos de Administración Finan-
ciera. Interamericana, México, 1983.

Joseph French Johnson, Money and Currency, Boston Mass, Ginn &-
Co., U.S.A. 1981.

Philip Kotler, Dirección de Mercadotecnia, Análisis, Planeación
y Control. Diana, México, 1982.

Proaño Humberto, Estadística Aplicada a la Mercadotecnia, Diana,
México, 1975.

Rogers Hewit, Fundamentos de Crédito al Consumidor, Diana, Méxi-
co, 1979.

Schoner/Bertram, Investigación de Mercados; sistemas de informa-
ción y toma de decisiones, Limusa, México, 1979.

Secretaría de Programación y Presupuesto, Agenda Estadística -
1984, Secretaría de Programación y Presupuesto, México,
1984.