



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN**

**Análisis del crecimiento del Grupo Salinas
basado en el crédito otorgado a la población de
menores recursos y en financiamiento bursátil**

**T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ECONOMÍA
P R E S E N T A:
GABRIELA MARINA RAMÍREZ JAVIER**

ASESOR: Víctor Manuel Ortiz Niño



MÉXICO

2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A Ariel Torres Moreno

Por enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr objetivos y a enfrentar los obstáculos con agrado. Sin tus consejos, apoyo, orientación y palabras de aliento, esto no habría sido posible. Porque en tu compañía las cosas malas se convierten en buenas y la tristeza se transforma en alegría.

Gracias por cada momento.

Al Dr. José Luis Martínez Marca

Gracias por sus recomendaciones, por tener siempre esa disposición para ayudarme, aconsejarme y por todo el apoyo que me ha brindado en estos últimos años.

A mis amigos

Gracias por su amistad, apoyo y consejos a lo largo de este camino.

“No conozco a nadie que haya llegado a la cima sin trabajo duro. Esa es la receta. No siempre te llevará a la cima pero te dejará bastante cerca”.

"Es posible tener que librar una batalla más de una vez para ganarla".

Margaret Thatcher

“No podemos controlar el viento, pero si podemos ajustar las velas para que nos lleven a nuestro destino”.

Ricardo B. Salinas Pliego

ÍNDICE

Introducción	4
1. La economía mexicana y Grupo Salinas	8
1.1 Tendencias de la economía mexicana a partir de la desregulación financiera	14
1.1.1 El sistema financiero mexicano	17
1.1.2 La Crisis Bancaria	21
1.1.3 Consecuencias de la crisis de 1994	26
1.2 Historia de Grupo Salinas	28
1.2.1 Grupo Elektra	32
1.2.2 Banco Azteca	38
1.2.3. Iusacell	41
1.2.4. Tv Azteca	43
1.3 Efectos de los cambios de la política económica en México en Grupo Salinas	46
2. Crédito al consumo	48
2.1 ¿Qué es el crédito al consumo?	48
2.1.1 Características	52
2.1.2 Comportamiento del crédito al consumo	57
2.2 Crédito al consumo otorgado por Grupo Elektra	61
2.3 Efectos del crédito al consumo en la economía mexicana	63
2.4. Análisis Financiero	70
2.4.1 ¿Por qué analizar y comparar a las empresas?	75
a) Elektra vs. Coppel	75
b) Banco Azteca vs. Bancoppel y Banco Compartamos	79
c) Iusacell vs. American Móvil	83
d) Tv Azteca vs. Televisa	87
2.4.2. Análisis FODA	93

3. Análisis Estadístico	95
3.1 Importancia del crédito de la población con menor capacidad económica para el producto interno bruto (PIB)	95
3.2 Crédito al consumo y el PIB	99
3.3 Proporción del crédito de los segmentos de menor capacidad económica del crédito al consumo total.	101
3.4 Crédito al consumo y salarios	103
Propuestas	107
Conclusiones	109
Anexos	113
Bibliografía	114

Introducción

La teoría económica señala que la población de menores recursos de un país no es sujeta de crédito porque no tiene con que garantizar el mismo y es difícil que pueda pagar el compromiso adquirido, por lo que las empresas financieras no muestran interés para crear mecanismos o productos para este tipo de población.

El mercado de crédito está dividido en función del poder adquisitivo de las personas, por lo que los Bancos tradicionales no le prestan a los segmentos de menor poder adquisitivo de la población porque ya pasaron por la experiencia de 1994 en donde sufrieron los efectos de la cartera vencida y probablemente su política esté basada en un mercado que con niveles de ingreso alto puedan solventar los préstamos, por lo que marginan este tipo de población porque su experiencia demostró que no pagan o tardarían mucho en hacerlo.

La situación anterior es aprovechada por el Sr. Salinas Pliego pues estas personas forman el 60 por ciento de la población, y sus abonos semanales están muy bien estructurados de acuerdo con la capacidad económica de los mismos, lo que hace que esta población recurra a estos créditos, porque su ingreso no les alcanza para adquirir determinados bienes pero si para realizar los pagos tan bajos que ofrece Elektra o Banco Azteca.

En este trabajo se presentan las tendencias de la economía mexicana a partir de la desregulación financiera y los efectos de los cambios de la política económica en México en Grupo Salinas, haciendo hincapié en la parte de créditos al consumo destinados a la población de menor capacidad económica otorgados por Grupo Elektra, mismos que le han permitido su expansión en México y América Latina creando una empresa dinámica y con fortaleza financiera.

Lo anterior señala una incongruencia entre la realidad y la teoría, debiéndose encontrar las causas, costos y consecuencias de ésta situación.

Grupo Salinas ha sido altamente beneficiado a raíz de la desregulación financiera y la nueva tendencia de la economía mexicana, a través de poder otorgar créditos al consumo a los estratos de la población económica con menor poder adquisitivo.

Lo anterior debido a que las políticas y estrategias implementadas por Grupo Salinas desde su creación hasta el día de hoy, han tenido éxito en el control del poder y firmeza de la empresa, lo que le ha permitido ser una empresa significativa en la economía mexicana y empezar a replicar su modelo en otros países latinoamericanos.

Con el análisis estadístico aplicado en la presente tesis, se muestra claramente como los créditos al consumo han sido la base para su crecimiento y desarrollo ya que en su cartera de crédito total representa cerca del 85 por ciento, además de que éste crece en términos porcentuales más que el Producto Interno Bruto (PIB), lo cual indica su fortaleza.

El análisis estadístico realizado, también muestra que el crecimiento de los créditos al consumo ha crecido cerca del 40 por ciento en promedio a lo largo de los años 2000 a 2008, por lo que éstos créditos crecen independientemente de si los salarios aumentan o no.

En mi opinión, Grupo Salinas al apostarle a la población de menores recursos, encontró un mercado fiel del que se puede aprovechar, pues al ser de menores ingresos, significa que no tiene cultura financiera y el hecho de otorgar pagos semanales pequeños es accesible para cualquiera.

Lo anterior porque la población objetivo de Grupo Salinas representa aproximadamente el 60% de la población, considerando que el ingreso familiar por nivel socioeconómico en el país se estima de \$0 a \$2,699 para el nivel E (8%), de \$2,700 a \$6799 para el nivel D (19.5%), de \$6,800 a \$11,599 para nivel D+ (32.6%); así podemos observar que más de la mitad de la población puede recurrir a los créditos que dicho Grupo ofrece mediante sus “abonos

chiquitos”, además de decidir el plazo del crédito a fin de comprar en sus tiendas el artículo que satisfaga sus expectativas.

Por otra parte Elektra se ha financiado por medio de la emisión de acciones en la Bolsa Mexicana de Valores al colocar el 7 por ciento de sus acciones por 65 millones de pesos mediante las series: A (35.5%), B (54.5%) y L (10%), además de realizar emisiones periódicas de certificados bursátiles.

Otro aspecto que se debe considerar es que el Grupo tiene una fuente alternativa de fondeo ya que Banco Azteca es uno de los dos bancos más grandes de México en términos de la extensión de su red de distribución, y se inserta en el grupo de los más importantes en las variables bancarias como activos productivos, cartera vigente y captación; para dimensionar su importancia se resalta el dato de que realiza en promedio cerca de 36.2 millones de operaciones bancarias por mes.

Para comprender la importancia relativa de sus filiales se analizan las empresas que conforman a Grupo Salinas: Grupo Elektra, Tv Azteca, Iusacell y Banco Azteca, haciendo una comparación con otras empresas de su mismo sector, es decir, Coppel, Bancoppel, América Móvil y Televisa a fin de determinar su estabilidad y fortaleza financiera.

Asimismo, se examina la parte de crédito al consumo a fin de determinar la importancia que tiene en el desempeño de Grupo Salinas y la diferencia que muestra con respecto al otorgado por la banca comercial, tomando como referencia que en el año 2000 el financiamiento bancario comenzó a dar muestras de recuperación y la cartera vigente de la banca comercial creció a tasas reales positivas, lo que fue reflejo del otorgamiento de nuevos créditos.

En la última parte, se destaca la importancia de dichos créditos con relación al PIB, donde se muestra su tendencia y comportamiento donde el crédito al consumo ha aumentado aproximadamente la mitad de lo que el PIB ha aumentado, observando que la proporción del crédito al consumo del PIB se

ha encontrado cerca del 5 por ciento aproximadamente. Posteriormente se observa el marcado crecimiento de dichos créditos siendo lamentable que los salarios en México no aumenten en la misma proporción, provocando que las personas recurran al crédito para mejorar su nivel de vida, desconociendo el costo que éstos implican.

Por tal motivo, el papel que deberían desempeñar las instituciones es ofrecer una mayor educación financiera, para que de esta forma las personas puedan tomar decisiones adecuadas y estén consientes del compromiso adquirido

1. La Economía Mexicana y Grupo Salinas

De acuerdo a la historia del Grupo Salinas se observa un desarrollo positivo en base a su toma de decisiones y forma de financiamiento, colocándola dentro de las empresas más ambiciosas para el mercado financiero; tomando en cuenta que cuando las compañías forman un grupo, generalmente se persigue el dominio de un mercado y robustecer la eficacia de las empresas y garantizar sus beneficios por medio de una organización racional.

En la evolución del Grupo Salinas, se ha hecho hincapié en la parte de créditos al consumo destinados a la población de menor capacidad económica, otorgados actualmente por Grupo Elektra, mismos que le han permitido su expansión en México y América Latina creando una empresa dinámica y con fortaleza financiera.

En México la población de menores recursos es mayoritaria ya que representa el 60 por ciento del total (cuadro 1.1); sin embargo, a lo largo de la historia se observa que no es sujeta a crédito porque debido a sus ingresos no tiene con que garantizar dicho crédito por lo que no puede pagar el compromiso adquirido, de esta forma las empresas financieras no muestran interés para crear mecanismos o productos que satisfagan los requerimientos de éste tipo de población.

Cuadro 1.1 Ingreso familiar según el nivel socioeconómico.

Nivel	Ingreso Mínimo (pesos)	Ingreso Máximo (pesos)	Porcentaje de la población (%)
A/B	85,000.00		7.5
C+	35,000.00	84,999.00	13.6
C	11,600.00	34,999.00	18.8
D+	6,800.00	11,599.00	32.6
D	2,700.00	6,799.00	19.5
E	0.00	2,699.00	8

Fuente: Niveles Socioeconómicos AMAI. 2005

Grupo Elektra (Elektra) es la cadena de tiendas especializada en crédito al consumo y de servicios financieros más importante de Latinoamérica, principalmente en: México, Panamá, Guatemala, El Salvador, Honduras, Brasil, Perú y Argentina, y ofrece productos financieros y bancarios a través de las sucursales de Banco Azteca localizadas en: México, Panamá, Guatemala, Honduras, Perú y Brasil.

Elektra es parte de Grupo Salinas, grupo que ha tenido éxito a través de casi un siglo de operaciones, debido a que maneja líneas generales de productos: muebles, electrónica, línea blanca y ropa, por lo que cuando la economía está muy bien, los muebles, electrónica, línea blanca se venden mejor que la ropa; y cuando la economía está mal, la ropa se vende mejor, por lo que las ventas se compensan¹. Por tanto, Grupo Salinas no se ve tan afectado, como otras empresas, por los desequilibrios en la economía mexicana.

¹ Viscencio Brambilla, Héctor. "Economía para la toma de decisiones"; Thomson, 2002, pág. 100

Es de señalar que parte importante de Elektra es Banco Azteca porque representa la parte financiera y le sirve para administrar sus créditos además de captar mayores recursos, a bajos costos, por medio del Banco.

De acuerdo a la información pública Banco Azteca surge para asegurar la consistencia de las cuentas por cobrar de Grupo Elektra, lo cual es una parte integral de la estrategia implementada por dicho Grupo, además, de proveer servicios bancarios y de crédito que incluyen la recepción de depósitos ampliación de los plazos de créditos así como otros financiamientos e inversiones.

El crecimiento y diversificación de Grupo Elektra también se explica por la toma de decisiones de su dueño Ricardo Salinas y de los ejecutivos de que se rodea, una característica de los mismos es que evalúan la coyuntura y buscan aprovecharla, buscando continuamente oportunidades de adquisiciones que posean ventajas tanto para el Grupo como para sus accionistas.

La constitución de Banco Azteca es una muestra de cómo Ricardo Salinas aprovecha la coyuntura porque al darse la desregulación financiera se abre una oportunidad para que mediante un Banco absorbiera clientes en donde la banca tradicional no estaba interesada y a la cual le ha de captar mayores recursos, lo cual se ve reflejado en su presencia a nivel nacional e internacional, básicamente, basado en los prestamos que hace y la tasa de interés que cobra.

Sin embargo, la decisión anterior no se pudo haber realizado sin que la economía del país haya sufrido adecuaciones a fin de responder a las exigencias del mundo moderno, parte de ello ha sido la desregulación financiera misma que ha generado una gran diversidad de cambios, entre los cuales destacan la creación de nuevos bancos, inclusive dentro de las propias empresas que se dedican a otorgar créditos al consumo a la población de menor capacidad económica, entre éstos se encuentran:

- a) **Banco Ahorro Famsa:** miembro de Grupo Famsa (2007), con más de 35 años de experiencia y profundo conocimiento del contexto económico de los hogares mexicanos.

- b) **Bancoppel:** integrado a Coppel desde el 2007, busca ofrecer a la población de bajos ingresos los servicios bancarios que les permitan manejar mejor sus recursos a través del tiempo, que les ayuden a generar oportunidades de desarrollo así como a planear su futuro y enfrentar los imprevistos y disminuir riesgos.

- c) **Banco Azteca:** se encuentra dentro de Grupo Elektra desde el 2002, orientado al sector de menores ingresos y con más de 50 años de otorgamiento de créditos a dicho sector.

Antes de la constitución de Banco Azteca, Grupo Elektra solía financiar en México el Programa de Ventas a plazos por medio de “Elektrafin” y las operaciones de cuentas de ahorro denominadas “Guardadito”, mismas que eran realizadas a través de Banca Serfín, debido a un convenio que existía entre ambos, pero dicho Banco comenzó a ofrecer crédito al consumo, asumiendo la cartera de clientes que financiaba anteriormente Elektrafin, y que provenía del Programa de Ventas a Plazos. Hoy en día, el banco está operando las actividades de financiamiento al consumo al financiar las cuentas a crédito de los clientes de Elektra. Esto dio como resultado la separación gradual de las actividades financieras (sin incluir las transferencias de divisas que no son operadas por el banco) de las operaciones de comercio.

Banco Azteca, recibió autorización conforme a las leyes mexicanas para ofrecer servicios bancarios, mismos que incluían, el otorgamiento de crédito, la captación de depósitos, la inversión de valores y la emisión de deuda. Comenzó operaciones el 26 de octubre de 2002, ofreciendo servicios de cuentas de ahorro a través de la red de tiendas de Grupo Elektra, lo que le permitió aprovechar la infraestructura ya existente de la cadena comercial y realizar como parte de su plan de arranque la apertura simultánea de sucursales, aproximadamente 800.

El Banco ofreció el servicio de ahorro bajo la marca guardadito, cuando adquirió de Banco Serfin 819,000 cuentas, con un saldo total de 470 millones de pesos en el año 2002, monto que fue aumentado de manera notable mediante nuevas políticas y productos y para el tercer trimestre del año 2008 el saldo de depósitos en Banco Azteca fue aproximadamente 43,847 millones de pesos.

Actualmente las principales actividades y operaciones autorizadas que realiza Banco Azteca son el otorgamiento de créditos y préstamos, captación de recursos del público inversionista, inversiones en valores, operaciones de reporto, emisión de deuda, y otras operaciones de banca múltiple de acuerdo a lo dispuesto por la Ley de Instituciones de Crédito (LIC).

Las principales actividades y operaciones de Banco Azteca son realizadas a través de su extensa red de sucursales, que cubre todas las regiones del país, así como en Panamá, Guatemala y Honduras; cuenta con más de 1,400 puntos de contacto con la clientela, venta, se posiciona como uno de los dos bancos más grandes de México en términos de la extensión de su red de distribución, y se inserta en el grupo de los más importantes en las variables bancarias como activos productivos, cartera vigente y captación. Realiza en promedio cerca de 36.2 millones de operaciones bancarias por mes. (Cuadro 1.2)

Cuadro 1.2

Evolución de la red de las sucursales bancarias en México por Banco.

Año Banco	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008 III Trim.
Total	7,039	6,511	6,986	7,740	7,797	7,990	8,411	9,437	10,672
BBVA Bancomer	2,236	1,756	1,665	1,653	1,671	1,717	1,754	1,860	1,852
HSBC	1,388	1,371	1,345	1,322	1,326	1,345	1,347	1,361	1,252
Soctiabank Inverlat	358	364	375	380	392	405	445	534	563
IXE	17	19	19	17	25	38	59	84	121
Azteca	--	--	--	830	932	972	1,043	1,105	1,588
Ahorro Famsa	--	--	--	--	--	--	--	173	273
Bancoppel	--	--	--	--	--	--	--	222	568

Fuente: CONDUSEF

De acuerdo con la problemática planteada anteriormente, en los subcapítulos siguientes se muestran ciertas tendencias vividas a partir de la desregulación financiera, donde el sistema financiero sufrió transformaciones, otorgando oportunidades y ventajas para las empresas, entre ellas, Grupo Salinas, como ya se indicó anteriormente.

1.1 Tendencias de la economía mexicana a partir de la desregulación financiera

La desregulación financiera se puede definir como un *proceso con el que se pretende eliminar las regulaciones que pesan sobre el funcionamiento de los mercados financieros para darle mayor flexibilidad en su operación.*

Existen diversas opiniones acerca de los procesos de desregulación, de acuerdo con Eugenia Correa puede entenderse *"como un paulatino o parcial alejamiento de las autoridades financieras respecto de los intermediarios y de su quehacer",*² es decir, la regulación de la actividad financiera implica el manejo de una serie de instrumentos y medios para mantener el control en la dirección de las instituciones financieras, por lo que los procesos de desregulación actúan en favor de los intermediarios, dotándolos de una mayor libertad en sus decisiones.

La estrategia de ajuste económico y las reformas adoptadas para hacer frente a estos problemas, con la orientación y supervisión del Fondo Monetario Internacional (FMI), fueron de suma importancia para la reconfiguración de la economía mexicana hasta hoy en día.

Al principio la estrategia de ajuste buscó restablecer la estabilidad macroeconómica, sanear las finanzas del Estado, así como reducir gradualmente su papel en la economía, renegociar la deuda externa, reorientar las relaciones económicas con el exterior y recuperar y fortalecer la capacidad de ahorro interno. Los objetivos de la estrategia de ajuste tienen la doble finalidad de restringir las importaciones y estimular la producción de rubros exportables.

En cuanto a las reformas estructurales, se inició un programa de privatización de empresas paraestatales y otro de liberalización del comercio. Así, junto con la desregulación del sector financiero y la apertura de la cuenta

² Art. "Desregulación financiera" de Lechuga Montenegro Jesús y Salgado Gasca Víctor. Universidad Autónoma Metropolitana. pág. 82

de capitales, durante los noventa, forma parte de una estrategia más amplia de reformas de la economía mexicana.

Los mercados financieros mexicanos, hasta antes de finalizar los 80's, a pesar de mantenerse todavía muy regulados y protegidos de la competencia externa, continuaron registrando cambios importantes. El propósito de recuperar la capacidad de ahorro interno, lo llevó a tratar de fortalecer y consolidar institucionalmente el sistema financiero mediante la reorientación y mejora de las operaciones de la banca, así como del fortalecimiento de los intermediarios financieros no bancarios. En los hechos, la nacionalización de la banca (medida que incluyó a las casas de bolsa y a las acciones en propiedad de los grupos bancarios) en septiembre de 1982, significó la cancelación de los grupos financiero-industriales existentes y con ello la práctica común de canalizar líneas de crédito preferenciales a sus propias empresas productivas. Así, la nacionalización de la banca marcó un giro significativo tanto en la estructura de la intermediación financiera en el país, como en la composición del financiamiento.

Con todos estos cambios, se da pie para que el objetivo de la desregulación financiera fuese construir un sistema financiero basado en el establecimiento y afianzamiento de instituciones no bancarias (compañías de seguros, sociedades de inversión, fondos de pensiones, etc.) así como el fortalecimiento del mercado de capitales cuya función principal sería fondear la inversión, es decir, compatibilizar la estructura de vencimiento de las deudas con el plazo de las utilidades.

La desregulación financiera en los diferentes sistemas financieros nacionales inició como consecuencia de la necesidad de incrementar los márgenes de intermediación y las comisiones de los bancos nacionales y el otorgamiento del crédito que ha llevado a la expansión tanto de las actividades fuera de balance como de los intermediarios financieros no bancarios.

Durante los setenta la economía mexicana se mantuvo en un régimen altamente regulado y protegido en términos comerciales y financieros.

Arrastrando el modelo de sustitución de importaciones, cuyo propósito central consistió en el remplazo de importaciones de bienes intermedios y algunos de capital por producción nacional, así como el desarrollo en general de la empresa nacional y transnacional orientada al mercado interno. Razón por la que la política comercial se caracterizó por un fuerte sesgo antiexportador y de alta protección para las empresas que operaban en el país frente a la competencia externa.

Los mercados y las empresas financieras nacionales se encontraban altamente regulados y mucho más protegidos del exterior que las compañías productivas, ya que no se permite la participación extranjera en los mercados de crédito y bursátiles. Sin embargo, los mercados financieros nacionales mostraron una serie de cambios importantes en términos de su marco legal que les permitió reconocer su ampliación, por la vía de incorporar y promover el desarrollo de nuevos actores, intermediarios e instrumentos, así como mediante nuevas formas de operación que tratan de superar la especialización y la segmentación de los mercados.

Para promover lo anterior se modificaron diversas leyes:

- a) La Ley del Mercado de Valores, expedida en 1975 con el propósito de desarrollar y acrecentar el tamaño relativamente pequeño tanto del mercado de dinero como del de capitales; con esta misma finalidad y con propósitos de regulación monetaria, en noviembre de 1977 se autoriza que el gobierno federal realice operaciones de mercado abierto a través de colocaciones, por conducto del Banco de México, de Certificados de la Tesorería de la Federación (Cetes), en el mercado de dinero. Lo que da impulso al mercado bursátil nacional y crea nuevas alternativas de financiamiento gubernamental.
- b) La Ley Bancaria de 1978, que reconoce la figura de banca múltiple, y con ello la realización de operaciones bancarias más allá de las tradicionales de ahorro y préstamo, y autoriza las operaciones de los fondos de inversión.

La competencia a escala mundial que acompañó a la desregulación financiera modificó los métodos tradicionales de financiamiento y refinanciamiento de los países deudores hacia el crédito. Al mismo tiempo que la bursatilización y la privatización de empresas fue abriendo espacios rentables para la expansión de los servicios financieros no bancarios. Así, la creciente afluencia de capitales, de corta maduración hacia los mercados emergentes creció de manera extraordinaria desde fines de la década de los ochenta hasta mediados de los noventa.

A escala mundial algunos países elevan la participación de los flujos de capital con la colocación extranjera de cartera; dicho incremento y los rendimientos que estos flujos obtienen superaron con creces el ritmo de crecimiento económico de los países. Generando así, un fenómeno asimétrico entre la tasa del crecimiento económico y la tasa de remuneración de las colocaciones financieras.

Una vez descrita la situación vivida tras la desregulación financiera, es importante hablar del sistema financiero, puesto que lo afectó de manera importante.

1.1.1 El sistema financiero mexicano

El sistema financiero mexicano se define como un *conjunto de organismos e instituciones que captan, administran y canalizan a la inversión, y al ahorro dentro del marco legal que corresponde en territorio nacional.*

De acuerdo con las actividades que realizan se divide en sectores, todos regulados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) a través de las comisiones correspondientes: Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR) y Banco de México (BANXICO).

Dichos sectores son:³

- Sector Bancario
- Sector no Bancario
- Sector Bursátil
- Sector de Derivados
- Sector de Seguros y Fianzas
- Sector de Pensiones

Gracias al intercambio y a la operación de estas Instituciones, es como la economía del país puede funcionar día con día, por eso, los préstamos a personas físicas y morales, brindan la posibilidad de generar capital, y las inversiones generan e incrementan el capital a través del tiempo y aseguran estabilidad financiera a largo plazo.

Para entender la transformación que sufrió el sistema financiero mexicano, comenzaremos en los años setenta, cuando imperaba la regulación económica, con tres reformas importantes:

- La ley del mercado de valores en 1975.
Donde el mercado bursátil contaba con su propio marco jurídico, desarrollándose una serie de políticas gubernamentales para estimular el crecimiento de dicho mercado. Sin embargo, incrementaron la actividad bursátil pero no consiguieron dar dinamismo al mercado accionario primario, lo cual se ve en el desplome bursátil vivido en 1978, provocado por la especulación e incertidumbre. Por otra parte el financiamiento de instrumentos gubernamentales de deuda logró consolidarse mediante la operación inicial de Cetes y su aumento a través de nuevos productos.

³ Ver anexo 1

- La segunda reforma buscó impulsar a los grupos financieros, al introducir en la legislación bancaria, modificaciones que facilitaron la creación de lazos entre las instituciones del mercado de dinero y las de capitales. Así la reforma a la legislación bancaria de 1974, dio origen a la banca múltiple.
- La emisión de bonos gubernamentales y los cetes, cuyo propósito inicialmente fue revisar la tasa de interés y modificar la forma de financiamiento del gasto público.

Para la década de los 90's México contaba con un sistema bancario desregulado, una banca comercial altamente concentrada pero que no cumplía con sus funciones de generar financiamiento para la inversión productiva, ni ofrecía tasas de depósitos redituables para los ahorradores. Por lo tanto, el sistema financiero no bancario incrementó su importancia.

Algunos de los cambios más importantes fueron:

- a) La consolidación del proceso de privatización de las empresas productivas estatales: el sistema bancario.
- b) Se restituyó la función de banca de inversión a la banca universal y se conformaron varios grupos financieros.
- c) Se reformó el mercado de valores.
- d) Se concedió la autonomía al banco central (Banco de México).
- e) Las políticas monetarias se basaron en bandas cambiarias y se renegoció la deuda en base al Plan Brady.
- f) Se privatizó el sistema de pensiones.
- g) Se firmó el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN).
- h) Las grandes empresas se convirtieron en sociedades anónimas, lo que generó dinamismo en el mercado de valores (Telmex).

Una característica de la desregulación financiera es que, vinculó los intereses bursátiles y bancarios, por lo que en 1991 se inició la reprivatización de la banca comercial, donde, los bancos nacionalizados fueron entregados a los principales grupos bursátiles.

En 1993 se dio otra transformación en el sistema financiero, cuando oficialmente desapareció la regulación del sistema financiero y se desmantelaron los mecanismos compensatorios del mercado de créditos, la desaparición del encaje legal permitiendo la liberalización de la tasa de interés (determinadas por las fuerzas del mercado).

También, se impusieron reformas que afectaron al mercado de valores, cuyo propósito era atraer capitales foráneos para complementar el ahorro interno y canalizar financiamiento a la producción, esto con ayuda de créditos bancarios y bursátiles obtenidos en el exterior. Dicha medida provocó un incremento en el ahorro externo generando una fuerte inflación en el mercado de valores, por lo que provocó la integración de la economía mexicana al mercado financiero externo estadounidense, lo que terminó con la firma del Tratado de Libre Comercio con América del Norte; además del encadenamiento de la economía mexicana a la estadounidense.

En 1994 con la autonomía del banco central, se pretendía estabilizar los precios y los valores de los activos, rompiendo con esto, los pactos sociales que se daban en el periodo de regulación económica, es decir que el Banco de México eliminó la negociación política en la determinación de la oferta monetaria, consolidándose el sector financiero.

Lo anterior generó una autonomía protegida, que junto con el oligopolio del sector bancario fortalecieron su hegemonía, asegurando altos diferenciales entre las tasas de interés de los activos sin riesgo (cetes) y los depósitos bancarios, además de mantener bajos diferenciales entre la tasa interbancaria y la de los cetes.

Uno de los rasgos característicos del proceso de desregulación financiera fueron las crisis bancarias, especialmente en México la crisis de 1994, la cual afectó de manera importante con diferentes intensidad a todos los bancos del sistema, por lo que se llevaron a cabo diferentes acciones aplicadas por las autoridades.

1.1.2 La Crisis Bancaria

La crisis bancaria vivida en México en 1994 afectó tanto a instituciones bancarias como a empresas, en el caso de los principales bancos se generó un cambio en las leyes a fin de que pudieran ser capitalizados por grupos extranjeros a fin de evitar su quiebra mientras que las empresas buscaron nuevas alternativas de financiamiento, de esta forma Elektra, comenzó a recurrir al financiamiento bursátil en diciembre de 1993, al realizar su primera oferta pública bajo el nombre de Grupo Elektra, colocando el 7 por ciento de sus acciones por 65 millones de pesos. Posteriormente colocó acciones de serie A, B y L (cuadro 1.1.2-1), donde la serie A es ordinaria reservada para accionistas mexicanos, y que sólo pueden ser adquiridas por extranjeros a través de inversionistas neutros o de ADRs. La B es ordinaria conocida como libre suscripción, por lo que puede ser adquirida directamente por inversionistas extranjeros y la serie L significa voto limitado. Pueden ser adquiridas por inversionistas nacionales o extranjeros. Dicha colocación le permitió financiarse y enfrentar la situación que se vivió en ese periodo.

Cuadro 1.1.2-1 Composición de las series accionarias de Elektra

Serie	Acciones en circulación	Porcentaje %
"A"	127,474,503	35.5
"B"	195,657,173	54.5
"L"	36,006,073	10
Total	359,137,749	100

Fuente: reporte anual Grupo Elektra, 1995

Las crisis bancarias se refieren a las quiebras que inducen a los bancos a suspender la convertibilidad interna de sus pasivos o que exige a las autoridades monetarias a intervenir para prevenir esto por medio de una asistencia extendida a gran escala.

Las crisis se presentaron cuando la administración activa de los balances enfrentó problemas para la concentración de crédito, elevadas tasas de interés reales durante períodos de menor crecimiento económico; o simplemente elevados niveles de apalancamiento procedentes de rápidos procesos de privatizaciones, adquisiciones o una combinación de éstos.

Las crisis bancarias son resultado de la desregulación y liberalización de los sistemas financieros nacionales y el incremento en la competencia en el sector financiero. Pueden ser precedidas de:

- a) crisis monetarias.
- b) crisis de endeudamiento externo.
- c) crisis bursátiles: son situación de las Bolsas de Comercio en la que existe una fuerte baja de las cotizaciones de los valores objeto de negocio y un bajo volumen de negociación.
- d) crisis sectoriales.

Entre las más sobresalientes se encuentran las quiebras bancarias que se presentaron en los bancos al inicio de los noventa en México.

La crisis de 1994 fue un parteaguas en la historia económica de México, debido al impacto que fue tan grande, que la reserva de Estados Unidos tuvo que intervenir para salvar a México y a los inversionistas estadounidenses que tenían inversiones en México, además de salvar la credibilidad de la desregulación y liberalización financiera.

En un estudio del Fondo Monetario Internacional (FMI) de 1998, se hace una diferenciación de los tipos de crisis subrayando qué son las crisis bancarias, particularmente la crisis mexicana y asiática, que fueron las que llegaron a tener efectos globales y se establece que éstas alcanzan una explicación en el contexto de los procesos de desregulación y liberalización financiera así como la participación de los flujos de capital internacional y la innovación financiera de finales de siglo XX y principios del siglo XXI⁴.

⁴ Art. "Mercados financieros globales: desregulación y crisis financieras" Girón Alicia y Correa Eugenia. pág. 2

Un aspecto importante a considerar, son los diferenciales en las tasas de interés mantenidas para alcanzar cierta estabilidad cambiaria, inducen a elevar la composición en moneda extranjera de los pasivos bancarios e incluso de empresas no bancarias. Muy rápidamente un movimiento de los capitales de corto plazo, que ingresan atraídos por los diferenciales en las tasas de interés y la relativa estabilidad cambiaria, abandonando el mercado local, precipita el desbalance monetario en los bancos y la incapacidad de pago en las empresas no bancarias⁵.

A lo anterior hay que agregar la búsqueda de instrumentos más rentables en mercados de dinero y de capitales crecientes y la tendencia al descenso de las tasas de inversión y de crecimiento en el entorno mundial.

Por otro lado, las reestructuraciones bancarias tienen un costo, éste es, el costo fiscal o de rescate bancario, el cual ha sido altísimo con relación al Producto Interno Bruto (PIB), en México se ha ubicado entre 12 y 15 por ciento del PIB. Sin embargo, los costos de una crisis bancaria son más amplios, al costo fiscal de la reestructuración del sector financiero, se agregan el efecto de ésta en el nivel de la actividad económica y la incapacidad de los mercados financieros de funcionar eficientemente durante un largo plazo.

La historia muestra que las crisis bancarias son de muy lenta resolución. La capacidad económica para enfrentar una masa de liquidez en depósitos vinculados a préstamos a agentes económicos insolventes, toma mucho tiempo y eventualmente reajustes estructurales muy profundos. En todo caso, la astringencia monetaria agrava las posibilidades de enfrentar estas crisis bancarias y conduce a la insolvencia a los prestatarios, como también a los propios bancos. La carga fiscal de los rescates compromete una parte creciente e importante de los presupuestos públicos reducidos también por la propia contracción económica; una solución progresiva que permita un rápido

⁵ *Ibíd.* pág. 6

crecimiento económico con empleo requiere de la presencia de muy distintas fuerzas políticas comprometidas con el desarrollo.

Al contar con un sistema financiero desregulado y con una apertura del sector de servicios financieros, se permitió el acceso de inversionistas institucionales extranjeros para fortalecer el capital social de las entidades financieras mexicanas, lo que provocó una reducción en el número de bancos (cuadro 1.1.2-1) todos asociados al capital internacional, desarrollándose la extranjerización de la banca mexicana. Tras este cambio, la banca y los inversionistas extranjeros se beneficiaron con las ganancias oligopólicas del sector financiero.

Así a principios de 2001 sólo dos bancos quedaron bajo la protección del capital nacional: Bital y Banorte. En este año comienzan los preparativos para crear Banco Azteca después Bancoppel y Banco Ahorro Famsa; quienes a demás de ofrecer servicios parecidos a los de un Banco cualquiera, se enfocarían más en la población no atendida por los Bancos, es decir, la población de menor capacidad económica, para de esta forma otorgar créditos al consumo y vender mejor sus productos y servicios.

Cuadro 1.1.2-1

1990	1991	1992	1994	1998	2000	2001		
Banamex	Banamex	Banamex	Banamex	Banamex	Banamex	Citicorp-Banamex		
Bancomer	Bancomer	Bancomer	Bancomer		BBV-Bancomer			
BCH-union	BCH-Union							
Multibanco Mercantil México	Probursa			BBV			BBV-Bancomer	
Probursa								
Oriente	Oriente	Oriente	Oriente					
Cremi	Cremi	Cremi	Cremi					
Bital	Bital	Bital	Bital					
Atlántico	Atlántico	Atlántico						
Inverlat	Inverlat	Inverlat	Inverlat	Nova Scotia	Nova Scotia	Nova Scotia		
Serfín	Serfín	Serfín	Serfín	Serfín	Santander-Serfin			
Somex	Somex	Somex	Mexicano	Santander				
Confía	Confía	Confía	confía	Citibank	Citibank	Citibank		
Bancen	Bancen	Banorte	Banorte			Banorte-Bancrecer		
Banco Mercantil del Norte	Banco Mercantil del Norte	Banco Mercantil del Norte						
Banpaís	Banpaís	Banpaís						
Bancrecer	Bancrecer	Bancrecer						Bancrecer-Banoro
Banoro	Banoro	Banoro	Banoro					

Fuente: Girón y Levy, México: los bancos que perdimos

1.1.3 Consecuencias de la crisis de 1994

El proceso de apertura e integración económica no garantizó un proceso de crecimiento, por el contrario, los niveles de ingreso tan dispares dentro del país y el incremento en los niveles de pobreza mostraron y siguen mostrando que el proceso es desigual, con un beneficio muy orientado a ciertos grupos de la sociedad.

Después de la crisis de 1994, el financiamiento bancario (banca comercial y de desarrollo) dejó de jugar el papel que tradicionalmente había seguido con respecto a la actividad económica.

La desregulación financiera y la ausencia de mecanismos eficaces de supervisión de las operaciones bancarias se combinaron para propiciar una expansión del crédito sin una adecuada evaluación de la viabilidad de los proyectos empresariales ni una investigación de la capacidad de pago de los deudores; en el caso de los créditos al consumo.

Mientras el crédito bancario caía, su lugar fue ocupado por el financiamiento no bancario, donde se incluye a las sociedades de ahorro y préstamo, las sociedades financieras de objeto limitado (SOFOLDES), uniones de crédito, arrendadoras financieras, empresas de factoraje, además de otorgar crédito a través de las tarjetas de tiendas departamentales como: Coppel y Elektra, entidades que después crearían su propio banco destinados a personas de bajos ingresos.

Uno de los compromisos adquiridos con el TLCAN consistía en abrir el sector financiero a la competencia internacional, pero, tras la crisis se tuvo que adelantar dicha apertura, lo que permitió el acceso de inversionistas institucionales extranjeros para fortalecer el capital social de las entidades financieras, provocando una reducción significativa de bancos, lo que desarrolló la extranjerización de la banca mexicana.

Lo que siguió fue un desquiciamiento de los mercados que llevaron a México al borde del colapso financiero.

Por otro lado, la crisis financiera incluye las crisis cambiaria y bancaria, el rescate de los bancos por las deudas incobrables que al final el gobierno tuvo que absorber con el Fobaproa significó el respaldo del gobierno a bancos privados en tales condiciones, incurrió en un riesgo moral. El costo neto del rescate bancario a finales de 1999 fue aproximadamente 900,000 millones de pesos, lo que aumentó la deuda pública en 552,000 millones de pesos⁶.

Los periodos de 1994 a 2000 y de 2000 a 2004, resaltaron el dinamismo económico basado en impulsos externos. El estancamiento económico de 2001 a 2003 refuerza sólo el hecho de la sincronía en los ciclos económicos de México y Estados Unidos, así como la dependencia externa con este último, después de que entró en un periodo recesivo a finales del año 2000.

En lo interno, la inestabilidad causada por los procesos electorales y la polarización en el mercado que traen consigo un crecimiento cohesionado escaso, es decir, la estrecha vinculación entre el mercado interno y el externo es todavía muy débil, lo que provocó que sólo ciertos sectores y empresas se beneficiaran con la apertura.

Por otra parte, uno de los beneficios de contar con una inflación de 4 a 5 por ciento, es que permite fijar tasas de interés bajas de 7 a 9 por ciento de los Cetes, lo cual, posibilita un mercado atractivo para el otorgamiento de créditos.

⁶ Art. "Ciclo económico, crisis financieras y choques externos, perspectivas de México" Flores Paredes Joaquín y Madrueño Aguilar Rogelio. pág.654

1.2 Historia de Grupo Salinas

Grupo Salinas, es uno de los grupos más importantes en México, tiene aproximadamente 102 años de su creación y casi una década de haberse constituido, su crecimiento y expansión por América Latina ha sido impresionante, pocos empresarios logran hacer esto en tan poco tiempo y más tomando en cuenta que los servicios otorgados son enfocados a la población de menores recursos, el poder captar recursos a un bajo costo por medio de Banco Azteca, su sistema de cobranza tan eficiente, y el hecho de ofrecer todos los servicios que la sociedad necesita (telecomunicaciones, fundación azteca y servicios financieros) lo colocan al día de hoy dentro de las más grandes e importantes empresas.

Grupo Salinas surge con la fundación de Salinas y Rocha en 1906 en Monterrey, Nuevo León. Actualmente se divide en cuatro grandes áreas: medios, servicios financieros, telecomunicaciones e Internet.

Su crecimiento y la toma de decisiones por parte de los accionistas de Grupo Salinas los podemos observar en las fusiones de Lusacell con Unefón, Elektra con Salinas y Rocha; la alianza con FAW, la creación de Banco Azteca y Fundación Azteca, además de la recurrente colocación de instrumentos de deuda y en su momento de parte de su capital en el mercado accionario, lo que lo convirtió en un grupo fuerte y significativo para la economía mexicana, sin perder el eje de sus negocios: otorgar crédito a la población de menores recursos.

La historia de Grupo Salinas comienza con la fundación de la empresa: Benjamín Salinas y Compañía en 1906, iniciando con camas de latón, posteriormente, México se enfrentó a la Revolución Mexicana y el grupo vio la oportunidad de establecer formalmente Salinas & Rocha, empresa mexicana con tiendas departamentales de muebles, iniciando con ella el sistema de ventas en abonos semanales, por medio del cual se aliviaba la escasez y las necesidades de la población.

Hugo Salinas Rocha fundó, en sociedad con Donald Stoner, Radiotécnica S.A., una fábrica de radios pero cuando Stoner dejó la sociedad, Salinas integró a los ingenieros Eduardo Antonio Veytia y Guillermo de la Peña. Juntos diseñaron todo tipo de radios, desafortunadamente, tuvieron problemas técnicos por lo que Hugo Salinas decidió deshacerse de los aparatos. Posteriormente, Salinas Rocha llamó al ingeniero Raúl Padilla Valero para que diseñara una radio que funcionara bien. Después de algunos intentos, logró hacer funcionar finalmente un modelo de radio, y Hugo Salinas decidió volverlos a comercializar, pero antes cambió el nombre para no conservar la mala fama que hubiera podido dejar los radios anteriores. Fue así como surgió el nuevo nombre de la compañía, Elektra.

Es así como Elektra Mexicana S.A. de C.V. nació en octubre de 1950 con una fábrica de dos plantas de 700 metros cuadrados cada una. Elektra se convirtió en un representante de la modernización y promotor del bienestar general. A continuación, comenzó a importar de Estados Unidos televisores desarmados que vendía en las tiendas Salinas & Rocha bajo la marca Imperial, hasta que más tarde la empresa decidió fabricar sus propios televisores, mismos que obtuvieron un gran éxito.

Dicha venta impulsó en gran medida a Elektra, pero la dura competencia con otras marcas reconocidas impusieron la necesidad de comercializarlos fuera de los canales de distribución tradicionales, motivo por el cual, contrataron vendedores que, de casa en casa ofrecían televisores por catálogo y en abonos. Conforme pasaron los años, Elektra intentó el modelo de Salinas & Rocha, introduciendo las ventas a crédito.

Para 1976, la crisis financiera azotó al país; la devaluación de la moneda golpeó fuertemente a los negocios mexicanos, y los bancos que prestaban a Elektra mostraron serias dudas sobre su capacidad de pago, exigiendo la liquidación anticipada de sus préstamos, de esta forma, a principios de los 80's, la empresa se vio obligada a una reestructuración financiera, por lo que renuncia a su estrategia de venta a crédito, quedando las ventas solo de contado; años más tarde, retoma su sistema de crédito.

Con el propósito de recibir nuevos recursos que le permitieran seguir su ritmo de crecimiento, Elektra comienza a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) en 1993 con una emisión inicial de acciones serie L realizada. Las acciones serie L han cotizado en la Subsección "A" de la Bolsa Mexicana de Valores. Posteriormente a la reestructuración de su capital social efectuada el 12 de julio de 1994, el CPO sustituyó a la acción serie L como el valor de renta variable principal de la compañía y posteriormente colocó instrumentos de deuda mediante la figura de certificados bursátiles.

En 1993, un grupo de accionistas al mando del Sr. Salinas Pliego realizaron una oferta por la red de televisión pública Imevisión, que poco después se convertiría en lo que hoy conocemos como TV Azteca.

En 1994, lista sus acciones en forma de Global Depositary Shares (GDS)⁷ en la Bolsa de Nueva York (New York Stock Exchange, NYSE).

En 1996 firma contrato con Western Union para realizar servicios de transferencias electrónicas de dinero. Western Union cuenta con más de 150 años de servicio dedicado. Actualmente, desde más de 320,000 localidades de Agentes en más de 200 países de todo el mundo, millones de personas confían en Western Union para recibir y enviar dinero.

En 1998 realiza una inversión estratégica en Unefon, una compañía de servicios telefónicos inalámbricos.

En 1999 Grupo Elektra inició una reestructuración corporativa para aprovechar ciertas pérdidas fiscales por amortizar reportadas por Salinas y Rocha, así como para lograr la eficiencia de su estructura social. De ésta forma, Grupo Elektra quedó con una participación accionaria de 99% en Salinas y Rocha, la cual, en ese momento, tenía a Elektra Comercial, S.A. de

⁷ Cada unidad de este título (GDS), representa un número determinado de acciones de la empresa, estos se pactan en dólares a nivel internacional, y son emitidos por un banco extranjero, sin embargo las acciones que representan están depositadas en un banco localizado en el país de origen de la compañía.

C.V., Elektrafin Comercial, S.A. de C.V., Salinas y Rocha y The One como sus principales compañías operativas.

El 18 de diciembre de 2000, Grupo Elektra se fusionó en Grupo Salinas y Rocha, persistiendo esta última. Como resultado, Salinas y Rocha cambió su razón social a Grupo Elektra, S.A. de C.V. y todas las compañías operativas.

De esta forma, noventa y cuatro años después, es decir en el año 2000, se crea el Grupo Salinas como tal, conformado por cinco sectores:

- a) Financiero y comercial
- b) Medios
- c) Telecomunicaciones
- d) Internet
- e) Responsabilidad social

Esquemáticamente lo podemos observar así:



La estructura del Grupo es amplia al encontrarse bien integrada y cubrir las necesidades de la población, tanto en bienes como en la parte social y de información y comunicación, como cualquier empresa lo que se busca es

crecer y prestando atención en este grupo, vemos que lo ha logrado hasta encontrarse en Latinoamérica, además del compromiso con la población que ha adquirido al servir a la población de menores recursos que es la parte más grande en la pirámide de la población.

Los sectores de financiero y comercial, medios y telecomunicaciones son los más importantes para el Grupo. Sin embargo, en el cuadro 1.2-1 se observa la utilidad neta⁸ de dichas empresas donde se puede ver claramente que la que más aporta es Elektra, y que Iusacell a pesar de ser una de las empresas de telefonía celular más importantes se encuentra en dificultades.

Cuadro 1.2-1 Utilidad neta en millones de pesos

año	Elektra	Tv Azteca	Iusacell
2003	1,204.60	1,715	-5.525704
2004	1,870.60	1,660	-2.219107
2005	3,214.20	1,320	-0.761707
2006	4,665.70	2,236	4.031759
2007	6,539.40	1,040	-1.284996

Fuente: Reportes anuales, varios años.

Elaboración propia

1.2.1 Grupo Elektra

Grupo Elektra es la empresa más importante para el Grupo Salinas ya que es la que más aporta a sus ganancias y como se dijo antes se encuentra en otros países y continúa creciendo por medio de éste grupo y Banco Azteca, a pesar de los pocos años de existencia de éste último, lo que realza la importancia de prestar servicios a un nicho de mercado despreciado por otros; la clase de menores ingresos: E, D, D+, además de los segmentos de la clase media C y C+ de la población.

⁸ La utilidad neta refleja lo que la empresa comienza a ganar por medio de las ventas netas.

Elektra comenzó vendiendo radios, y al paso de los años fue adquiriendo, fusionando y realizando alianzas estratégicas con otras empresas de diferentes ramos, así lo vemos con Lusacell, First Automobile Works Group (Faw) y Salinas y Rocha. El hecho de dar servicios a la población de menores recursos ha resultado muy rentable para el Grupo, pues les da la oportunidad de adquirir bienes de alta tecnología con pagos accesibles para dichas personas. Otro punto importante para su rápido crecimiento es el sistema de cobranza con el que cuenta, ya que no permite que las personas tengan retrasos en sus pagos.

La parte de cobranza se encuentra totalmente automatizada. Cuenta con aproximadamente 6,000 cobradores, y cada uno de ellos cuentan con handhelds para investigación y cobranza en el domicilio del cliente las cuales trabajan con tecnología CDMA⁹, lo que permite que se comuniquen a través de Lusacell y están conectados con los sistemas del Grupo, que permiten la actualización del saldo de un cliente en tiempo real cuando éste es visitado por un cobrador y realiza el pago en su domicilio, de igual manera ahí mismo le imprimen su comprobante de pago, y su nuevo saldo, mediante impresoras portátiles con tecnología bluetooth, y esta información automáticamente se actualiza en la base de datos.

Asimismo, los equipos de los cobradores cuentan con CDMA y GPS¹⁰, este último vía celular Lusacell permite ubicar al jefe de crédito y cobranza en donde quiera que se encuentre, igualmente, le da opciones para que se vaya por la ruta más corta, y sirve como un medio de control para saber si realmente cubren su ruta.

Como se mencionó anteriormente Elektra nace en 1950, fundada por Hugo Salinas y Rocha para producir radios, en 1954 inicia el otorgamiento de crédito y las ventas de cambaceo,¹¹ para 1957 se incorpora un sistema de ventas a crédito en abonos y en 1963 solicita su primer crédito con Bank of América.

⁹ Código de división de múltiple acceso (Code division multiple Access)

¹⁰ Sistema de Posicionamiento Global (Global Positioning System)

¹¹ Venta y promoción de productos domiciliarias (de casa en casa)

En 1993 realiza su primera oferta pública en la BMV y en 1994, lista sus acciones en forma de GDS en la Bolsa de Nueva York (NYSE), contrato que terminaría en el año 2005. En 1996 firma contrato con Western Union para realizar servicios de transferencias electrónicas de dinero y en 1997 se inician operaciones en Latinoamérica con el formato Elektra.

En 1997 Elektra comienza a operar sus ventas de manera electrónica en América Latina con la apertura de cuatro tiendas en Guatemala, con el formato Elektra. Esto dio entrada al proceso de expansión fuera de México, que incluyó Guatemala, El Salvador, Honduras, República Dominicana y el Perú.

En el 2001 el grupo adquiere “La Curacao”, empresa dedicada a la venta de electrodomésticos, en ciertos países de Latinoamérica.

El año 2002, es importante para al Grupo, pues, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público aprueba la operación de un Banco, con lo que en el mes de Octubre comienza sus operaciones Banco Azteca.

Para el 2003, Elektra se fusiona con The One, empresa de ropa.

En el 2004, Grupo Elektra, comienza a cotizar en el mercado de Latinoamérica en Euros (LATIBEX), quien es el único mercado internacional sólo para valores latinoamericanos.

En enero de 2006, se renueva contrato de envíos de dinero con Western Union por seis años, en octubre se obtuvo la autorización por parte de la junta monetaria para operar Banco Azteca en Guatemala.

En enero de 2007, el Ing. Carlos Septien Michel asume la dirección general de Grupo Elektra y Banco Azteca; en noviembre Grupo Elektra introduce en México la línea de autos tecnológicamente avanzados “FAW”.

La alianza que realizó con FAW es una de las más importantes ya que surge con la intención de introducir una nueva línea de automóviles en México que cumpla con los más altos estándares tecnológicos de seguridad y de control de emisiones, Grupo Elektra y FAW iniciaron la comercialización de este nuevo producto **a partir del primer trimestre de 2008**. El precio de los vehículos se caracteriza por ser inferior al promedio de los que se comercializan en el país, lo que, en conjunto con el sistema de crédito de Banco Azteca, permitirá incorporar a miles de familias como clientes del mercado automotriz.

La finalidad de esta alianza con el mayor productor de automóviles de China y socio de marcas como Volkswagen/Audi, Toyota y Mazda, es mejorar la calidad de vida de los nuevos usuarios, impulsar la industria de automóviles, expandir la actividad de proveedores de insumos automotrices y promover el crecimiento económico en México. Esta estrategia creará la primera empresa automotriz con capital mayoritariamente mexicano en el presente siglo, porque en el pasado funcionó Vehículos Automotores Mexicanos (VAM). Adicionalmente dará pie a un centro de investigación y desarrollo tecnológico en México que ubicará al país a la vanguardia en el desarrollo de aplicaciones automotrices de clase mundial y diseñará vehículos enfocados en los mercados objetivo de Elektra.

La planta ensambladora está siendo establecida en Zinapécuaro, Michoacán. Se calcula que la capacidad de producción automotriz será de 100,000 autos anuales. Dicha planta forma parte de otra estrategia por parte del Sr. Ricardo Salinas pues Elektra requiere fabricar coches chinos en México para poderlos dar a un precio razonable, pues de no abrirse una planta tendrían que pagar el 50 por ciento aproximadamente de aranceles (la mitad del valor sumado al precio final al consumidor).

En el 2008 Grupo Elektra es considerado como la empresa líder de servicios financieros y comercio especializado en Latinoamérica. La compañía expande el consumo del mercado masivo a través de crédito accesible en sus

1,900 puntos de venta en ocho países: México, Perú Brasil, Guatemala, Argentina, El Salvador, Panamá y Honduras.

Así hoy en día Grupo Elektra se encuentra conformado por dos segmentos de negocio:

a) Negocio comercial

El negocio comercial está integrado por los formatos de tienda Elektra y Salinas y Rocha, y actualmente tiene operaciones en México, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú, El Salvador, Argentina y Brasil.

Se encuentra enfocado a los segmentos E, D, y D+ de la población latinoamericana. Al 31 de marzo de 2008, contaba con un total de 913 puntos de venta.

Los productos y servicios que se ofrecen en estos formatos son: electrónica, línea blanca, electrodomésticos, muebles, motocicletas, autos, llantas, acumuladores, bicicletas, teléfonos celulares, computadoras, transferencias electrónicas de dinero, garantías extendidas, tiempo aire, boletos de camión y boletos de avión.

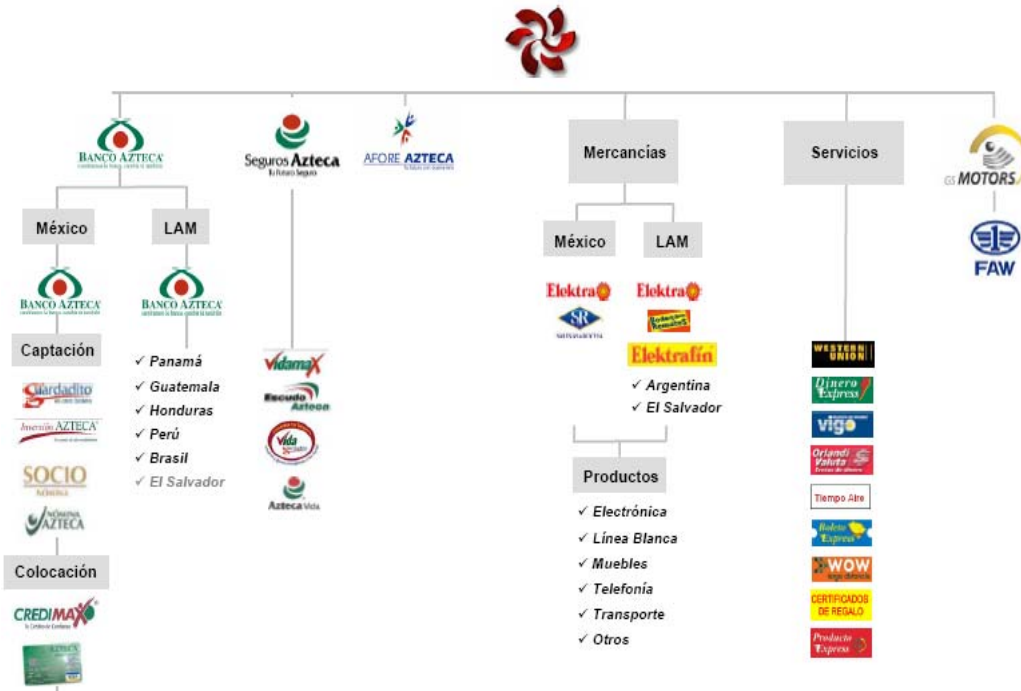
b) Negocio financiero

El negocio financiero se encuentra conformado por tres subsidiarias principalmente:

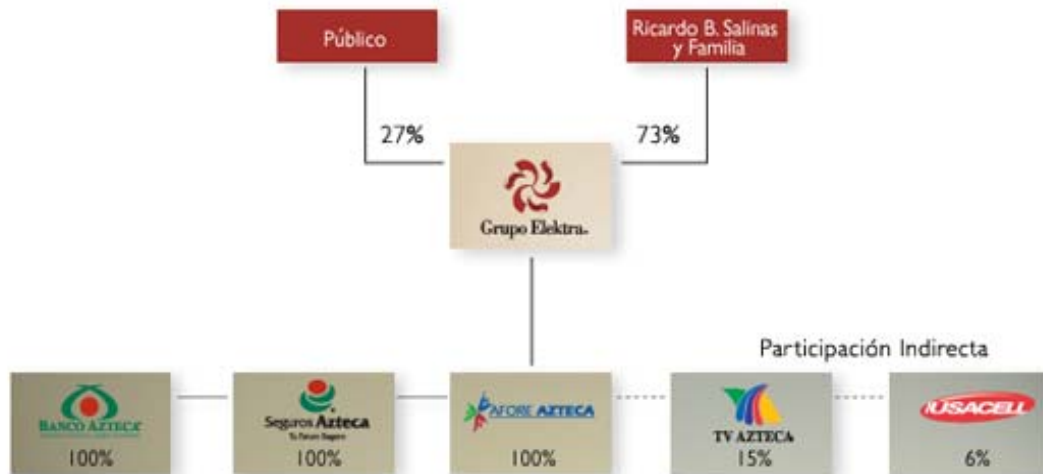
- ❖ Banco Azteca.
- ❖ Seguros Azteca: la aseguradora más accesible.
- ❖ Afore Azteca: una de las afores más competitivas del mercado mexicano.

Actualmente el negocio financiero tiene operaciones en México, Panamá, Guatemala, Honduras, Perú y Brasil.

La estructura de dicho grupo es la siguiente:



En el siguiente esquema se muestra la estructura accionaria de Grupo Elektra: 28% de la empresa es pública, mientras que el 72% restante es propiedad de Ricardo B. Salinas y su familia. Banco Azteca, Afore Azteca, Seguros Azteca y Seguros Azteca Daños son subsidiarias de Grupo Elektra, éstas mantienen una participación del 15% de TV Azteca y 6% en Grupo Lusacell de manera indirecta.



Donde: 1 Acción = 1 Voto

No. de Acciones (Elektra) = 244 millones
 en circulación al 30/09/08

1.2.2 Banco Azteca

Banco Azteca comienza sus operaciones en el 2002, para administrar la parte de créditos al consumo que otorgaba Elektra. Sin embargo, al encontrarse dentro de las tiendas Elektra, sus servicios se expanden de manera rápida al igual que los servicios que ofrece, pues hoy en día ofrece préstamos personales, tarjetas de crédito, financiamiento para automóviles, hipotecas, pago de nómina y otros. Además de ofrecer servicios de afore y seguros azteca.

En el año 2002 Grupo Elektra recibe la licencia para operar un banco, al cual denominó Banco Azteca que inició operaciones con la apertura simultánea de más de 800 sucursales bancarias ubicadas en el interior de tiendas Elektra, Salinas & Rocha y Bodega de Remates.

Banco Azteca atiende las necesidades del mercado, ofrece diferentes créditos al consumo en Grupo Elektra, y en otros establecimientos. El banco ha incrementado con éxito su gama de productos y servicios financieros.

En el 2003 inicia operaciones afore azteca, Banco Azteca se consolida con 818 sucursales en México.

Para 2004 inicia operaciones seguros azteca, en el mes de octubre, Grupo Elektra y banco azteca lanzan el programa de empresario azteca.

En marzo de 2005 inicia operaciones en Panamá, en junio inicia operaciones circulo de crédito, donde se tiene una participación accionaria del 18%, en agosto se termina el programa de GDS con la NYSE, y en noviembre se inician operaciones comerciales en Panamá con el formato Elektra.

En febrero de 2007 recibió autorización por parte de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros de Honduras para operar Banco Azteca en ese país. En mayo la compañía inició operaciones bancarias en Guatemala y operaciones en Argentina. En julio Grupo Elektra, a través de Banco Azteca, inicio operaciones en Honduras.

En 2008 inicia operaciones bancarias en Perú, y continúa su expansión e inicia operaciones bancarias y comerciales en Brasil.

Banco Azteca, como cualquier otro banco, capta recursos por medio de los ahorradores (superavitarias) y éste a su vez presta el dinero recibido a personas que no lo tienen (deficitarias) de la siguiente forma:

Depósitos	Préstamos	Compras
Sr. López deposita 5,000 pesos en su cuenta en el banco X	El banco X le presta a la Sra. Vargas 4,250 y retiene el 15% en reserva	La Sra. Vargas adquiere un equipo modular en Elektra

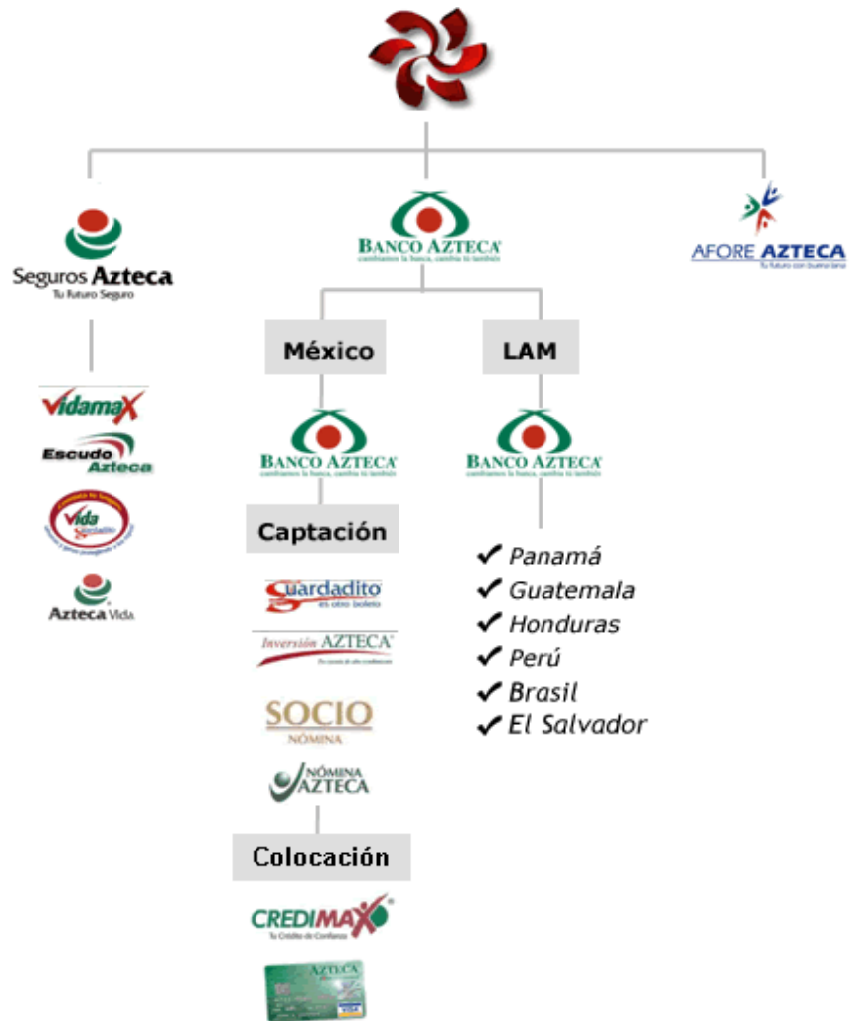
Elektra deposita los 4,250 en su cuenta en el banco X	El banco X financia al Sr. Medina con 3,612.50 pesos	El Sr. Medina compra una impresora en HP
HP deposita 3,612.50 pesos en el banco X	El banco X presta 3,070.625 pesos a la Sra. Ortiz	La Sra. Ortiz compra un vestido en el Palacio de Hierro
El Palacio de Hierro deposita los 3,070.625 pesos en su cuenta del banco X		

Por lo tanto el monto total en depósitos es: 15,933.125

El dinero físico fue de 5,000

El dinero creado de 10,933.125

La estructura de Banco Azteca es la siguiente:



1.2.3. Iusacell

Iusacell surge el 6 de octubre de 1955, como una empresa de Servicio Organizado Secretarial S.A. de C.V (S.O.S.), cuyo objetivo principal fue realizar la compraventa, distribución, instalación, arrendamiento y exportación en general de aparatos de radiocomunicación móvil con enlace a la red telefónica pública. Pero, es hasta 1989 que nace Iusacell, convirtiéndose en la primera compañía de telefonía celular en ofrecer el servicio en la Ciudad de México.

El 16 de octubre de 1992 nace el Grupo Iusacell como tal, conformado por las empresas: Iusacell, S.O.S. y SISTECEL.

En 1994 Grupo Iusacell realizó su primera oferta pública de acciones, cuya demanda de suscripción excedió más de 10 veces su disponibilidad, calificándola el diario "The Wall Street Journal" de Nueva York, como "la más atractiva colocación inicial de acciones proveniente de Latinoamérica este año".

El 10 de febrero de 1997, el Gobierno Mexicano autoriza a Bell Atlantic asumir el control administrativo de Grupo Iusacell. El 3 de Junio Iusacell presenta su Nueva Imagen Corporativa, así como las nuevas estrategias que la colocan como la más completa y versátil compañía de telecomunicaciones en México.

Un punto importante a destacar es que el 17 de Junio de 2001, Grupo Salinas tomó control sobre el Grupo Iusacell, nombrando a Gustavo Guzmán como Director General, y en Octubre Iusacell concluyó exitosamente una oferta de derechos para sus tenedores de acciones por 100 millones de dólares; esta operación permitió concluir con éxito la adquisición de Grupo Portatel S.A. de C.V., el proveedor de telefonía celular en la banda A en el sureste de México.

Así, en junio de 2003, una compañía de Grupo Salinas lanzó una oferta pública para adquirir el control de las acciones de Grupo Iusacell (BMV: CEL; Latibex: XCEL). Los accionistas de control anteriores, Verizon y Vodafone, aceptaron participar con la totalidad de sus acciones. Lo que resultó en la adquisición de un interés mayoritario por parte de Grupo Salinas.

En el año 2005, Unefon deja de cotizar en la BMV por baja bursatilidad.

En marzo de 2007 Grupo Iusacell acordó fusionarse con Unefon Holdings, otra empresa de Grupo Salinas. Unefon Holdings es la compañía tenedora que posee el capital social de Unefon, operadora de telefonía móvil enfocada en el mercado masivo en México. En el proceso de integración, Grupo Iusacell subsiste como fusionante y Unefon Holdings es fusionada. Por tanto, la nueva compañía nace con más de 3.4 millones de suscriptores -equivalente aproximadamente al 7% del mercado de telefonía celular en México-. La empresa cuenta con una cobertura nacional e integra a los dos únicos proveedores de servicios de comunicación inalámbrica en el país con tecnología CDMA, que genera la mayor eficiencia en la utilización de espectro radioeléctrico.

1.2.4. Tv Azteca

El 16 de julio de 1993, **como consecuencia de la privatización de la televisora estatal: Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión)**, se presentó la propuesta para ganar la licitación y el 2 de agosto de 1993 se tomó posesión de las instalaciones y se comenzó a trabajar creando **TV Azteca una empresa de televisión mexicana establecida por Grupo Salinas, TV Azteca opera dos señales a nivel nacional a través de dos estaciones de televisión en la Ciudad de México, XHIMT-TV canal 7 (Azteca 7) y XHDF-TV canal 13 (Azteca 13). Años más tarde (1997) comenzó a cotizar en la BMV obteniendo un mayor financiamiento.**

TV Azteca, S.A. de C.V. (BMV: TVAZTCA; Latibex: XTZA) es uno de los dos mayores productores de contenido para televisión en español en el mundo. Opera dos redes de televisión con cobertura nacional en México a través de más de 300 estaciones propias. Sus canales nacionales son Azteca 13, que se orienta a toda la familia, y Azteca 7, que se enfoca en audiencias jóvenes de ingresos medios y altos, cubriendo 97% y 95% de los hogares mexicanos, respectivamente. En fechas más recientes, inició operaciones Proyecto 40—canal UHF de televisión abierta— que reúne a las personalidades más notables de México en los ámbitos cultural, social, económico y político. TV Azteca es propietaria también de Azteca América, la cadena de televisión hispana de mayor crecimiento en los Estados Unidos, con presencia en 67 mercados que representan el 89% de los hogares hispanos en EE.UU.

Según la empresa Tv azteca surge como un sueño, con la idea de que la televisión puede y debe ser una fuerza positiva para el desarrollo de México y por lo que el proyecto TV azteca, iba a hacer todo lo necesario para cumplir con ese sueño. La motivación llegó con la certeza de que México necesitaba un proyecto de comunicación nuevo, creíble, que incorporara los grandes valores de nuestra cultura.

En 1997 TV Azteca comienza a cotizar en la BMV y se enlista como American Depositary Receipt (ADR), título que representa la propiedad de una

acción de una sociedad extranjera y es el medio para poder negociar con ellas en las bolsas de E.U.A., es decir, son certificados emitidos en dólares por bancos estadounidenses que cuentan con el respaldo de las acciones depositadas en una entidad bancaria (depositario) en el país de origen de la sociedad en la NYSE.

La primera etapa se le puede llamar de "limpieza", que fue donde se implementó una reducción de costos a cero, ya que en caja no tenían ni un peso. El primer paso era tener cobertura; el siguiente paso fue separar las señales; después, obtener dinero a través de vender espacios publicitarios, en ese momento tenían un gran pasivo de tiempo ya comprometido, se debían espacios y no contaban con ingresos. Así surgió uno de los más grandes aciertos de TV Azteca: el Plan Mexicano, el innovador plan de ventas por costo por punto de rating.

Tv Azteca se fundó cuando el panorama era muy diferente, ya que el internet en México no existía y el uso del celular era limitado, sin embargo la revolución digital y la sofisticación de aplicaciones tecnológicas los hábitos de los televidentes han cambiado, por tanto las computadoras y celulares ahora se han convertido en aparatos de entretenimiento que compiten con la televisión.

Enfocándonos en Tv Azteca, hoy en día pueden ver toda la programación a través de internet ya sea en computadora o celular.

Azteca Internet es parte del área de Nuevos Medios y está conformada por tvazteca.com, controlazteca.com, aztecamovil.com y lovimos.com:

- a) **Tv Azteca.com** es el sitio creado para promover los programas, talento e imagen de TV Azteca a través de internet, cuyo objetivo es lograr un acercamiento con la audiencia, en donde se tenga la posibilidad de proporcionar contenido y videos para interactuar con su programa favorito. Además ofrece **servicios** como: chats, juegos, blogs y horóscopos. De esta manera, el usuario tiene a su alcance distintas opciones para satisfacer sus necesidades de

comunicación, lograr interactividad y formar comunidades en su localidad.

- b) **controlazteca.com** es la extensión de los programas de TV Azteca en internet. Sin importar la hora ni el lugar, los usuarios pueden tener acceso a su programa favorito en línea, ya que la transmisión es totalmente en vivo, también, brinda un histórico de capítulos de programas, avances y resúmenes de telenovelas extendiendo la programación de TV Azteca a la computadora, aumentando así la fidelidad y rating de los programas.

- c) **aztecamovil.com** es el sitio de descargas de tonos, juegos, imágenes y logos que permite que los usuarios personalicen sus celulares con el contenido y la magia de TV Azteca.

- d) **lovimos.com** es el sitio de videos en español donde los usuarios pueden ver, subir y compartir sus videos para poder interactuar y proporcionar contenido a los programas de TV Azteca, haciéndolos partícipes sobre lo que se transmite en televisión.

1.3 Efectos de los cambios de la política económica en México en Grupo Salinas

La política económica es una estrategia que formula el gobierno para conducir la economía del país. Esta estrategia utiliza la manipulación de ciertas herramientas para obtener unos fines o resultados económicos específicos.

Como hemos observado esos cambios vividos a partir de 1994 y con la desregulación financiera, abrieron camino para el crecimiento de Grupo Salinas y sus filiales en los ramos de telecomunicaciones, servicios financieros y medios.

En cuanto a Grupo Elektra se refiere, los cambios que sufrió fueron: por una parte el retorno de su sistema de crédito, además de la captación de 1,549 millones de pesos para realizar sus planes de crecimiento y fortalecimiento financiero, los cuales se convirtieron en alianzas y estrategias, tomando en cuenta la parte de créditos al consumo que otorga Elektra, se observa su rápido crecimiento particularmente en el 2002 cuando Banco Azteca comienza sus operaciones, encargándose de los créditos de Grupo Elektra.

Es así como Grupo Elektra se convirtió en la empresa que más ganancias otorga a Grupo Salinas, esto se debe a la tasa tan alta que cobra al momento de realizar una compra a crédito que llega por lo menos al 62 por ciento anual aproximadamente, existiendo casos en que puede tocar el 400 por ciento, además de captar recursos de las personas ahorradoras ofreciendo una tasa de interés máxima del 7.5 por ciento anual, en el caso de invertir en Banco Azteca.

Además de estar enfocado en la población de los segmentos D+, D y E, pues éstas personas pueden acceder a los créditos al consumo y cubrir sus necesidades por medio de las tiendas Elektra. También ofrecen los servicios bancarios comunes como seguro, afore, entre otros.

De esta manera se observa su crecimiento y desarrollo primeramente en los créditos al consumo que ofrece, sus inversiones tanto en México como en otros países de América Latina y como vimos anteriormente Elektra es un recurso indispensable en la vida de las personas para obtener una oportunidad de mejorar su nivel económico y a la vez, procurar la facilidad de tener artículos indispensables en la vida de las personas, con diversas formas de crédito y apoyo financiero.

2. CRÉDITO AL CONSUMO

El crédito al consumo ha sido el motor de crecimiento de diversas tiendas departamentales, como en el caso de Elektra, la gran diferencia de esta cadena con el resto es el nicho de mercado a que se enfoca: la persona de la clase media, media baja y baja.

En éste sistema de crédito los pagos se pueden realizar a plazos y se otorga con facilidades al no solicitar demasiado requisitos para darlo, sin embargo, es el más alto en el mercado en cuanto a su costo porque uno de los riesgos que corren es precisamente la gran facilidad con que lo otorgan pues la persona que lo solicita no siempre cuenta con un historial crediticio, motivo por el cual los Bancos no prestan a estos segmentos de la población de menores ingresos, los cuales si son atendidos por Bancos como: Banco Azteca y Bancoppel.

Para el caso de Grupo Salinas este crédito le ha ayudado a su crecimiento por medio de Elektra y Banco Azteca, a pesar de que hoy en día otras tiendas como Coppel otorgan también estos créditos. Elektra sigue creciendo, ya que desde su creación se ha orientado a esta población de menor capacidad económica y con su amplia experiencia, en este sentido, han llevado a encontrarse en países de América Latina.

2.1 ¿Qué es el crédito al consumo?

El crédito al consumo, se define como aquel que se otorga para comprar un bien o servicio de uso personal, pagándolo en plazos determinados y con una tasa de interés previamente pactada. También es conocido como crédito ABCD (Adquisición de Bienes de Consumo Duradero)¹².

Cabe señalar que los créditos al consumo no son lo mismo que los microcréditos ya que estos últimos son se dirigen a personas de menores

¹² De acuerdo con la CONDUSEF

recursos pero para que abran un negocio; microcrédito es más que nada tener un proyecto en donde se va a financiar la persona y con ese mismo tiene que sacar para poder pagarlo.

Los créditos al consumo son otorgados por empresas no financieras e instituciones financieras, como son las tiendas departamentales, Fonacot, Bancos, Sociedades Financieras de Objeto Limitado (SOFOLES) y Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (SOFOMES).

Este tipo de crédito es de suma importancia para este estudio, ya que Grupo Elektra y Banco Azteca lo otorgan a la población de los segmentos socioeconómicos D, D+ y E de la población, es decir, de menores ingresos, que como se mencionaba en el capítulo 1 es más del 60 por ciento de la población total, además de que en un país como México, estos segmentos crecen año tras año.

Aproximadamente el 40 por ciento de las ventas o compras de los mexicanos en el país es realizada mediante ese sistema. Es decir, el 40 por ciento de las ventas de Grupo Elektra son realizadas por al menos el 60 por ciento de la población mexicana, siendo la gran mayoría a crédito, teniendo como ventaja el horario de servicio y sus puntos de venta.

Con este tipo de crédito se pueden adquirir: televisiones, estufas, computadoras, refrigeradores, ropa, etcétera; costo que se cubrirá con pagos fijos (semanales, quincenales o mensuales), a veces con un enganche que incluyen ese pago durante un determinado periodo (6 ó 12 meses).

Es de recordar que cuando las personas físicas o las personas morales buscan un financiamiento, ya sea para pagar deudas, consumir o en el caso de una empresa o negocio para crecer sus principales fuentes de financiamiento son:

- Los ahorros personales: principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se

suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios.

- Los amigos y familiares son otra opción de conseguir dinero, por lo general éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja.
- Bancos y Uniones de Crédito, estas instituciones proporcionan el préstamo, de acuerdo a la situación financiera de cada persona o empresa.
- Las empresas de capital de inversión, prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio.

Desde finales de 1994 se ha venido reduciendo en forma notoria el crédito de la banca comercial y de la banca de desarrollo. Esto ha obligado al sector privado a buscar fuentes alternativas de financiamiento. Dicho fenómeno ha ocasionado tanto una contracción del financiamiento total en la economía, como un cambio importante en las características del proceso de intermediación. Así, mientras ha aumentado la importancia de las fuentes alternativas de financiamiento, por ejemplo proveedores y bancos del extranjero, se ha reducido la de la banca nacional. Adicionalmente, otros agentes han atendido parcialmente mercados específicos, como el del crédito al consumo y a la vivienda.

Se llama financiamiento, cuando las instituciones financieras captan recursos y éstos los llevan a otras unidades deficitarias (familias, empresas, gobierno) para el consumo, la inversión o el gasto.

Las instituciones financieras pueden dividirse en dos:

- a) **Instituciones de depósito:** intermediarios que realizan completa o parcialmente la intermediación financiera. Por ejemplo: los bancos comerciales, que son instituciones con fines de lucro que aceptan depósitos del público en general y conceden préstamos a los agentes económicos e invierten en valores gubernamentales y privados.

- b) **Instituciones de no depósito:** manejan recursos u otorgan préstamos pero no los captan. Por ejemplo: empresas de factoraje, sociedades financieras de objeto limitado (sofoles), entre otras.

El crédito puede clasificarse en cuatro grupos:¹³

a) Atendiendo al sujeto

Crédito Privado
Crédito Público

b) Según el destino

Crédito a la Producción
Crédito al Consumo

c) De acuerdo a las garantías que aseguran su recuperación

Personal
Real

d) Por el plazo

Corto plazo
Largo Plazo

Otras fuentes de financiamiento que utiliza Grupo Elektra son:

- Línea de Crédito, es el dinero siempre disponible en el banco, pero durante un período convenido de antemano.
- Acciones, es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece, miden el nivel de participación y lo que le corresponde a un accionista por parte de la organización a la que representa, por concepto de dividendos, derechos de los accionistas, derechos preferenciales, etc.

¹³ Clasificación dada por ABM

2.1.1 Características

A la forma de venta que lleva a cabo Grupo Elektra, se le llama crédito al consumo o crédito de adquisición de bienes de consumo duradero, que es el producto que se otorga para comprar un bien o servicio de uso personal en plazos determinados.

Los créditos mencionados en el apartado 2.1 son ofrecidos por las tiendas departamentales ya sea, por medio de una tarjeta o con sus propios programas de crédito, en algunos casos, las cadenas comerciales sólo piden los comprobantes de domicilio y la identificación oficial para otorgar dicho crédito, cubriendo el riesgo inherente con el nivel de tasas de interés.

Los bancos y algunas tiendas comerciales se suman a esta forma de crédito por medio de sus tarjetas. Siendo de igual manera la cuenta de nómina que poseen ya bastantes personas en la actualidad. Si el ingreso del interesado no alcanza, es posible sumar el de su cónyuge para solicitar un préstamo.

Estos Bancos son una buena oportunidad para invertir y poco a poco han ido creciendo y ganando mercado, sin embargo, el costo de tener el dinero en esos Bancos es alto, pues se tiene que dejar por un año para realmente ver que la inversión hecha “crece”, y en caso de retirarlo antes se pierde todo el dinero ganado, aunque se puede invertir con cantidades a partir de \$1,000 contrario a la Banca tradicional cuyos montos son mayores.

En Elektra éste tipo de préstamo se puede solicitar hoy en día de una manera fácil, dicho crédito es otorgado por Banco Azteca , es de señalar que el usuario puede obtenerlo sin tener un historial crediticio mediante los “abonos chiquitos para pagar poquito”; frase muy conocida por casi toda la población pero que enmascara el alto costo del mismo.

Banco Azteca a partir de diciembre 2002, como se explicó en el capítulo 1, comenzó a ofrecer crédito al consumo, asumiendo la cartera de clientes que financiaba anteriormente Elektrafin para las compras a crédito de Elektra.

Además del financiamiento a clientes de Elektra, Banco Azteca maneja diferentes créditos, siendo su nicho principal la población de menores recursos, segmentos: E, D, y D+.

- a) **Línea de crédito:** se puede adquirir un préstamo personal en efectivo o algún artículo de tiendas Elektra. Para obtenerlo, sólo se necesita: identificación oficial, comprobante de domicilio, comprobante de ingresos y comprobante de propiedad o un aval.
- b) **Crédito al consumo** (también llamado credimax): es el crédito para obtener artículos de tiendas Elektra y en tiendas y almacenes afiliadas¹⁴. Para obtenerlo, se necesita: identificación oficial, comprobante de domicilio, comprobante de ingresos y comprobante de propiedad. Su CAT máximo es 165 por ciento, dependiendo el plazo.
- c) **Préstamos personales** (también llamado credimax efectivo): Se realizan por primera vez hasta 10,000 pesos y si ya se es cliente hasta 30,000 pesos. Para obtenerlo, sólo se necesita: identificación oficial, comprobante de domicilio, comprobante de ingresos, comprobante de propiedad y aval. Su CAT máximo es hasta 300 por ciento, dependiendo el plazo y el monto.
- d) **Crédito nómina:** préstamo sin aval y sin garantía prendaria o título de propiedad que se otorga a los empleados de empresas que cuentan con el servicio de nómina azteca con más de un año de antigüedad. El CAT total máximo es de 73.33 por ciento. Para obtenerlo se necesita la tarjeta de nómina, identificación oficial, comprobante de domicilio e ingresos y

¹⁴ Almacenes García, Milano, Bodegas Gigante, Azulemex, entre otras.

carta de la empresa que indique sueldo neto y antigüedad. Dentro de este crédito también se puede llevar a cabo un crédito al consumo.

- e) **Autofácil:** es el plan de financiamiento para automóviles nuevos o usados. Para obtenerlo se necesita: identificación oficial, comprobante de domicilio, ingresos y propiedad, y un aval.

No hay que olvidar que cuando se realiza una compra a crédito se debe considerar el precio de contado, la tasa de interés que se tendrá que pagar, el pago por cada periodo, el plazo del crédito, el enganche y los costos adicionales.

La tasa de interés, es el precio que se paga por el dinero prestado, el cual permite, al que presta, obtener una ganancia durante el periodo de tiempo del préstamo, éste se expresa en términos de porcentajes anuales.

El costo de financiamiento, es lo que se tiene que pagar por el crédito. En cualquier crédito se deben incluir elementos como tasa de interés, comisiones, gastos, seguros, bonificaciones y en general cualquier concepto que el comerciante cobre o descuenta por realizar la operación.

De esta forma, para calcular este costo financiero se utiliza el denominado Costo Anual Total (CAT), éste es una medida del costo de financiamiento, que sirve para fines de información y comparación, donde incluye todos los costos que se repercuten a los clientes, el mismo se presenta como porcentaje anual.

Con el valor del CAT es posible comparar el costo financiero de créditos de diferentes plazos o periodicidades ya que los iguala, por lo que resulta fácil comparar y elegir un plan de crédito con el menor costo financiero.

De manera técnica, el CAT es la tasa de interés anualizada que iguala a cero la suma del valor presente de los montos de una operación a crédito, y se representa conforme la siguiente ecuación:

$$0 = F_0 + \frac{F_1}{(1+CAT)^{\frac{1}{p}}} + \frac{F_2}{(1+CAT)^{\frac{2}{p}}} + \dots + \frac{F_n}{(1+CAT)^{\frac{n}{p}}}$$

Donde:

F_0 = monto del Crédito Garantizado a la Vivienda que otorgará la Entidad, neto de las comisiones y gastos que el acreditado pague antes o al inicio de la vigencia del contrato.

F_k = monto neto que pagará el acreditado a la Entidad en el periodo k , donde $k = 1, 2, \dots, n$, como se establece en la tabla de amortización.

n = número total de periodos de pago a lo largo de la vida del crédito.

p = número de periodos de pago considerados en un año, por ejemplo, $p = 12$ implica que los pagos son mensuales, $p = 4$ implica pagos trimestrales.

La metodología del CAT permite igualar créditos de diferentes plazos o periodicidades de pago, por lo que resulta fácil comparar y elegir un plan de crédito con el menor costo financiero.

Para la compra de electrodomésticos se toma en cuenta: el precio de contado más IVA, el enganche, el número de pagos, el monto de los pagos fijos y la periodicidad de los pagos. Es importante mencionar que para los créditos, el cálculo del costo financiero considera otros cargos como: gastos administrativos, seguros, comisiones, etc. De esta forma, para elegir un producto específico se debe considerar el CAT.

El precio de contado y el monto de los pagos, cuadros 2.1.1-1 y 2.1.1-2, se observa que en la modalidad de pagos semanales el precio de contado es menor que en la de pagos mensuales. Sin embargo, si se compara el importe total a pagar, el importe es mayor al mensual, igual que en el caso del CAT. En el cuadro 2.1.1-2 se observan tres principales tiendas dedicadas a otorgar créditos al consumo, siendo el CAT de Elektra el más alto.

Cuadro 2.1.1-1

Características del crédito a un año de un componente de audio Sony MHC-GTX88

Tienda	Periodicidad de pago	Precio de contado	Monto del pago fijo	Número de pagos	Importe total a pagar	CAT
Famsa	Mensual	8,458.01	831.62	12	9,979.44	36.70%
Coppel	Mensual	8,494.00	867	12	10,404.00	47.10%
Elektra	Mensual	7,499.00	880	12	10,560.00	94.60%
Elektra	Semanal	7,499.00	220	52	11,440.00	144.40%

Fuente: Programa Quién es Quién en Créditos a Pagos Fijos de Profeco, abril 2008.

Cuadro 2.1.1-2

Comparativo del CAT de una Lavadora/ Easy / LIE 13410 PB0

Tienda	Periodo	Precio de contado	Monto de pago fijo	Núm. pagos	Importe total a pagar	Diferencia entre el importe total y el precio de contado (\$)	CAT
Coppel	Mensual	6,899.00	747	12	8,964.00	2,065.00	65.30
Famsa	Quincenal	6,088.00	345.01	24	8,280.24	2,192.24	86.10
Elektra	Semanal	5,500.00	150	52	7,800.00	2,300.00	107.30

Fuente: Dirección General de Estudios sobre Consumo de Profeco. Junio de 2008.

En los cuadros anteriores se ve claramente como Elektra cuenta con el CAT más alto y éste varía dependiendo del plazo al que se pacte el crédito. Así mismo se nota como el precio de contado en dicha tienda es el más barato. De igual forma existe una diferencia considerable en el número de pagos, pues en el caso de Elektra se consideran 52 semanas que, como se mencionada anteriormente pueden variar de acuerdo a la situación de cada persona. Comprobando de esta manera como es que Elektra atrae a sus clientes, ya que el plazo es mayor, los pagos fijos y el precio de contado son menores, en relación con las otras tiendas.

2.1.2 Comportamiento del crédito al consumo

A lo largo del periodo estudiado (1994 a 2008) el comportamiento del crédito al consumo se observa una tendencia alcista llegando a un máximo de 489,824.7 millones de pesos, esto debido a que a lo largo de los últimos años las empresas como Elektra, Coppel, Famsa e incluso los supermercados como Soriana, de igual manera han creado su propio banco el cual ofrece ciertos créditos al consumo para la población de bajos ingresos que en su conjunto la cartera de crédito llegó a ser de 1,880,069.2 millones de pesos en septiembre del año 2008.

Para una Institución de Crédito (Banco) o para una Organización Auxiliar de Crédito (Arrendadora Financiera, Empresa de Factoraje Financiero, etc.), la cartera vigente es la compuesta por todos sus clientes (deudores) que se encuentran al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones de pago. Por el contrario, la cartera vencida es la porción del total de sus clientes (deudores) que reporta atraso en el cumplimiento de sus obligaciones de pago. Dicho de otra manera, la cartera vencida la componen los clientes que por alguna razón no pagan.

La cartera vencida generalmente es "calificada" de acuerdo a la sensibilidad del retraso en el cumplimiento de las obligaciones de pago, desde la menos riesgosa (una o dos parcialidades vencidas, generalmente mensuales), pasando por la cartera, que se encuentra en pleito ante los tribunales para intentar recuperar lo adeudado o ejecutar las garantías, hasta la que se considera prácticamente incobrable (aquella que a pesar de gestiones judiciales, no pudo obtenerse la recuperación del adeudo y se le considera una pérdida.

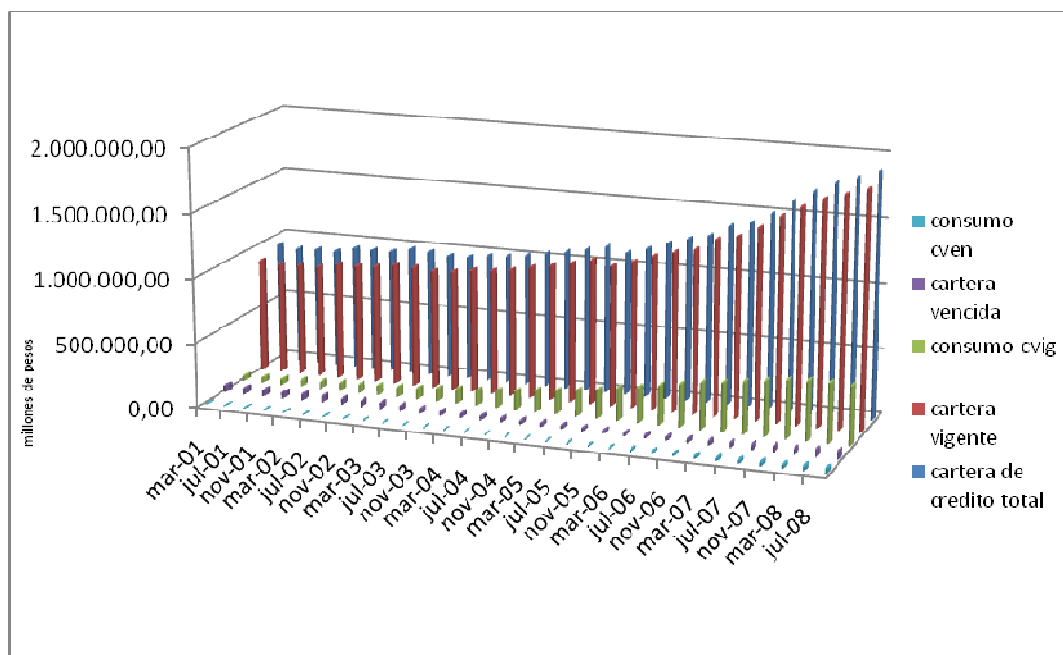
En la grafica 2.1.2-1, se muestra el comportamiento de la cartera de crédito total del sistema bancario, en donde se encuentra Banco Azteca, y sus dos rubros: cartera vigente y cartera vencida; así como el crédito al consumo

tanto de la cartera vigente (consumo cvig) como de la cartera vencida (consumo cven) mostrando el comportamiento que ha tenido la cartera de crédito en los últimos años.

La cartera total había tenido un comportamiento relativamente estable hasta septiembre del 2005, donde se nota con mayor claridad su tendencia alcista, de igual manera sucede con la cartera vigente. Sin embargo, el consumo de la cartera vigente muestra otro comportamiento, pues, el consumo forma aproximadamente el 16 por ciento en promedio de dicha cartera. Con respecto a la cartera vencida se observa un comportamiento mucho menor al de la cartera vigente, esto quiere decir que sus deudores (clientes) no han pagado o bien, que los que presentan atraso en sus pagos son pocos.

En la grafica 2.1.2-2 se muestra el crédito total y el crédito al consumo que en promedio forma aproximadamente el 15.4 por ciento del crédito total, en el periodo 2000 a 2008, lo demás se encuentra en el crédito comercial y el crédito a la vivienda.

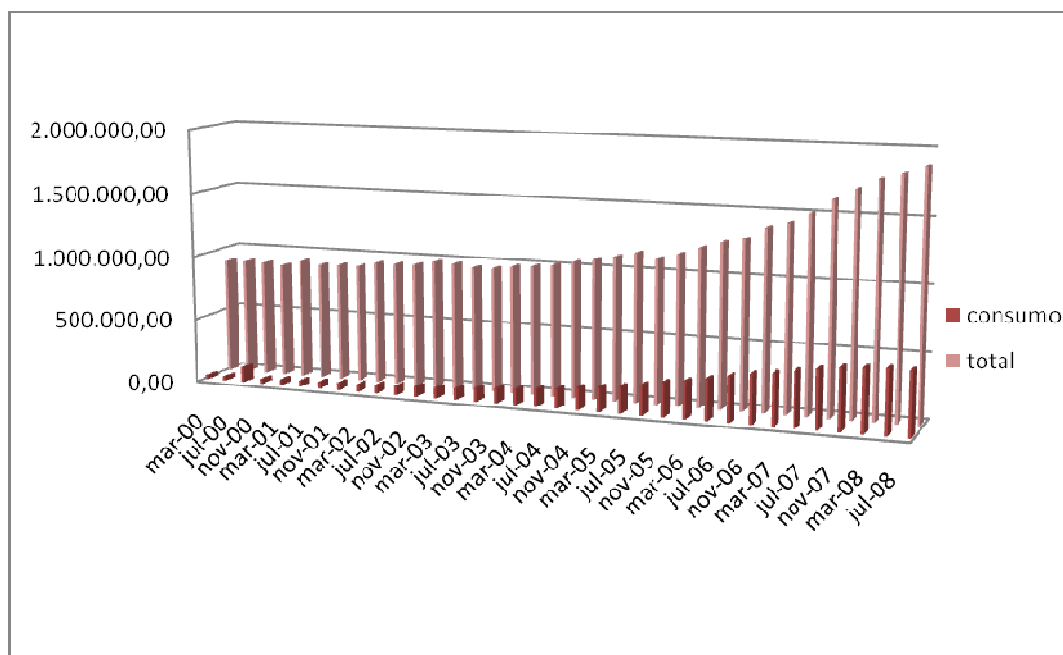
Gráfica 2.1.2-1 Cartera de Crédito (2001 – 2008)



Fuente: Boletín Estadístico que emite la CNBV, varios años

Elaboraciones Propias

Gráfica 2.1.2-2 crédito total y crédito al consumo (millones de pesos)



Fuente: Boletín Estadístico que emite la CNBV, varios años

Elaboraciones Propias

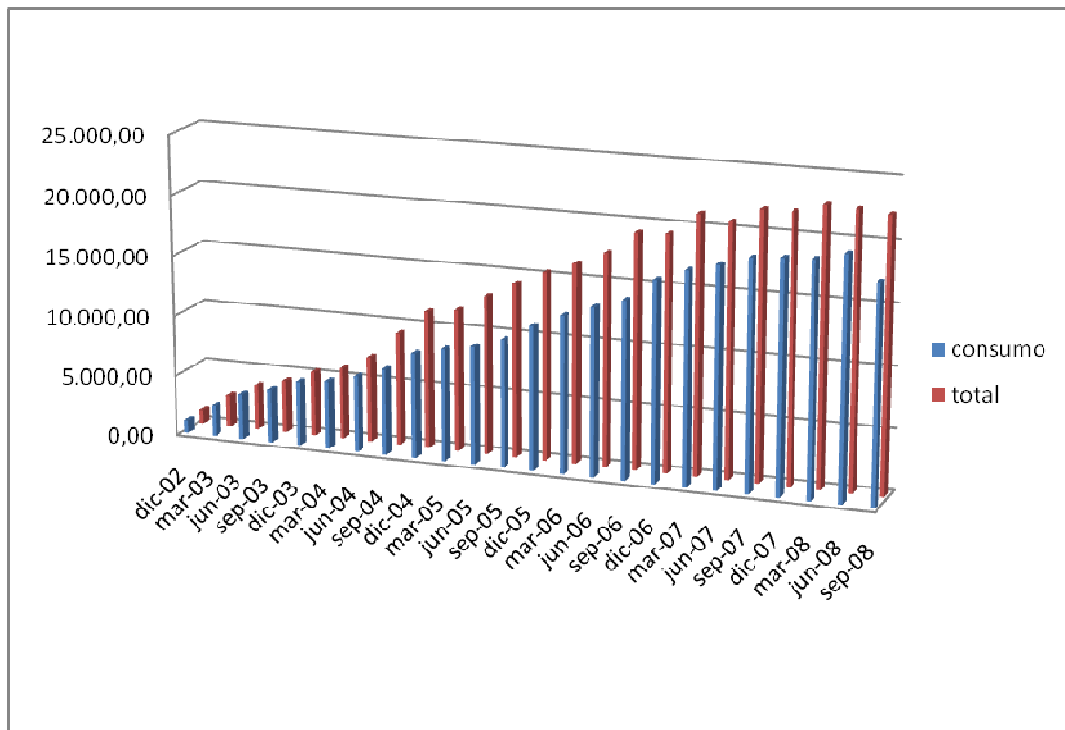
En las gráficas anteriores se observa de una manera general las tendencias que ha tenido el crédito al consumo a lo largo del periodo comprendido de marzo de 2000 a septiembre de 2008, el cual va en aumento trimestre tras trimestre, y aunque el consumo es una parte pequeña, se ve claramente cómo ha ido aumentando pues ha llegado a representar casi el 30 por ciento del crédito total, esto debido a que cada vez más personas solicitan dicho crédito.

2.2 Crédito al consumo otorgado por Grupo Elektra

Elektra comenzó a dar pagos semanales al finalizar la revolución mexicana, con el paso del tiempo fue que inició a dar créditos a las personas para adquirir sus productos, pero con Banco Azteca, éste comienza a crecer rápidamente, proporcionándole a su vez a dicha empresa los recursos necesarios para ir creciendo.

En la Grafica 2.2-1, se muestra el crédito al consumo otorgado por Elektra (Banco Azteca), el cual, se ve claramente que representa aproximadamente el 85% de su cartera de crédito total.

Grafica 2.2-1 Crédito al consumo y crédito total (millones de pesos)



Fuente: Boletín Estadístico que emite la CNBV, varios años

Elaboraciones Propias

Al principio, el crédito que se otorgaba era solamente al consumo pero a partir de diciembre del 2003, Banco Azteca comenzó a otorgar otro tipo de

créditos. Sin embargo, el consumo sigue siendo el más alto, lo que permite inferir que dichos créditos son los que más ganancias le dejan al negocio pues el CAT que cobran dependiendo el artículo y el plazo es cerca del 165 por ciento, que la mayoría de los consumidores ignoran pues las personas a los que lo ofrecen tienen poca educación financiera y esto presenta una estrategia importante para el Grupo ya que cuando se retrasan en los pagos y por cada visita a sus hogares o trabajo les cobran más intereses.

2.3 Efectos del crédito al consumo en la economía mexicana¹⁵

La teoría señala que cuando se obtiene algún tipo de crédito se posee la facilidad de adquirir bienes sin pago inmediato u obtener financiamiento de una institución a cambio de cierto interés, bajo la premisa de que el crédito es otorgado a los que pueden pagarlo o, dicho de otra manera, tienen respaldo. Sin embargo, algunas tiendas comerciales como son: Elektra, Famsa, Coppel, entre otras, decidieron crear su propio banco y atender a los segmentos E, D, D+, de la población –comenzando con Banco Azteca–, pues dichos segmentos pocas veces tienen la posibilidad de adquirir un crédito en cualquier otro banco como Santander, HSBC, etcétera.

Punto que aprovechó Grupo Salinas pues, como los Bancos tradicionales no le prestan a segmentos E, D y D+ de la población que forman el 60 por ciento de la población, y sus abonos semanales están muy bien estructurados de acuerdo con la capacidad económica de los mismos, hace que esta población recurra a estos créditos, porque su ingreso no les alcanza para adquirir determinados bienes pero si para realizar los pagos tan bajos que ofrece Elektra por medio de Banco Azteca, para cubrir sus necesidades o imprevistos.

Dichos Bancos van en contra de la teoría pues éstos ofrecen servicios a personas que probablemente no tienen con qué amparar el crédito otorgado, pero al ofrecer pagos semanales de acuerdo a sus posibilidades estas personas le ofrecen a dichos Bancos una rentabilidad mayor, ya que esta población es la base de la pirámide de la población total.

Estos bancos –particularmente Banco Azteca que se encuentra dentro de las tiendas Elektra– propiciaron un nuevo modelo de negocio que hasta el día de hoy les ha resultado muy rentable.

¹⁵ Informes anuales de Banco de México, varios años.

Es de recordar que ésta situación no siempre se ha mantenido y que la crisis económica derivada de la devaluación de 1994 provocó que en el periodo de 1994 a 2001 no se otorgaran de la misma manera. En efecto, los créditos al consumo en México en 1994 mostraron un incremento reducido en términos nominales (2.9 miles de millones), y una tasa de variación negativa en términos reales (-0.2 por ciento). Sin embargo la cartera vencida en el total de los saldos de crédito para la adquisición de bienes de consumo duradero pasó de 14.9 por ciento a 26.8 por ciento. Su participación dentro de la cartera total de la banca fue de 0.4 por ciento en 1993 a 0.6 por ciento en 1994.

En 1995 se creó el Acuerdo de Apoyo Inmediato a Deudores de la Banca (ADE)¹⁶ para disminuir el impacto de la elevación de las tasas de interés sobre las familias y la pequeña y mediana empresa, y así aligerar el servicio de su deuda, en septiembre de 1995. Este programa se enfocó principalmente a reducir las tasas activas nominales aplicables a los acreditados en los rubros de tarjetas de crédito, créditos al consumo, créditos empresariales, agropecuarios y para la vivienda, y a promover reestructuraciones de los créditos a plazos mayores.

En éste periodo, el crédito al consumo, en especial el canalizado a la adquisición de bienes duraderos, fue el más afectado; su saldo nominal se redujo y la tasa de variación real fue negativa en 43.5 por ciento.

Dentro del conjunto de las acciones fiscales puestas en práctica en 1996, cabe destacar la modificación de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA) aplicado únicamente a los intereses ajustados por inflación sobre los créditos al consumo y sobre los de las tarjetas de crédito; reducción de la tasa del IVA aplicable al consumo doméstico de agua del 15 al cero por ciento. No obstante el crédito a las personas físicas sufrió una contracción real de 6.8 por ciento. Además de una disminución del crédito otorgado a través de tarjetas de crédito y aquél destinado a la adquisición de bienes de consumo duradero, los

¹⁶ diseñado para beneficiar a aquellos deudores de la banca que con anterioridad al 22 de agosto de 1995 tenían adeudos en moneda nacional o en UDIS por los siguientes conceptos: tarjeta de crédito, adquisición de bienes de consumo duradero, créditos personales, hipotecarios, empresariales y agropecuarios.

cuales mostraron contracciones a precios constantes de 43 y 23 por ciento, respectivamente.

Por lo que respecta a los diferentes rubros que integran el coeficiente de cartera vencida a cartera total del sector privado no bancario con la banca comercial, se tiene que el coeficiente de cartera vencida a cartera total de los créditos otorgados a intermediarios financieros no bancarios se incrementó en el año 16.5 puntos porcentuales. Asimismo, en igual periodo, el coeficiente mencionado para el crédito a las empresas y personas físicas con actividad empresarial se elevó en 3.6 puntos porcentuales y el de las personas físicas sin actividad empresarial aumentó en 6.2 puntos porcentuales.

En 1997 el crédito a las personas físicas se redujo 3.1 por ciento en términos reales. Esta caída se debió al estancamiento del crédito al consumo en sus modalidades de tarjeta de crédito y de bienes de consumo duradero, conceptos que registraron descensos en términos reales de 18.7 y 20.3 por ciento, respectivamente.

En 1998 destaca la importancia que cobraron las fuentes de financiamiento. Destacando el crédito que otorgan las empresas a sus clientes. De acuerdo con el informe anual de Banco de México, se realiza el análisis del monto de este crédito, obtenido a partir de la información que reportan las empresas que cotizaban en ese momento en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Así, al cierre de 1998 el financiamiento alcanzó un monto equivalente al 22 por ciento del crédito de la banca comercial al sector privado no bancario, con un crecimiento real de 7.2 por ciento en ese año.

Para diciembre de 1999 la tasa de crecimiento real anual del crédito al consumo dejó de contraerse. En episodios anteriores, el crédito al consumo ha precedido a la recuperación del financiamiento a las empresas y personas físicas con actividad empresarial.

Al cierre de 1999, el crédito otorgado por las tiendas departamentales a través de sus tarjetas de crédito, representó más del 34.1 por ciento del crédito total al consumo.

En 2000 se aprecia que el crédito canalizado al consumo se expandió a tasas cada vez mayores y que el otorgado a empresas y personas físicas con actividad empresarial repuntó.

El potente gasto de consumo privado en 2000 se sustentó en varios factores:

- a) el aumento de la actividad económica y su impacto en el empleo que se tradujeron en un mayor ingreso disponible de los individuos y de las familias, lo cual propició una mayor capacidad de gasto.
- b) el ascenso tan significativo que mostraron las remuneraciones medias reales.
- c) el aumento del consumo privado incentivado por una expansión del crédito otorgado por las principales cadenas comerciales. Pues dichas cadenas lanzaron promociones de venta con descuentos, sin intereses o con pagos diferidos.

El componente del crédito no bancario al consumo se expandió a una tasa anual de 11.7 por ciento al cierre de 2000. Así, su participación en el saldo del crédito total, bancario y no bancario, se elevó a 41.6 por ciento. En cuanto al financiamiento no bancario otorgado a empresas o personas físicas con actividad empresarial, éste registró un incremento real anual de 11.3 por ciento. Por su parte, el crédito no bancario a la vivienda, que otorgan principalmente las SOFOLES y las Sociedades de Ahorro y Préstamo, aumentó 28.5 por ciento en términos reales

En el 2001 el consumo privado fue el único componente que mostró un incremento en el año. Tal evolución se vio influida por una mayor disponibilidad de crédito y por tasas de interés más bajas.

El consumo privado se vio favorecido por el importante descenso que registraron las tasas de interés y por la mayor disponibilidad de crédito al consumo, otorgado tanto por la banca comercial como por las principales cadenas comerciales.

En el 2002 la política monetaria tuvo que orientarse a evitar que la evolución de la inflación general contaminara a las expectativas y a la inflación subyacente. Cabe señalar que los esfuerzos desplegados durante los últimos años en el frente inflacionario y en el ámbito fiscal tuvieron como resultado que en la actualidad las tasas de interés reales disminuyeran a niveles mínimos históricos. Lo que influyó de manera significativa en la recuperación del crédito al consumo y, por ende, en el incremento de dicho agregado del gasto.

El financiamiento de la banca comercial al sector privado comenzó a recuperarse durante ese año. No obstante, como porcentaje del PIB, dicho financiamiento se encontró en su nivel más bajo de la última década.

Los esfuerzos de estabilización realizados tanto en el ámbito monetario como en el fiscal, han tenido como resultado que las tasas de interés descendieran. Ello ha influido significativamente para la recuperación del crédito al consumo, bancario y no bancario. En ese sentido, al final de 2002 dichos conceptos registraron variaciones reales anuales de 28 y 17 por ciento, respectivamente.

Para el año 2003 el crecimiento que registró el consumo privado se vio favorecido por aumentos de las remuneraciones reales en diversos sectores, por menores tasas de interés y por una mayor disponibilidad de crédito, tanto de la banca comercial, como de los intermediarios financieros no bancarios y de las cadenas comerciales.

Un factor adicional en 2003 fue el importante monto de recursos que, por concepto de remesas familiares, se recibieron del exterior. La adquisición de bienes no durables y servicios se acrecentó en 3.5 por ciento (4.9 por ciento el consumo en bienes no durables y 2.2 por ciento en servicios), mientras que el

consumo en bienes duraderos se redujo 0.6 por ciento. Durante dicho año se fortaleció el crédito total a hogares.

En el 2004 la actividad económica nacional registró una expansión favorable. Al respecto, destacan por su importancia tanto el dinamismo de la demanda de las exportaciones, como la disponibilidad de recursos que impulsaron los componentes internos del gasto; resaltando los ingresos petroleros y las remesas familiares, así como el crecimiento del crédito al consumo.

Lo anterior ha sido propicio para mantener el ritmo con que se expande el consumo y consolidar el repunte de la inversión. Por su parte, el crecimiento de la producción industrial fue favorable y contribuyó a que se acrecentara el empleo formal. No obstante, esta generación de empleo formal no se tradujo en una disminución de la tasa de desempleo en las áreas urbanas.

Por lo que se refiere al destino del financiamiento, destaca la expansión del crédito total a los hogares, el cual en diciembre de 2004 registró una variación real anual de 18.5 por ciento. Es importante señalar que la mayor disponibilidad de crédito en la economía ha contribuido a mantener el crecimiento del gasto, especialmente de consumo. Al respecto, destaca el crédito otorgado por la banca comercial al consumo, el cual se expandió a una tasa real anual de 42.2 por ciento.

La expansión del crédito a hogares se debió a diversos factores, entre los que se encuentran:

- el avance a una inflación baja y estable
- las diversas reformas en materia financiera adoptadas en los últimos años, lo cual ha contribuido a propiciar un mayor acceso al crédito y a que éste se otorgue en mejores condiciones, tanto para los deudores, como para los acreedores.

En el 2005 la posición financiera interna neta del sector privado estuvo compuesta por un ahorro en instrumentos financieros de 5 por ciento del PIB

(superior al 3.9 por ciento del producto registrado en 2004), y un financiamiento bancario al sector privado de 1.9 por ciento del PIB. Este resultado fue reflejo, de un flujo de crédito a los hogares de 1.7 por ciento del PIB y el otorgado a empresas y otras entidades fue de 0.2 puntos del PIB.

Durante 2006 el crédito a los hogares creció a una tasa real anual de 18.4 por ciento, con lo que su saldo como proporción del PIB fue de 14.1 por ciento, cifra superior en 1.6 puntos porcentuales a la registrada un año antes. Este crecimiento fue el resultado de un mayor dinamismo tanto del crédito al consumo como a la vivienda.

El crédito al consumo registró una variación real anual de 33.3 por ciento y su participación en el PIB se incrementó de 3.8 por ciento en 2005 a 4.8 por ciento en 2006. En los últimos años el crédito al consumo ha aumentado notoriamente su importancia en el financiamiento que recibe el sector privado, pasando de representar 3.6 por ciento del financiamiento total al sector en el 2000 a 15.9 por ciento en el 2006. Es decir, el crédito total recibido por los hogares pasó de 1.7 por ciento en 2005 a 1.9 por ciento en 2006.

En el 2007, el crecimiento del financiamiento a los hogares, tanto el crédito para el consumo como el destinado a la adquisición de vivienda, presentó un menor dinamismo con respecto a años anteriores.

El crédito total a los hogares registró una variación real anual de 8.9 por ciento, para representar al cierre de 14.7 por ciento del PIB. El crédito al consumo mostró una variación real anual de 18.1 por ciento, con lo que al cierre de 2007 representó 5.4 por ciento del PIB.

La moderación en el crecimiento del crédito al consumo fue resultado, entre otros factores, del menor crecimiento de la actividad económica y del gradual agotamiento de las posibilidades de bancarización de nuevos sectores de la población.

2.4. Análisis Financiero

Debido a la incertidumbre que puede vivir una empresa, los dueños necesitan disponer de métodos o herramientas para valorar su situación tanto en el pasado como en el presente para poder tomar buenas decisiones para el futuro.

Para efectos del presente trabajo, el análisis se realizó para las empresas que conforman Grupo Salinas: Grupo Elektra, Tv Azteca, Iusacell y Banco Azteca así como para otras empresas de su mismo sector: Coppel, Televisa, América Móvil y Bancoppel, cuya finalidad es observar la fortaleza de Grupo Salinas. Para el caso de los Bancos se llevó a cabo un análisis diferente, donde se analizó la rentabilidad sobre activos y sobre los recursos que genera, además de la captación de recursos, la cartera y el índice de morosidad.

Una vez realizado dicho análisis se observa claramente como las empresas de Grupo Salinas –Tv Azteca, Iusacell y Elektra– aportan de manera significativa al crecimiento del Grupo. Sin embargo, Elektra es la que más aporta a las ganancias, esto por medio de las ventas a crédito y de fondearse por medio de Banco Azteca. Lo cual muestra claramente su fortaleza financiera.

En el caso de Elektra y Coppel se observa una clara diferencia entre ambas, destacando que Elektra al contar con mayor tiempo y experiencia en el negocio año tras año crece, pues es una empresa que puede liquidar fácilmente sus deudas además de que la rapidez con la que vende es de 4.2 veces aproximadamente. Aunque Coppel está siguiendo sus pasos, y se encuentra en buenas condiciones como para poder quitarle mercado a Elektra, pues al ver que las estrategias de Elektra funcionaron tanto Coppel como Famsa decidieron hacer lo mismo años más tarde al crear su propio Banco.

El análisis de los Bancos se realizó por medio de su rentabilidad sobre los activos y sobre sus recursos, además de prestar atención sobre el índice de morosidad, donde se observa que el Banco con mayor rentabilidad es Banco

Compartamos, sin embargo éste no cuenta con una tienda departamental, por lo que Banco Azteca se muestra como una buena opción para solicitar créditos para el consumo y por debajo de éste Bancoppel.

El análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras y se divide en:

- **Análisis técnico:** es el estudio de la acción del mercado por medio de las gráficas y cuyo propósito es predecir futuras tendencias en el precio.
- **Análisis fundamental:** Tipo de análisis que se desarrolla con el fin de calcular el valor de una acción. Para ello se necesita toda la información disponible sobre la empresa y su entorno.
- **Análisis psicológico:** Se basa en el estudio de mercado, sin embargo, da un retrato fragmentario, limitado en el tiempo y en el espacio y realizado desde el punto de vista del empresario. El método psicológico no basta para explicar el proceso en su conjunto; se basa en tipos de consumo representativos de capas sociales cuya estructura de consumo y nivel de vida vienen determinados por el medio social.
- **Análisis bursátil:** Técnica para estudiar detalladamente las características específicas de un determinado portafolio de inversión. Una vez recolectada esta información se pueden tomar las decisiones de inversión que más convengan a sus intereses, también es usado para el análisis de las posibilidades de financiación de las empresas en los mercados bursátiles.

Dentro de los elementos principales que conforman un buen análisis bursátil se encuentran:

- Información Financiera: reportes anuales, informes financieros trimestrales, informes de auditoría, estados consolidados, balances de

situación, cuentas de resultados, estados de origen y aplicación de fondos.

- Información no Financiera: análisis de mercado, política de inversiones, política de financiación, análisis fundamental, análisis técnico.

Para el análisis de los estados financieros se sigue la siguiente metodología:

➤ **Análisis Vertical:** tiene como objetivo determinar que tanto representa cada cuenta del balance o el estado de resultados con respecto al indicador principal. activo dentro del total del activo. Para obtenerlo, se debe dividir la cuenta que se quiere determinar entre el parámetro de referencia y multiplicarlo por 100.

➤ **Análisis Horizontal:** determina cual fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo determinado. Este análisis permite determinar si el comportamiento de la empresa en un periodo fue bueno, regular o malo.

El análisis horizontal debe ser complementado con el análisis vertical y los distintos indicadores financieros y/o razones financieras, para poder llegar a una conclusión allegada a la realidad financiera de la empresa, y así poder tomar decisiones más enfocadas y poder responder a esa realidad.

Las Razones Financieras

Dado que la incertidumbre de lo que pueda pasar con una empresa es una constante, los dueños necesitan disponer de métodos o herramientas para evaluar su funcionamiento en cualquiera de los periodos de su existencia:

- ❖ En el pasado, para valorar la verdadera situación que corresponde a sus actividades.
- ❖ En el presente, para realizar cambios en bien de la administración.
- ❖ En el futuro, para realizar proyecciones para el crecimiento de la organización.

Por lo tanto, la supervivencia de éstas está profundamente ligada con la gestión y comportamiento de todos los agentes que intervienen en los procesos de intercambio (tanto internos como externos) de su operación diaria, para ello se han implementado una serie de técnicas para juzgar todos estos aspectos que pueden proporcionar en cualquier instante información útil y precisa de la empresa que ayudarán a tomar decisiones rápidas y eficaces en un momento determinado, llamadas “razones financieras”, dichas razones se dividen en:

- ✓ **Razones de Liquidez:** la liquidez de una organización es juzgada por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.
- ✓ **Razones de Endeudamiento:** indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que las deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.
- ✓ **Razones de Rentabilidad:** permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.
- ✓ **Razones de Cobertura:** evalúan la capacidad de la empresa para cubrir determinados cargos fijos. Estas se relacionan más frecuentemente con los cargos fijos que resultan por las deudas de la empresa.

Algunas de las razones financieras más importantes son:

Razón Circulante: o corriente, es uno de los indicadores financieros que nos permite determinar el índice de liquidez de una empresa. Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. Para determinarla se toma el activo circulante y se divide por el pasivo circulante. Al dividirlos, sabremos cuantos activos

circulantes tendremos para cubrir o respaldar los pasivos exigibles a corto plazo.

Prueba del Ácido: es uno de los indicadores financieros utilizados para medir la liquidez de una empresa, mide su capacidad de pago.

Se considera de gran importancia que la empresa disponga de los recursos necesarios en el supuesto que los acreedores exijan los pasivos de un momento a otro. Por lo tanto, la empresa debe garantizar que en una determinada situación dispone de los recursos para hacerle frente, sin tener que recurrir a financiamiento adicional, precisamente para cubrir un pasivo. Para determinar la disponibilidad de recursos que posee la empresa para cubrir los pasivos a corto plazo, se recurre a la prueba del ácido, la cual determina la capacidad de pago de la empresa sin la necesidad de realizar sus inventarios. La prueba ácida excluye los inventarios, por lo que solo se tiene en cuenta la cartera, el efectivo y algunas inversiones. Se obtiene de la siguiente forma:
(Activo circulante – inventarios) / Pasivo circulante

Razón de endeudamiento: Indica el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, ésta es de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo. Se calcula dividiendo el pasivo total entre el activo total y mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa.

Rotación del activo total: Se calcula dividiendo las ventas anuales entre activos totales. Indica la eficiencia con que la empresa puede utilizar sus activos para generar ventas.

2.4.1 ¿Por qué analizar y comparar a las empresas?

Con el análisis financiero se evalúa la realidad de la situación y comportamiento de una entidad, más allá de lo netamente contable y de las leyes financieras, esto tiene carácter relativo, pues no existen dos empresas iguales ni en actividades, ni en tamaño, cada una tiene las características que la distinguen y lo positivo en unas puede ser perjudicial para otras. Por lo que el uso de la información contable para fines de control y planificación es un procedimiento sumamente necesario para los ejecutivos. Esta información por lo general muestra los puntos fuertes y débiles que deben ser reconocidos para adoptar acciones correctivas y ser atendidos para utilizarlos para mejorar.

Aunque los estados financieros representan un registro del pasado, su estudio permite definir guías para acciones futuras. La toma de decisiones depende en alto grado de la posibilidad de que ocurran ciertos hechos futuros los cuales pueden revelarse mediante una correcta interpretación de los estados que ofrece la contabilidad.

a) Elektra vs. Coppel

Ambas tiendas comerciales, cuentan con su propio banco y sus servicios se enfocan en la población de menor capacidad económica, además de contar con características similares en cuanto a productos y servicios se refiere. Motivo por el cual se decidió analizar estas dos empresas.

A continuación se muestran algunas razones financieras con datos trimestrales del periodo 2005 a 2008, para poder hacer una comparación entre dichas tiendas y poder demostrar su estabilidad y fortaleza.

Elektra

año	2005				2006			
trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
RAZON								
Circulante	1.26	1.23	1.27	1.24	1.27	1.28	1.29	1.29
Acido	1.14	1.12	1.18	1.11	1.18	1.2	1.21	1.21
Endeudamiento	80.05	81.91	80.91	80.96	79.72	81.08	80.22	78.66
rotación de inventario	4.15	4.18	4.86	3.81	4.12	3.76	4.16	5.04
cobertura de intereses	4.52	4.57	4.6	4.73	6.26	4.36	4.61	5.43
margen neto de ventas	7.22	5.86	7.54	9.36	12.64	10.74	10.44	12.9
rotación del activo total	0.69	0.68	0.67	0.63	0.59	0.52	0.53	0.5

Año	2007				2008		
trimestre	I	II	III	IV	I	II	III
RAZON							
Circulante	1.34	1.3	1.27	1.34	1.33	1.34	1.43
Acido	1.29	1.24	1.22	1.27	1.26	1.28	1.37
Endeudamiento	77.35	78.3	78.98	76.37	76.3	75.63	71.08
rotación de inventario	4.34	4.21	4.47	5.3	3.86	3.8	4.06
cobertura de intereses	6.66	5.83	5.44	5.08	4.94	4.35	3.99
margen neto de ventas	26.03	16.82	12.61	16.82	1.09	9.51	8.54
rotación del activo total	0.48	0.46	0.49	0.47	0.49	0.47	0.47

La razón circulante, implica que la compañía puede absorber con sus activos por arriba de 1.26 veces las deudas, lo cual implica la existencia de liquidez.

La prueba del ácido nos indica que tiene la capacidad de liquidar los pasivos sin necesidad de recurrir a la venta de sus inventarios pues se ha mantenido relativamente constante alrededor de 1.28.

La razón de endeudamiento ha sido muy alta a lo largo del periodo estudiado aproximadamente de 74.03 por lo que podemos decir que es bueno relativamente, ya que podría existir quiebra técnica, sin embargo se debe considerar que por el giro de la empresa (comercial) es lógico que presente un alto nivel de endeudamiento porque parte del negocio es financiarse a través de proveedores.

La rotación de inventario mide la rapidez con que se produce y vende el inventario; ésta es cercana al 4.2.

La cobertura de intereses muestra la capacidad que tiene la empresa para pagar los intereses que se tenga, por lo tanto, Elektra puede pagarlos en 4.40 veces.

El margen neto de ventas ha variado más en especial en el primer trimestre del 2007 con 26.03 y el primer trimestre de 2008 con 1.09, teniendo un promedio de 10.43, que indica la rentabilidad respecto a las ventas logradas.

La rotación del activo total tiene como finalidad indicar la eficacia con la cual la empresa emplea todos sus activos, así para el caso de Elektra observamos que ha sido baja al ser menor a 1, por lo que la empresa no está usando sus activos a toda su capacidad y deberá disponer de algunos activos.

Coppel

año	2005				2006			
RAZON \ trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
circulante			2.61	2.83	3.24	2.81	2.9	2.4
Acido			2.02	2.25	2.51	2.23	2.23	1.89
endeudamiento			54.34	56.46	53.14	56.2	53.76	56.48
rotación de inventario			3.53	3.68	3.64	3.67	3.57	3.62
cobertura de intereses			7.19	7.87	7.13	9.9	9.23	8.91
margen neto de ventas			3.97	6.07	5.84	7.84	7.82	8.39
rotación del activo total			0.88	1.02	1.1	1.06	1.14	1.05

año	2007				2008			
RAZON \ trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
circulante	2.57	3.85	3.51	2.98	2.96	2.94	2.68	3.32
Acido	2.06	3.09	2.79	2.35	2.39	2.36	2.1	2.66
endeudamiento	53.39	52.81	53.01	54.15	53.72	53.19	54.08	49.63
rotación de inventario	3.98	3.88	3.71	3.36	3.68	3.65	3.09	3.68
cobertura de intereses	8.14	9.44	8.96	7.51	6.86	7.98	7.71	7.6
margen neto de ventas	6.55	9.43	8.35	8.61	6.51	8.17	8.93	9.77
rotación del activo total	1.13	1.1	1.09	1.01	1.03	1.04	0.99	1.02

La razón circulante, implica que la compañía puede absorber con sus activos cerca de 3 veces las deudas, lo cual implica la existencia de liquidez.

La prueba del ácido nos indica que tiene la capacidad de liquidar los pasivos sin necesidad de recurrir a la venta de sus inventarios pues se ha mantenido relativamente constante alrededor de 2.

La razón de endeudamiento ha sido alta al encontrarse por arriba de 50 por lo que podría existir quiebra técnica.; sin embargo se debe considerar que son empresas del ramo comercial y parte de su manejo consiste en conseguir financiamiento de sus proveedores, por lo cual se atenúa de manera importante la cifra reportada.

La rotación de inventario mide la rapidez con que se produce y vende el inventario; ésta ha sido cercana a 4.

La cobertura de intereses ha sido cerca de 8 veces, es decir, tiene la capacidad para pagar sus intereses.

El margen neto de ventas ha sido relativamente estable al encontrarse en 8 por ciento aproximadamente, indicando su rentabilidad respecto a sus ventas.

La rotación del activo total tiene como finalidad indicar la eficacia con la cual la empresa emplea todos sus activos, en este caso se encuentra cercana a 1, por lo que la empresa no está usando sus activos a toda su capacidad y deberá disponer de algunos activos.

b) Banco Azteca vs. Bancoppel y Banco Compartamos

Banco Azteca y Bancoppel como se mencionó anteriormente son parte de las tiendas comerciales de Elektra y Coppel respectivamente y Banco Compartamos anteriormente era una Sociedad Financiera de Objeto Limitado creada en el año 2000, pero, en el 2006 se constituyó como institución de banca múltiple, fijándose la meta de alcanzar una cobertura nacional, contando con 188 oficinas, las cuales llegaron a ser 300 para el 2008, lo cual muestra su rápido crecimiento y la aceptación de sus clientes para recurrir a dicho Banco. Por tal motivo se decidió estudiar a estos Bancos ya que cuentan con características similares aunque hayan sido constituidos en diferentes años.

El análisis de estas instituciones bancarias es diferente al de las tiendas comerciales, pues, para medir el crecimiento de un Banco se toma en cuenta la rentabilidad sobre sus activos y sobre los recursos que genera, además de la captación y de su cartera.

Con respecto a las variables anteriormente mencionadas (que se detallan más adelante), se observa que los tres Bancos han ido creciendo a un ritmo diferente pero, en el caso de Banco Azteca aunque esos rubros son relativamente pequeños la captación con la que cuenta ha ido aumentando considerablemente comprándola con Bancoppel y Compartamos, esto se debe a la parte de los créditos que otorga, la cadena comercial que apoya y la experiencia con la que cuenta.

El ROA (rentabilidad sobre activos) mide la rentabilidad sobre los activos totales, en el caso de Banco Azteca se observa una disminución en este rubro. Sin embargo, Bancoppel muestra números negativos y en el caso de Compartamos se ven números bastante altos al ser cercanos al 20 por ciento. Por tanto Banco Compartamos tiene una mayor rentabilidad sobre sus activos a pesar de tener menos tiempo como Banco, comparándolo con Banco Azteca.

El ROE (rentabilidad sobre recursos propios) mide la rentabilidad obtenida por la entidad sobre sus recursos propios. Indica el nivel de utilidades (en pesos) que genera cada peso de propiedad de los accionistas. De igual forma que con el ROA, Banco Compartamos es el que muestra una mayor rentabilidad, Bancoppel continua con números negativos y Banco Azteca se mantiene a pesar de contar con cifras pequeñas.

Con respecto al índice de morosidad para el caso de Banco Azteca se observan diferentes porcentajes a lo largo de los diferentes trimestres, al igual que para Bancoppel, en este caso el Banco Compartamos es el mejor, al tener el menor índice de morosidad pues este se encuentra por debajo del dos por ciento.

Banco Azteca

Trimestre	2004			
	I	II	III	IV
captación total	11,195.80	13,298.40	17,626.50	20,580.80
índice de morosidad	1.95	2.91	2.54	2.34
cobertura de cartera vencida	412.78	234.69	235.14	219.42
Roa	5.5	2.61	1.98	0.68
Roe	80.72	40.38	34.28	11.3

Trimestre	2005			
	I	II	III	IV
captación total	23,063.00	25,095.80	27,337.60	29,026.40
índice de morosidad	2.99	3.84	4.61	0.89
cobertura de cartera vencida	204.68	171.75	155.83	371.58
Roa	3.3	1.79	1.88	1.19
Roe	50.15	26.58	26.77	15.53

Trimestre	2006			
	I	II	III	IV
captación total	31,513.90	36,592.10	37,071.60	39,205.60
índice de morosidad	2.45	4.56	5.21	5.95
cobertura de cartera vencida	215.85	171.54	146.39	114.64
Roa	1.45	1.13	-0.79	2.04
Roe	18.21	14.9	-10.82	27.25

Trimestre	2007			
	I	II	III	IV
captación total	42,557.80	44,465.00	45,520.40	45,494.10
índice de morosidad	7.46	10.13	12.32	10.24
cobertura de cartera vencida	118.63	111.17	111	106.31
Roa	3.33	1.02	0.67	0.51
Roe	43.81	13.6	8.94	6.53

Trimestre	2008		
	I	II	III
captación total	46,989.90	48,912.00	47,098.70
índice de morosidad	11.2	13.69	5.55
cobertura de cartera vencida	107.92	102.51	123.04
Roa	0.93	-0.24	0.28
Roe	11.67	-3.24	3.71

Bancoppel

Trimestre	2007				2008		
	I	II	III	IV	I	II	III
captación total	--	4.5	38.8	256.7	757.4	1,055.80	1,894.90
índice de morosidad	--	0	0.84	4.39	8.87	14.91	16.28
cobertura de cartera vencida	--	0	205.46	87.27	84.86	83.08	81.79
Roa	--	-4.76	-27.03	-34.76	-17.31	-17.32	-16.32
Roe	--	-4.88	-29.48	-51.9	-40.74	-52.14	-59.83

Banco Compartamos

Trimestre	2006			
	I	II	III	IV
captación total	--	2,226.50	1,726.50	1,751.50
índice de morosidad	--	0.63	0.73	0.62
cobertura de cartera vencida	--	680.3	601.49	646.94
Roa	--	16.8	20.99	23.67
Roe	--	56.74	62.19	59.28

Trimestre	2007			
	I	II	III	IV
captación total	1,595.30	1,691.90	1,807.00	2,607.80
índice de morosidad	0.81	1.03	1.12	1.37
cobertura de cartera vencida	494.67	388.14	356.17	291.57
Roa	25.83	24.24	22.22	20.65
Roe	58.06	50.14	44.93	43.93

Trimestre	2008		
	I	II	III
Captación total	1,936.60	2,337.80	2,681.60
Índice de morosidad	1.69	1.37	1.59
Cobertura de cartera vencida	236.39	223.52	170.74
Roa	20.38	20.04	19.77
Roe	41.63	39.05	39.99

c) Iusacell vs. América Móvil

De estas empresas telefónicas, se puede ver claramente como tanto América Móvil como Lusacell, tienen un comportamiento similar. De acuerdo con las razones financieras.

lusacell

año	2005				2006			
trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
RAZON								
circulante	0.09	0.21	0.09	0.11	0.09	0.27	0.22	0.82
Acido	0.08	0.20	0.09	0.10	0.09	0.27	0.21	0.78
endeudamiento	1.14	0.71	1.19	1.19	1.24	0.70	0.94	0.85
rotación de inventario	4.27	7.63	62.07	17.60	16.43	26.55	23.18	9.42
cobertura de intereses	-62.10	0.18	-0.35	0.02	0.11	0.11	3.04	4.58

año	2007				2008			
trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
RAZON								
circulante	0.76	0.64	0.58	0.61	0.64	0.60	0.58	0.58
Acido	0.71	0.59	0.54	0.58	0.62	0.57	0.56	0.53
endeudamiento	0.96	0.41	0.84	0.82	0.83	0.44	0.89	1.00
rotación de inventario	13.94	8.30	8.30	15.55	15.66	28.88	11.13	5.33
cobertura de intereses	-1.81	-0.50	-0.50	2.66	-0.91	-2.95	-2.84	-11.61

La razón circulante ha sido menor a uno, por lo que su capacidad para pagar sus obligaciones, se encuentra en dificultades.

La prueba del ácido ha sido menor a uno, lo que indica que tiene la capacidad de liquidar los pasivos sin necesidad de recurrir a la venta de sus inventarios.

La razón de endeudamiento es pequeña al encontrarse a rededor de uno, indicando que sus inversionistas en su mayoría son los accionistas.

La rotación de inventario se ha mantenido relativamente constante mostrando que tiene una buena capacidad de producción y venta.

La cobertura de intereses en su mayoría ha sido negativa lo cual nos indica que la empresa no tiene la capacidad suficiente para pagar sus intereses.

América Móvil

año	2005				2006			
trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
RAZON								
circulante	0.97	0.86	0.69	0.67	0.78	1.00	1.07	5.62
Acido	0.80	0.71	0.54	0.53	0.65	0.84	0.89	4.62
endeudamiento	0.58	0.61	0.60	0.63	0.61	0.61	0.60	0.34
rotación de inventario	3.06	2.95	2.69	2.87	2.88	2.57	2.35	2.10
margen neto de ventas	70.88	95.86	57.03	128.47	134.21	117.05	118.78	83.57
rotación del activo total	0.03	0.04	0.04	0.05	0.03	0.03	0.03	0.04

año	2007				2008			
trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
RAZON								
circulante	0.88	0.82	0.93	0.72	0.75	0.65	0.74	0.79
Acido	-0.13	0.65	0.74	0.53	0.56	0.46	0.52	0.57
endeudamiento	0.61	0.51	0.57	0.64	0.61	0.48	0.66	0.67
rotación de inventario	1.69	2.32	2.32	2.49	2.07	1.98	1.91	1.87
margen neto de ventas	183.47	104.18	104.18	109.11	134.69	146.56	110.06	116.59
rotación del activo	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03

total								
--------------	--	--	--	--	--	--	--	--

La razón circulante ha sido cercana a uno, por lo que su capacidad para pagar sus obligaciones, se encuentra en dificultades.

La prueba del ácido ha sido menor a uno, lo que indica que tiene la capacidad de liquidar los pasivos sin necesidad de recurrir a la venta de sus inventarios.

La razón de endeudamiento es pequeña al ser menor que uno, indicando que sus inversionistas en su mayoría son los accionistas.

La rotación de inventario se ha mantenido relativamente constante mostrando que tiene una buena capacidad para las ventas.

El margen neto de ventas ha sido extremadamente alto, pues se ha encontrado por arriba del 100 por ciento, esto indica la eficaz rentabilidad respecto a sus ventas.

La rotación del activo total tiene como finalidad indicar la eficacia con la cual la empresa emplea todos sus activos, en este caso se encuentra constante al ser en varios trimestres igual a 0.03 por lo que la empresa no está usando sus activos a toda su capacidad y deberá disponer de algunos activos.

d) Tv Azteca vs. Televisa

Tv Azteca y Televisa son empresas que transmiten una serie de programas parecidos y aunque Televisa antes tenía el monopolio de las televisoras, cuando se creó Tv Azteca ésta poco a poco le quito mercado, a pesar de la poca experiencia en el ramo.

De acuerdo a las razones financieras que se muestran a continuación,

se muestra un comportamiento sin problemas para ambas televisoras, por lo que para ganar más público deben mejorar la programación que transmitan cada una de ellas.

La ventaja de Tv Azteca es que al ser parte de Grupo Salinas puede hacerse de una mayor propaganda para Grupo Elektra y Banco Azteca a un bajo costo en los comerciales, además de que la población de menor capacidad económica ve mucho la televisión, por lo que la mercadotecnia es una estrategia que le ha resultado.

Tv Azteca

año	2004				2005			
RAZON \ trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
circulante	3.76	3.04	3.01	2.45	2.28	1.46	1.25	2.02
Acido	3.46	2.75	2.74	2.31	2.11	1.35	1.1	1.83
endeudamiento	75.23	75.2	72.27	79.08	77.50	79.16	75.67	77.55
rotación de inventario	5.28	3.1	5.06	9.24	7	2.86	2.55	6.38
cobertura de intereses	2.52	3.33	3.5	3.62	2.53	3.37	3.23	4.12
margen neto de ventas	11.91	17.85	18.08	18.56	12.12	18.09	18.48	14.86
rotación del activo total	0.37	0.42	0.47	0.44	0.46	0.49	0.51	0.46
año	2006				2007			
RAZON \ trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
circulante	1.93	1.55	1.19	2.19	2.58	3.05	1.8	1.92
Acido	1.71	1.37	1.02	2.04	2.34	2.7	1.55	1.67
endeudamiento	81.79	77.02	70.71	80.08	80.56	74.44	75.82	76.92
rotación de inventario	2.28	3.09	3.17	6.43	3.19	2.99	2.89	4.89
cobertura de intereses	3.16	4.57	4.64	5.05	2.54	3.17	3.67	4.49

margen neto de ventas	17.7	22.18	21.92	23.33	10.87	10.62	12.92	10.95
rotación del activo total	0.44	0.49	0.56	0.44	0.47	0.48	0.49	0.49

año	2008			
RAZON \ trimestre	I	II	III	IV
circulante	2.4	2.14	1.51	1.81
Acido	2.11	1.83	1.27	1.56
endeudamiento	81.51	80.55	79.05	77.16
rotación de inventario	2.95	2.72	2.65	3.98
cobertura de intereses	2.21	3.23	3.52	3.93
margen neto de ventas	-33.87	-7.03	2.77	10.74
rotación del activo total	0.47	0.5	0.51	0.45

La razón circulante, muestra variaciones pequeñas al encontrarse entre 1 y 3 veces por cada peso de obligaciones a corto plazo.

La prueba del ácido ha variado a lo largo de los años, encontrándose en aproximadamente 2, lo cual, nos indica que tiene la capacidad de liquidar los pasivos sin necesidad de recurrir a la venta de sus inventarios.

La razón de endeudamiento ha sido muy alta al encontrarse por arriba del 70 por ciento, por lo que los accionistas son lo que invierten más.

La rotación de inventario mide la rapidez con que se produce y vende el inventario; ésta ha variado considerablemente siendo la más alta en el 2004 de 9 y la más baja de 2.55 veces.

La cobertura de intereses ha sido menor a 5, por tanto, esa es su capacidad para pagar sus intereses.

El margen neto de ventas se encontró en dificultades en el primer y segundo trimestre del 2008 al ser negativo. Sin embargo para el tercer y cuarto trimestre fue de 2.77 y 10.74 respectivamente, mostrando su rápida recuperación indicando la rentabilidad respecto a sus ventas.

La rotación del activo total tiene como finalidad indicar la eficacia con la cual la empresa emplea todos sus activos, en este caso se encuentra cercana a 1, por lo que la empresa no está usando sus activos a toda su capacidad y deberá disponer de algunos activos.

Televisa

año	2005				2006			
RAZON \ trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
circulante	0.84	0.82	1.66	1.51	1.61	1.66	2.82	1.91
Acido	0.80	0.78	1.62	1.48	1.58	1.62	2.77	1.87
endeudamiento	0.59	0.62	0.56	0.60	0.57	0.55	0.54	0.56
rotación de inventario	4.50	5.72	5.86	6.58	5.44	5.63	5.55	5.84
cobertura de intereses	3.01	4.97	30.46	32.29	22.16	14.03	7.33	52.46
margen neto de ventas	9.33	16.26	20.50	18.86	17.34	23.55	26.97	22.64
rotación del activo total	0.09	0.12	0.13	0.43	0.10	0.13	0.13	0.46

año	2007				2008			
RAZON \ trimestre	I	II	III	IV	I	II	III	IV
circulante	2.02	2.20	2.36	2.04	2.04	2.35	2.90	2.24
Acido	1.99	2.17	2.32	2.01	2.00	2.28	2.81	2.18
endeudamiento	0.54	0.54	0.53	0.59	0.57	0.41	0.57	0.62
rotación de inventario	5.66	6.04	6.04	6.30	5.51	3.51	3.42	3.94

cobertura de intereses	2.11	17.85	17.85	6.65	11.24	7.94	4.85	34.40
margen neto de ventas	8.91	25.14	25.14	21.70	12.27	20.16	18.31	18.20
rotación del activo total	0.10	0.13	0.13	0.13	0.10	0.11	0.12	0.39

La razón circulante se ha encontrado estable al ser de 2, indicando su capacidad para pagar sus obligaciones.

La prueba del ácido ha sido menor a 3, indicando que esa es su capacidad de liquidar los pasivos sin necesidad de recurrir a la venta de sus inventarios.

La razón de endeudamiento es muy pequeña, indicando que sus inversionistas en su mayoría son los proveedores.

La rotación de inventario se ha mantenido relativamente constante por lo que la rapidez con que se produce y vende el inventario es bueno.

La cobertura de intereses ha variado demasiado pero siempre ha contado con una buena capacidad para pagar sus intereses.

El margen neto de ventas se ha variado considerablemente, pero estos números indican que cuenta con una buena rentabilidad respecto a sus ventas.

La rotación del activo total ha sido menor a uno esto nos indica la eficacia con la cual emplea todos sus activos.

Para terminar este apartado, es importante señalar que tanto las empresas que conforman a Grupo Salinas como las empresas que se tomaron como referencia para este estudio tienen aspectos buenos y malos, no obstante la finalidad de lo anterior fue demostrar la fortaleza financiera de

Grupo Salinas con cada una de las empresas que lo conforman, por lo que de acuerdo a sus estados financieros:

- Elektra: demostró que cuenta con liquidez, tiene la capacidad de liquidar sus pasivos, cuenta con una buena rapidez para vender sus productos y su capacidad para cubrir sus intereses es cercana a 5 veces. Motivo por el cual la empresa es estable.
- Tv Azteca: muestra un comportamiento sin problemas al contar con liquidez, capacidad de pagar sus pasivos y cubrir sus intereses.
- Iusacell: esta empresa de telefonía celular muestra que tiene una buena capacidad de venta, puede liquidar sus pasivos, pero se ha visto en dificultades a lo largo de los últimos años, pues no puede pagar sus intereses además de que no cuenta con la liquidez suficiente para hacerle frente a sus obligaciones.
- Banco Azteca: conforme pasa el tiempo su captación de recursos aumenta y en cuanto a su rentabilidad se mantiene relativamente constante, sin embargo, no hay que olvidar que lo que hace fuerte a Banco Azteca son los créditos al consumo que otorga a las personas para que adquieran productos en Elektra, por lo que dicho banco junto con Elektra, son una buena estrategia para el crecimiento y fortaleza del Grupo Salinas.

2.4.2. Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)

Mediante ésta técnica los ejecutivos de las empresas visualizan un conjunto de acciones que la empresa realiza para responder a Oportunidades y Amenazas de su entorno con el propósito de aprovechar sus Fortalezas y evitar sus Debilidades.

Con éste análisis se ve como el proceso de planeación estratégica es un papel fundamental para el crecimiento de Grupo Salinas.

Otro aspecto encontrado es que, cuando las debilidades disminuyen las fortalezas se incrementan, además de que el impacto que pudieran tener las amenazas es considerado y atendido cuidadosamente, y el aprovechamiento de las oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos del Grupo.

Para llegar a lo anterior se consideraron los siguientes conceptos:

- ❖ Fortalezas. Todas aquellas actividades que se realizan con un alto grado de eficiencia dentro de la empresa.
- ❖ Debilidades. Todas aquellas actividades que se realizan con un bajo grado de eficiencia dentro de la organización.
- ❖ Oportunidades. Todos aquellos eventos del medio ambiente externo que de presentarse, facilitarían el logro de los objetivos de una empresa.
- ❖ Amenazas. Todos aquellos eventos del medio ambiente externo que de presentarse, complicarían o evitarían el logro de los objetivos de una compañía.

Al aplicar la metodología a Grupo Salinas se encontró lo siguiente:

Fortalezas

- ✓ Grupo Salinas cuenta con una experiencia de 102 años desde su creación como Salinas y Rocha, vendiendo productos y con la creación de Elektra otorgando créditos.
- ✓ Está formado por empresas dinámicas y de rápido crecimiento. Abarcan los sectores de comercio, medios, telecomunicaciones, servicios financieros, internet y automotriz.
- ✓ Las estrategias implementadas a lo largo de su historia, como la fusión: Unefon con Iusacell, Elektra con Salinas y Rocha o sus alianzas como lo hizo con Faw, por citar algunas.
- ✓ El sistema de cobranza, es uno de los mejores del País.

Oportunidades

- ✓ Los salarios, pues al ser éstos bajos las personas recurren a los créditos, especialmente las de menor capacidad económica.
- ✓ Su población objetivo es cerca del 60 por ciento de la población total.
- ✓ La situación geográfica al operar en México, Guatemala, el Salvador, Honduras, Perú, Argentina, Panamá y Brasil.

Debilidades

- ✓ Existe una alta posibilidad de caer en cartera vencida o morosidad debido a que dependen de gente con escasos recursos, como son los niveles socioeconómicos E, D y D+ de la población.

Amenazas

Las amenazas, se encuentran fuera del Grupo Salinas, las cuales son:

- ✓ La inflación, pues al subir los precios de la canasta básica puede generar el incumplimiento de los pagos de los créditos otorgados.
- ✓ Las acciones gubernamentales
- ✓ La competencia como Coppel y Famsa, quienes cuentan con un giro similar que desde el 2007 cuentan también con su propio Banco, por lo

que si bien están siguiendo el modelo de grupo Elektra en un futuro se podría llegar a formar un amenaza para este último.

- ✓ Las crisis financieras y económicas.

3. Análisis Estadístico

En esta sección, se muestran gráficas referentes a la información vista en los capítulos anteriores, con el objetivo de ver la relación que existe entre el crédito al consumo, el producto interno bruto (PIB) y los salarios.

3.1 Importancia del crédito de la población con menor capacidad económica para el producto interno bruto (PIB)

El producto interno bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios finales producidos por una determinada economía en un determinado período de tiempo.

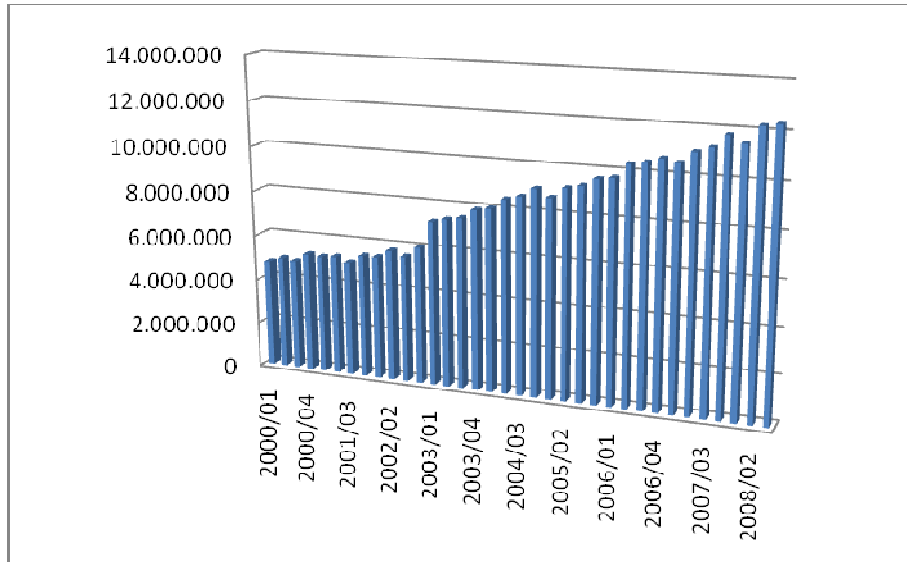
El PIB ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio, determinando la competitividad de las empresas; esto es, si la producción de las empresas no crece a un ritmo más alto que el PIB, significa que no se invierte de manera adecuada para la creación de nuevas empresas reflejándose en pocos empleos.

Otro aspecto importante es que si el PIB incrementa, esto se refleja en mayores ingresos para el Gobierno Federal a través de los impuestos. Por tanto si se quiere obtener mayores ingresos se debe fortalecer las condiciones para la inversión directa en las empresas y también fortalecer las condiciones para que las empresas ya existentes sigan creciendo.

En la grafica 3.1-1 se muestra el comportamiento trimestral del PIB en el periodo 2000-2008, el cual se observa que ha ido creciendo y en la grafica 3.1-2 se muestra la tasa de crecimiento anual del PIB de 1991 a 2007, donde se observa un pico en 1995 con un decremento del -6.9, esto debido a la crisis económica y a una inflación del 52 por ciento, posteriormente se ve cierta recuperación pero del 2001 al 2007, se ha encontrado alrededor del 2.9 por

ciento. Sin embargo tras la crisis que se vive en estos días se espera que para el 2009 la variación sea negativa.

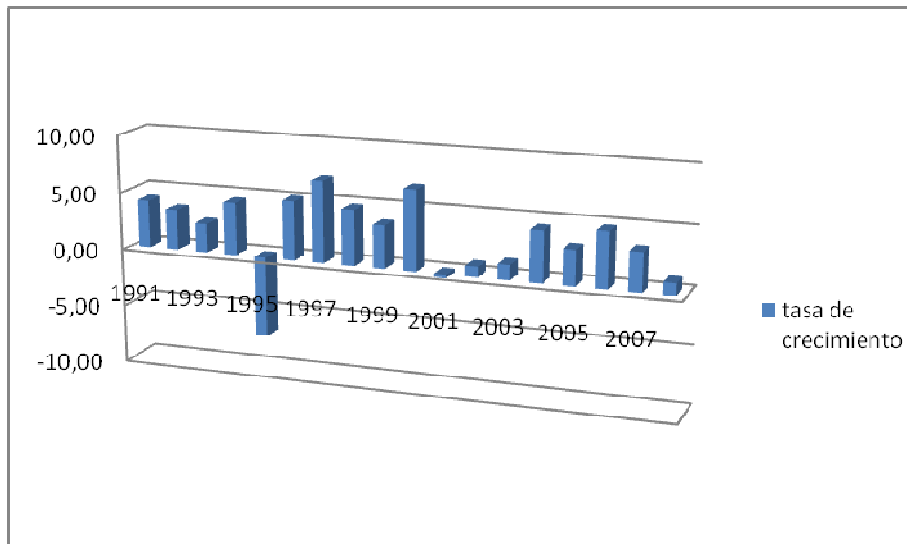
Grafica 3.1-1 Producto Interno Bruto (PIB) trimestral (2000-2008)



Fuente: INEGI

Elaboración propia.

Grafica 3.1-2 tasa de crecimiento del PIB (1991-2007)



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

Dado que el PIB ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios, en las gráficas se observan variaciones significativas después de la crisis, donde el PIB obtuvo un valor de -6.9 por ciento en 1995, posteriormente parecía recuperarse pues mostraba crecimientos superiores al 3 por ciento, pero, en el 2001 decreció en 0.30 por ciento y de ese año a la fecha el PIB se ha encontrado en dificultades pues crece menos del 3 por ciento en promedio, esto debido a las situaciones económicas por las que pasa el país, donde por una parte la población se ve afectada haciendo que los ingresos no alcancen para cubrir las necesidades de la población.

La población se divide en niveles socioeconómicos y de acuerdo con la AMAI, son siete niveles A, B, C+, C, D+, D y E, como se mostró en el capítulo 1. La población de menor capacidad económica es la que corresponde a los segmentos: D+, D y E.

Como se analizó en los capítulos anteriores se mencionó que la población de menores ingresos es cerca del 60 por ciento de la población. Debido a que tienen menor capacidad económica, los principales Bancos que atienden a este mercado son: Banco Azteca, Bancoppel, Banco Ahorro Famsa y Compartamos Banco.

Una parte integral de la estrategia de Grupo Elektra es brindar servicios de financiamiento al consumo a sus clientes para facilitar la compra de productos y servicios. Debido a que la mayoría de los clientes objetivo pertenece a segmentos de la población mexicana que típicamente no han tenido acceso al crédito al consumo, se creó el programa de ventas en abonos que se realiza a través de Banco Azteca.

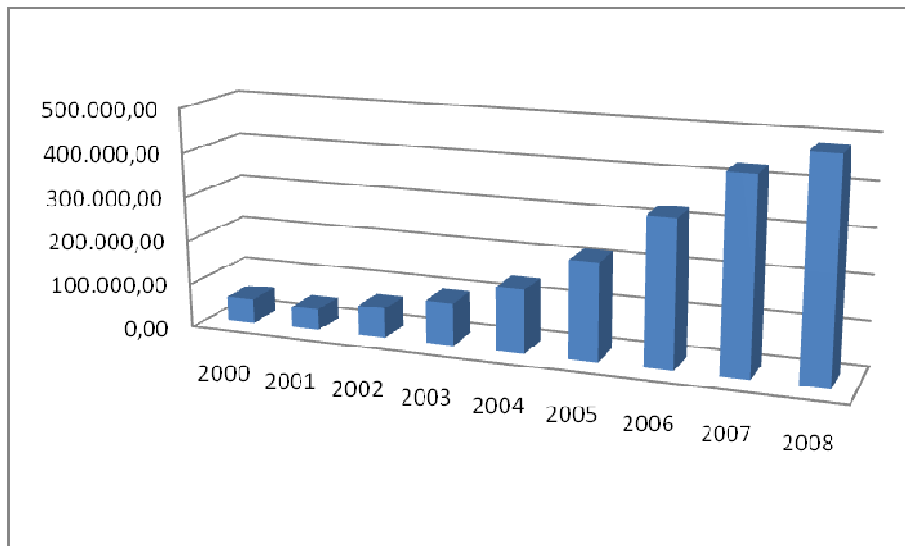
3.2 Crédito al consumo y el PIB

En las siguientes graficas, se muestra la tendencia y el comportamiento que ha tenido el PIB y el crédito al consumo así como sus proporciones. Desde el año 2000 el crédito al consumo ha ido aumentando (gráfica 3.2-1) aproximadamente la mitad de lo que el PIB ha aumentado (gráfica 3.2-2). Sin embargo si se presta atención a la grafica 3.2-3 que muestra las tasas de crecimiento de ambos, se observa que el crédito ha tenido un mayor crecimiento a pesar de las condiciones económicas.

Retomando algunos aspectos cabe señalar que la desregulación financiera, modificó importantes tendencias del sector bancario en el periodo comprendido de 1990 a 1995, la cartera de créditos tuvo un incremento acelerado con respecto al PIB que se interrumpió en 1994, a raíz de la crisis financiera, que mantuvo interrumpida la emisión de créditos.

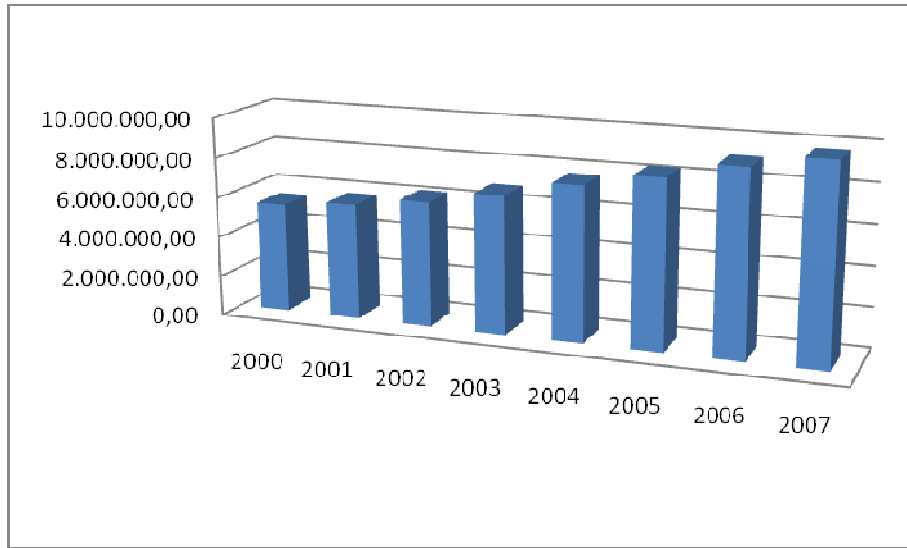
La proporción del crédito al consumo del PIB ha llegado a encontrarse cerca del 5 por ciento aproximadamente, aunque no es un porcentaje muy alto si tiene cierta correlación, pues cuando aumenta el crédito también el PIB aunque no en la misma cantidad. (Grafica 3.2-4).

Gráfica 3.2-1 Crédito al consumo (2000-2008)



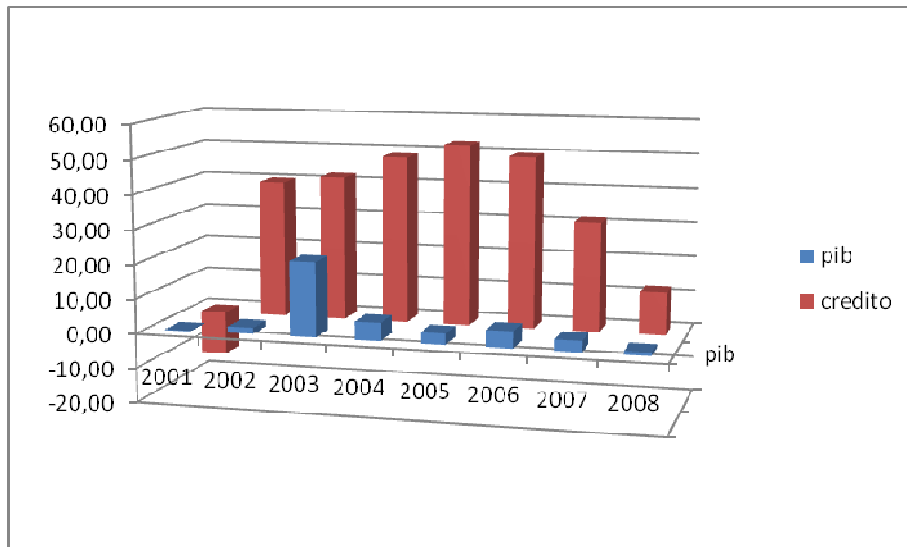
Fuente: elaboracion propia con datos de la CNBV

Gráfica 3.2-2 PIB anual (2000-2007)



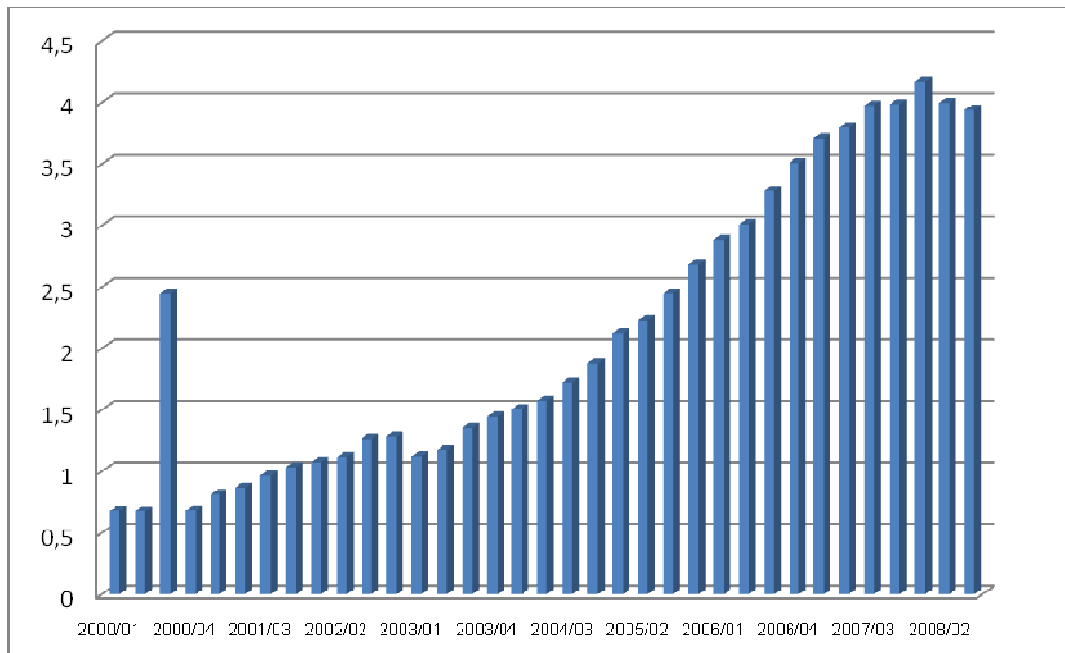
Fuente: elaboracion propia con datos del INEGI

Gráfica 3.2-3 Tasas de crecimiento del crédito y el PIB



Fuente: elaboracion propia con datos del INEGI y CNBV

Gráfica 3.2-4 Proporción del crédito al consumo del PIB



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI y la CNBV

Como se mostró en las gráficas anteriores tanto el crédito como el PIB han tenido variaciones similares pues su coeficiente de correlación, que mide la relación entre dos variables es de 94.4 por ciento, lo que significa que se mueven en la misma dirección y están fuertemente relacionadas.

3.3 Proporción del crédito de los segmentos de menor capacidad económica del crédito al consumo total.

Como se vio en el capítulo 2, la cartera de crédito se divide en:

Cartera de Crédito Total

Cartera vigente

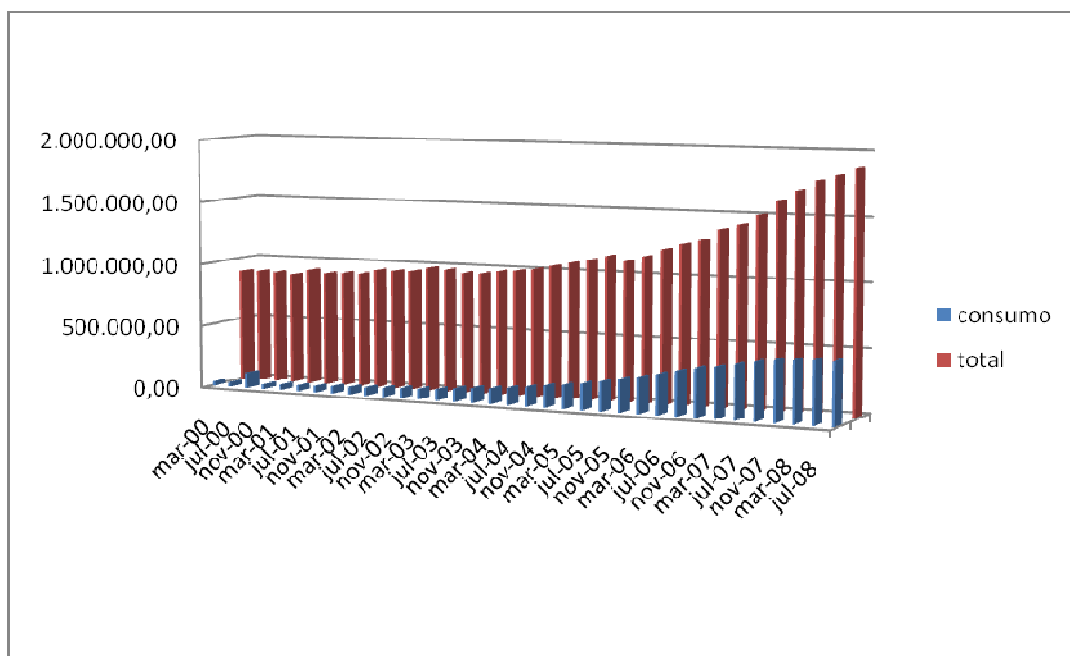
- ❖ Créditos comerciales
 - Actividad empresarial o comercial
 - Entidades financieras
 - Entidades gubernamentales
- ❖ Consumo
- ❖ Vivienda

Cartera vencida bruta

- ❖ Créditos comerciales
 - Actividad empresarial o comercial
 - Entidades financieras
 - Entidades gubernamentales
- ❖ Consumo
- ❖ Vivienda

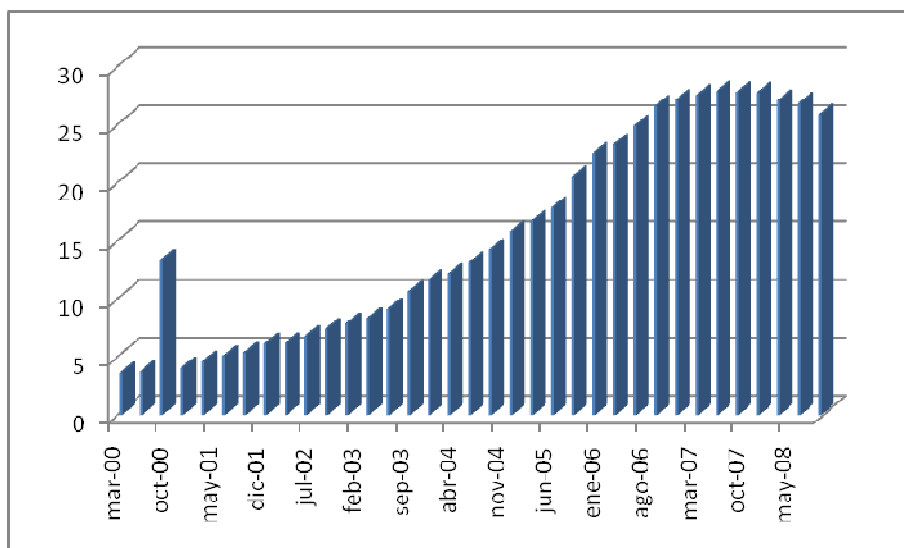
En la gráfica 3.3-1 se muestra el comportamiento del crédito al consumo de la población de menor capacidad económica con respecto al crédito total. En la gráfica 3.3-2 se muestra la proporción del consumo al consumo con respecto al total, donde se observa que del periodo estudiado (2000-2008) el crédito al consumo comenzó siendo del 3.6 por ciento, legando a un máximo de 27.82 por ciento en junio del año 2007, lo cual representa que cada vez el crédito al consumo de la población de menor capacidad económica toma mayor fuerza en cuanto al crédito total, pues ya forma cerca del 30 por ciento, lo cual es significativo para la cartera total.

Gráfica 3.3-1 crédito al consumo y crédito total



Fuente: elaboración propia con datos del boletín estadístico de la CNBV

Gráfica 3.3-2 proporción del crédito al consumo del crédito total



Fuente: elaboración propia con datos del boletín estadístico de la CNBV

3.4 Crédito al consumo y salarios

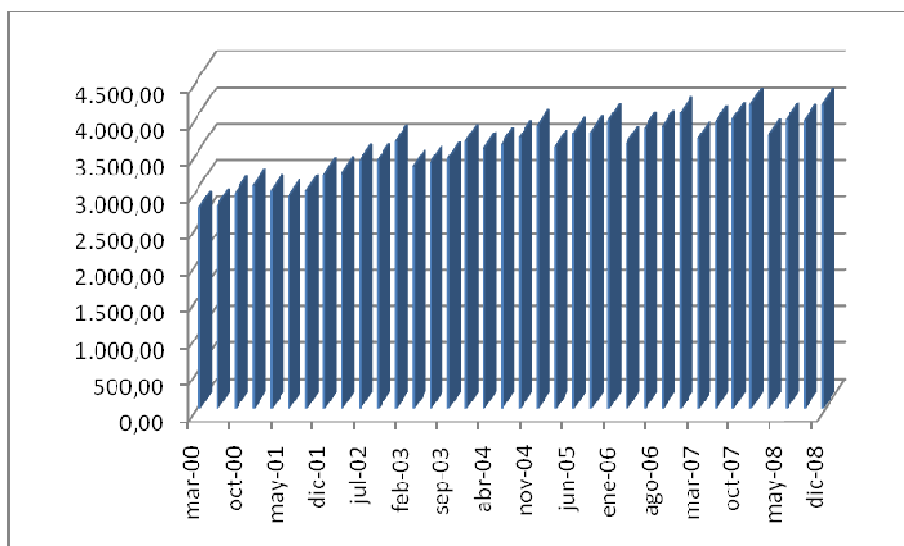
En las siguientes gráficas se muestra el comportamiento de los salarios y del crédito al consumo.

En la gráfica 3.4-1 se puede ver claramente como los salarios no han crecido al paso de los años, pues, se encuentran en un rango de 2,764.33 a 4,175.33 de marzo del 2000 a diciembre del 2008 respectivamente, por lo que su tasa de crecimiento ha sido en promedio de 4.07 por ciento aproximadamente (gráfica 3.4-3).

Con respecto al crédito al consumo éste ha ido incrementando de una manera exponencial (grafica 3.4-2) pues va de 32,535.8 en marzo del 2000 a 489,824.7 en junio del 2008. Por lo que la población con poca capacidad económica no deja de consumir, y gracias a las facilidades que grupo Elektra le ofrece por medio de los créditos al consumo éstos acceden a comprar bienes, aunque la tasa sea alta.

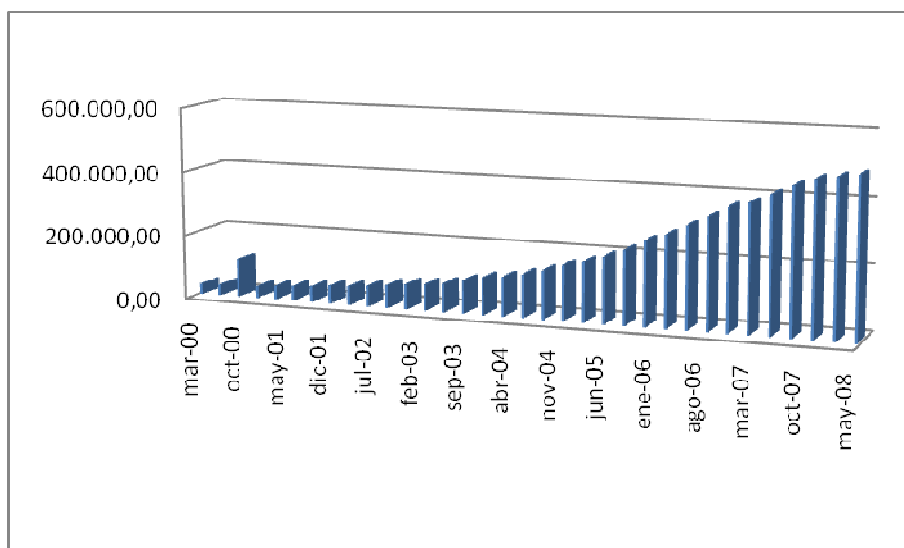
También se observa claramente en la grafica 3.4-4 que el crecimiento de los créditos al consumo ha crecido cerca del 40 por ciento en promedio a lo largo de los años 2000 a 2008, por lo que éstos créditos crecen independientemente de si los salarios suben o no.

Gráfica 3.4-1 Salarios



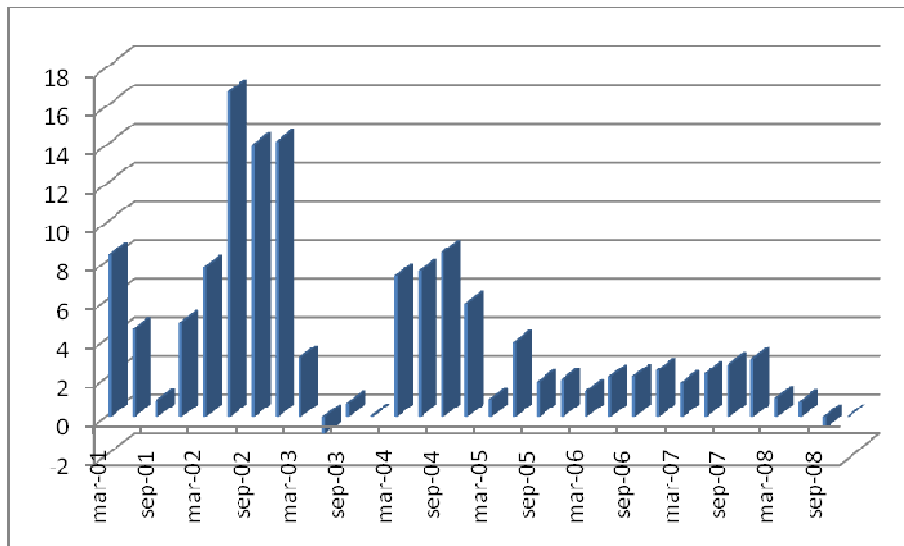
Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

Gráfica 3.4-2 Crédito al consumo



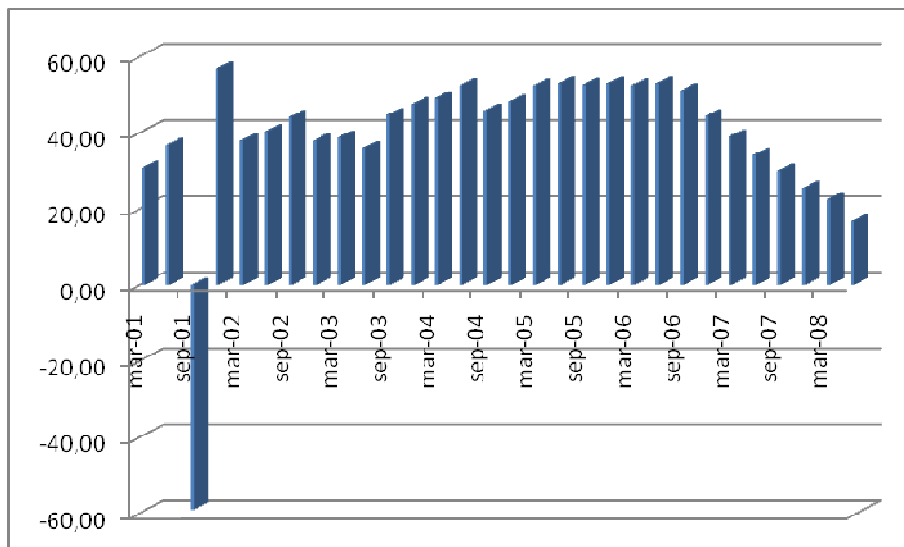
Fuente: elaboración propia con datos de la CNBV

Gráfica 3.4-3 Tasa de crecimiento de los salarios



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

Gráfica 3.4-4 Tasa de crecimiento de los créditos al consumo de la población de menor capacidad económica.



Fuente: elaboración propia con datos de la CNVB

Con respecto a este tema es importante ver la diferencia en los crecimientos del salario y del crédito al consumo, pues es una contradicción entre la teoría y la realidad; teóricamente las personas consumen porque tienen

dinero para hacerlo, dejando de un lado las necesidades que se tengan, por lo que si los precios aumentan de ciertos bienes, el ingreso también debería aumentar para poder seguir consumiendo y así poder seguir comprando bienes y servicios de cualquier tipo.

Sin embargo, como se dio a conocer por medio de las gráficas anteriores, los salarios casi no se mueven y si lo hacen es más fácil que disminuyan a que aumenten.

Por otra parte hoy en día por medio de los créditos al consumo, no se necesita contar con el dinero al momento de realizar la compra, ya que se puede realizar por medio de un crédito que otorgan determinadas tiendas (como Elektra) y para pagar éste, dependiendo del plazo y la tienda donde se realice es la periodicidad y el monto a realizar (como se mencionó en el capítulo 2).

Propuestas

Tanto una empresa como cualquier persona, buscan crecer, la primera para obtener mayores clientes, y hacerse de un mercado más fuerte, los segundos buscan crecer en el aspecto de mejorar su nivel de vida. Desafortunadamente, empresas como Grupo Salinas se aprovechan descaradamente de las personas, pues no contamos con una buena educación y en este caso de una educación financiera, aunque hace algunos años la información comenzó a ser pública, la mayoría de las personas no comprenden esa información.

Por tal motivo la primera propuesta es que las instituciones encargadas como: PROFECO, CONDUSEF, ABM y obviamente los Bancos, expliquen con mayor claridad la información, especialmente en el caso de los créditos al consumo, pues algunas empresas se aprovechan de éstos, y aunque algunas personas por experiencia propia se desencantan con los “abonos chiquitos” no pueden hacer nada, primero porque ya hicieron el contrato y segundo porque desafortunadamente no tuvieron la información previamente para poder tomar una decisión de acuerdo a sus posibilidades.

Si bien es cierto que Elektra otorga facilidades para que toda la población pueda adquirir productos, estos no necesariamente son de buena calidad, por eso se recomienda que las autoridades regulen el aspecto de la seguridad de la sociedad, pues en el caso de automóviles y motos que vende grupo Elektra, son de muy dudosa calidad además de que las refacciones son difíciles de conseguir fuera del Grupo, por lo que se podría hablar de un monopolio en todos los sentidos, pues Grupo Salinas por medio de la mercadotecnia convence a las personas de menor capacidad económica para comprar sus productos en cada uno de los comerciales que se transmiten en Tv Azteca.

Por tal motivo se propone que si se tiene la necesidad de adquirir un crédito se investigue cada una de las opciones y sobre todo los costos que pueden llegar a tener en cada uno de los casos y se realice de acuerdo a la

capacidad de cada persona, afortunadamente o desafortunadamente para muchos, esto solo se puede lograr con educación financiera para de esta forma crear conciencia de los compromisos que adquiere.

Lo que necesita México es tener una mayor educación financiera, para poder tomar decisiones adecuadas, pues, la población con poca educación, que vive al día, que compromete su ingreso antes de obtenerlo, que no lee los contratos a la hora de firmarlos, resultan ser un blanco muy fácil para que empresarios como Ricardo Salinas abusen de ellos, porque si bien ofrece todas las facilidades para adquirir los créditos o préstamos también es cierto que lo que cobra por esos servicios viene siendo hasta tres veces más.

En este sentido se propone una mayor regulación en este tipo de mercado, particularmente en el costo anual total (CAT), ya que hasta el día de hoy, se observan diferentes niveles en este sentido, por lo que sí no puede tener un tope, sería bueno que tuviera rangos dependiendo a lo que se esté aplicando, para que así exista la tan anhelada libre competencia del mercado.

Conclusiones

La teoría económica señala que la población de menores recursos de un país no es sujeta a un crédito porque no tiene con que garantizarlo y no puede pagar el compromiso adquirido, por lo que las empresas financieras no muestran interés para crear mecanismos o productos para éste tipo de población.

Sin embargo, el éxito logrado por Grupo Salinas a través de 102 años, contradice la teoría, motivo por el cual se realizó este estudio.

Banco Azteca es un punto clave para el crecimiento y fortaleza de Grupo Salinas, ya que poco a poco empieza a ser competencia para los demás Bancos al ofrecer cada vez más servicios, además de estar enfocado en el casi ochenta por ciento de la población que no es atendida por la banca tradicional.

De acuerdo a la historia del grupo se observa un desarrollo positivo en base a su toma de decisiones y forma de financiamiento, colocándola dentro de las empresas más ambiciosas para el mercado financiero; tomando en cuenta que cuando las compañías forman un grupo, generalmente se persigue el dominio de un mercado y robustecer su eficacia y garantizar sus beneficios por medio de una organización racional.

“Al capital humano que tiene este país, no lo para nadie, para empezar, no lo para ninguna crisis” expresó Ricardo B. Salinas Pliego y el tiempo mostró que no se equivocó al decir estas palabras, pues a su empresa, la crisis no la detiene ni le afecta con respecto a otras empresas; después de la crisis de 1994, su grupo se expandió e inclusive fundó un Banco y en el 2008 su empresa mostró un crecimiento del 8 por ciento aproximadamente.

La pregunta que surge es ¿por qué?, la respuesta es una conjunción de sagacidad, espíritu emprendedor y a que la base de su negocio es su apuesta a la parte de la población de menor capacidad económica, -que representa más

del 60 por ciento de la población total-, aspectos que han llevado al Sr. Salinas Pliego a ser uno de los empresarios más exitosos en México.

La desregulación financiera en su momento parecía ser la mejor opción al darle mayor flexibilidad al mercado financiero, pero a lo largo del estudio realizado se comprueba que solo fue lo que algunos empresarios como Ricardo Salinas estaban esperando ya que con ésta tendrían las facilidades para poder entrar al mercado con una mayor fuerza para posteriormente conseguir el permiso para operar un Banco.

Por otra parte, a lo largo de la historia del país, se observan muchos cambios, pues, anteriormente el ambiente económico y empresarial era muy diferente al que se vive hoy en día, los mercados estaban protegidos en algunos países, en las industrias se presentaban monopolios, la tecnología era escasa y la competencia era poca.

De esta forma, al observar la historia del Grupo Salinas y de las situaciones vividas en nuestro país como fue la desregulación financiera, sin perder de vista a la población de menor capacidad económica notamos que son un aspecto importante para el Grupo al ser estos segmentos de la población el mejor mercado de consumo.

Lo importante del desarrollo de Grupo Salinas radica en dos cosas, la primera es Grupo Elektra, quien, por medio de la colocación de acciones obtuvo financiamiento que le ayuda a crecer como empresa; y segundo, en Banco Azteca, pues el hecho de tener un Banco permite obtener un fondeo más barato comparado con otro tipo de alternativas para financiarse.

Actualmente, se vive con un mercado abierto, tecnología desarrollada y competencia. Debido a esto, las empresas buscan nuevas maneras de mantenerse e incrementar su competitividad, una de estas maneras es la realización de alianzas estratégicas, las que se ven claramente en el caso de Grupo Salinas.

Grupo Elektra no vende productos de alta calidad, pero da la oportunidad de tener esta tecnología en *“abonos chiquitos para pagar poquito”*, lo que hace sentir mejor a las personas de menores recursos, mismas que buscan obtener un mejor nivel de vida. Además al obtener un crédito les da todas las facilidades para poder consumir, en ocasiones cosas que no son necesarias para subsistir, pero que a las personas les agrada tener, esto, gracias a las necesidades creadas, como en el caso de automóviles, videojuegos, entre muchas más.

Por otro lado, la tasa de interés (CAT) que cobra el Grupo, llega a encontrarse por arriba del 60 por ciento, esto porque las personas que pueden adquirir determinados productos cuentan con un ingreso de \$5,000 (segmento D+) o menos, por lo que no tienen con que garantizar el crédito. Esto se traduce en un riesgo para el Grupo, motivo por el cual se cubre por medio del CAT.

Sin importar que no tengan con que respaldar su crédito, pues se cubren con la tasa tan alta que cobran, eso sin mencionar el sistema de cobranza con el que cuentan. También influye mucho la localización de sus tiendas y el horario de servicios que ofrecen, pues esto ayuda a cualquier empresa y en el caso de Banco Azteca el horario de servicio es una buena estrategia con respecto a la Banca tradicional.

Con el análisis estadístico se muestra claramente como los créditos al consumo han sido la base para su crecimiento y desarrollo ya que en su cartera de crédito total representa cerca del 85 por ciento, además de que éste crece en términos porcentuales más que el producto interno bruto, lo cual indica su fortaleza.

En mi opinión, Grupo Salinas al apostarle a la población de menores recursos, encontró un mercado fiel del que se puede aprovechar, pues al ser de menores ingresos, significa que no tiene cultura financiera, y el hecho de otorgar pagos semanales pequeños, es accesible para cualquiera.

Además, estas personas ven televisión y el hecho de contar con Tv Azteca, es otro punto clave para que por medio de los comerciales incite a la población a comprar en Elektra y busque a Banco Azteca.

Por último *“Suerte es saber aprovechar la oportunidad cuando se nos presenta, y Grupo Salinas siempre ha estado preparado para tomar las oportunidades que se le han presentado. Algunas han sido complicadas, pero hasta ahora todo va marchando”*. Ricardo B. Salinas .Pliego.

BIBLIOGRAFÍA

Girón Alicia, Levy Noemí

“México los bancos que perdimos”

Instituto de Investigaciones Económicas, Facultad de Economía, UNAM, 2005

Hernández Sampieri Roberto

“Metodología de la investigación”

4ª edición, 2008

Mc. Graw Hill

Mántey Bastón Guadalupe María, Levy Orlyk Noemí, coordinadoras

“Inflación, crédito y salarios: nuevos enfoques de política monetaria para mercados imperfectos”

UNAM FES Acatlán, Miguel Ángel Porrúa, 2005

pp. 409-428

Quintero Soto Ma. Luisa Coordinadora

“Liberalización Financiera y déficit público”

UNAM

México, 2004

pp. 61-83, 143-153

Quintero Soto Ma. Luisa / Aguilar Rodríguez Emilio, Coordinadores

“Financiamiento de los mercados emergentes ante la globalización”

UNAM

México, 2006

pp. 197-216, 282-297

Ross, Westerfield, Jaffe

“Finanzas Corporativas”

Séptima edición, 2005

Mc. Graw Hill

pp. 22-44, 804-819

Viscencio Brambilla Héctor
“Economía para la toma de decisiones”
Thomson, 2002
pp. 100

Artículos

El Crédito del Sector Bancario en México, 1997-2005

Centro de estudios de las finanzas publicas

Cámara de diputados

Julio de 2006

Girón Alicia, Correa Eugenia

“Mercados financieros globales: desregulación y crisis financieras”

Flores Paredes Joaquín y Madrueño Aguilar Rogelio

“Ciclo económico, crisis financieras y choques externos, perspectivas de México”

Comercio exterior

Vol. 56, No.8, agosto de 2006

pp. 642 - 657

Lechuga Montenegro Jesús, Salgado Gasca Víctor

“Desregulación financiera”

Universidad Autónoma Metropolitana

Marques-Pereira Jaime

“Crisis financiera y regulación política en América Latina”

Comercio exterior

septiembre de 2001

pp. 840 - 850

Sánchez Tabarés Ramón / Sánchez Daza Alfredo

Desregulación y apertura del sector financiero mexicano

Comercio exterior

agosto de 2000

pp. 686 – 697

Vázquez López Raúl

“Los antecedentes del estancamiento económico: desregulación financiera y especulación en México”

Comercio exterior

Vol. 56, No.7, julio de 2006

pp. 608 - 616

Páginas electrónicas

América móvil

www.americamovil.com

Asociación de Bancos de México

www.abm.org.mx

Banco Azteca

www.bancoazteca.com.mx

Banco de México

www.banxico.org.mx

Bolsa Mexicana de Valores

www.bmv.com.mx

Comisión Nacional Bancaria y de Valores

www.cnbv.gob.mx

Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios
Financieros

www.condusef.gob.mx

Coppel

www.coppel.com

Grupo Elektra

www.grupoelektra.com.mx

Grupo Salinas

www.gruposalinas.com

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática
www.inegi.org.mx

Iusacell
www.iusacell.com.mx

Procuraduría Federal del Consumidor
www.profeco.gob.mx

Televisa
www.televisa.com

Tv Azteca
www.tvazteca.com