



Centro de Estudios de
Opinión y Análisis

UNIVERSIDAD VERACRUZANA

CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN Y ANÁLISIS

ESPECIALIZACIÓN EN ESTUDIOS DE OPINIÓN

PROYECTO DE INTERVENCIÓN

“Representaciones Sociales de la Banca: Un estudio comparativo entre los usuarios de Xalapa y Monterrey”.

**Para obtener el Diploma de
Especialidad en:**

Estudios de Opinión

Presenta

Lic. Flor Betzabé Canela Quiñones

Director:

Dra. Jeysira Jacqueline Dorantes Carrión.

Xalapa, Veracruz. A; diciembre de 2015

AGRADECIMIENTOS

Porque todo sacrificio tiene su recompensa y la mía es contar con nuevas experiencias y haber conocido personas realmente valiosas.

INDICE

Introducción.....	8
Justificación.....	13
Objetivo general.....	20
Objetivos específicos.....	20
Preguntas de investigación.....	21
Capítulo I: Marco Teórico.....	
1.1 Antecedentes de la banca: Uso bancario y su impacto en los usuarios...	23
1.2 Impacto en el consumo financiero en México.....	26
1.2.1 Sucursales.....	28
1.2.2 Cajeros automáticos.....	29
1.2.3 Terminales puntos de venta.....	32
1.2.4 Tarjetas de crédito emitidas.....	34
1.2.5 Tarjetas de débito emitidas.....	35
1.3 Servicios que manejan la banca y sus beneficios.....	36
1.3.1 Diferencia entre: Ahorro e inversión.....	37
1.3.2 Corresponsales bancarios.....	38
1.3.3 Medios electrónicos o Banca electrónica.....	39
1.3.4 Nómina interbancaria.....	41
1.3.5 Domiciliación de recibos.....	41
1.3.6 Transferencias Electrónicas de Fondos.....	41
1.3.7 Clave Bancaria Estandarizada (CLABE).....	42
1.4 Los clientes y su relación con el sistema bancario: uso, beneficios y comportamiento.....	42
1.5 Estudio sociológico en las relaciones bancarias y sus clientes.....	44
1.6 Evaluación y juicio crediticio.....	46
1.7 Empleado bancario.....	46
Capitulo II Teoría de las Representaciones Sociales: Prácticas Sociales y Sentido Común.....	54
2.1 Conocimiento social y sentido común.....	56

2.2 Objetivo y anclaje de estudio de las representaciones sociales.....	57
2.3 Funciones de las Representaciones Sociales.....	58
2.4 Elementos que sustentan a las Representaciones Sociales.....	62
2.4.1 Núcleo central.....	62
2.4.1.1 Elementos Núcleo Central.....	63
2.4.3 Los elementos periféricos.....	64
2.5 Conceptos vinculados con las Representaciones Sociales.....	67
2.5.1 Las ideologías.....	67
2.5.2 Las creencias.....	67
2.5.3 La percepción.....	68
2.5.4 La imagen.....	68
2.5.5 Los estereotipos.....	69
2.5.6 La opinión.....	69
2.6 Las prácticas sociales.....	69
2.7 El campo de representación.....	70
Capitulo III: Marco contextual.....	72
3.1 Ciudad de Xalapa, Veracruz.....	72
3.1.1 Clima.....	72
3.1.2 Hidrología.....	73
3.1.3 Fauna.....	73
3.1.4 Datos económicos.....	73
3.1.1.4 Sucursales por institución bancaria en Xalapa.....	75
3.2. Ciudad de Monterrey, Nuevo León.....	76
3.2.2 Clima.....	76
3.2.3 Datos económicos.....	77
3.2.4 Principales sectores de actividad económica.....	77
Capítulo IV: Metodología.....	
4.1 Tipo de estudio.....	81
4.2 Metodología de recolección de las Representaciones Sociales.....	82
4.3 Instrumento de recolección de datos de las Representaciones Sociales..	82
4.4 La asociación libre de palabras.....	84
4.5 Cuestionario.....	84

4.6 Cuestionario de caracterización.....	85
4.7 Población objetivo.....	85
4.8 Instrumento de recolección de datos.....	86
4.9 Método de análisis del instrumento.....	88
Capítulo V: Interpretación de datos generales.....	91
5.1 Análisis de la asociación de las palabras de Xalapa.....	95
5.2 Análisis de la asociación de palabra Monterrey.....	101
5.3 Elementos periféricos y núcleo central Monterrey.....	103
5.4 Representación de la banca en la ciudad de Xalapa.....	105
5.5 Representación de la banca en la ciudad de Monterrey.....	111
5.6 Cuestionario de caracterización en la Ciudad de Xalapa.....	113
5.7 Cuestionario de caracterización en la Ciudad de Monterrey.....	115
6. Conclusiones.....	120
7. Bibliografía.....	128
Anexos.....	133

Índice de tablas y figuras

Tabla 1. Integración de todos los bancos en México.....	8
Tabla 2. Número de Sucursales por institución en Xalapa.....	75
Tabla 3. Sistema de Cuentas Naciones por Entidad Federativa.....	78
Tabla 4. Número de Sucursales por institución en Monterrey.....	79
Tabla 5. Asociación de palabras de la ciudad de Xalapa.....	97
Tabla 6. Palabras colocadas en orden de importancia de ciudad de Xalapa.....	98
Tabla 7. Asociación de palabras de la ciudad de Monterrey.....	101
Tabla 8. Palabras colocadas en el orden de importancia Monterrey.....	102
Tabla 9. Información, Actitud y representación Xalapa- Monterrey.....	106
Tabla 10. Representaciones Sociales de la Banca Ciudad de Xalapa.....	109
Tabla 11. Concepto General de Representaciones Sociales de la Banca Xalapa.....	110
Tabla 12. Representaciones Sociales de la Banca Monterrey.....	111
Tabla 13. Concepto General de Representaciones Sociales de la Banca Monterrey.....	112
Tabla 14. Cuadro de caracterización: Representación de la banca en Xalapa.....	

	113
Tabla 15. Cuadro de característico: Representación de la banca en Monterrey.....	115
Gráfica 1. Variación de sucursales 2000-2010.....	29
Gráfica 2. Variación de cajeros automáticos 2000-2010.....	31
Gráfica 3. Terminales punto de venta 2000-2010.....	33
Gráfica 4. Variación de tarjetas de crédito emitidas 2000-2010.....	34
Gráfica 5. Variación de tarjetas de débito emitidas 2000-2010.....	36
Gráfica6.Edades de encuestados Xalapa y Monterrey.....	91
Gráfica 7. Personas encuestadas por género Xalapa y Monterrey.....	93
Gráfica 8. Escolaridad de personas encuestadas Xalapa y Monterrey.....	94
Gráfica 9. Gráfica de dispersión de características de Representación de la banca en Xalapa.....	114
Gráfica 10. Gráfica de dispersión de características de Representación de la banca en Monterrey.....	116
Figura. 1 Funciones Bancarias.....	19
Figura 2. Composición de la cuenta CLABE.....	42
Figura 3. Instrumentos de investigación.....	86
Figura 4. Núcleo central y elementos periféricos en Xalapa.....	100
Figura5. Núcleo central y elementos periféricos Monterrey.....	104
Imagen 1. Ciudad de Xalapa.....	72
Imagen 2. Ciudad de Monterrey.....	76

INTRODUCCIÓN



Fuente: "La vinculación bancaria", economíasimple.net

Introducción

En México, los servicios que ofrecen las instituciones bancarias aumentan con medida en que las personas acuden para solicitarlos. En primera instancia, el primer contacto que tenemos con los bancos se centra en la apertura de cuentas de débito, estas cuentas se refiere al dinero que es propiedad del cliente, pero que acude al banco de su preferencia a depositarlo. Existen también las cuentas, donde el dinero es prestado por la institución bancaria, para el ahorro de dinero o pago de alguna nómina y que muchos clientes tanto físicos como morales, disponen de este servicio que ofrece dicha banca.

Dependiendo del manejo de las cuentas de débito, las instituciones bancarias realizan un estudio para considerar al cliente, la autorización para algún crédito. Los trabajadores bancarios dan a conocer a sus clientes la posibilidad de adquirir un crédito, la cantidad, intereses, pagos fijos mensuales o quincenales, su principal objetivo es que lo acepten. Esta tarea, es una de las funciones actuales que desempeñan la banca, en cualquiera de los bancos que se presentan en la siguiente tabla:

TABLA 1.

Bancos Integrantes en México

1. ABC Capital	2. Banco Invex	3. Bansi
4. American Express Bank (México)	5. Banco JP Morgan	6. Barclays Bank México
7. Banca Afirme	8. Banco Mercantil del Norte	9. BBVA Bancomer
10. Banca Mifel	11. Banco Monex	12. CIBanco
13. Banco Actinver	14. Banco Multiva	15. Consubanco
16. Banco Ahorro Famsa	17. Banco Nacional de México	18. Deutsche Bank México
19. Banco Autofin	20. Banco PagaTodo	21. Fundación Dondé

México	Banco	
22. Banco Azteca	23. Banco Progreso Chihuahua	24. HSBC México
25. Banco Base	26. Banco Regional de Monterrey	27. Interam Banco
28. Banco Compartamos	29. Banco Sabadell	30. Inventa Bank
31. Banco Credit Suisse (México)	32. Banco Santander	33. Scotiabank
34. Banco del Bajío	35. Banco Ve por Más	36. UBS Bank México
37. Banco Finterra	38. BanCoppel	39. Volkswagen Bank
40. Banco Forjadores	41. Bancrea	
42. Banco Inbursa	43. Bank Of America Mexico	
44. Banco Inmobiliario Mexicano	45. Bank Of Tokyo Mitsubishi UFJ (México)	
46. Banco Interacciones	47. Bankaool	

Fuente: Asociación de Bancos de México ABM, A.C. www.abm.org.mx.

La posibilidad de adquirir un préstamo implica acceso a circuitos de información, así como la habilidad para movilizar recursos sociales y organizativos, el establecimiento de redes sociales y formas de cooperación y la construcción de relaciones de confianza. Implica también formas de competencia, exclusión y fragmentación, así como diferenciaciones de género, étnicas, de estatus y de clase social (Villareal, 2004, p. 13).

Lo que significa que antes de otorgar un crédito existe una valoración de diversos tópicos, para que éste sea autorizado. El otorgamiento de un crédito se basa sobre todo en la estabilidad económica del cliente, es por ello que el primer servicio a ofrecer para iniciar una vida bancaria son las cuentas de débito.

Es importante mencionar que para otorgar dicho crédito, se emprende un manejo de cálculos y proyecciones que conllevan el uso de marcos interpretativos y formas culturales específicas. Es así como se busca resaltar los significados y las etiquetas que la misma gente utiliza para clasificar y evaluar sus transacciones.

En la actualidad nadie elude el papel crucial que juega el sistema financiero para el desarrollo económico de una nación, en tanto que permite conjuntar a aquellos que demandan fondos prestables con quienes están dispuestos a ofrecerlos a un cierto precio, y que al hacerlo contribuyen a elevar la eficiencia de una economía (Ortega, 2006, p. 70).

Los bancos han venido realizando las mismas prácticas desde varios años atrás, obviamente realizando cambio y mejoras en su sistema. Todas estas prácticas se originaron al generar más recurso monetario; el dinero. El dinero según el Banco de México es un conjunto de activos de una economía que las personas regularmente están dispuestas a usar como medio de pago para comprar y vender bienes y servicios.¹

Para obtener dinero, los bancos cuentan con el servicio de ahorro, para que las personas que cuenten con un capital considerable lo resguarden a través de estas instituciones, de este modo los bancos pueden hacer uso de ese dinero, y los clientes se ven beneficiados con los intereses que se van generando dependiendo a lo acordado en la inversión.

La posibilidad que brinda el sistema de hacer fluir el ahorro entre los distintos agentes contribuye a que éste se asigne a las inversiones más rentables que elevan con ello la eficiencia de la economía, incrementándose así el nivel de producción y elevándose el nivel de bienestar de la sociedad (Ortega, 2006, p. 70).

Hoy en día la mayoría de la gente confía en el banco y apertura una cuenta, sin embargo se desconoce cuáles son sus Representaciones Sociales (RS en adelante) construidas, prácticas y evaluaciones de sus servicios concibe para conocer sus opiniones. Para responder a lo anterior presentamos un estudio comparativo entre clientes de la banca, que apertura algún tipo de cuenta: débito o crédito. Nos interesa saber y conocer cuáles son sus ideas compartidas con

¹Retomado de la página de Banco de México www.banxico.org.mx , 7 de junio de 2015

respecto a los servicios que ofrece la banca. El estudio es comparativo, es decir, se desarrolla en la ciudad de Xalapa, Veracruz y en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, debido a que siendo estudiante del programa de la Especialización en Estudios de Opinión, desarrollé una movilidad y estancia académica en el IINSO (Instituto de Investigaciones Sociales) con la Dra. María Estela Ortega Rubí, lo que me abrió las posibilidades de hacer mi proyecto de intervención comparativo, entre dos poblaciones de estudio, que me permitieron dar cuenta de los pensamientos compartidos entre dos grupos sociales diversos, ubicados en dos entidades distintas, pero que hacen uso de la banca, para efectos de contar con sus servicios. Me intereso en la mirada de los usuarios de Xalapa y los usuarios de Monterrey en sus RS construidas sobre la banca, nos permitirá dar cuenta de una realidad social que acontece en nuestro país y de la que se desconoce cómo se posiciona el cliente ante un conjunto de prácticas bancarias y cómo evalúa los servicios bancarios.

JUSTIFICACIÓN



Fuente: Refinanciamiento de créditos, ¿Qué es un préstamo bancario?

Justificación del tema

Actualmente el uso de la banca se ha incrementado por la expansión de sus servicios dirigidos a sus clientes. Los servicios más utilizados por los usuarios son cajeros automáticos, tarjetas de créditos, tarjetas de débito, terminales punto de venta, sucursales bancarias, entre otros servicios electrónicos como: banca móvil (aplicaciones para teléfonos celulares, computadoras y/o tabletas), domiciliaciones, transferencias interbancarias (términos que más adelante se definirán) entre otros.

En el 2010 la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF en adelante) realizó un estudio sobre el uso bancario en sus diversos servicios y productos tomando como referencia del año 2000 al 2010.

En el estudio se determina información relevante para este proyecto ya que se observan variaciones considerables en los siguientes servicios² y productos³: se menciona un incremento considerable en sucursales de 4.337%, en cajeros automático un aumento 18.6%, terminales punto de venta un aumento de 356,000, en tarjetas de crédito es interesante resaltar que hasta el año 2008 tuvo un aumento del 20% aproximadamente pero dos años después tuvo una baja de -12%, en las tarjetas de débito cada año aumentó es satisfactorio puesto que no ha mostrado bajas en su uso.

Estos datos se deben a que los usuarios bancarios se han dejado llevar por el consumo de productos y servicios (tarjetas de crédito, domiciliaciones, créditos hipotecarios, préstamos vía nómina, etc.) y sobre todo que en estos tiempos los créditos y préstamos bancarios han permitido que las personas obtengan con mayor facilidad todo lo que ellos deseen.

La sociología ha realizado investigaciones acerca del comportamiento de las personas ante el consumo de productos y servicios que la banca (ADICAE,

² Entiéndase servicio como toda actividad o aplicación móvil que los bancos ofrecen a sus clientes para facilitar cualquier operación que necesiten realizar sin ningún costo extra como depósitos en efectivo ya sea dentro de sucursal o por aplicación móvil, pagos de servicios (agua, luz, teléfono, televisión por cable, etc.), entre otros

³ Todo aquel que genere una ganancia para la institución, productos se entiende como préstamos, tarjetas de crédito, créditos hipotecarios, préstamos empresariales, apertura de cuentas, inversiones, todo aquel que genere intereses, y pueda verse beneficiado tanto el banco el cliente.

2012) y otras instituciones ofrecen diversas formas de pago (por vía electrónica, celular, por medio de otros bancos, con cargo a las tarjetas). De este modo la intervención de los créditos y préstamos han aumentado para facilitar a las personas la compra de dichos productos.

Para ello las instituciones bancarias, o cualquier institución que manejan los créditos, realizan evaluaciones para saber si las personas cuentan con la capacidad de pago y si son personas capaces de ser “clientes potencial”⁴. Esto quiere decir que no pueden haber tenido morosidades, mal uso de cheques, o generalmente no estar sobre-endeudados.

La evaluación de los créditos ha sido recientemente explorada desde distintos ángulos sociológicos, algunos trabajos se han enfocado en la creación de un horizonte temporal confiable, analizando los distintos tipos de enlaces entre prestador y prestatario, mientras que otros han puesto más atención a la relación moral y social involucrada en la evaluación crediticia (Ossadon, 2012, p. 20).

Dicha evaluación en las instituciones bancarias la realizan los Gerentes de sucursal y ejecutivos autorizados, pues su sistema cuenta con información financiera de cada cliente.

Obtener un crédito, tanto para prestadores como prestatarios, es una actividad riesgosa. De parte de los prestadores resulta central buscar los mejores modos para prevenir las fallas de reembolso, lo que se ejecuta seleccionando a los futuros clientes minuciosamente. Según Lazarus (2012), esta selección no es sólo un asunto técnico, sino que corresponde también a un proceso social y moral, donde deben establecerse modos “legítimos” de clasificación y comparación de los potenciales consumidores.

De este modo los empleados previenen riesgos como robo de identidad, falta de pago por parte del cliente, por no realizar adecuadamente el estudio socioeconómico, entre otros, ya que regularmente pueden perder su empleo y

⁴ Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros.) consultado 3 de diciembre 2015 en El Marketing Según Kotler, de Kotler Philip, Editorial Paidós SAICF, 1999, Pág. 163.

además de pérdidas monetarias para la sucursal misma, también brindan seguridad a los clientes protegiendo su dinero y su identidad.

Los clientes cumplen una función importante dentro de la banca ya que sin ellos y sus propios recursos los bancos no podrían solventar todos los servicios y gastos que ellos generan, para este proyecto de intervención se quiere conocer cómo las personas sean clientes o usuarios representan a la banca, independientemente del banco al que pertenezcan.

Se quiere lograr que el individuo represente de acuerdo a sus experiencias, sentido común y su relación con los bancos, como definirían las funciones y actividades de los bancos en relación con su vida diaria. Así se podría obtener sensatez en su representación.

La representación de la banca, se crea cuando un individuo ha generado en su mente una idea fundamentada por sus experiencias y percepciones sobre la banca y sus servicios. El sentido común se alimenta siempre de creencias o proposiciones, y esto es importante pues nos permite identificar cómo las personas construyen y elaboran las representaciones a partir de lo que viven y experimentan en su vida cotidiana.

También debemos hablar del uso y prácticas que son parte de una realidad social, su uso y la gran importancia que han aportado para la sociedad ha sido relevante, tanto para el consumo como para la aportación en las familia, que no logran rendir sus ingresos y utilizan los créditos para cubrir ciertas necesidades.

El uso de los servicios bancarios es parte ya de una realidad de diversos usuarios. Pues cada día más personas hacen uso de los bancos, actualmente en México existen 47 instituciones bancarias aproximadamente para la realización de diferentes servicios, es un ciclo pues muchos usuarios se ven beneficiados en cuestión de distancia, ahorro de tiempo, pagos puntuales, solventados con dinero prestado, lo que facilita su vida y las operaciones en el banco que suelen ser tardadas y distantes del domicilio particular.

En este trabajo se quiere conocer cómo es que las personas han hecho de los servicios bancarios parte de su vida cotidiana, así como de los productos y servicios. Además se pretende indagar en qué utilizan los productos y servicios

bancarios con el fin de conocer los hábitos de consumo.

Para ello utilizaré algunos de los instrumentos de recolección de datos que propone la Teoría de las RS así como el análisis de estos, con el objeto de poder interpretar adecuadamente los resultados obtenidos.

Los bancos han realizado las mismas prácticas desde varios años atrás, obviamente con cambios y mejoras en su sistema. Todas estas prácticas se originaron al generar más recursos monetarios. El dinero según el Banco de México es un conjunto de activos de una economía que las personas regularmente están dispuestas a usar como medio de pago para comprar y vender bienes y servicios (Banxico, 2013).

Para obtener dinero, los bancos cuentan con el servicio de ahorro, para que las personas que cuenten con un capital considerable lo resguarden a través de estas instituciones, de este modo los bancos pueden hacer uso de ese dinero, y los clientes se ven beneficiados con los intereses que se van generando dependiendo de lo acordado en la inversión.

Se puede encontrar una variedad de información acerca de la implementación del dinero como un modo de intercambio entre las instituciones y las personas, además como parte de la economía.

El paso del dinero mercancía, al dinero papel, fue fruto de la propia dinámica económica. Los metales preciosos se depositaban en las casas de los orfebres y en los bancos, quienes entregaban a sus propietarios un resguardo acreditativo, de mucho más fácil manejo en el comercio que el oro que certificaban (economía, 2009).

Sabedores del negocio que tenían en sus manos, estos banqueros comenzaron a emitir certificados por mayor importe que el valor del oro que tenían en sus arcas, y las crisis financieras, cuando estos banqueros no podían convertir en oro todos los certificados que lo demandaban, comenzaron también a sucederse. Fue entonces cuando empezaron a aparecer los Bancos Centrales, con el monopolio exclusivo de la emisión de billetes (economía48, 2009).

De este modo los bancos emitían papeles con un valor agregado a cambio del resguardo de joyas, metales, etc. Actualmente cada vez que una persona abre

una cuenta para depositar sus ahorros, el banco le entrega al cliente una tarjeta de plástico con 16 dígitos y un chip integrado por el mismo valor que ellos mismos aporten a su cuenta, de este modo manejan la tarjeta sin necesidad de contar con el efectivo (billetes), utilizándola solo en establecimientos que cuenten con terminales punto de venta, de otro modo no podrán hacer uso de la tarjeta o de la cuenta, o retirando el efectivo de cajeros automáticos o directamente en ventanilla.

Una última fase en la evolución del concepto de dinero la constituye el dinero bancario. Por motivos de seguridad y rentabilidad el público deposita su dinero en los bancos, que luego moviliza cuando lo necesita, haciendo uso de su talonario de cheques o de la tarjeta de crédito. Conviene no confundir el dinero bancario con sus instrumentos de movilización (el cheque o talón, la tarjeta de crédito o el retiro de fondos en ventanilla). El dinero bancario está formado por las cuentas corrientes a la vista, todas aquellas otras cuentas cuyo saldo se pueda hacer efectivo en cualquier momento y el dinero disponible en cuenta procedente de créditos concedidos por el banco a sus clientes⁵. De igual modo son emitidos talonarios (chequeras) que pueden hacer efectivo en el momento que el cliente necesite y, siempre y cuando los fondos de la cuenta sean suficientes.

Los bancos funcionaron desde la antigua Grecia, aunque antes su modo de operación era algo parecido a lo que ahora manejamos. Parece que los inventores del crédito fueron los mercaderes griegos, tres siglos antes de nuestra era. Después de un tiempo, empezó a suceder que los banqueros griegos podían emitir esas notas de crédito sin haber depositado previamente el correspondiente oro, ya que para el momento en que la nota se presentase al cobro, otros depositantes habrían colocado el oro en su banco habiendo siempre oro disponible.

Así que los banqueros comenzaron a crear más notas de crédito de las que podían corresponder al oro que tenían depositado. Un efecto fue que se ponía en circulación más capacidad de compra que la que el oro almacenado en los bancos representaba. Este incremento de los símbolos monetarios estimulaba el comercio. Enriqueció a los banqueros e hizo más fácil la vida a los comerciantes.

⁵Información retomada de la página www.economia48.com, día 7 de junio de 2015

Representó un desplazamiento significativo de poder desde los reyes y déspotas a los mercaderes y banqueros (Riechmann, 2009, p. 29).

En la actualidad el patrimonio que más se resguarda en los bancos es el dinero en efectivo. En algunas Instituciones Bancarias cuentan con sucursales con cajas fuertes para resguardar artículos de suma importancia para los clientes, este servicio tiene un costo adicional además de una serie de documentos por cumplir.

Una entidad bancaria depende de sus clientes para crear dinero. Alguien tiene que estar en deuda con los bancos comerciales para que los sistemas monetarios y crediticios puedan trabajar. Cuando un prestatario gasta el dinero que ha sido prestado, el destinatario lo deposita en otro banco. Dicho depósito representa la creación de dinero nuevo. Un banco paga sus cuentas con préstamos si la gente no paga sus deudas. El interés que el banco cobra a los clientes por los préstamos otorga beneficios que se convierten en dinero. Los activos de un cliente y los pasivos suman por igual.

Las principales funciones de las entidades bancarias de acuerdo a la página de Invertir Forex (2012) son:

- Invertir y gestionar los ahorros de cada uno de sus clientes.
- Realizar financiaciones que permitan cubrir las necesidades de personas y empresas.
- Generar ganancias que permitan rendimientos económicos, tanto para todos sus usuarios y clientes.
- Satisfacer las aspiraciones de los accionistas.
- Ejecutar préstamos y depósitos que estén en sintonía con todos los puntos anteriores.
- En algunos casos, las entidades bancarias tienen también la función de crear el dinero necesario para el normal funcionamiento de un país.
- Cobrar deudas y hacer pagos y traspasos.
- Otorgar créditos (Forex, 2012)

Estas funciones que realizan las instituciones bancarias están establecidas y llevadas a cabo por la mayoría de los bancos y reguladas por la Asociación de

Bancos de México, si en alguna de las funciones el cliente nota una irregularidad puede comunicarse y quejarse a la CONDUSEF (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros) que se encarga de prevenir y atender a todo cliente que necesite orientación y protección cuando tienen problemas financieros y/o bancarios.

Es necesario como usuario bancario informarse acerca de las funciones bancarias pues el desconocimiento de estas puede causar riesgos en sus propias cuentas de ahorro, en el historial crediticio, entre otros conflictos.

En la imagen de abajo se muestra las funciones de las instituciones bancarias:

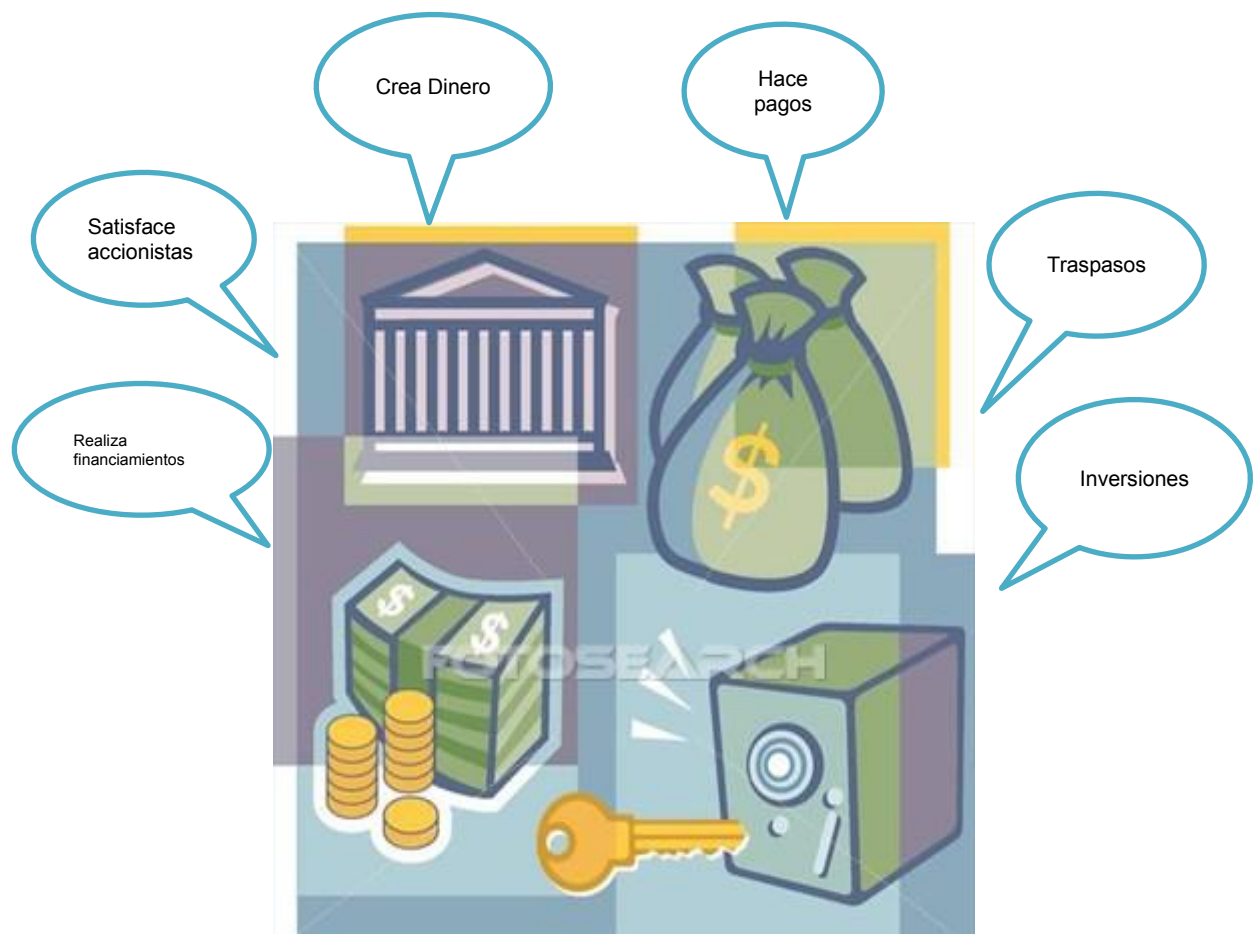


FIGURA 1.
Funciones bancarias

Fuente: elaboración de la autora

Cada vez el número de usuarios, independientemente de la clase social a la que pertenezcan, se ven inmiscuidos a utilizar los bancos para poder encajar al nuevo mundo del sistema financiero mexicano. Las nuevas tecnologías, permiten también que la innovación bancaria nos rodee, desde una compra en Internet hasta realizar movimientos bancarios desde nuestro móvil.

Este proyecto profundiza en cómo los usuarios representan a la banca, cómo la definen y el significado social que le otorgan, así como las prácticas sociales que se vinculan de la representación social, a través de sus experiencias con el servicio bancario.

Para desarrollar este proyecto de intervención fue necesario describir el objetivo general y los objetivos específicos, que de manera general nos permitirían, en términos de Mercado (2007), determinar los objetivos del estudio, identificar las partes principales y subordinadas del problema, establecer el procedimiento adecuado para realizar la investigación, fijar el tiempo y el orden en que se desarrollarán las actividades (Mercado, 2007, p. 167), así mismo identificar en forma gráfica y analítica las partes principales y subordinadas del problema, facilitar la recolección de datos, facilitar la clasificación y codificación del material recopilado, establecer una organización, encabezamientos y secuencia probable del escrito final, así como suministrar los elementos necesarios para formular el índice de estudio, (Mercado, 2007, p. 172), en concreto para dar una congruencia lógica, coherente y válida a la estructura misma del proyecto de intervención desarrollado cual lo presentamos enseguida.

Objetivo general

Identificar las RS de la banca de los usuarios bancarios, conocer sus prácticas y evaluaciones del servicio bancario en Xalapa y Monterrey.

Objetivos específicos

- Identificar las RS de la banca de los usuarios bancarios en Xalapa y Monterrey.
- Analizar cómo los usuarios evalúan las prácticas y servicios de los bancos.

- Analizar las respuestas de los usuarios de Xalapa y Monterrey y cómo estos jerarquiza las funciones de la banca según sus representaciones.
- Identificar el núcleo central y elementos periféricos de la palabra Banco, utilizando instrumentos como asociación de palabras.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuál es la representación social de la banca?
2. ¿Cómo evalúan las prácticas y servicios de la banca?
3. ¿Con qué palabras asocian la palabra banco?
4. ¿Qué funciones creen que si cumple la banca y cuáles no?

El estudio nos permitirá dar cuenta de esta realidad y comprender las RS construidas a partir de un conocimiento práctico dentro del sistema bancario y que resulta ser útil para los individuos con el objeto de guardar su dinero, solicitar créditos, préstamos, etc. Entre usuarios de la banca de dos de la República Mexicana, como lo son Xalapa, Veracruz, y Monterrey, Nuevo León.

Capítulo I: Marco teórico

Antecedentes de la banca: Uso bancario y su impacto en los usuarios



Fuente: Contabilidad en sus inicio, Monografias.com, 11 de noviembre de 2015

Capítulo I: Marco teórico

Antecedentes de la banca: Uso bancario y su impacto en los usuarios

Se cuentan con estudios realizados en Europa, específicamente en España, que tratan de conocer cuál es la situación económica de las familias ante la crisis, se argumenta que “la mayoría de las familias están sobre endeudadas y sus principales culpables son: el gobierno y la banca [...] Los usuarios consideran que los responsables de estos actos son: los bancos, el gobierno, los partidos políticos y el banco de España se consideran como “principales culpables” (de una situación en la que se combinan crisis económica, situaciones de inestabilidad laboral, falta de control en las actuaciones ejercidas, etc.)” (ADICAE, 2012).

Los bancos son pieza importante en la economía mundial y en el control de divisas, un ejemplo de cómo influyen los productos bancarios es la crisis de las hipotecas del 2008 que surgió en Estados Unidos, se desató de manera directa debido al colapso de la burbuja inmobiliaria en el año 2006, que provocó aproximadamente en octubre de 2007 la llamada crisis de las hipotecas (Barcelata, 2010).

Las repercusiones de la crisis hipotecaria comenzaron a manifestarse de manera extremadamente grave desde inicios de 2008, contagiándose primero al sistema financiero estadounidense, y después al internacional, como consecuencia una profunda crisis de liquidez, y causando, indirectamente, otros fenómenos económicos, una crisis alimentaria global, diferentes derrumbes bursátiles (por ejemplo la crisis bursátil de enero de 2008 y la crisis bursátil mundial de octubre de 2008) y, en conjunto, una crisis económica a escala internacional (Barcelata, 2010).

El uso bancario ha hecho que las personas recurran a ellos siendo una opción más de poder contar con más recursos y consumir objetos o bienes con opciones de pago, en efectivo, al contado o con tarjetas de crédito con opciones de pago a meses sin intereses.

Saber qué hacer con el dinero que se nos ha prestado, forja que las personas nos volvamos consumidores o que no nos veamos obligados a recortar gastos para poder rescatar el ingreso que se perciba mensualmente o

quincenalmente según sea el caso, ya que contamos con otros medios para subsistir en lo que las personas reciben su pago.

“Anteriormente las personas acumulaban una cantidad importante de monedas de oro, iban con los orfebres, quienes hacían piezas de joyería, pues contaban con cajas fuertes y cuidaban las monedas de sus clientes para evitar que los ladrones se las robaran” (Valores, 2013). La principal función de los bancos es captar el mayor recurso posible para poder solventar los demás servicios.

Toda Institución bancaria brinda un servicio a cambio de un costo beneficio, el dinero que trabaja el banco es por los recursos que sus clientes van depositando e invirtiendo para obtener un rendimiento. Más tarde, estos artesanos empezaron a cobrar una tarifa por el servicio del cuidado de las monedas. Dejaron de ser simples cuidadores, para convertirse en los primeros banqueros, comenzaron a hacer recibos (algo parecido a lo que ahora conocemos como cheques), los cuales fueron utilizados por los dueños de las monedas para pagar bienes y servicios (Banxico, 2015).

Actualmente se manejan un sinnúmero de maneras de poder reemplazar estos recibos, por ejemplo: tarjetas de débito, que son tarjetas de plástico, que se pueden llevar en la billetera por su tamaño y por ser prácticas, chequeras, que cuentan con datos necesarios para saber de quién es la cuenta, además de un código de seguridad, que protege la información del cliente. Se utilizaron dichos recibos como medios de pago. De este modo, los ahorradores, al no llevar con ellos las monedas, evitaban su robo. Los orfebres, con el permiso de sus clientes (los ahorradores), hacían préstamos de dinero (daban crédito) a las personas que lo necesitaban. Así, estos artesanos comenzaron a intermediar entre los ahorradores y las personas que necesitaban crédito.

Los bancos se han modernizado en cuanto a la tecnología implementada para realizar todas sus actividades, además de incluir a los clientes en el uso de esas tecnologías, utilizando por ejemplo los celulares, computadoras, tabletas, cajeros automáticos, siempre y cuando los primeros tres dispositivos tecnológicos cuenten con Internet pues los programas bancarios necesitan de ese servicio para

poder hacer cualquier movimiento como pagos de servicios de otras empresas, transferencias, depósitos, poder ver los movimientos de la cuenta, ver el saldo entre otros. De este modo se puede manejar “dinero virtual” sin necesidad de arriesgarse a cargar con dinero en efectivo, pues ya la mayoría de negocios cuentan con terminales punto de venta para pagar con la tarjeta.

El incremento del dinero virtual, se da más que nada por las nuevas tecnologías que utilizamos diariamente. Y por los programas que se pueden descargar en estos aparatos, para realizar transacciones por vía Internet. Las instituciones bancarias han creado para nuestra facilidad servicios móviles para poder realizar operaciones desde nuestro teléfono inteligente, como depósitos, pagos de servicios, ver movimientos, etc.

Además de esto, se pueden realizar compras, sin necesidad de contar con dinero físico, se puede pagar con las tarjetas de débito o crédito pasándolas por terminales de venta independientemente del banco que provenga.

De este modo nos vemos seguros de que nuestro dinero se encuentra debidamente protegido. Los temas que más preocupan a los sociólogos, antropólogos, economistas, etc., es el endeudamiento, los préstamos, créditos, que los clientes solicitan cuando tienen problemas económicos y el manejo de estos.

Villareal (2004) menciona que “la deuda es frecuentemente identificada como un riesgo moral, morosidad, fraude y comportamiento imprudente o ilegal. Aunque el involucrarse en deuda monetaria casi nunca es reconocido como un procedimiento ideal o moralmente correcto, constantemente es reinventada y resignificada para legitimar su uso” (p.13).

Muchas veces se puede tomar una deuda como una oportunidad de reinventar algún negocio u oportunidades de viajar, pagar algo importante, o para comprar cualquier otra cosa.

El préstamo, puede referirse a un financiamiento formal del banco o de un prestamista, así como a préstamos informales de amigos y parientes. Su uso generalmente sugiere disponibilidad a pagar dentro de un periodo corto sin implicar demasiado esfuerzo. Un préstamo es un favor, la gente se siente

agradecida de obtener préstamos en momentos de dificultad (Villareal, 2004, p. 14).

La deuda, por otro lado, se puede referir a un saldo establecido tanto en efectivo como en especie (tal como un favor que debe ser pagado) hay más compromiso implicado en el término. Una deuda no debe ser olvidada. Se siente preso por liquidarla (Villareal, 2004, p. 14).

El crédito se usa habitualmente para relaciones más formales con bancos u otras instituciones. Frecuentemente se presupone una noción de derechos. Se tiene el derecho a recibir ciertos fondos y se reconoce la obligación de pagar una tasa de interés. El crédito también puede referirse a la potencialidad de adquirir una deuda. Tener un crédito en una tienda o en el banco significa que puede obtener un préstamo (Villareal, 2004, p. 14).

Los usuarios bancarios hacen uso de estos servicios: préstamos, créditos, domiciliaciones, pagos de servicios, aplicaciones bancarias para celular o computadoras, etc. Pues facilitan en primera en poder hacer compras y hacer pagos con comodidad. Sin embargo es necesario conocer lo que piensan y/o representan de la banca.

Impacto en el consumo financiero en México

La CONDUSEF es uno de los organismos que rigen el comportamiento de las Instituciones Bancarias.

Las facultades de este organismo están contenidas en la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, Capítulo I. Entre éstas están: atender y, en su caso, resolver las reclamaciones que formulen los Usuarios, sobre los asuntos que sean de su competencia, llevar a cabo el procedimiento conciliatorio entre el Usuario y la Institución Financiera, actuar como árbitro en amigable composición o en juicio arbitral de estricto derecho, entre otras (CNBV, 2013).

Es un intermediario entre los bancos y el usuario, cada vez que este último se ve perjudicado, de este modo la ayuda de dicha institución es objetiva y siempre buscando lidiar y conciliar objetivamente cualquier problema entre los

clientes y los bancos. De igual forma se encarga de prevenir, orientar, promover la Educación financiera, así como atender y resolver las quejas y reclamaciones de los usuarios de servicios y productos financieros.

Además es una institución pública dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y se dedican a dos tipos de acciones:

- Preventivas (orientar, informar, promover la Educación Financiera), y
- Correctivas (atender y resolver las quejas y reclamaciones de los usuarios de servicios y productos financieros).

Esta comisión se encarga de proteger al usuario bancario y de poder ayudar a solucionar problemas financieros, además de orientar a las personas con dudas respecto a los servicios que los bancos otorgan, están regidos bajo políticas establecidas en el marco jurídico que son el conjunto de leyes, reglamentos y acuerdos a los que se apegan la CONDUSEF (2010) en el ejercicio de las funciones que tienen encomendadas.

La CONDUSEF (2010) asegura que toda Institución Bancaria debe proporcionar a los usuarios los siguientes servicios y beneficios para la mejorar su calidad de vida.

- Ahorro
- Cuenta de cheques
- Corresponsales bancarios
- Inversiones
- Crédito hipotecario
- Crédito para auto
- Medios electrónicos
- Como designar beneficiarios en bancos
- Artículos de interés e información histórica
- Tarjeta de crédito

Cada uno cubre diferentes necesidades de las personas. Se enunciará más adelante en qué consiste cada servicio. Como anteriormente se mencionó la CONDUSEF realizó un estudio en el 2010 respecto al desarrollo estructural y de productos y servicios bancarios.

Sucursales

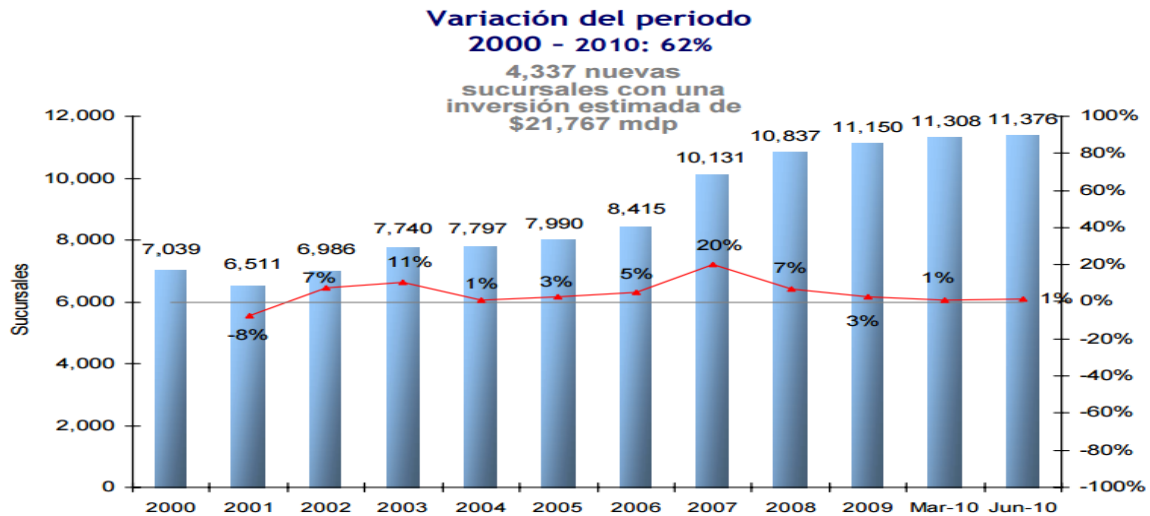
Las sucursales son establecimientos de comercio abiertos por una sociedad, dentro o fuera de su domicilio, para el desarrollo de los negocios sociales o de parte de ellos, administrados por mandatarios con facultades para representar a la sociedad **Fuente especificada no válida.**

Las sucursales bancarias, además, cuentan con horario de atención por lo regular la mayoría de las sucursales bancarias es de 9 de la mañana a 4 de la tarde, pocas sucursales cierran más tarde.

Los servicios que ofrecen las instituciones varían de acuerdo a los convenios que ha realizado cada institución con sus distintos clientes, pero en general, en casi todas las instituciones puedes solicitar los siguientes servicios:

- Cuenta de nómina
- Cuenta de cheques
- Cuentas de ahorro
- Inversiones a plazo
- Fondos de inversión
- Créditos de Automóvil
- Créditos para consumo
- Créditos hipotecarios
- Tarjetas de crédito
- Seguros
- Afores

Esta información nos ayuda a entender el crecimiento que han tenido durante los primeros diez años. Es hasta Junio del año 2010 que se contaba con 11,376 sucursales bancarias en el país, cuando en el año 2000 se contaba con 7,039 sucursales, durante esos 10 años hubo variaciones considerables en cuanto a la apertura de sucursales de acuerdo a las estadísticas que a continuación se muestran en la gráfica 1.



GRÁFICA 1.
Variación de sucursales 2000-2010

Fuente: ABM 2010

Cajeros automáticos

Un cajero automático es una máquina expendedora usada para extraer dinero utilizando tarjeta de plástico con banda magnética o chip (por ejemplo, tarjeta de débito o tarjeta de crédito), sin necesidad personal del banco, suelen tener una pequeña impresora matricial o impresora térmica para imprimir los resguardos de la operación y actualizar las libretas de ahorros (Suárez, 2012)

Los cajeros suelen realizar las siguientes operaciones:

- Extracción de dinero en efectivo de la cuenta bancaria o débito.
- Actualización de la libreta de ahorros.
- Obtención y cambio de contraseñas olvidadas de banca electrónica o telefónica.
- Recarga de tarjeta telefónica.
- Depósitos a cuentas o pagos de servicios con convenio, hechos en efectivo por medio de cajeros automáticos que cuentan con una rendija para introducir los billetes y otra donde se obtiene el cambio en monedas, de igual forma se puede imprimir la operación realizada.
- Recarga de crédito para teléfono móvil prepago.

- Obtención de los movimientos de una cuenta o débito.
- Pago de servicios públicos (Suárez, 2012)

Las ventajas de usar los cajeros automáticos es que se puede acceder a muchos de los servicios que ofrece una sucursal bancaria con la ventaja de que lo puedes utilizar las 24 horas del día en los 365 días del año (Suárez, 2012)

Se considera tener cierta precaución al usar los cajeros automáticos ya que su uso lleva a consecuencias, para ello se recomienda:

- No permitir ayuda de personas desconocidas al momento de utilizar un cajero automático.
- Verificar que el dispensador de efectivo no está obstruido con algún objeto o material de papel o plástico;
- Al momento de digitar el Número de Identificación Personal (NIP) tratar de ocultarlo para que personas ajenas lo puedan memorizar.
- Si se encuentra alguna anomalía o mecanismo poco común en el cajero, no lo utilizarlo.
- Cuando se utilice un cajero automático en la noche tratar de hacerlo en sitios concurridos o en centros comerciales, en ocasiones es preferible pagar por el uso de un cajero automático de otro banco, que exponerse en cajeros remotos en donde se puede ser susceptible de un asalto.
- Evitar acudir a cajeros poco concurridos en la noche, utilizar los cajeros automáticos de centros comerciales aunque se pague por los servicios de uso de un cajero de un banco distinto al plástico

En algunas ocasiones los cajeros automáticos tienen problemas al entregar el dinero solicitado, para ello la Asociación de Bancos de México (ABM) recomienda primero verificar el saldo y en caso de que se haya cargado algún monto de manera inadecuada se deberá reportar al banco correspondiente. En horas hábiles del banco, acudir al centro de atención a clientes de la sucursal bancaria correspondiente. En horas o días no hábiles o en cajeros donde no se encuentra una sucursal lo recomendable es llamar al centro de atención a clientes,

por lo que es recomendable tener el teléfono correspondiente a la mano (ABM, 2010).

En el año 2000, en el país, se contaba con 15, 900 unidades de cajeros automáticos, en el año 2010 se contaba con 34, 500 lo cual indica un aumento durante 10 años.



GRÁFICA 2.
 Variación de cajeros automáticos 2000-2010

Fuente: ABM 2010

Las variaciones anuales son considerables ya que el aumento de los cajeros automáticos tuvo un crecimiento de 1000 cajeros por año, y esto se debe por el incremento en el uso de tarjetas de débito y crédito (Ver gráficas 4 y 5), pues la función principal de los cajeros automáticos es poder disponer de efectivo fuera y en lugares estratégicos, según el banco de su preferencia.

Se puede observar en la siguiente gráfica que en los años 2000 al 2003 no tuvo un crecimiento considerable, sin embargo del año 2004 al 2007 el aumento fue notorio, y de los años 2007 al 2010 el crecimiento si fue suficiente considerando que las tarjetas de débito y crédito también fueron más solicitados entre las personas que han utilizado los bancos.

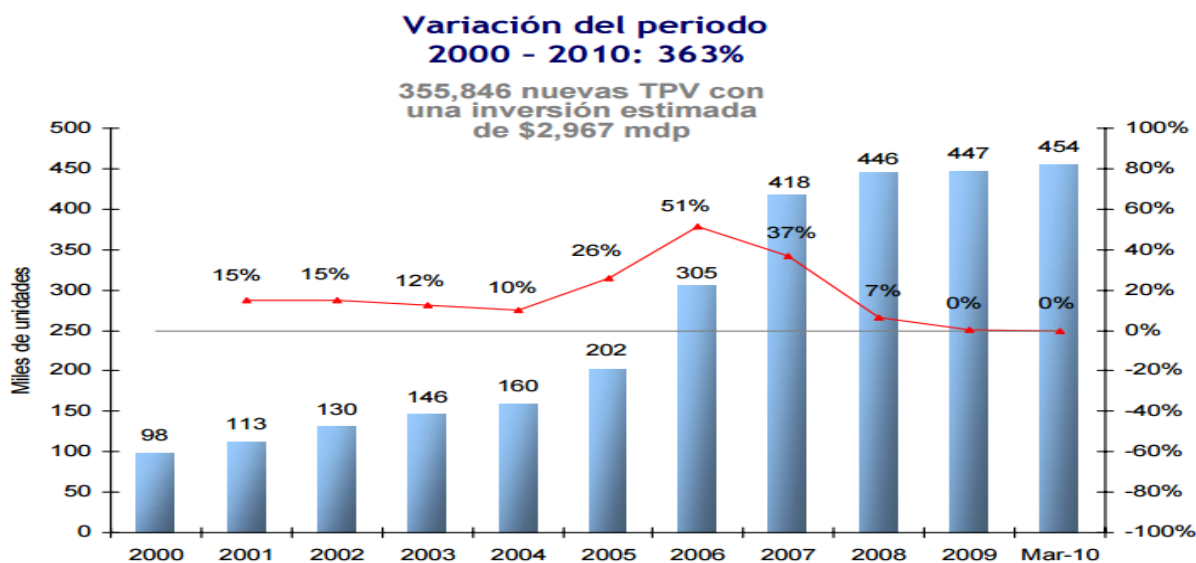
Terminales puntos de venta

Una de las características de las tarjetas de débito y crédito es que sirven como medios de pago, es decir, que se aceptan como sustitutos del dinero en efectivo. Gracias a ello, nos brindan la posibilidad de realizar numerosas operaciones sin el riesgo que implica llevar con nosotros el dinero en efectivo. Para esto las empresas que reciben pagos con tarjeta requieren tener un equipo denominado “Terminal Punto de Venta” o “TPV” que les permite comunicarse con los bancos que manejan nuestras cuentas y aceptar los cargos (CONDUSEF, 2013).

Como los comercios deben cumplir ciertas características y realizar algunos pagos para obtener estas “TPV”, hasta ahora sólo los más grandes aceptan el pago con tarjeta, por lo que millones de tarjetahabientes se ven obligados a utilizar sus tarjetas para retirar efectivo de los cajeros y así poder realizar la mayoría de sus compras, lo que resulta más costoso por el pago de comisiones (CONDUSEF, 2013).

Los terminales punto de venta son aparatos que empresas o negocios solicitan en sus bancos de su preferencia para que los clientes o cualquier persona pueda realizar pagos con su tarjeta de débito o crédito sin necesidad de llevar dinero en efectivo, en ellos se teclea la cantidad se inserta o desliza la tarjeta e imprimen dos comprobante: un comprobante para el cliente y el otro copia para el negocio. De este modo tanto el cliente y la empresa protegen las operaciones bancarias.

Para el año 2010 se obtuvieron 454 mil terminales punto de venta en el país, cuando en el 2000 se obtuvo un mínimo aumento en este rubro.



GRÁFICA 3.
Terminales punto de venta 2000-2010

Fuente: ABM 2010

Las cantidades que podemos notar en la gráfica 3 son considerables, ya que las terminales puntos de venta sólo son de uso exclusivo para negocios, estas terminales puntos de venta facilitan a los consumidores a poder pagar con tarjetas de débito y/o crédito siempre que hagan una compra. Actualmente establecimientos de comida, gasolineras, tiendas departamentales, supermercados, etc. cuentan con este servicio ya que de este modo cada vez que se pague con tarjetas estas automáticamente se registran a su cuenta bancaria.

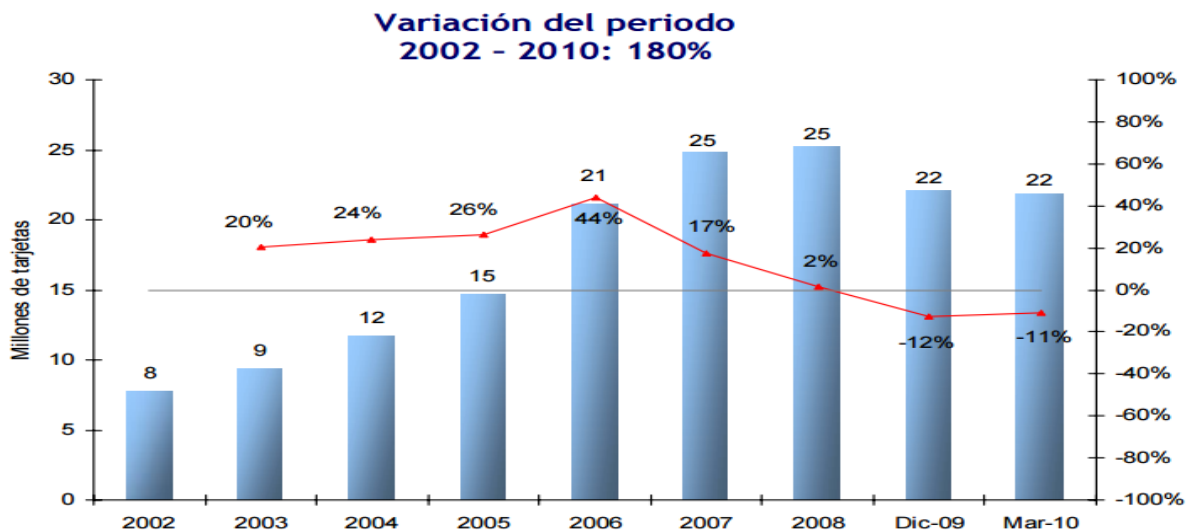
Se puede observar que en el 2000 solo había 96,000 terminales punto de venta para el 2001 aumentó 17,000 terminales más para los años 2002, 2003 y 2004 el aumento fue lento pero considerable, el aumento en esos tres años fue de 30,000 más y del año 2005 al 2006 solo en un año aumentaron 103,000 terminales punto de venta, y del 2007 al 2010 aumento hasta obtener 454, 000 terminales punto de venta. La línea roja que se observa dentro de la gráfica significa la variación anual, en los años 2009- 2010 no se encontró ninguna variación de un año a otro, ya que como se puede notar el aumento fue mínimo.

Tarjetas de crédito emitidas

En la actualidad, la tarjeta de crédito es una de las tantas actividades que realiza el banco, y es necesario mencionar que éstas tienen un enorme uso ya que representa un excelente medio de pago en el que sin traer consigo efectivo cada uno de los usuarios del banco, y nos permite:

- Pagar en un sinnúmero de establecimientos afiliados.
- Hacer compras vía internet o por teléfono.
- Realizar reservaciones en hoteles.
- Disponer de efectivo en cajeros automáticos.
- Pagar nuestros servicios como teléfono celular, servicios de cable, entre otros.

En la gráfica 4 nos muestra variaciones importantes para los años 2007 y 2008 pues son los años donde se registraron cifras históricas en el incremento de las tarjetas de crédito (TDC en adelante), por otro lado en los años 2009- 2010 se observa una baja en este producto, se puede inferir que en esos años había una crisis en E.U.A en donde la economía de muchos países se vio afectada por las altas tasa inflacionarias. Para los primeros años de estudio (2002- 2006) se puede ver que el uso de las TDC iba en aumento ya que las personas veían en el producto una solvencia económica más.



GRÁFICA 4.

Variación de tarjetas de crédito emitidas 2000-2010

Fuente: ABM 2010

Las tarjetas de crédito, son plásticos que otorga la banca a las personas que ya cuentan con un historial crediticio positivo, estos plásticos tienen una cantidad determinada, cada institución bancaria cuenta con diferentes productos de tarjetas de crédito con diversos intereses, anualidades, promociones, etc., este producto en los 5 años del estudio obtuvo un aumento de solo 6% en los siguientes dos años 2007-2008 obtuvo un aumento de 4% y en los siguientes dos años 2009-2010 bajo hasta un 3%, el motivo de la baja en el uso de las tarjetas de crédito tal vez se debió por la crisis del 2008 en Estados Unidos.

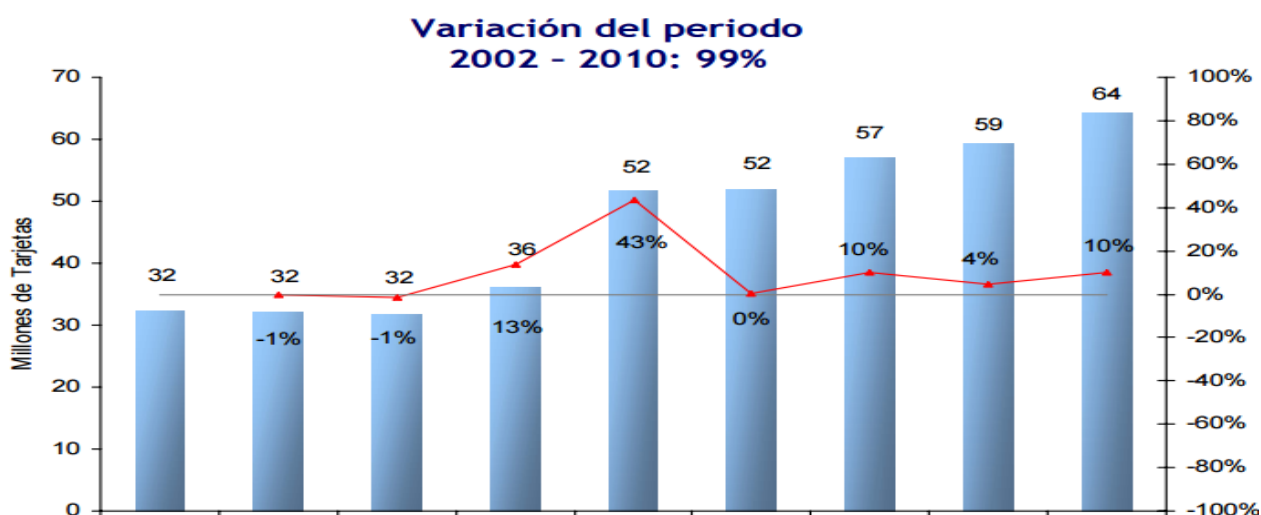
El sistema financiero mundial se ha convertido en un enorme riesgo para el mundo; porque es un sistema globalizado que opera sin restricciones internacionales: los mercados son mundiales, pero las autoridades monetarias son nacionales y ninguna de ellas tiene el poder para regular las operaciones financieras mundiales y las internacionales existentes, como el Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial, no tienen capacidad para actuar como tales (EUMED, 2010).

Tarjetas de débito emitidas

Otra tarea que hacen los bancos es manejar la Tarjeta de Débito (TDD en adelante), esta es una tarjeta bancaria de plástico de 8.5 x 5.3 cm con una banda magnética en el reverso (y actualmente también se incluye un chip electrónico) que guarda información sobre los datos de acceso, el nombre y número de cuenta del titular, usada para poder efectuar con ella operaciones financieras activas (incrementar el saldo), pasivas (disminuir el saldo) o neutrales (no incrementan ni disminuyen el saldo disponible) (ABM, 2012).

En este tipo de tarjeta el dinero que se usa es el que se toma a débito del que el titular dispone en su cuenta bancaria y no el que le presta el banco como ocurre con las tarjetas de crédito. Algunos bancos realizan acuerdos con sus clientes para permitirles extraer dinero en descubierto, generando un préstamo con sus respectivos intereses, su cuota anual es más barata que la de crédito o incluso resulta gratuita y es uno de los instrumentos financieros más utilizados en el mundo (ABM, 2012).

En marzo de 2010 64 millones de TDD fueron emitidas, como podemos ver en la gráfica 5 es el producto que no ha sufrido bajas, se ha mantenido creciendo ya que son el primer servicio que toda institución debe ofrecer para poder obtener información tales como saldos promedios e ingresos, ya que es información que se maneja para poder otorgar créditos.



GRÁFICA 5.
Variación de tarjetas de débito emitidas 2000-2010

Fuente: ABM 2010

La gráfica 5 nos muestra información relevante sobre la variación anual de las TDD. Además ayuda a analizar las ventajas que trae consigo el incremento de estas tarjetas en el desarrollo de los otros servicios

El desarrollo de nuevas tecnologías implementando por las instituciones bancarias, se hace con la finalidad de brindar a sus clientes mayor comodidad y mejor servicio, ya que de este modo los mismos clientes sin necesidad de acudir a una sucursal, pueden realizar operaciones bancarias desde su dispositivo móvil con acceso a Internet.

Servicios que maneja la banca y sus beneficios

Además de ofrecer productos como los que pudimos ver anteriormente, también la banca apoya al gobierno y a los trabajadores en cuestiones de seguridad social a un tiempo determinado, por ejemplo, en los AFORES que es un

fondo que los trabajadores ahorran durante toda su vida laboral para que en el momento que se jubilen, o se retiren, cuenten con el dinero que ahorran. Inversiones y ahorros, medio electrónicos, el uso de corresponsales bancarios, entre otros servicios que brindan a los usuarios, pero que no se cuentan con información numérica para poder conocer estadísticamente sus variaciones (CONDUSEF, 2013).

Diferencia entre: Ahorro e inversión

Algunas de las personas no saben distinguir entre un ahorro y la inversión, sin pensar en los beneficios que trae consigo cada uno de estos dos servicios que particularmente los bancos ofrecen a sus clientes, para ello la CONDUSEF (2015), define y diferencia cada uno de estos dos conceptos, que aunque cuenta con características similares, ofrecen ventajas sinigual, por ejemplo:

El ahorro, es guardar una parte de tu ingreso hoy para utilizarla en el futuro, mientras que la inversión, es la cantidad que tienes ahorrada y en vez de sólo guardarla se busca incrementarla (CONDUSEF, 2013).

Como podemos observar las diferencia entre una y otra es que la primera sólo cumple una función de atesoramiento, el cual no nos genera una ganancia, que con la inversión podemos obtener si ese dinero lo ponemos a trabajar (por ejemplo Invertirlo en Fondos de Inversión).

Siempre hay que ahorrar en mecanismos formales, no en la cajita de la vecina ni debajo del colchón, además de que al tener el dinero a la mano, se gasta con mayor facilidad. Además, tanto el ahorro en casa como en tienda son mecanismos de alto riesgo, pues nadie nos garantiza que la vecina no tenga un problema financiero y vaya a hacer mal uso de nuestro dinero o simplemente lo haga perdedizo.

Las instituciones financieras formales, tienen mecanismos de protección de nuestros ahorros, adicionalmente nos ofrecen rendimientos, que si bien no son muy altos, nos garantizan que nuestro dinero esté seguro, existe un contrato que nos respalda y un organismo gubernamental que es la CONDUSEF que defiende

y aboga por nuestros derechos como usuarios o clientes de estas instituciones financieras formales (CONDUSEF, 2013).

Para que las personas puedan contar con más información este tipo de Instituciones ofrece un taller que lleva por nombre “Al espacio de la Educación Financiera”, con ellos las personas que están interesadas en cuidar su patrimonio e incrementar sus bienes monetarios tendrán más información respecto a instituciones bancarias que ofrecen mejores beneficios.

Corresponsales bancarios

Son instituciones o empresas que cuentan con convenios con las instituciones bancarios, que abren oportunidades a las personas para que puedan tener más acceso a los servicios bancarios.

De acuerdo a la CONDUSEF los corresponsales bancarios son: “comercios e instituciones que establecen relaciones de negocio con un banco con el fin de ofrecer, a nombre y por cuenta de éste, servicios financieros a sus clientes. Es decir, el corresponsal bancario no es una sucursal y su personal no está empleado por el banco, se trata de un canal de distribución que la institución financiera utiliza para hacer transacciones” (CONDUSEF, 2013).

Las operaciones que se pueden realizar en estos lugares y que la CONDUSEF permite son:

- Retirar efectivo (si eres titular de la cuenta que deseas retirar). Puedes realizar retiros de hasta 1,500 UDIS diarias por cuenta (aproximadamente 6,600 pesos).
- Hacer depósitos en efectivo o con cheque emitido por el banco en cuentas propias o de terceros. Puedes hacer depósitos de hasta 4,000 UDIS (17,700).
- Pagar créditos a favor de la institución o de otra en efectivo, con cargo a tarjetas de crédito o de débito, o con cheque.
- Pagar servicios (agua, luz, teléfono, predial) en efectivo o con cargo a tu tarjeta de crédito o de débito, o bien con cheques emitidos por el propio banco. En el pago de servicios no hay monto límite, y pueden hacerse con

cargo a tarjetas de crédito, de débito o prepagadas bancarias, o bien cheques librados a cargo del banco al que representa el corresponsal.

- Cobrar cheques del propio banco (CONDUSEF, 2013).

Algunos de los corresponsales que se conocen y están permitidos son:

- Sanborns
- Sears
- Nueva Wal-Mart de México
- Chedraui Comercial Mexicana
- Farmacias Guadalajara
- Tiendas Soriana; entre otros (CONDUSEF, 2013)

Con ayuda de los corresponsales, las instituciones bancarias se hacen aún más presentes y de este modo los clientes amplían más las opciones de realizar operaciones bancarias, lo que buscan los bancos es vincular más a las personas a usar los servicios y que pertenezcan dentro de este sistema.

Las instituciones bancarias y otras tiendas transnacionales y nacionales cuentan con un convenio para que las personas compren utilizando con sus tarjetas de crédito o débito, o pagando sus servicios bancarios en alguna de las empresas permitidas, por medio de una clave y referencia o con un número de cuenta específicamente del banco con el que tienen un acuerdo.

Medios electrónicos o Banca electrónica

Leiva (2008) menciona que “la banca a la que se puede acceder mediante Internet. Pueden ser entidades con sucursales físicas o que sólo operan a distancia (por Internet o por teléfono)” (p.43).

“La lucha por atribuir un nombre adecuado a dicha innovación tecnológica, aparecen términos como banca virtual, banca en línea, e-banking o genéricamente banca electrónica, aunque conviene aclarar qué se entiende por cada una de ellos” (Leiva, 2008, p. 43):

- La banca electrónica hace referencia al tipo de banca que se realiza por medios electrónicos como puede ser cajeros electrónicos, teléfono y otras redes de comunicación. Tradicionalmente, este término ha sido atribuido a la banca por Internet o banca online. Algunos autores lo consideran como un constructo de orden superior que supone varios canales que incluyen también la banca telefónica, la banca por teléfono móvil (basada en tecnología *Wireless Application Protocol* (WAP) ⁶ (Leiva, 2008, p.43).
- La banca por Internet o en línea comprende aquellas herramientas que ofrecen una entidad para que sus clientes hagan sus operaciones bancarias a través de la computadora utilizando una conexión a la red Internet. Para otros investigadores la banca por Internet es un nuevo tipo de sistema de información que usa los recursos novedosos de Internet para permitir a los consumidores efectuar operaciones financieras en el espacio virtual (Leiva, 2008, p.43).
- La banca virtual o sin presencia física. Se considera a un banco virtual como un banco sin oficina y normalmente se asocia el concepto banca virtual al de banca electrónica. En términos generales, este mercado no debería denominarse virtual, siendo más adecuada la denominación de banca electrónica o por Internet, puesto que las organizaciones participantes en el intercambio existen físicamente (Leiva, 2008, p.43).

Es utilizada por los clientes que cuentan ya con Internet inalámbrico en sus celulares para hacer movimientos a distancia, depósitos a terceras personas, a su propio banco o banco diferente al de la aplicación, además de hacer pagos, revisar movimientos, entre otros, estos medios electrónicos son actualmente muy novedosos por la practicidad de sus operaciones bancarias, para otros, por ejemplo las empresas, hacen usos de los medios electrónicos para hacer pagos de nómina, otros domicilian sus recibos de servicios, entre otros.

⁶ Es un estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, p.ej. acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil retomado. Mantenimiento de portales de la información, Quero, E. García, A., Peña. J.

Nómina interbancaria

Este servicio va dirigido principalmente a los patrones que pagan a través de depósito en cuenta, generalmente llamada “nómina bancaria”. El servicio de nómina interbancaria da oportunidad al empleado de elegir el banco que más le convenga para que el dinero le sea depositado. Como en una Transferencia Electrónica de Fondos (TEF), también se apoyará en el uso de la CLABE de la cuenta del empleado (CONDUSEF, 2013).

Domiciliación de recibos

Los bancos también ofrecen la domiciliación de recibos pero sólo a cuentas de cheques y/o tarjetas de débito a través de la CLABE. Los recibos o facturas son de empresas que te cobran por servicios, como teléfono celular, televisión por cable, escuelas, etc. o por bienes, contribuciones o impuestos. A estas empresas que imprimen y envían los recibos se les llama Emisoras (CONDUSEF, 2013).

Transferencias Electrónicas de Fondos

Las Transferencias Electrónicas de Fondos, permiten enviar dinero a través de medios electrónicos a una cuenta de cheques o tarjeta de débito en cualquiera de las instituciones bancarias ubicadas dentro del territorio nacional. Algunas instituciones ofrecen la posibilidad de realizar pagos y depósitos en forma programada, es decir a través del banco por Internet, se pueden programar los pagos ya sea 24 o 48 horas antes. Hay que tomar en cuenta que para poder realizar esta transacción es necesario contar con la CLABE del beneficiario. Para hacer la transferencia (depósito) es necesario que sea cuentahabiente del banco y la operación la puedes hacer a través de Internet, en este caso, también se deberá proporcionar la CLABE del destinatario. El banco realizará el cargo por el importe enviado más la comisión correspondiente (CONDUSEF, 2013).

Clave Bancaria Estandarizada (CLABE)

La CLABE es utilizada para realizar transferencias interbancarias, ya sean Transferencias Electrónica de Fondos o transferencias vía SPEI (Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios) (CONDUSEF, 2013).

También la CLABE es utilizada para pagar automáticamente servicios como son teléfono, agua luz con cargo directo a su cuenta de cheques, o tarjeta de débito a través del servicio Domiciliación de Pagos. La incorporación de la CLABE tiene por objeto darle mayor certeza y seguridad a las transferencias electrónicas interbancarias (CONDUSEF, 2013).

Con la utilización de la CLABE, se reduce significativamente la posibilidad de que un traspaso se rechace debido a que los datos sean inválidos, ya que el dígito verificador confirma que los caracteres de banco, plaza y cuenta sean correctos entre sí (CONDUSEF, 2013).

La CLABE está compuesta por:

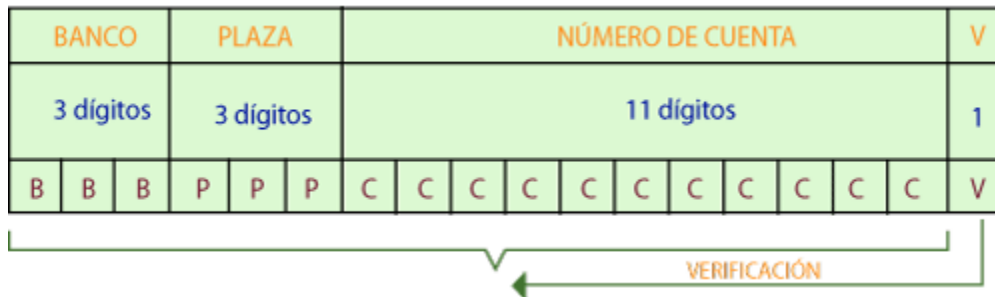


FIGURA 2.
Composición de la cuenta CLABE

Fuente: CONDUSEF, 2013

Los clientes y su relación con el sistema bancario: uso, beneficios y comportamiento

El lenguaje voluntario y de elección libre es la gramática en la que se traduce lo que buscan los clientes en los bancos: que se inscriban en proyectos. Así, los bancos construyen a sus clientes en partícipes de un intercambio comercial cuando penetran su intimidad y la traducen en proyectos y necesidades (Wilkie, 2012, p. 212).

Dichos comportamientos se pueden observar en las gráficas anteriores donde existen variaciones considerables en los diversos rubros y esto se debe a la relación de uso, beneficios entre la relación cliente y servicio bancario. Por ejemplo aunque en algunos servicios se nota un aumento en el servicio como en cajeros automáticos, tarjetas de débito, terminales punto de venta, entre otros, sin embargo en tarjetas de crédito se observa una disminución en el uso, esto se debe a las cancelaciones que los clientes deciden por diferentes motivos.

Las personas actualmente se han enrolado en el quehacer de consumir, pues el mismo sistema económico pone a nuestro alcance todo tipo de productos y bienes de consumo, desde lo básico, como alimentos o prendas de vestir (Pérez, 2013, esto no quiere decir que el consumir sea algo perjudicial pues de alguna manera satisface algunas necesidades.

Cuando una persona hace de esta acción una obsesión compulsiva por realizar cualquier tipo de compra, se le conoce como “consumismo”⁷ pues se torna una actividad patológica.

En este caso los bancos intervienen en este hábito para que las personas cuenten con otro ingreso (préstamo) para poder obtener ciertas posesiones. “El modelo de bienestar de la sociedad actual se basa en la posesión y acumulación de bienes, lo cual sirve de justificación para que prolifere el consumismo entre las personas. Si el objetivo de la vida es tener muchas cosas, la principal actividad que se ve beneficiada es, lógicamente, el consumo. La posesión y acumulación de bienes suele darse siempre de forma inmoderada, tal y como apunta la definición de la RAE” (Pérez, 2013). En definitiva, el fenómeno del consumismo depende cada vez más del deseo que de la necesidad.

El mismo sistema económico divide el nivel de ingresos y posesiones con los que cuentan las personas, a esta clasificación de nivel alto, medio, bajo también es conocida como clases sociales. “Pero el consumo actual no sólo tiene como objetivo cubrir necesidades o satisfacer deseos, además sirve para distinguir

⁷ La Real Academia Española (RAE) define el consumismo como “la tendencia inmoderada a adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios”.

a las personas entre sí, evidenciando aún más el sistema de clases sociales que forma nuestra sociedad hoy en día” (Pérez, 2013)

“Como hemos comentado, para consumir sólo es preciso una cosa: tener dinero. A partir de ahí, todo depende de la cantidad de dinero que se disponga. A más dinero, más productos. O, también, a más dinero, productos más caros” (Pérez, 2013), necesidades más excéntricas y tal vez fuera de nuestro alcance monetarios y recurrimos a instancias como endeudarse para poder comprar o tener.

La globalización y el consumismo ha sido parte de este hecho que hasta nuestros días cada vez es más visto, podemos notarlo por ejemplo en teléfonos celulares, televisiones, computadores, automóviles.

El comportamiento de las personas se van a regir en cuestión de apreciación, gustos, preferencias y por la capacidad de pago, sin embargo el no contar con recurso para poder realizar cualquier actividad no ha sido motivo para no hacerlo ya que las personas recurren a opciones como a créditos que alguna institución financiera proporciona, para cubrir sus necesidades.

Las representaciones sociales juegan un papel importante en este proyecto ya que bajo esta teoría se podrá analizar como las personas representan a la banca, utilizando su sentido común, o sus experiencias, independientemente de su opinión respecto a la banca, en definitiva las representaciones son conceptos que las personas muy inconscientemente dan en las encuestas de acuerdo a sus propias experiencias, y de este modo se puede obtener resultados efectivos.

Estudio sociológico en las relaciones bancarias y sus clientes

La sociología y la economía son estudios que se complementan ya que todo va relacionado con el hecho de inmiscuir a las personas en procesos económicos. Por ejemplo, el hecho de crear instituciones bancarias para que las personas de cualquier clase social hagan uso, puedan elegir a su conveniencia se sientan identificadas, aunque indiscutiblemente el objetivo es el mismo.

Los estudios socioeconómicos consisten en una entrevista a profundidad aplicando un cuestionario diseñado expresamente para los aspectos relevantes

que queremos conocer. La aplicación de estos estudios se realiza para el área de Recursos Humanos con fines de contratación de personal, algún otorgamiento de becas o para alguna beneficencia social y en este caso para autorizar un crédito ya sea para la adquisición de autos, crédito hipotecario, como préstamos personales, etcétera. Este tipo de estudio socioeconómico es de gran utilidad para Instituciones Otorgantes de Crédito, como bancos, organizaciones auxiliares de crédito, financieras, este estudio tiene una orientación más marcada hacia los antecedentes crediticios de la persona y sobre la actividad económica del solicitante y su capacidad de ahorro (RH, 2015).

La sociología últimamente se ha visto más interesada en estudios económicas, existen trabajos realizados en diferentes países que explican los comportamientos y el impacto social y financiero por ejemplo: “Análisis sociológico: El comportamiento del consumidor financiero, sus nuevos hábitos y costumbres ante la reestructuración del sector bancario” realizado por Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros (ADICAE), en Madrid España, “Una sociología moral de las relaciones bancarias” por Ariel Wilkis y “La movilidad económica y el crecimiento de la clase media en América Latina” realizado por un grupo de investigadores como Francisco H. G. Ferreira, Julian Messina, Jamele Rigolini, entre otros.

El hecho de que la sociología quiera inmiscuirse en este tema, es un paso importante ya que nuestra sociedad cada vez se ha hecho más dependiente de instituciones financieras no tan solo para proteger sus bienes si no para poder obtener otros beneficios.

De acuerdo a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) un banco es: “Es un establecimiento que se dedica principalmente a captar recursos del público para realizar operaciones activas de crédito o de inversión” (2013)⁸.

Hablar de la banca en términos sociales, se puede entender como un espacio en donde las personas acuden para ser parte de una institución financiera de acuerdo a sus necesidades, preferencias y si se identifican con lo que el banco ofrece, de igual forma los empleados esperan que los clientes cumplan con

⁸ Concepto obtenido de la página oficial de la CNBV www.cnbv.com, información retomada 25 de mayo 2015.

requisitos para posteriores evaluaciones crediticias. Si los bancos son instituciones sociales ello obedece a que son espacios normativos donde se plasman clasificaciones y evaluaciones. Los bancos “esperan de sus clientes ciertas competencias, éstos aceptan pasar las pruebas y los juicios sobre ellos” (Wilkis, 2012, p. 211).

Evaluación y juicio crediticio

El evaluar el historial crediticio⁹ ayuda a los empleados bancarios a conocer más a sus clientes, si son personas solventes para contar con prestaciones que la banca le otorgue, de este modo las mismas instituciones protegen su integridad y su dinero. Al evaluar y hacer juicio sobre los bienes que posee el cliente, indica que la relación cliente banco puede ser positiva en cuanto a que tendrá más oportunidades de ser solventado cada vez que lo necesite.

Empleado bancario

El empleado bancario juega un papel importante en la toma de decisiones de los usuarios bancarios, así sea para elegir el banco de su preferencia o de acuerdo a sus necesidades y posibilidades, ya que cada institución cuenta con diferentes procesos y costos. Sin embargo lo que sí diferencia un banco de otro es el servicio y la práctica de éstos, si el empleado bancario realiza adecuadamente su función de servicio y hace que las personas confíen en él, seguramente aceptarán formar parte de sus servicios y productos.

Las Representaciones Sociales siempre se determinarán por los efectos del contexto, esto quiere decir que de acuerdo a la producción de las prácticas de los empleados y de los bancos, las personas (usuarios) representan a la banca.

Más que ofrecer el servicio los empleados lo que realmente buscan es que las personas se sientan convencidas de adquirir algún producto.

En algunos estudios sociológicos se ha hablado sobre el tema de la moral, Durkheim define “la moral realmente practicada por los hombres no se considera

⁹ Informe emitido por una entidad especializada donde se detalla el historial de pagos e impagos de una persona. Es un instrumento utilizado por los bancos para evaluar la solvencia y capacidad de pago del solicitante de un préstamo. www.cnbv.com , información retomada 25 de mayo 2015.

entonces sino como una colección de hábitos, de prejuicios que no tienen valor como no sean conformes a la doctrina; y como una doctrina se deriva a un principio que no se ha deducido de la observación de los hechos morales, sino que se ha tomado de ciencias extrañas, es inevitable el que , sobre más de un punto contradiga el orden moral existente” (1893; p. 43). Para esto los empleados bancario juzgan a partir de sus sistema y su percepción a los posibles candidatos para ofrecer los productos o servicios que los bancos ofrecen a sus clientes.

Las Representaciones Sociales ocupan un lugar importante en la banca ya que si las personas representan positivamente a la banca entrarían dentro de un sistema financiero y deberían cumplir con una serie de normas que imponen cuando formas parte de este tipo de instituciones. En ocasiones los actos de la moral nos ayuda a tener buenas relaciones con los demás y demostrar los valores que tenemos, pero sin dejar a un lado la satisfacción y el beneficio personal y la forma de entendernos en la sociedad. Logrando una relación entre satisfacción y compromiso (Diaz, 2015).

Pensadas durante largo tiempo como un servicio público, desde la década de 1980 han devenido cada vez más un sector ultra competitivo y rentable. Por tanto, los bancos oscilan entre ser instituciones sociales y espacios puramente comerciales (Wilkis, 2012).

Las instituciones se entienden como cualquier organismo o grupo social que, con unos determinados medios, persiguen la realización de unos fines o propósitos. Sin embargo, dentro de la economía, se utiliza el concepto de “institución” como algo genérico: la forma en que se relacionan los seres humanos de una determinada sociedad o colectivo, buscando el mayor beneficio para el grupo (Rocasolano, 2015).

Las instituciones económicas por ende son una forma en que se relacionan las personas en su tendencia natural mediante la búsqueda del mero interés individual, obtener como consecuencia el mayor beneficio para el grupo social. Son los usos, hábitos, costumbres o normas por las que se rigen las relaciones sociales y económicas entre los miembros del grupo (Rocasolano, 2015).

Las instituciones económicas por ende son una forma en que se relacionan las personas en su tendencia natural mediante la búsqueda del mero interés individual, obtener como consecuencia el mayor beneficio para el grupo social. Son los usos, hábitos, costumbres o normas por las que se rigen las relaciones sociales y económicas entre los miembros del grupo (Rocasolano, 2015).

El beneficio de la institución es mayor cuanto más eficiencia genere en la economía y más minimice los costes de transacción¹⁰ y de información (Manrique, 2012, p. 82). Los hallazgos de Bourdieu y sus colegas nos hablan de las conductas económicas y las actitudes éticas requeridas por el incipiente crecimiento del sistema bancario (Wilks, 2012, p. 211). Las conductas económicas son causadas por las siguientes acciones sociales:

- La conducta económica es el resultado de la acción conjugada de dos causas psicológicas: el deseo y la creencia.
- El consumidor es un ser hecho de deseos y apetitos que cree, con o sin razón, en la utilidad agregada del deseo cuando se consigue.
- El precio, lo que cuesta lo que desea en términos afectivos, viene determinado por la intensidad del deseo. La demanda refleja la fuerza de las creencias que son los mitos relacionados con una época determinada.
- El consumo fluctúa constantemente según las formas las formas en que estos mitos adquieren poder, ambición e incorporan nuevos desafíos, lo que se amplía por la imitación.
- La producción depende de la invención y del trabajo, los cuales a su vez vienen determinados por las necesidades.
- El capital es el resultado de la suma de beneficios (manifestados según las creencias del momento) que generan deseos (Denegris, 2002, p. 12).

Cuando entendemos las conductas económicas- sociales, se puede entonces comprender por qué las personas se inmiscuyen con las actividades bancarias, ya que los productos y servicios cubren parte de sus necesidades como

¹⁰ Es un coste incurrido para realizar un intercambio económico, más precisamente una transacción en el mercado. El coste no existe en el marco de una competencia perfecta. Retomado de Material par asignatura COSTOS I, Francisco Vázquez , consulta 6 de diciembre de 2015

consumidores o como usuarios. La bancarización es un proceso impulsado por el Estado a través de legislaciones específicas orientadas a incorporar el dinero de los hogares a los flujos económicos nacionales. La bancarización está ligada a la solarización de la sociedad (Wilkis, 2012, p. 212).

Obviamente para saber que las personas son aptas para contar con un crédito y/o préstamo la banca comprueba que las personas cuenten con ingreso fijo mensual y saber cuál es el promedio que maneja para saber que monto poder solventarle.

Este sistema ayuda a los empleados a conocer más el tipo de cliente en el que va a confiar. Los instrumentos bancarios confrontan una dimensión normativa. La exploración del empleo de las cuentas bancarias confirma esta interpretación. Las condiciones materiales y cognitivas de calcular del dinero cambian con las cuentas en los bancos. La banca socializa a sus clientes en una forma desestructuraste en el uso de las cuentas. Los medios de pago desmaterializados, los descubiertos autorizados y los eventuales créditos facilitan esta desestructuración (Wilkis, 2012, p. 213).

La apertura de la banca al gran público instala en el corazón de la relación entre los bancos y sus clientes la tensión normativa entre objetivos de un servicio público y los de una empresa comercial. Esta tensión se profundiza desde la década de 1980, cuando el sistema bancario se vuelve más competitivo y el perfil comercial es asumido. Los objetivos están orientados a rentabilizar a los clientes con la oferta de más servicios y productos. Los consejeros bancarios se encargan de recolectar información para las bases de datos y seguir procedimientos estándar de ofrecimientos de servicios y productos. El crédito cambia de estatus: es un producto a vender (Wilkis, 2012, p. 212).

El intercambio bancario implica una operación de traducción que normativiza la relación entre empleados y clientes. Wilkis (2012) “el dinero está enmarañado a múltiples vínculos, contactos y relaciones. ¿Qué pasa con éstos cuando se entra en contacto con la banca? El empleado bancario debe traducir este enmarañamiento del dinero en los términos de los programas informáticos que hacen posible ofrecer un servicio a los clientes” (p. 212).

Las personas deben ser responsables con el manejo de sus compras y sus ingresos, de igual forma de sus deudas, muchas veces pensamos que la banca debe ser la controladora del uso de nuestras cuentas pero ellas solo prestan servicios, y sean carga de cobrar de depositar así como de informar el manejo de las diversas cuentas que lleguen a operar los bancos.

El crédito a los particulares se ha expandido, es un instrumento para ampliar el consumo a la vez que un vector de socialización monetaria. La importancia social del crédito convive, sostiene Lazarus (2012) con una impugnación secular sobre su uso. Los promotores de este tipo de crédito ofrecen un servicio que viene organizado a través de una región moral (Wilkis, 2012).

Las relaciones bancarias necesitan de un buen cliente para constituirse en transacciones comerciales, y la construcción de esta figura se desarrolla a través de las pruebas que califican positivamente a los clientes frente a los bancos (Wilkis, 2012). Por eso hablábamos de realizar una evaluación para conocer a los clientes.

Las pruebas evaluadas para otorgar un crédito, la autorización de un descubierto bancario y la apertura de una cuenta. Las evaluaciones para otorgar un crédito son de naturaleza variable, pero los elementos centrales a considerar son los que permiten comprobar la estabilidad profesión, tipo de contrato, antigüedad, dirección como indicador de integración social (Wilkis, 2012).

Todos estos indicadores ayudan para contar con información relevante de las personas y tener referencia, así la construcción de la confianza se torna más fácil para cualquier empleado bancario.

El otorgamiento de descubiertos apunta a otras pruebas. En principio, los clientes son evaluados por la buena gestión de sus cuentas. El banco provee criterios a sus empleados sobre lo que se considera gastar bien el dinero. Lazarus (2012) observa que cuando los clientes son de origen popular la tendencia a esta evaluación es mayor (Wilkis, 2012). Esta que este caso las evaluaciones ayuda a los empleados a tener más credibilidad en cuestiones de ingresos y finanzas de las personas.

Contar con un expediente de los datos de las personas hace que éstas adquieran responsabilidades personales, profesionales, empresariales y gubernamentales, pues actualmente el tener una cuenta bancaria ayuda también a poder contar con ayudas gubernamentales como el obtener una casa, préstamos de pensiones, etc. Aunque según los informantes abrir una cuenta se concibe como una tarea meramente administrativa, al igual que en las prácticas anteriores la evaluación es intensa.

Se busca una coherencia en la historia de las personas y en la construcción de índices que muestren la seguridad y la calidad económica de los clientes. Las pruebas que requieren reunirse para ser un buen cliente seguridad, honestidad, rentabilidad se complementan con una prueba suplementaria y que es la más valorada: la autonomía. La banca contemporánea necesita tener clientes que sean considerados autónomos. Esta calificación anima competencias técnicas saber usar competentemente los servicios de los bancos y morales interiorizar las obligaciones de una banca que busca clientes responsables. Éste es el cliente en el que los empleados de los bancos confían.

(Boltanski y Thévenot, 1991) el cliente autónomo garantiza que la relación bancaria se inscriba íntegramente en la ciudad mercantil (Wilkis, 2012, p. 214), y que no busque desplegar argumentos del orden cívico o doméstico.

En estas circunstancias, la autonomía buscada en la relación bancaria deriva en su contrario: una total dependencia, y la relación de servicio se convierte en una atadura en la vida de los clientes. Las crisis se inician por cuestiones financieras que se complementan con un desacuerdo sobre la evaluación de la situación por parte de la banca y sus clientes (Wilkis, 2012).

Las instituciones bancarias han cambiado la vida financiera de las personas, ya que principalmente la mayoría prefiere proteger su dinero en alguna institución donde puedan adquirir beneficios al generar intereses al invertir su dinero y posteriormente los demás servicios son de algún modo generados por los mismo empleados bancarios, generando en el cliente la necesidad de adquirir los productos para verse beneficiados por el mismo mercado.

Es necesario mencionar que Durkheim planteo que “todos los hombres vivos de una sociedad determinada, como pura herencia histórico-cultural de un pasado que les antecede a todos ellos, están dentro de los hechos sociales, y que la mayor parte de las representaciones colectivas respecto a todos los individuos vivos regulan su vida en conformidad con esas normas, ven el mundo a través de esas creencias o se comunican gracias a las palabras de esa concreta lengua” (Durkheim, 2006, p. 12).

Capítulo II

Teoría de las Representaciones Sociales



Fuente: Slideshare.net, Las representaciones sociales en las mujeres embarazadas dispositiva 12

Capítulo II Teoría de las Representaciones Sociales: Prácticas Sociales y Sentido Común

Son las representaciones construcciones simbólicas individuales y/o colectivas a las que los sujetos apelan para interpretar el mundo, para reflexionar sobre su propia situación ante un fenómeno determinado, y permiten determinar el alcance y la posibilidad de su acción histórica (Vasilachis, 2007, p. 162). En este sentido, si toda representación está compuesta de figuras y expresiones socializadas (Moscovici, 1979, p. 16) todos y cada uno de los individuos manifiestan a través de la actividad del pensamiento expresiones del sentido común, dado que tienen la capacidad de comprender un fenómeno social que es compartido a nivel de comunidad o grupo (Farr, 1985, p. 496) y que es reflejo de su realidad, la cual acontece en un momento específico de la vida; es allí donde los sujetos hablan, actúan, interactúan, se comunican, y se relacionan compartiendo valores, creencias y construyen formas de percibir las cosas (Moscovici, 1979).

Las representaciones, trascienden la esfera de las simples opiniones, imágenes y actitudes, son “sistemas cognitivos que poseen una lógica y un lenguaje particular de teorías de ciencias” sui generis, destinadas a descubrir la realidad y ordenarla.

Las representaciones sociales son “una forma de conocimiento elaborado socialmente y compartido” (Giménez, 2008, p. 46), “con un objetivo práctico que participa en la construcción de la realidad común a un conjunto social” (Jodelet, 1989, p. 36), que permite a los actores orientarse en el mundo, crear identidades y comunicarse efectivamente; existen en nuestra mente, se vinculan al sentido común porque impone un aire de obviedad sobre las cosas nuevas, escogidas o subrayadas, y se presentan como si fueran inherentes a la situación, como aspectos intrínsecos de la realidad, como el rumbo que toman los acontecimientos. Es así que construimos representaciones sociales que son compartidas con los demás miembros de la sociedad o grupo social, sobre una realidad existente en el mundo, a través de los conocimientos de “sentido común” (Moscovici, 1979).

Cuando las personas hacen referencia a los objetos sociales, los clasifican, los explican y, además, los evalúan, debido a que tienen una representación social de ese objeto. Esto significa, como bien lo señala Jodelet (1989), que representar es hacer un equivalente, pero no en el sentido de una equivalencia fotográfica sino que, un objeto se representa cuando está mediado por una figura. Y es solo en esta condición que emerge la representación y el contenido correspondiente.

El estudio de las representaciones sociales propone una vía de acceso al “pensamiento de sentido común”, planteamiento producido por Serge Moscovici en su libro *El psicoanálisis, su imagen y su público* (1979), generando un conocimiento social y definiendo las representaciones como “un tipo de creencias paradigmáticas, organizaciones de estas creencias y de conocimientos a través del lenguaje, que se presentan bajo formas variadas, más o menos complejas. Imágenes que condensan un conjunto de significados, de sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que sucede e incluso dar un sentido a lo inesperado” (Jodelet, 1989, p. 472).

Moscovici, en su obra psicossocial se consagró al estudio de las sociedades contemporáneas, retomando la obra de algunos de los fundadores de la sociología como Durkheim, es así como su visión psicossocial de los fenómenos sociales se sitúa en la vía de las ciencias sociales y dando cuenta de los conflictos que oponen a los individuo o grupos con la sociedad.

Moscovici, se interesó en estudiar el funcionamiento del pensamiento de sentido común, elaborando la teoría de las Representaciones Sociales (RS) subrayando su importante función simbólica y su poder en la construcción de la realidad, así como una guía de comportamientos y prácticas sociales (Ortega E.,2006, como se cita en Solórzano, 2013, p. 56).

Las Representaciones Sociales corresponden a una forma específica de conocimiento, el conocimiento ordinario, que es incluido en la categoría del sentido común y tiene como particularidad la de ser socialmente construido y compartido en el seno de diferentes grupos. Esta forma de conocimientos tiene una raíz y un objeto práctico: apoyándose en la experiencia de las personas, sirve de grilla de

lectura de la realidad y de guía de acción de la vida práctica y cotidiana (Jodelet, 1989, p. 134).

Conocimiento social y sentido común

La participación activa del sujeto en el proceso de conocimiento de la realidad ha sido considerada y desarrollada desde la perspectiva de sujeto epistémico o cognoscente, refiriéndose a los procesos cognitivos, pero ha habido poco desarrollo de otros aspectos psicológicos, tales como la influencia de la afectividad, la motivación o las experiencias individuales (Casados, 2001: 69).

Es cierto que las representaciones dependen en ciertas medidas de las perspectivas con la que los individuos perciban y de las preferencias que ellos quieran, y como éstas se hacen presentes en su vida cotidiana, además como comparten su satisfacción y agrado a cierta institución.

La representación social, como pensamiento social o como conjunto de ideas propias de una colectividad para la comprensión e interpretación de la realidad, está determinada por las condiciones objetivas, sociales y económicas. (Casados E., Calonge S. 2001, p. 69).

Los objetos adquieren un sentido y son interpretados en el marco de un espacio sociocultural determinado. Por otro lado, la representación no debe confundirse con la percepción porque la representación es una elaboración compleja y social (en el sentido de que la relación sujeto- objeto está mediada por vínculos intersubjetivos) y la percepción, en sentido clásico, implica una relación directa de los sentidos con la realidad (Casados E., Calonge S. 2001, p. 68).

Doise (2005) menciona que en una RS hay principios organizadores comunes pero inserciones sociales diferentes. En consecuencia, existen variados procesos intervinientes en la toma de posición (actitudes, opiniones) que permiten la diversidad y las diferentes expresiones de una RS o de varias frente a un mismo objeto (Casados E., Calonge S. 2001, p.72).

Para la construcción de una representación se tiene en cuenta que se constituye de elementos subjetivos como elementos sociales como dice Casados E. y Calonge S. (2001), teóricamente la diversidad de las RS no se fundamenta en

la forma en que los individuos elaboran información sobre una realidad definida como objetiva, como lo harían los cognitivistas, sino que se fundamenta en la idea de que al lado de las propiedades que constituyen la realidad “objetiva” hay una construcción de la realidad que dependen tanto de elementos subjetivos como de elementos sociales.

Objetivo y anclaje de estudio de las representaciones sociales

Moscovici (1979) desarrolló los conceptos de objetivación y “anclaje” para dar cuenta de tales procesos. Se han elaborado diferentes constructos para explicar lo que motiva a la gente o a los grupos a la adquisición, elaboración o construcción social del conocimiento de sentido común: interés, curiosidad, disonancia cognitiva, o para el control social. Sin negar esas motivaciones, Moscovici especifica que lo que busca la gente es transformar (Casados E., Calonge, S., 2001, p. 76).

La objetivación tiene como función social facilitar la comunicación, simplificar y expresar de manera sencilla y comprensible conceptos y teorías complejas y abstractas (Doise, 2005). Moscovici (1981), al referirse a la objetivación, señala que cada representación se va saturando de realidad.

Nuestro pensamiento y lenguaje van llevando lentamente lo abstracto a su materialización y esto se produce por:

- La creación de imágenes vinculadas a ideas, conceptos o palabras.
- Su estructuración en un modelo o núcleo figurativo.

Finalmente se naturaliza, la imagen es tratada como real y el concepto pierde el valor de símbolo.

En la teoría de las representaciones sociales, el proceso de objetivación se refiere a la transformación de conceptos abstractos extraños en experiencias o materializaciones concretas. Por medio de él lo invisible se convierte en perceptible (Barberena, 2008) (Barbarena, 2008, p. 43).

Si bien el proceso de anclaje permite afrontar las innovaciones o el contacto con objetos que no son familiares para las personas, hay que advertir que las innovaciones no son tratadas por igual por todos los grupos sociales, lo cual

evidencia el enraizamiento social de las representaciones y su dependencia de las diversas inserciones sociales (Araya, 2002, p. 36).

En efecto, los intereses y los valores propios de los diversos grupos actúan con fuerza sobre los mecanismos de selección de la información, abriendo más o menos los esquemas establecidos para que la innovación pueda ser integrada. Si el nuevo objeto que ha aparecido en el campo social es susceptible de favorecer los intereses del grupo, este se mostrará mucho más receptivo (Araya, 2002, p. 36).

Jodelet (1984) El proceso de anclaje, a su vez, se descompone en varias modalidades que permiten comprender:

- Cómo se confiere significado al objeto representado, con relación al sentido que se le otorga a la representación.
- Cómo se utiliza la representación en tanto sistema de interpretación del mundo social marco e instrumento de conducta. Esta modalidad permite comprender cómo los elementos de la representación no sólo expresan relaciones sociales, sino que también contribuyen a constituir las
- Cómo opera su integración dentro de un sistema de recepción y la conversión de los elementos de este último relacionados con la representación. Los sujetos se comportan según las representaciones; los sistemas de interpretación proporcionados por la representación guían la conducta.

Actuando conjuntamente y por su función integradora, el anclaje y la objetivación sirven para guiar los comportamientos. La representación objetivada, naturalizada y anclada, es utilizada para interpretar, orientar y justificar los comportamientos (Araya, 2002, p.37).

Funciones de las Representaciones Sociales

El poder dar significado a las representaciones sociales siempre se determinará por los efectos de contexto. Es decir por la naturaleza de las condiciones de producciones discursivas que permite formular unas representaciones. En medida que en la mayoría de los casos, son producciones

discursivas que permiten entrar a las representaciones sociales, para ello es necesario analizar sus condiciones de producción y tener en cuenta que las representaciones recabadas se produce en situaciones, para un auditorio, a quien pretende argumentar y convencer y que la significación de la representación social dependerá por lo menos en parte de las relaciones concretas que se verifican en el tiempo de una interacción (Abric, 2001, p. 14).

“La RS, estará determinada por el contexto social, es decir, por el contexto ideológico y por otra por el lugar que el individuo o el grupo respectivo ocupa en el sistema social” Doise (1992, p. 189). “La significación de una representación social está entrelazada o anclada siempre en significaciones más generales que intervienen en las relaciones simbólicas propias al campo social” (Nuño, 2004, p. 27).

Jean-Claude Abric (2001) señaló en sus investigaciones que las representaciones sociales desempeñan un papel fundamental en las prácticas y en la dinámica de las relaciones, y eso es así porque responden a cuatro funciones esenciales:

1. *Funciones de saber: permiten entender y explicar la realidad.*

El saber práctico, como le llama Moscovici (1979), permite a los actores adquirir conocimientos e integrarlos en un marco asimilable y comprensible para ellos, en coherencia con su funcionamiento cognitivo y con los valores a los que se adhieren. Es la condición necesaria de la comunicación social. Define el marco de referencia común que permite el intercambio social, la transmisión y la difusión de ese saber ingenuo. Manifiesta el esfuerzo permanente del hombre por entender y comunicar que, de acuerdo con el mismo autor, constituye la esencia misma de la cognición social.

La función del saber permite en este proyecto comprender cómo los usuarios construyeron la representación social de la banca, según sus experiencias y las de sus conocidos. De este modo se comprenderá la esencia de la palabra banca.

2. *Funciones identitarias: definen la identidad y permiten la salvaguarda de la especificidad de los grupos.*

Las representaciones sociales tienen por función situar a los individuos y a los grupos en el campo social, permiten elaborar una identidad social y personal gratificante, es decir, compatible con los sistemas de normas y valores sociales históricamente determinados. Esta función identitaria da un lugar primordial a los procesos de comparación social, las representaciones que definen la identidad de un grupo que va a desempeñar un papel importante en el control social ejercido por la colectividad sobre cada uno de sus miembros, en particular en los procesos de socialización.

Los usuarios bancarios, al poseer una cuenta bancaria ya son parte del sistema bancario¹¹ y esto permite identificar a las personas que hacen uso de estos servicios y/o productos para su bienestar, además permite identificar a los consumidores bancarios a los usuarios, se hace referencia ya que hay personas que sin tener cuenta bancaria hacen uso de los servicios como depósitos, pagos por convenios, etc. Para este proyecto de intervención ayudará a hacer las comparaciones pertinentes ya que se necesitan personas que sean clientes potenciales en los servicios y/o productos.

3. *Funciones de orientación: conducen los comportamientos y las prácticas.*

Las funciones de orientación de las representaciones sociales son fundamentales porque constituyen guías potenciales de los comportamientos y de las prácticas. Permiten precodificar la realidad, además de ser guías para la acción (Moscovici, 1991, p. 32), resultan de tres factores:

- a. La representación interviene en la definición de la finalidad de la situación determinando así, *a priori*, el tipo de relaciones pertinentes para el sujeto, pero también eventualmente, en una situación en que una tarea está por efectuar, el tipo de gestión cognitiva que se adoptará. La representación de la tarea determina directamente el tipo de gestión cognitiva adoptado por el grupo, así como la forma en que

¹¹ La principal función de un sistema financiero es intermediar entre quienes tienen y quienes necesitan dinero. Quienes tienen dinero y no lo requieren en el corto plazo para pagar deudas o efectuar consumos desean obtener un premio a cambio de sacrificar el beneficio inmediato que obtendrían disponiendo de esos recursos. Ese premio es la tasa de interés. (BANXICO, 2008)

se estructura y comunica, lo que independientemente de la realidad “objetiva” determina lo que se debe de realizar.

- b. La representación produce un sistema de anticipaciones y expectativas. Es una acción sobre la realidad: selección y filtro de las informaciones, interpretaciones con objeto de volver esa realidad conforme a la representación. La representación no sigue ni depende de la evolución de una interacción, les precede y determina. Es decir, permiten al individuo construir una imagen de lo que son las cosas u objetos a los que llega a referirse o a representar, de manera que le permite anticipar cómo es la realidad. La existencia de una representación de la situación previa a la interacción misma hace que en la mayoría de los casos “los juegos están hechos de antemano”, las conclusiones son planteadas incluso antes de que inicie la acción.
- c. La representaciones son prescriptivas de comportamientos o de prácticas obligadas, al mismo tiempo definen lo tolerable o inaceptable en un contexto social.

Las representaciones sociales guían los comportamientos y las prácticas de los usuarios bancarios, ya que actualmente es parte de una realidad social, pues los servicios bancarios son mayormente utilizados.

4. *Funciones justificadoras.*

Permiten defender *a posteriori* las posturas y los comportamientos. Desde esta perspectiva Jodelet señala que las representaciones sociales constituyen modalidades del pensamiento práctico orientado hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales, representan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica.

La función justificadora es esencial porque permite explicar o legitimar ulteriormente la toma de posición de los comportamientos respecto de otro grupo, en función de la naturaleza de las relaciones establecidas con éste y con su evolución, ya que las representaciones de los grupos también evolucionan. En la justificación

surgen relaciones competitivas que se elaboran progresivamente, así como representaciones del grupo contrario, con el objeto de atribuirle características que excusen un comportamiento hostil (opuesto, incompatible) en su contra (Abric, 1994, p. 15). Las representaciones obedecen a las funciones del saber, definen la identidad de los grupos, orientan las prácticas, y permiten justificar a futuro las posturas y los comportamientos (Abric, 1994, p. 15) de los individuos que pertenecen a un grupo social con características específicas en momentos históricos determinados.

Esta función permiten explicar una conducta o acción asumida por el contexto social, en este proyecto se conocerá cómo los usuarios de las sucursales bancarias representan a la banca de acuerdo al contexto social en el que se desenvuelve. Las funciones de las representaciones sociales permitirán conocer, identificar, justificar y orientar todo respecto a la banca, comparando las representaciones sociales de los usuarios de la ciudad de Xalapa y Monterrey.

Elementos que sustentan a las Representaciones Sociales

El núcleo central

En los estudios de representaciones sociales, existen dos elementos importantes que fueron propuestos por Jean Claude Abric (1994): el núcleo central y los elementos periféricos

Según este autor, la idea de centralidad, como la de núcleo, no es nueva, ya que fue utilizada en el año de 1927, por el autor F. Heider quien manifestaba que en el estudio de los fenómenos de atribución se encuentra la idea que las personas tienden a atribuir a los eventos que sobrevienen a su entorno a núcleos unitarios particular de conocimientos respecto a este entorno.

Es decir se crean una idea de las cosas y lo unifican compartiendo la idea como puede ser el caso del dinero o bien el banco, formando parte del centro y de la textura causal del mundo.

En el mismo sentido, cuando estudiamos las percepciones del entorno social por los individuos, nos percatamos de que un individuo percibe su entorno social a partir de una diversidad de estímulos inmediatos. Esta operación con el objeto (banca) trata de encontrar un sentido que se operará mediante una

focalización sobre esos núcleos unitarios. Son esos núcleos unitarios los que atribuirán la significación de los hechos esperados. En ese proceso de percepción social aparecen los elementos centrales, constitutivos del pensamiento social, que permiten poner en orden y entender la realidad vivida por los individuos o los grupos (Abric, 1994, p. 19). La idea del núcleo, como la de la centralidad, está presente en los trabajos de la psicología social, pero más en los trabajos de las representaciones sociales.

Según Abric (1994), los elementos del núcleo son «descontextualizados», o disociados del contexto que los produjo, adquiriendo así una autonomía, se convierten en simples, concretos, gráficos y coherentes, corresponden al sistema de valores al cual se refiere el individuo, es decir que lleva la marca de la cultura y de las normas del entorno social, y constituye el fundamento estable alrededor de la representación, que a su vez conduce la conducta de los individuos y le da un sentido a los hechos.

Elementos del Núcleo central

Toda representación está organizada alrededor de un núcleo central. Este es el elemento fundamental de la representación puesto que a la vez determina la significación y la organización de la representación (Abric, 1994, p. 20).

El núcleo central o estructurante de una representación garantiza dos funciones esenciales:

- Una función generadora: es el elemento mediante el cual se crea, se transforma, la significación de los otros elementos constitutivos de la representación. Es por su conducto que esos elementos toman un sentido, un valor.
- Una función organizadora: es el núcleo central que determina la naturaleza de los lazos que unen entre ellos los elementos de la representación. Es, en este sentido, el elemento unificador y estabilizador de la representación.

Será en la representación el elemento que más resistirá al cambio. En efecto cualquier modificación del núcleo central ocasiona una transformación completa de la representación (Abric, 1994, p. 21).

Desde la perspectiva de Jean Claude Abric, la identificación del núcleo central permite el estudio comparativo de las representaciones, entre una, dos o más poblaciones. La simple identificación del contenido de una representación es pues insuficiente para reconocerla y especificarla. Es la organización de ese contenido que es esencial, si tenemos dos representaciones definidas por un mismo contenido pueden ser radicalmente diferentes si la organización de ese contenido es distinto (Abric, 1994, p.21).

Dicho esto, el presente trabajo maneja diferentes instrumentos o cuales permitirán determinar los objetivos planteados, para la localización de los núcleos centrales, elementos periféricos, la representación social de la banca.

Los elementos periféricos

Los elementos periféricos se organizan alrededor del núcleo central. Están en relación directa con él, es decir que su presencia, su ponderación, su valor y su función están determinados por el núcleo. Constituyen lo esencial del contenido de la representación, su lado más accesible, pero también, lo más vivo y concreto.

Abarcan informaciones retenidas, seleccionadas e interpretadas, juicios formulados al respecto del objeto y su entorno, estereotipos y creencias. Estos elementos están jerarquizados, es decir que pueden estar más o menos cercanos a los elementos centrales: próximos al núcleo, desempeñan un papel importante en la concreción del significado de la representación, más distantes de él ilustran, aclaran, justifican esta significación. Si como lo pensamos, los elementos centrales constituyen la clave de bóveda de la representación, los elementos periféricos desempeñan también un papel esencial en la representación. En efecto: constituyen la interface entre el núcleo central y la situación concreta en la que se elabora o funciona la representación y responden a tres funciones esenciales. Abarcan informaciones retenidas, seleccionadas e interpretadas (Abric, 2001, p. 23).

- Función concreción: directamente dependientes del contexto, resultan del anclaje de la representación en la realidad, y permiten revestirla en términos concretos, comprensibles y transmisibles de inmediato. Integran

los elementos de la situación en la que la representación se produce, hablan del presente y de lo vivido del sujeto. Además, sobre este punto es interesante constatar la convergencia de nuestras concepciones con las expresadas en un contexto teórico completamente diferente por S. Ehrlich.

Este último, al presentar los principios de construcción de las representaciones semánticas, y en particular el de la jerarquización de los conceptos, declara: en esas representaciones los elementos dominantes constituyen centros de gravedad, polos organizadores, núcleos duros- particularmente resistentes al olvido. Los elementos secundarios están ahí sobre todo para especificar los primeros, señalar los detalles, crear un ambiente contextual particular (Ehrlich, 1985, p. 291).

- Función regulación: más flexibles que los elementos centrales, los elementos periféricos desempeñan un papel esencial en la adaptación de la representación a las evoluciones del contexto. Pueden entonces ser integradas a la periferia de la representación tal o cual información nueva, tal o cual transformación del entorno. Elementos susceptibles de poner en duda los fundamentos de la representación podrán ser integrados, ya sea otorgándoles un estatuto menor, sea reinterpretándolos en el sentido de la significación central, o volveremos sobre ello concediéndoles un carácter de excepción, de condicionalidad, dirá Flament en esta obra. Frente a la estabilidad del núcleo central, constituyen el aspecto móvil y evolutivo de la representación.
- Función defensa: el núcleo central de una representación ya dijimos resiste al cambio, puesto que su transformación ocasionaría un trastorno completo. Por tanto el sistema periférico funciona como el sistema de defensa de la representación. Constituye lo que Flament (1987) llama su «parachoques». La transformación de una representación se operará así en la mayoría de los casos mediante la transformación de sus elementos periféricos: cambio de ponderación, interpretaciones nuevas, deformaciones funcionales defensivas, integración condicional de elementos contradictorios. Es en el sistema periférico donde las contradicciones podrán aparecer entonces y

ser sostenidas.

Los elementos periféricos son esquemas, organizados por el núcleo central, garantizando de forma instantánea el funcionamiento de la representación como rejilla de desciframiento de una situación (Flament, 1999, p. 209). La importancia de estos esquemas en el funcionamiento de la representación resulta de tres funciones que les asigna.

Son primeramente prescriptores de los comportamientos y nosotros añadimos, de las tomas de posición del sujeto. Indican en efecto lo que es normal de hacer o decir en una situación dada, teniendo en cuenta la significación y la finalidad de esta situación. Permiten así conducir instantáneamente la acción o las reacciones de los sujetos, sin tener que acudir a las significaciones centrales.

En seguida, permiten una modulación personalizada de las representaciones y de las conductas que les están asociadas. Una representación única organizada por tanto alrededor de un núcleo central puede dar lugar así a diferencias aparentes, relacionadas con la apropiación individual o con contextos específicos, y que serán traducidos por sistemas periféricos y eventualmente por comportamientos relativamente diferentes; por supuesto a condición que esas diferencias sean compatibles con un mismo núcleo central (Abric, 1994, p. 12).

Finalmente, los esquemas periféricos protegen en caso de necesidad, al núcleo central. Encontramos aquí la función de la defensa de la que ya hemos hablado. Yendo más lejos con el análisis, Flament (1999) pone de relieve uno de los procesos que se establecen cuando una representación es atacada de manera importante (Abric, 1994, p.13).

En este proyecto se identificará el elemento central y los elementos periféricos con ayuda de una técnica de localización de las palabras asociativas y también por medio de la pregunta ¿Cómo representan a la banca?, de este modo se conocerá cómo representan y qué diferencia hay entre los usuarios bancarios de la ciudad de Xalapa y Monterrey.

Conceptos vinculados con las Representaciones Sociales

Las RS no son las únicas producciones mentales que tienen un origen social. Otras modalidades del pensamiento surgen también del trasfondo cultural acumulado a lo largo de la historia. Las RS, por último, no tienen la exclusiva de desempeñar funciones sociales específicas. Otras producciones mentales de tipo social cumplen también funciones pragmático-sociales, orientando la interpretación construcción de la realidad y guiando tanto las conductas como las relaciones sociales (Araya, 2002, p. 42), como las que se mencionarán a continuación:

a) Las ideologías

Moscovici, que coincide en este particular con Althusser, considera que las RS y las ideologías se encuentran en una relación de inclusión. Una ideología es en esta perspectiva, el sistema constituido por un conjunto de representaciones sociales y la relación entre ambas pertenece por lo tanto al tipo de relación que une a las partes con el todo (Araya, 2002, p 43).

En definitiva las ideologías y las representaciones sociales son objetos distintos pero estrechamente vinculados entre sí por relaciones de causalidad de tipo circular (Araya, 2002, p. 43).

El estudio de cada uno de estos dos fenómenos es relevante para la comprensión del otro, y nos informa sobre la ideología que subyace a la representación social. Es preciso estudiar las representaciones sociales para esclarecer los fenómenos ideológicos (Ibáñez, 1988, p. 60).

Existen otros conceptos de menos alcance que el de ideología y aunque no son formas del pensamiento social en el pleno sentido de la expresión, mantienen una proximidad con las RS, por lo que es necesario precisar sus puntos de similitud y de diferenciación (Araya, 2002, p. 44).

Es necesario diferenciar las RS de las creencias, percepciones, estereotipos, opinión e imagen por lo que se presenta estas definiciones en seguida:

b) Las creencias

El contenido de una creencia puede: a) describir el objeto de la creencia como

verdadero o falso, correcto o incorrecto; b) evaluarlo como bueno o malo o, c) propugnar un cierto curso de acción o un cierto estado de existencia como indeseable (Araya, 2002, p. 44).

Si bien no es común que los conceptos de creencia y RS se confundan, el primero es uno de los elementos que conforman el campo de representación, sin que ello signifique que los estudios sobre las creencias sean estudios de RS (Araya, 2002 p. 44).

c) La percepción

La percepción y RS aluden a la categorización de personas u objetos por lo que ambos conceptos se tienden a confundir. Sin embargo los estudios de percepción social se centran en los mecanismos de respuestas sociales y de procesamiento de la información y los de RS en los modos de conocimiento y los procesos simbólicos en su relación con la visión de mundo y la actuación social de los seres humanos (Araya, 2002, p. 44).

d) La imagen

La imagen es el concepto que más se utiliza como sinónimo de RS. Tanto la imagen como la representación social hacen referencia a ciertos contenidos mentales fenomenológicos que se asocian con determinados objetos, supuestamente reales.

La imagen, sin embargo, es una reproducción pasiva de un exterior en un interior. Esto equivale a decir que la imagen se construye esencialmente como reproducción mental de un objeto exterior y se relaciona básicamente con los mecanismos perceptivos.

La RS, lejos de constituir una reproducción especular de cierto objeto exterior, consiste en un proceso de construcción mental de un objeto cuya existencia depende en parte del propio proceso de representación. Es decir, aunque la representación alude a imágenes y figuras, la representación es algo más que un puro reflejo del mundo exterior por el marcaje social que contiene y por la función que cumple en la interacción social (Araya, 2002, p. 46).

e) Los estereotipos

La RS se diferencia de los estereotipos por su función: los estereotipos son el primer paso en el origen de una representación; cuando se obtiene información de algo o de alguien se adscribe en el grupo o situación a las cuales ese grupo o situación pertenece, o sea los estereotipos cumplen una función de “economía psíquica” en el proceso de categorización social (Araya, 2002, p.45).

f) La opinión

Según Moscovici (1979), la opinión es una fórmula socialmente valorizada a la que las personas se adhieren y, por otra parte, una toma de posición acerca de un problema controvertido de la sociedad o de objetos sociales cuyo interés es compartido por el grupo. La opinión propicia la utilización de conceptos; no obstante, ella no es el origen de tales conceptos porque los significados que los originan provienen de las RS que se confrontan en el contexto de la comunicación y la divergencia (Araya, 2002, p. 45).

Es decir, la diferencia entre la opinión y la RS es que esta última informa del contexto, de los criterios de juicio y de los conceptos subyacentes en la opinión, mientras que la opinión solo informa sobre la reacción de las personas hacia los objetos dados desde afuera independientemente de los y las actores sociales. Los estudios de opinión se refieren a la toma de posición frente a cuestiones sociales de relevancia. En cambio, el estudio de las RS considera las relaciones y las interacciones sociales, pues son ellas las que generan los cambios de opinión de las personas frente a circunstancias distintas: personas, lugares, situaciones (Araya, 2002, p. 46).

Las prácticas sociales

Son la interface entre circunstancias y prescriptores internos de la representación social. Comportamientos globales que evolucionan para adaptarse a los cambios de circunstancias externas. Las prescripciones determinan las prácticas, se debe esperar que los prescriptores tiendan a absorber las modificaciones de origen externo de las prácticas (Abric, 2001, p. 45).

Para este caso la práctica social de los usuarios bancarios depende de la circunstancia, del uso, frecuencia y de la cantidad de productos con los que cuenta un cliente.

El campo de representación

Refiere a la ordenación y a la jerarquización de los elementos que configuran el contenido de la RS. Se trata concretamente del tipo de organización interna que adoptan esos elementos cuando quedan integrados en la representación. En suma, constituye el conjunto de actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores presentes en una misma representación social (Araya, 2002, p. 41).

El campo de representación se organiza en torno al esquema figurativo o núcleo figurativo que es construido en el proceso de objetivación. Este esquema o núcleo no sólo constituye la parte más sólida y más estable de la representación, sino que ejerce una función organizadora para el conjunto de la representación pues es él quien confiere su peso y su significado a todos los demás elementos que están presentes en el campo de la representación (Araya, 2002, p. 41).

En síntesis, conocer o establecer una representación social implica determinar qué se sabe (información), qué se cree, cómo se interpreta (campo de la representación) y qué se hace o cómo se actúa (actitud). Estas tres dimensiones, halladas por Moscovici, forman un conjunto que tan sólo puede escindir-se para satisfacer las exigencias propias del análisis conceptual (Araya, 2002, p. 41).

Capitulo III: Marco Contextual



Fuente: Formatosie7e.com, Xalapa, Ver.



Fuente: Buenviaje-Diario turístico, Monterrey N.L

Capítulo III: Marco contextual

Ciudad de Xalapa, Veracruz

Xalapa-Enríquez, conocida comúnmente como Xalapa o Jalapa, es una ciudad mexicana, cabecera del municipio del mismo nombre y capital del estado de Veracruz. Es conocida coloquialmente como “La Atenas veracruzana” o bien como la ciudad de las flores.

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda de 2010 del INEGI, el municipio de Xalapa cuenta con 457, 614 habitantes, de los cuales 213.493 son hombres y 244.121 son mujeres con un total de 129.109 viviendas habitadas.



Imagen 1. Ubicación de la Ciudad de Xalapa en el Estado de Veracruz

La Zona Metropolitana de Xalapa está conformada por los municipios de Xalapa, Banderilla, Coatepec, Emiliano Zapata, Jilotepec, Rafael Lucio y Tlalnelhuayocan. La fundación original de Xalapa estuvo a cargo de grupos de habla totonaca, siendo los toltecas quienes le dieron el nombre de Xalla-a-pan a la población, que significa “agua en el arenal”, ya que de todos sus barrios, entre las pendientes arenosas, brotaba abundante agua (Xalapa, 2015).

Clima, Hidrología y Fauna

Clima

El clima es húmedo y variado, teniendo una temperatura máxima de 34.3 °C y una mínima desde los 5 hasta los 10 °C por las mañanas. La altitud de la ciudad oscila desde los 1,250 msnm hasta los 1,560 msnm. Tiene una temperatura media anual

de 18 °C y un clima templado húmedo. Su precipitación pluvial media anual es de 1,509.1 mm. Las nevadas en invierno son comunes en Perote, Veracruz, ubicado a 35 minutos de esta Capital (Xalapa, 2015).

Hidrología

En los alrededores de la Ciudad de Xalapa se encuentran los ríos: Sedeño, Carneros y la laguna del Castillo. También, existen arroyos como el de Chiltoyac y las Ánimas. Y dentro del perímetro urbano se localizan los manantiales de los Tecajetes y Xallitic.

Las lluvias son abundantes en verano y principios de otoño, siendo más ligeras en lo que resta del año, y lloviznas con niebla “chipi-chipi” en invierno, esto debido a la afluencia de los vientos del norte, que provocan grandes descensos de temperatura con heladas esporádicas (Xalapa, 2015).

Fauna

Existe gran variedad de especies animales silvestres en los montes aledaños a la población, algunos son: zorrillo, coyote, tlacuache (zarigüeya), conejo, gato montés, ardilla, tuza (topo), armadillo, puercoespín, tejón y mapache. Además cuenta con algunas variedades de serpientes o culebras, así como lagartijas y 27 ranas. Con respecto a las aves, se pueden apreciar golondrinas, chachalacas, pájaros carpinteros, loros, lechuzas, tordos, palomas, águilas y gavilanes (Xalapa, 2015).

Datos Económicos

La dinámica económica de Xalapa está fundamentada en el desarrollo de sus actividades terciarias, primordialmente en la prestación de servicios y por su actividad comercial, constituyéndose en un centro de atracción al cual acude la población de diferentes municipios para conformar un importante espacio regional (Xalapa, 2015).

A nivel estatal y dada su connotación política, históricamente Xalapa se ha caracterizado por constituir un polo de atracción con primacía casi exclusiva en la

prestación de servicios de dependencias gubernamentales y del estado, lo cual además ha incidido en el emplazamiento de delegaciones federales, de cobertura estatal o paraestatal, que en conjunto ha incrementado la recurrencia de población, inclusive de otras entidades federativas y del Distrito Federal (Xalapa, 2015).

La ciudad se ha considerado como una prestadora de servicios del rango estatal: educación, administración pública, plaza bancaria y de finanzas. También ha mostrado un alto crecimiento en sus actividades locales y regionales: servicios comunales, personales y de comercio (Xalapa, 2015).

En años recientes se ha evidenciado también, que el sector empresarial está imprimiendo un nuevo carácter a la ciudad, se vienen realizando con mayor frecuencia reuniones, convenciones y una creciente actividad de formación y actualización de recursos humanos en materia de negocios y alta gerencia. Paradójicamente, parece ser que el desarrollo de la cultura empresarial podría tener asiento en un centro urbano que no está orientado a la industria (Xalapa, 2015).

El aspecto más relevante de la nueva estructura de la economía xalapeña, consiste no tanto en la distribución de la población ocupada en los tres sectores, sino en la articulación a través de relaciones de insumo – producto; de esta manera la economía de Xalapa es más autosuficiente, pues se integran circuitos que comprenden la producción, la transformación y la distribución (Xalapa, 2015).

Así, junto a una diversificación de carácter industrial, artesanal y de servicios, existe una intensa y eficiente actividad agropecuaria y forestal, que se realiza en tierras aledañas a la ciudad y por su exuberante riqueza natural y protegiendo el entorno ecológico, es de interés para la administración actual crear empresas sustentables como: la explotación del turismo, ecoturismo y turismo de aventura (Xalapa, 2015).

Asimismo, la industria del conocimiento es otro renglón muy importante que refuerza la cultura xalapeña, aunando esfuerzos de las universidades ya establecidas como la Universidad Veracruzana, la Escuela Normal Veracruzana, la Universidad de Xalapa y la Universidad Anáhuac, coadyuvando de esta manera a

que Xalapa diversifique su economía y amplíe la base productiva generadora de riqueza y de nuevos empleos, que se promueva una industria que maximice el aprovechamiento de sus ventajas comparativas en un marco de apertura industrial, comercial y financiera (Xalapa, 2015).

Sucursales por Institución Bancarias en Xalapa

Anteriormente observamos que una de las actividades económicas dentro de la ciudad de Xalapa se encuentra el sector financiero, para ello se enumerarán los Bancos que se encuentran en funcionamiento en esta capital. Con la finalidad de conocer cuántas sucursales por instituciones bancarias están a la disposición de los usuarios.

TABLA 2.

Número de sucursales por banco en Xalapa

Bancos en Xalapa		
	Bancos	Cantidad
1	Banco Ahorro Famsa	1
2	Bajío	1
3	Banamex	12
4	Bancoppel	7
5	Banorte	7
6	Bancomer	9
7	Banco Compartamos	5
8	HSBC	5
9	Inbursa	1
10	Santander	8
11	Scotiabank	4

Fuente. www.abm.org.mx, Información de sucursales bancarias.

Se observa que en Xalapa existen 60 sucursales en total, con 11 bancos en toda la ciudad, tomando en cuenta que unos bancos son más populares que otros por el número de sucursales que maneja.

Ciudad de Monterrey, Nuevo León

Es una ciudad y municipio mexicano, capital y ciudad más poblada del estado de Nuevo León y la segunda ciudad más importante de México. En 2010 agrupó un total de 1 135 512 habitantes, siendo la novena ciudad más poblada de México, así como cabecera de la Zona Metropolitana de Monterrey, que agrupa un total de 4,15 millones de habitantes en 2010 por lo que es considerada como la tercera área metropolitana más poblada del país solo después de la Ciudad de México y Guadalajara, y la segunda en extensión territorial (Monterrey, 2012).

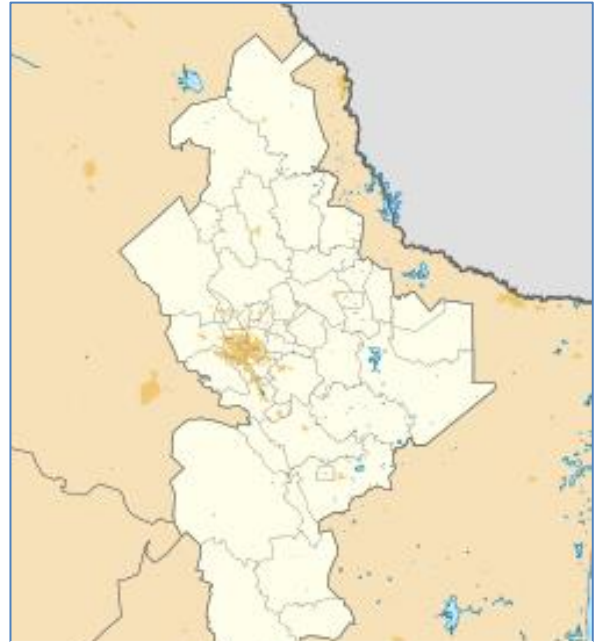


Imagen 2. Ubicación de la Ciudad de Monterrey, Nuevo León.

Esta ciudad es conocida como La Sultana del Norte, así como "La capital industrial de México" y como La Ciudad de las Montañas por la cantidad de diversas formaciones rocosas que la rodean (Luz, 2012).

Clima

Monterrey se encuentra en el área desértica del noroeste de México cerca de las montañas de la Sierra Madre Oriental que tienen un rango de altura de aproximadamente 915 msnm. La ciudad de Monterrey posee un clima un poco radical, ya que puede cambiar rápidamente de un momento a otro, en verano o en invierno. Las noches pueden ser frías en invierno y los veranos de Monterrey suelen ser muy calurosos. La lluvia se presenta en los meses de verano, principalmente desde finales de junio hasta septiembre. La lluvia normalmente dura un par de horas, después de las cuales el sol sale de nuevo y el aire es más limpio. De noviembre a junio es a menudo, la temporada más seca (Luz, 2012).

Datos económicos

La economía de la ciudad es considerada de las más altas en México y América Latina. En su territorio principalmente se desarrollan actividades industriales y comerciales (Luz, 2012).

La ciudad es sede de importantes grupos industriales y financieros, así como de emporios internacionales de prestigio mundial entre los que destacan Banorte, Gruma, CEMEX, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, FEMSA, Banca Afirme, Axtel, Grupo Alfa, Ternium, Vitro, Lamosa, Visual Medios, Protexa, Selther, Gamesa Galletera, Barrilitos, Del Valle, Organización Soriana, Grupo Allen, British American Tobacco, Grupo FAMSA, IMSA, Cydsa, Industrias Monterrey, Grupo Multimedios, Siemens, LG Electronics, GE Money, todos con operaciones a nivel internacional. Además se encuentran diversas firmas de consultoría internacional como Boston Consulting Group, Bain, KPMG, McKinsey, London Consulting Group y Harbor Intelligence. Monterrey es considerada la ciudad de los negocios (Luz, 2012).

El turismo está siendo promovido como una novedosa y creciente fuente de ingresos, particularmente asociada con la organización de grandes eventos de negocios como ancla a partir de la cual se pretende sorprender al visitante con una oferta turística más variada (Luz, 2012).

Además, en el año 2010 Monterrey fue clasificado en el lugar 98 a nivel mundial en calidad de vida, de acuerdo a Mercer Consulting¹², siendo el primer lugar en el país (Luz, 2012).

Principales sectores de actividad

INEGI, sistema de Cuentas Nacionales de México (2009) menciona el porcentaje de aportaciones al PIB (Producto Interno Bruto)¹³, en el Estado de Nuevo León, infiriendo que la actividad con mayor porcentaje es porque se realiza

¹² Mercer es una firma líder global en consultoría en capital humano especializada en talento, salud, retiro e inversión, información retomada el día 8 de diciembre de 2015, página latam.mercer.com

¹³ Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que 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. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas, información retomada de Economía.com, 8 de diciembre de 2015

en todo el estado, particularmente en el Municipio de Monterrey, a continuación se presenta una tabla con los porcentajes.

TABLA 3
Sistema de Cuentas Nacionales de México,
Producto Interno Bruto por entidad Federativa, 2005- 2009.

Sector de actividad económica	Porcentaje de aportación al PIB estatal (año 2009)
Actividades primarias	0.82
Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza	0.82
Actividades secundarias	37.03
Minería	1.00
Construcción y Electricidad, agua y gas	10.84
Industrias Manufactureras	25.19
Actividades terciarias	62.15
Comercio, restaurantes y hoteles (Comercio, Servicios de alojamiento temporal y de Preparación de alimentos y bebidas).	16.68
Transportes e Información en medios masivos (Transportes, correos y almacenamiento)	11.36
Servicios financieros e inmobiliarios (Servicios financieros y de seguros, Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles)	15.90
Servicios educativos y médicos (Servicios educativos, Servicios de salud y de asistencia social)	7.64
Actividades del Gobierno	2.15
Resto de los servicios* (Servicios profesionales, científicos y técnicos, Dirección de corporativos y empresas, Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación, Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos, y Otros servicios excepto actividades del Gobierno)	8.42
Total	100

Fuente: INEGI.

Como se puede observar en la tabla en las actividades terciarias ocupa un 62.15% de la economía en el Estado de Nuevo León y dentro de esta actividad se encuentran los servicios financieros y mobiliarios, con un segundo lugar dentro de este sector con un 15.90%. Se concluye que Monterrey cuenta con mayores factores económicos ya que es una ciudad industrializada, y que no sólo cuenta con el sector financiero como único dato económico, sin embargo para este trabajo nos enfocamos solo en ese sector. Para ello se mostrara una tabla en donde se muestra la cantidad de sucursales de todo los bancos que hay en la ciudad de Monterrey.

TABLA 4.

Número de sucursales por banco en Monterrey

Bancos en Monterrey		
	Bancos	Cantidad
1	HSBC	30
2	Actinver	2
3	Afirme	25
4	Banco Ahorro Famsa	15
5	Azteca	12
6	Bajío	8
7	Banamex	35
8	Bancoppel	12
9	Banorte	59
10	Banregio	20
11	Bancomer	37
12	Banco compartamos	4
13	Inbursa	10
14	InterCam	1
15	Ixe	7
16	MIFEL	2
17	Banco Multiva	2
18	Santander	51
19	Scotiabank	12

Fuente. www.abm.org.mx

Como se puede observar, la cantidad de sucursales y de bancos es mayor a la de Xalapa, pues en Monterrey se cuenta con 19 bancos con 344 sucursales en toda la ciudad, tomemos en cuenta que las diferencias entre Xalapa y Monterrey son suficientes. Pues Xalapa tiene menos población y su sector económico es muy restringido, mientras que en Monterrey es un Municipio considerado una zona industrializada, y con el mayor sector económico en el país.

Es por ello que la variación en el número de sucursales y bancos es considerable.

Capítulo IV: Metodología



Fuente: www.emaze.com, Conocimiento del Proceso de Investigación.

Capítulo IV: Metodología

Tipo de estudio

Este trabajo tiene como finalidad hacer una investigación de carácter descriptivo, pues se quiere lograr resaltar los factores que influyen en la vida cotidiana de las personas que hacen uso de la banca, así mismo se desea indicar cómo estas representan la banca, utilizando las herramientas correspondientes.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga (Hernández, 2006, p.102).

Este proyecto es de carácter cualitativo ya que el instrumento que se empleó permitió conocer las representaciones sociales sobre la bancarización en las dos ciudades, Xalapa y Monterrey. Además para el análisis del contenido de las encuestas se utilizó el programa informático ATLAS.ti 9.1¹⁴ ya que es un programa de análisis cualitativo, con un conjunto de herramientas informáticas que permitirá avanzar desde las simples tareas de codificación y recuperación, hasta el punto final de construcción de un análisis preciso del propio estudio.

La investigación cuantitativa pretende generalizar los resultados a determinada población a través de técnicas estadísticas de muestreo. Por el contrario, la investigación cualitativa no insiste en la representación. Los investigadores cualitativos estudian la realidad en su contexto natural, tal y como sucede intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados para las personas implicadas. Es aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la

¹⁴ ATLAS.ti es un potente conjunto de herramientas para el análisis cualitativo de grandes cuerpos de datos textuales, gráficos y de vídeo. La sofisticación de las herramientas le ayuda a organizar, reagrupar y gestionar su material de manera creativa y, al mismo tiempo, sistemática. ATLAS.ti le permite mantenerse centrado en el propio material de investigación. Información retomada 11 de octubre de 2015, en la página oficial de atlas ti v6.0.

conducta observable. En la investigación cualitativa, el investigador no descubre, sino construye el conocimiento (Investigación Cualitativa, 2015). Este metodo implica:

- Exploración y descubrimiento
- Contexto y profundidad (mirar detrás de los pensamientos y experiencias de la gente).
- Interpretación (proporcionar una comprensión de porque las cosas son como son), (Gaona, C., Fernández, J. 2001).

Metodología de recolección de las Representaciones Sociales

La metodología de recolección de las RS es un aspecto clave para determinar el valor de los estudios sobre representación. Es posible hacer estudios sobre opinión, actitudes o creencias, entre otros, pero éstos no constituyen estudios de representación social, aunque dichos tópicos sean constitutivos de las RS (Araya, 2002, p. 47).

Instrumento de recolección de datos de las Representaciones Sociales

El estudio de las Representaciones Sociales plantea dos problemas metodológicos considerables: el de la recolección de las representaciones y el de análisis de los datos obtenidos (Abric, 2001, p. 53).

Para este trabajo se abordará el problema de la recolección de datos para posteriormente analizarlos y por ultimo concluir las representaciones sociales de ambas ciudades, utilizando diversos instrumentos como la asociación de palabras, una pregunta abierta respecto a la representación de la banca y una tabla de caracterización. En el primer instrumento se identificará el núcleo central y los elementos periféricos, en el segundo la representación social de la palabra banco y por último los ítems más característicos de las actividades bancarias. Una representación social se define por dos componentes: por su contenido (informaciones y actitudes para utilizar los términos de Moscovici) y por el otro su organización, su estructura interna (el campo de la representación). Por tanto no

es únicamente el contenido en sí mismo lo que debe de ser investigado, sino también la organización de ese contenido (Abric, 2001, p. 54).

En el estado actual de nuestros conocimientos, este triple objetivo implicará una aproximación multimetodológica de las representaciones, organizada en tres tiempos sucesivos:

1. La identificación del contenido de la representación.
2. El estudio de las relaciones entre elementos, su importancia relativa y su jerarquía.
3. La determinación y el control del núcleo central.

Conviene precisar términos como metodología, método y técnica. Por metodología se entiende el conjunto de medios teóricos, conceptuales y técnicos que una disciplina desarrolla para la obtención de sus fines. Por método, el camino que hay que seguir para acceder al análisis de los distintos objetos que se pretenden investigar. Las técnicas aluden a procedimientos de actuación concreta y particular de recogida de información relacionada con el método de investigación que estamos utilizando (Campoy, 2009, p. 275).

Para esta investigación se utilizará del método interrogativo: el cuestionario ya que es la técnica más utilizada en el estudio de las representaciones (Abric, 2001, p. 56), éste puede ser verbal o figurativa. El método asociativo por su parte es más espontáneo, menos controlado y más auténtico, de dicho método utilizaré la asociación libre ya que dentro del cuestionario tendré una pregunta donde las personas asociaran la palabra banco con otras cinco palabras.

En el cuestionario permite introducir los aspectos cuantitativos fundamentales el aspecto social de una representación, el análisis cuantitativo del contenido que permite, por ejemplo, identificar la organización de las respuestas, poner en manifiesto los factores explicativos y discriminantes en una población.

La asociación libre, permite reducir la dificultad o los límites de la expresión discursiva ya mencionada, consiste, a partir de un término inductor, en pedir al sujeto que produzca todos los términos, expresiones o adjetivos que le presenten al espíritu. El carácter espontáneo, por lo tanto menos controlado. Permiten el acceso a los núcleos figurativos de las representaciones (Abric, 2001, p. 59).

La asociación libre de palabras

En el instrumento que se aplicará se integra por dos apartados para la asociación libre de palabras. En el primer apartado las personas encuestadas colocarán las cinco primeras palabras que se le venga a la mente cada vez que escuche la palabra banco o banca haciendo referencia a la institución financiera, de este modo se podrá determinar los elementos relevantes, así como la palabra principal. Posteriormente, en el segundo apartado se les indicará que coloquen solo tres palabras de las cinco que escribieron para que las ubiquen de manera jerárquica. Así se conocerá qué relación tiene un banco con el uso e interpretación que las personas le dan.

Cuestionario

Permitirá conocer aspectos relevantes del encuestado como edad, sexo, profesión y conocer sus RS sobre la banca. Es importante señalar que como parte de la validación de reactivos del cuestionario, se realizó una prueba piloto en donde se pudo obtener información importante respecto al uso continuo de los servicios bancarios, y de esta forma poder opinar respecto a la banca. El instrumento final para este proyecto se determinó en primera instancia para determinar los objetivos centrales del proyecto, en primera la asociación de palabras, para determinar el núcleo central y los elementos periféricos, en segundo para conocer la representación social de la banca y por último la tabla de caracterización para determinar lo que los encuestados piensan respecto a las actividades de los bancos.

Desde la perspectiva de Jean Claude Abric, (1994), el cuestionario es la técnica más utilizada en el estudio de las representaciones, pues permite introducir los aspectos cuantitativos fundamentales en el aspecto social de una representación: el análisis cuantitativo del contenido permite, identificar:

1. La organización de las respuestas;
2. Poner de manifiesto los factores explicativos o discriminantes en una población, o entre poblaciones;

3. Identificar y situar las posiciones de los grupos estudiados respecto de sus ejes explicativos, etcétera. Desde este punto de vista el reciente desarrollo de los métodos de análisis de los datos aplicados al estudio de las representaciones refuerza la posición privilegiada del cuestionario (Citado por Doíse et al.,1992, en Abric, 1994, p.56).

Otra ventaja del cuestionario se vincula con su estandarización, que reduce a la vez los riesgos subjetivos de la recolección (comportamiento estandarizado del entrevistador) y las variaciones interindividuales de la expresión de los sujetos (estandarización de la expresión de las encuestas: temas abordados, orden de los temas, modalidades de respuesta).

Pero esta estandarización determina también los límites y las reservas que se pueden formular en cuanto a la utilización del cuestionario para estudiar las representaciones. El cuestionamiento supone en efecto una elección y una selección operadas por el mismo investigador tocando los temas abordados (eso también en el caso de pre-encuestas cuidadosamente realizadas al pretender identificar los temas formulados por la misma población). El cuestionario limita necesariamente la expresión de los individuos a las estrictas interrogaciones que les son propuestas y que pueden eludir las propias preguntas del sujeto. Pero que permiten sacar datos precisos para cuantificar (Abric, 1994, p.56).

Cuestionario de caracterización

El cuestionario de caracterización, permite estudiar a la organización y estructura de las representaciones sociales, ya que se basan en la hipótesis de jerarquización colectiva de temas, dentro de la encuesta y la asociación. Este está diseñado con una tabla con 7 ítems y tres columnas que tendrán los niveles de caracterización, donde las personas encuestadas jerarquizarán como ellas creen que caracteriza más la banca y que otros ítems representa menos a la banca.

Población objetivo

Todas aquellas personas que tengan cuenta bancaria y hayan utilizado los servicios y productos de la banca. Se encuestaron interviniéndolas en lugares

estratégicos en donde pudieran participar sin inconvenientes en lugares estratégicos en ambas ciudades a 50 personas en la ciudad de Monterrey, Nuevo León y 50 personas en la ciudad de Xalapa, Veracruz, haciendo un total de 100 personas encuestadas, su objetivo fue comparar las respuestas y conocer la realidad a partir de sus Representaciones Sociales. De este modo se analizará la variación de las representaciones entre dos poblaciones.

Instrumento de recolección de datos

Para conocer las Representaciones Sociales, se utilizó un instrumento en donde se identificará las palabras asociadas con la palabra banco, además una pregunta abierta sobre la representación social de la palabra banco, y un cuadro de características, para saber qué caracteriza más y qué caracteriza menos a la banca. En la figura 3 se presenta el instrumento que se utilizó con el objeto de reconocer lo descrito:

REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA BANCA: PRÁCTICAS Y EVALUACIONES DEL SERVICIO

Esta encuesta contiene una serie de preguntas que nos permitirá identificar cómo se representa la palabra Banco (como institución financiera bancaria), así como sus servicios.

Edad: _____ Sexo: () Femenino () Masculino Nivel de estudios: () Primaria () Secundaria () Preparatoria () Licenciatura () otro _____

INSTRUCCIONES. Lea cuidadosamente lo que se le pide.

1. Escriba las 5 palabras que se le viene a la mente cuando escucha la palabra "banco"

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

2. Escoja 3 de las 5 palabras que anotó anteriormente, en relación a cuáles lo representan mejor, de manera jerárquica

1. _____ porqué _____

2. _____ porqué _____

3. _____ porqué _____

3. Escriba con sus palabras ¿Cómo se representa la banca?

1. Elija y marque con una "x" 4 ítems que más caracterizan a la banca, no se puede seleccionar 3 ni 5

2. Elija y marque con una "x" 4 ítems que caracterizan menos a la banca, no se puede seleccionar 3 ni 5

Ítem	Lo caracteriza	Menos caracteriza
Sirve eficientemente a sus clientes		
El dinero de los clientes lo mantiene seguro		
Resuelve los problemas financieros de los clientes		
Fomenta la inversión empresarial		
Promoción para ayudas sociales		
Beneficia a los clientes con mayor rendimiento en sus inversiones		
Hace trabajar el dinero de sus clientes para su propio beneficio		
Es para personas o empresas con mayor capital		
Favorece la inversión de las PYMES		
Raspada a las PYMES		

FIGURA 3.
Instrumento de investigación
Fuente: elaborado por la autora.

La aplicación del instrumento se realizó en la ciudad de Monterrey y en la ciudad de Xalapa, las primeras encuestas se aplicaron en Monterrey dentro de las instalaciones del Tecnológico de Monterrey ya que allí hay dos sucursales bancarias (Bancomer y Santander) en donde los estudiantes acuden para realizar diversas operaciones.

El procedimiento consistió en que se abordaba al encuestado preguntándole si podía colaborar para contestar una encuesta se explicaba el motivo y objetivo del estudio, algunos estudiantes accedían, la mayoría no contaban con el tiempo suficiente para responder, en un solo día se aplicaba 5 encuestas, se recurrió a la ayuda de dos estudiantes del Tecnológico de Monterrey con la capacitación correspondiente para concluir las encuestas en tres semanas.

Posteriormente, se aplicó la encuesta en la ciudad de Xalapa en un periodo de 3 semanas, el procedimiento fue diferente al de Monterrey, ya que en Xalapa se determinaron la cantidad de bancos por zona y por cercanía, por ello se eligió la zona centro pues la variedad de bancos y la cantidad de sucursales son muchas, así que se realizaron las encuestas afuera de tres bancos diferentes durante tres semanas, la aplicación fue complicada ya que las personas no accedían fácilmente a contestar el cuestionario por temor a correr algún riesgo, además del tiempo de aplicación, sin embargo se pudo cumplir con el objetivo de aplicación. La fecha de aplicación abarcó del 22 de junio hasta el 8 de julio del 2015. Al terminar la aplicación de las encuestas se vaciaron las respuestas en una base datos en Excel, para después pasar a las conclusiones y análisis de datos.

La aplicación del instrumento fue difícil pues las preguntas de asociación y de representación eran un tanto difíciles para los encuestados, se discurre que se debió a que las personas están acostumbradas a las opciones múltiples y a subrayar, de igual forma en ambas ciudades las personas mostraban cierta desconfianza por miedo a alguna situación ajena a la encuesta.

Antes del instrumento final hubo un cuestionario piloto sobre la opinión de los usuarios respecto al servicio bancario, esa prueba piloto constaba de 17 preguntas cada una con opciones, se aplicó a 50 personas en ciertos puntos estratégicos de la ciudad de Xalapa, una parte de las encuestas fueron en el

centro de la ciudad y la otra parte en Plaza Ánimas. Esta prueba piloto funcionó ya que pude observar las preferencias de las personas respecto a ciertas instituciones bancarias, además sobre los servicios que más hacen uso como el servicio de ventanillas para hacer depósitos, seguido de pagos y otorgar préstamos, así mismo pude notar la frecuencia con el que realizan operaciones bancarias y acuden a un banco, otro de los aspectos a notar fue el tiempo de espera así como la calificación respecto al servicio bancario, el trato de los empleados, de este modo pude concluir que las personas no están satisfechas con los servicios bancarios por situaciones de atención, pérdida de tiempo, entre otros factores, y además que muchas de las personas encuestadas sugirieron que los bancos sean más empáticos con los clientes. Ya que hay situaciones de las instituciones bancarias que no consideran como los asientos para que las personas puedan tomar asiento mientras esperan ser atendidos, es por eso que algunos usuarios bancarios prefieren un banco de otro.

Al ser dos ciudades totalmente distintas en cuanto ubicación, población, desarrollo económico, social, cultural, etc. es interesante observar cómo es que las personas representan a las instituciones bancarias, y además cómo se complementa la representación social de la opinión, ya que en la opinión solo informa sobre la reacción de las personas hacia los objetos independientemente de los actores sociales mientras que las representaciones sociales informa el contexto, los criterios de juicio y los conceptos subyacentes en la opinión.

Para ello como se mencionó anteriormente se utilizó el instrumento con métodos cualitativos capaces de conocer las representaciones sociales como son: la asociación libre de palabras y el cuadro de caracterización, vaciando la información en la base de datos de Excel para después utilizar el programa para análisis cualitativos ATLAS.ti versión 6.

Método de análisis del instrumento

Para el análisis del contenido se realizó el vaciado de las respuestas en la base de datos de Excel, para ello se siguió una forma ordenada con la pretensión de saber las representaciones sociales de ambas ciudades, se colocaron en las

columnas cada una de las preguntas u opciones de las palabras asociadas (cinco palabras en total) después se colocaron tres de las cinco palabras asociadas con su respectiva explicación y por último la representación social de la banca. Y en otra hoja de Excel el cuadro de caracterización, y de este modo se vació las respuestas de la otra ciudad, ambas por separado para poder distinguir las diferencias además de poder comparar resultados de una ciudad a otra.

Una vez terminado el vaciado de los resultados en Excel se recurrió al programa de ATLAS.ti pues es un programa que ayuda al orden y conteo de las palabras que las personas más repitieron en ambas ciudades. Posteriormente se describirá paso por paso el análisis de las representaciones sociales en cada una de las ciudades así como la comparación realizada.

Capítulo V: Interpretación de datos generales



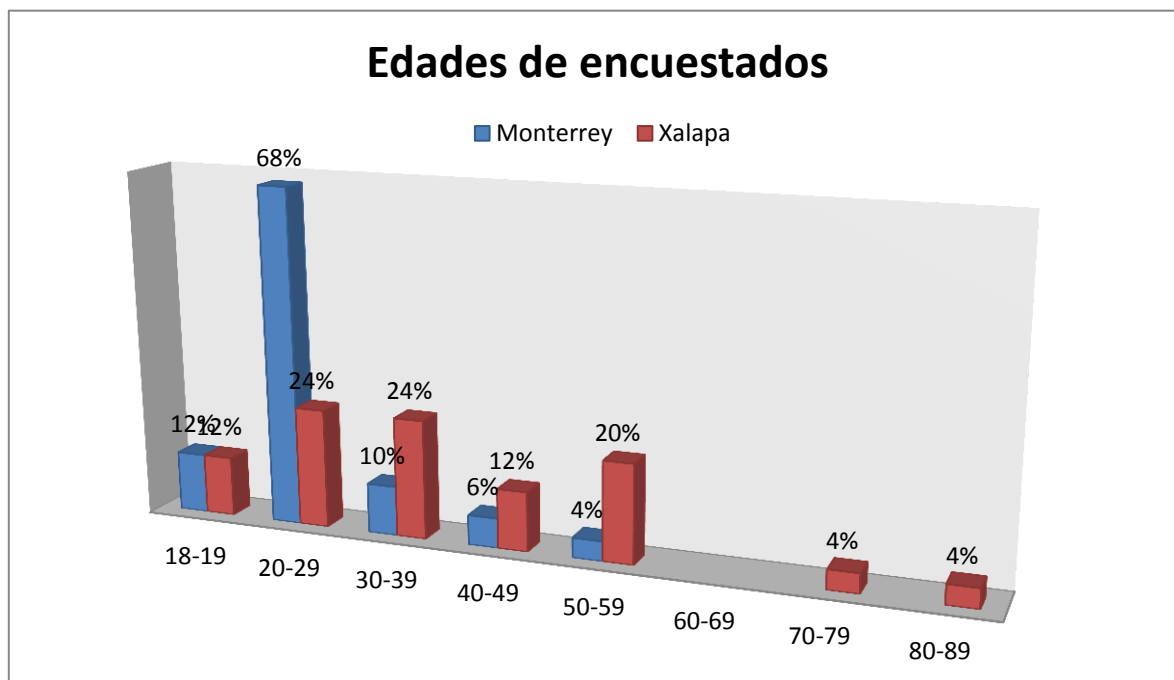
Fuente: www.acsendo.com, ¿Cómo interpretar los resultados de un reporte de Clima Laboral?

Capítulo V: Interpretación de datos generales

En este capítulo se presenta el análisis e interpretación de los datos procedentes del instrumento aplicado, así como de la prueba piloto que se utilizó en la primera parte del trabajo respecto de la evaluación sobre las prácticas en el servicio bancario. El análisis permite conocer cómo las personas asocian a los bancos (instituciones financieras) a ciertas palabras identificadas en la encuesta que se les aplicó.

De un total de 100 encuestas, 50 en Xalapa y 50 más en Monterrey con la pretensión de lograr por medio de este trabajo conocer las RS. A continuación se mostrarán tres tablas, la primera presenta la edad de las personas encuestadas, la segunda el sexo de las personas (cuántas mujeres y hombres participaron en la encuesta, recordando que por el tipo de instrumentos se llevaban aproximadamente 15 minutos o más en contestar) y la tercera la escolaridad promedio de las personas encuestadas.

Observemos las tablas y gráficas:



GRÁFICA 6.
Edades de encuestados Xalapa y Monterrey

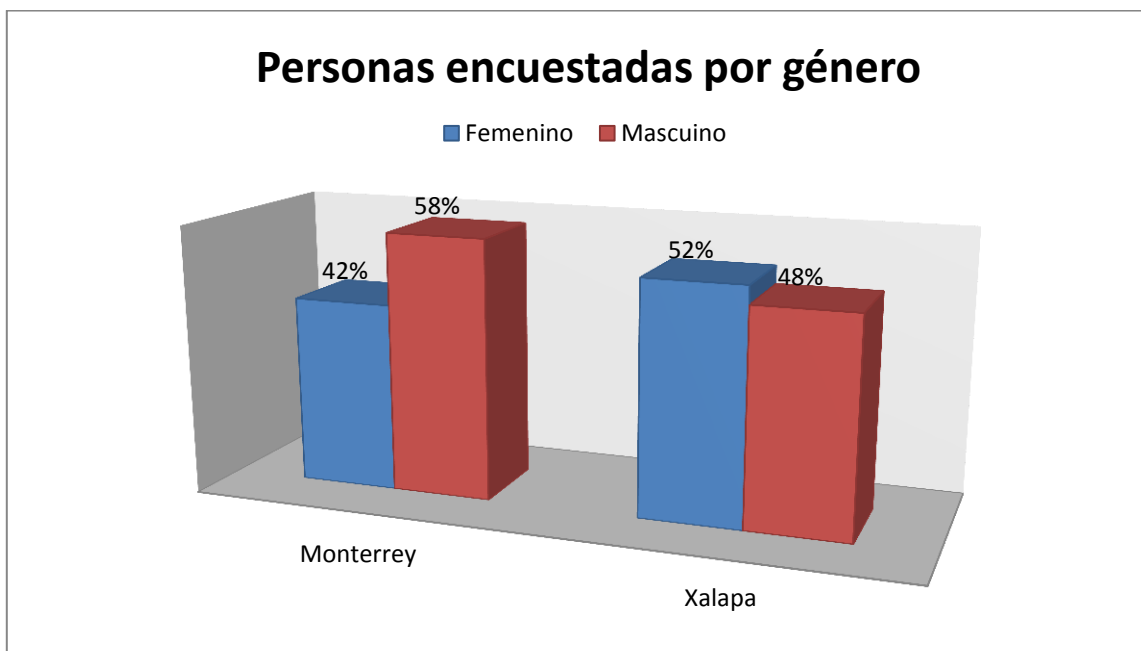
Fuente: datos tomados de las encuestas aplicadas por la autora

La edad es un factor importante en las encuestas pues depende en gran parte cómo es que representan a la banca, ya que ello se genera de acuerdo a sus experiencias, sentido común, prácticas, y al uso que las mismas personas van requiriendo de los bancos, por su propia tranquilidad en caso de necesitar dinero o algún otro ingreso.

Como podemos ver en la Gráfica 6 en cuanto a las edades de entre 18 a 19 años en ambas ciudades se encuestaron solo a 6 personas que corresponde a un 12% total de la población, de 20 a 29 años en Monterrey se tuvo mayor participación en dicho rango de edad que fueron 34 personas lo cual representa un 68%, mientras que en Xalapa participaron 12 personas que corresponde a un 12%, de 30 a 39 años en Xalapa se tuvo esa participación de un 24% de la población que corresponde a 12 personas, mientras que en Monterrey solo 5 personas es decir 10% participaron, de 40 a 49 años se tuvo una participación de 6% en Monterrey y un 12% en Xalapa, 3 personas y 6 respectivamente, de 50-59 años, en la ciudad de Monterrey 2 personas 4% de la población y en Xalapa con 10 personas que corresponde a un 20%, para las edades de entre 70 a 85 años en la ciudad de Xalapa se obtuvo una participación de 4 personas que corresponde a un 8% de la población total.

Una población joven en la ciudad de Monterrey participó en la aplicación del instrumento. En primera instancia es importante mencionar que el instrumento se aplicó dentro y fuera de las instalaciones de Tecnológico de Monterrey, mientras que en la ciudad de Xalapa se encuestó fuera de los bancos como en el centro, y plazas.

En la gráfica 7 se observará cuántas mujeres y cuántos hombres participaron en ambas ciudades:

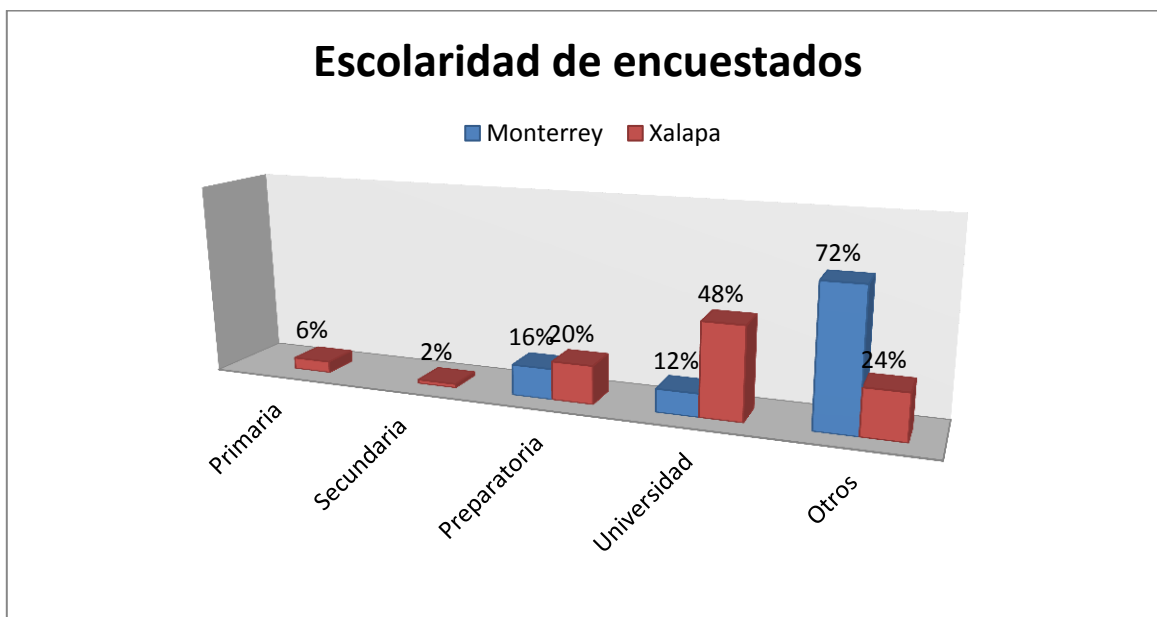


GRÁFICA 7.
Personas encuestadas por género Xalapa y Monterrey

Fuente: datos tomados de las encuestas aplicadas por la autora

En la ciudad de Monterrey se obtuvo una mayor participación por parte de los hombres con 58% que corresponde a la cantidad de 29 hombre encuestados, mientras que las mujeres con un 42%, 21 mujeres encuestadas. En Xalapa con un 52%, 26 mujeres respectivamente, quienes mostraron interes en este proyecto y 24 hombres con un 48% de participación, mostrando un equilibrio en dicha participación.

En la Gráfica 7 se muestra la escolaridad de los usuarios de la banca participantes, se considera relevante ya que no importa si cuentan con estudios de grado, o sin estudios lo sustancial es qué ellos puedan de alguna manera representar a un banco de acuerdo a lo que ven, sus expericnias, por referencias, etc.



GRÁFICA 8.
Escolaridad de personas encuestadas Xalapa y Monterrey.

Fuente: Datos tomados de las encuestas aplicadas por la autora

En ambas ciudades se puede observar que la mayor parte de los encuestados cuentan con carrera universitaria, pero en el caso de Xalapa 4 encuestados solo cuentan con primaria y secundaria caso contrario a la ciudad de Monterrey donde 8 participantes cuentan con preparatoria.

Un 6% de la población xalapeña cuenta con escolaridad primaria, dos de las personas encuestadas se dedican a ser guardias de seguridad de una escuela y la otra dentro de un banco, mientras que la tercera persona era de edad avanzada y es cliente dentro de un banco. El 2% es una persona dedicada a realizar depositos bancarios y cuenta con escolaridad de secundaria. El 20%, que representa a 10 personas de la población, sólo cuenta con preparatoria, la población que tuvo más participación para realizar la encuesta tiene preparación universitaria con un 48%, 24 encuestados y un 24% (12 personas) con otros grados academicos como posgrados por ejemplo.

En la ciudad de Monterrey con un 16%, es decir 8 de los encuestados de la población cuentan con preparatoria, un 72% (36 personas) encuestadas tienen preparación universitaria, un 12% (6 personas) con otros grados académicos.

Estos tres gráficos nos ayudarán a entender las representaciones sociales de las personas participantes de ambas ciudades.

Análisis de la asociación de las palabras de Xalapa

Para estudiar a la representaciones sociales, existen diversas técnicas como lo son las entrevistas, las encuestas, los dibujos y soportes gráficos, las tablas inductoras, la aproximación monográfica, la carta asociativa, la asociación libre, etc. Abric (2001). La técnica de asociación libre o técnica de asociación libre de palabras, “es una producción verbal que permite reducir la dificultad o los límites de la expresión discursiva. Consiste, a partir de un término inductor (o de una serie de términos), en pedir al sujeto que produzca todos los términos, expresiones o adjetivos que se le presenten al espíritu” (Abric, 2001, p. 59).

El carácter espontáneo por lo tanto menos controlado y la dimensión proyectiva de esa producción deberían permitir así tener acceso, mucho más rápido y fácil que en una entrevista, a los elementos que constituyen el universo semántico del término o del objeto estudiado. La asociación libre permite actualizar elementos implícitos o latentes que serían ahogados o enmascarados en las producciones discursivas. La técnica permite que aparezcan dimensiones latentes que estructuran el universo semántico, específico de las representaciones estudiadas, las asociaciones libres permiten tener acceso a los núcleos figurativos de la representación (Araya, 2002, p. 59).

Son más aptas para sondear los núcleos estructurales latentes de las representaciones sociales. mientras que técnicas más estructuradas, como el cuestionario, permitirían destacar las dimensiones más periféricas de las representaciones (Abric, 2001, p. 59). Sin ir tan lejos, podemos considerar sin embargo que la asociación libre es probablemente una técnica capital para recolectar los elementos constitutivos del contenido de la representación, lo que explica su éxito actual y su utilización sistemática en numerosas investigaciones (Abric, 2001, p. 60).

En la técnica de asociación libre, se presenta un estímulo a un individuo y se le pide que responda con lo primero que le venga a la mente, la asociación de

palabras es la más conocida de estas técnicas. En ellas se muestra a los encuestados una lista de palabras, una a la vez, y se le pide que responda a cada una con la primera palabra que se le venga a la mente, la respuesta del sujeto a cada palabra se registra al pie de la letra y se toma el tiempo, para identificar a los que se aplicó la técnica que dudan o que razonan su respuesta. Esto controla el tiempo que tomaría al encuestado escribir la respuesta (Malhotra, 2004, p. 152).

La suposición implícita de esta técnica es que la asociación permite revelar sus sentimientos más profundos acerca del tema de interés (Carboni, 2012, p. 55).

En la asociación de palabras a menudo es posible clasificar las palabras asociadas como favorables, desfavorables o neutrales. En este caso se le pidió a los encuestados dar 5 palabras que se les viniera a la mente al escuchar la palabra banco además de jerarquizar solo tres palabras de las cinco que mencionaron y explicar porqué eligieron estas tres. Se utilizó el programa Atlas.ti para poder hacer un conteo por opción de cada palabra que se repitió entre los encuestados de cada una de las ciudades. Para que las personas pudieran responder acertadamente se les proporcionó palabras inducidas para darles alguna idea ya que si no fuera así el tiempo para dar las palabras asociadas tardarían más de 5 segundos.

Se realizaron análisis de cada uno de los instrumentos aplicados, utilizando tablas explicándolas y diferenciando el análisis de cada una de las ciudades.

Observemos los resultados obtenidos de la técnica aplicada, su tratamiento se hizo por medio de Excel para capturar a información obtenida por número de sujeto, y posteriormente se analizó por medio del software sofisticado de análisis denominado ATLAS.ti v6.0.

TABLA 5.

Asociación de Palabras en la Ciudad de Xalapa

Palabras	Frecuencia	%
Dinero	45	18
Créditos, Préstamos, Hipotecas	22	8.8
Cajeras, Ejecutivo	10	4
Filas	10	4
Tarjetas	10	4
Ahorros	8	3.2
Deudas	8	3.2
Intereses	7	2.8
Pagar	7	2.8
Billetes, Moneda, Oro, Dólares	5	2
Cuentas	5	2
Empleados	5	2
Gente	5	2
Inversiones	5	2
Bancos	4	1.6
Financiamiento	4	1.6
Retiros	4	1.6
Sucursal	4	1.6
Cheques	3	1.2
Depósitos	3	1.2
Empresas	3	1.2
Policías	3	1.2
Aburrimiento	2	0.8
Asiento	2	0.8
Cajeros Automáticos	2	0.8
Cliente	2	0.8
Honestidad, Confianza	2	0.8
Institución	2	0.8
Limpieza	2	0.8

Pérdida De Tiempo	2	0.8
Seguridad	2	0.8
Seguros, Ventas	2	0.8

Fuente: elaboración de la autora

TABLA 6.
Palabras colocadas en orden de importancia de ciudad de Xalapa

Palabras	Frecuencia
Dinero	41
Créditos	8
Deudas	7
Ahorro	6
Cajas	6
Inversión	6
Préstamo	6
Tarjetas	6
Depósitos	6
Intereses	6
Filas	5
Pagos	5
Compras	3
Banco	3
Horarios	3
Tiempo	3
Financiamiento	2
Cajeras	2
Cajeros Automáticos	2
Ejecutivos	2

Fuente: elaboración de la autora.

Como se puede observar la palabra con mayor importancia en la asociación de palabras es la palabra dinero, las razones que los encuestados dieron de manera similar es porque los bancos hacen funcionar y manejar el dinero que los clientes depositan, además de ser la razón de existir de un banco, ya que el dinero

lo reinvierten en créditos, préstamos, etc. para obtener ganancias de los intereses cobrados.

La segunda palabra que se obtiene con mayor frecuencia son los créditos, ya que los encuestados coinciden que es un servicio que los bancos ofrecen para beneficiar al cliente cuando él lo necesite o solicite, pero también beneficiarse obteniendo altos intereses, esta función principalmente la ejercen para poder subsistir.

La tercera palabra es deuda, al obtener créditos, préstamos o cualquier servicio que cobre intereses generalmente llegan a ser tan altos que las personas con el paso del tiempo se les hace imposible pagarlo, o recortan otras cosas para el pago de los mismos.

Las siguientes palabras inversión, cajas, préstamos, tarjetas, depósitos, intereses, son las palabras mencionadas con la misma frecuencia, es relevante mencionar la razón de porqué eligieron estas palabras y cómo es que las personas encuestadas lo relacionan a sus experiencias. Por ejemplo la palabra inversión hacen diferentes referencias, algunas mencionaron que al ahorrar pueden decidir invertir generando el mínimo interés ya que obtienen poca ganancia al resguardar su dinero en el banco, otras personas mencionan que los intereses costos extras al obtener créditos y llegan a ser tan altos que las personas se endeudan.

Hacen mención de las cajas refiriéndose a las ventanillas, como la parte del banco que más se utiliza y se congestiona.

Préstamos, al igual que los créditos, los encuestados mencionan que son servicios que los bancos ofrecen para su beneficio, dos de las 6 personas mencionan que se han beneficiado de los préstamos ya que las sacan de apuros, otras más creen que endeudan.

Tarjetas, tres encuestados mencionan que son rectángulos de plástico que te otorgan los bancos para poder realizar cualquier operación bancaria, como compras, depósitos, retiros, en cualquier tienda, cajeros automáticos, etc.

Depósitos, son operaciones que los clientes hacen para guardar o mandar dinero a alguna cuenta bancaria, en efectivo o en cheques, las personas

encuestadas, mencionaron que siempre que van a un banco pasan a caja para depositar dinero a una cuenta, otras hacen pagos pero lo consideran como depósitos. Por último los intereses, ciertos porcentajes que los bancos cobran por haber obtenido préstamos, créditos, etc.

Y podemos ver las palabras que también fueron mencionadas más de dos veces, sin embargo, sólo se analizaron las que tienen mayor número de repeticiones. En el caso de Xalapa dinero, crédito y deuda son las palabras que van teniendo conexión para las personas a la hora de preguntar las palabras que se asocian con la palabra banco. Considerando también los estudios y edad es como los encuestados consideran a un banco dentro de su vida cotidiana.

Podemos ver en la Figura 4 el núcleo central y los elementos periféricos de la Representación Social, de los usuarios de Xalapa, que se obtuvieron a través de la asociación de palabras:

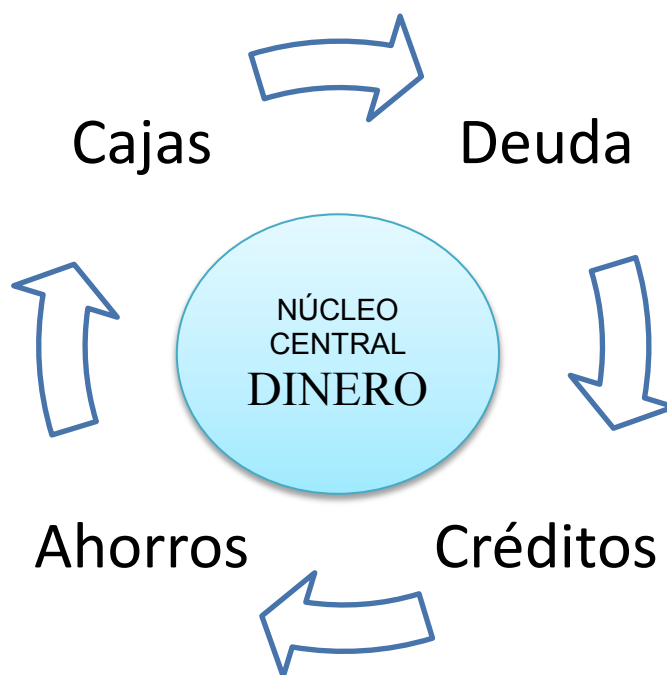


FIGURA 4.
Núcleo central y elementos periféricos en Xalapa

Fuente: elaborado por la autora

Análisis de la asociación de las palabras de Monterrey

En este apartado se presenta el análisis detallado de la asociación de palabras, núcleo central, los elementos periféricos que se obtuvieron en las encuestadas aplicadas a las 50 personas en la ciudad de Monterrey, para ello se requirió del software Atlas-ti V 6.0 para analizar las RS y determinar las palabras más repetidas entre los encuestados.

En la Tabla 7 y 8 se observarán las palabras más mencionadas y en orden de importancia, en la figura 5 el núcleo central y los elementos periféricos de la palabra “banca”.

TABLA 7.
Asociación de palabras ciudad de Monterrey

Palabras	Frecuencia	%
Dinero	35	14
Crédito, Préstamos, Hipotecas	17	6.8
Formarse, Turno	13	5.2
Inversión	13	5.2
Pagos	13	5.2
Gerente, Ejecutivos, Cajeros	12	4.8
Guardar, Ahorrar	11	4.4
Interés	11	4.4
Deuda, Endeudamiento	10	4
Depósitos	9	3.6
Tarjetas	8	3.2
Tiempo	7	2.8
Bancarios, Bancos	5	2
Cajas, Ventanillas	5	2
Cajeros Automáticos	4	1.6
Envíos	4	1.6
Cuentas	4	1.6
Cheques	3	1.2
Compra	3	1.2
Finanzas, financiamiento	3	1.2
Disponibilidad	3	1.2
Horarios	3	1.2
Asiento	3	1.2
Desesperación, Fastidio, Estrés	3	1.2
Pensión, Nómina	3	1.2

Amabilidad, Amables	2	0.8
Beca	2	0.8
Capital	2	0.8
Economía	2	0.8
Gente	2	0.8
Billetes, Monedas, Dólares	2	0.8
Empresas	2	0.8
Documentos, Trámites	2	0.8
Internet, Tecnología	2	0.8
Seguridad	2	0.8

Fuente: elaborado por la autora.

TABLA 8.
Palabras colocadas en orden de importancia ciudad de Monterrey

Palabra	Frecuencia
Dinero	33
Créditos	8
Deuda	8
Tarjetas	7
Filas	7
Ahorro	5
Préstamos	4
Cuentas	4
Inversiones	4
Cajeros Automáticos	3
Financiamiento	3
Cajeras	3
Intereses	3
Empresas	2
Pérdida De Tiempo	2
Empleo	2
Limpieza	2
Pagos	2
Tiempo	2
Aburrido	2

Fuente: elaborada por la autora

En la última tabla de frecuencias podemos notar que 35 personas consideran que dinero es una de las palabras que más se asocia a la palabra banco, la razón del por qué lo creen así es porque la principal función es el manejo de dinero para poder dar préstamos ya que se guarda el dinero para que se disponga de él en cualquier momento y en cualquier lugar; además de trabajarlo y reinvertirlo en los clientes, se puede comparar que no hay mucha diferencia entre lo que piensan los encuestados de Xalapa y los encuestados de Monterrey.

Créditos es la segunda palabra que aparece con mayor frecuencia, y aunque no tiene la misma frecuencia que los encuestados de Xalapa, es la que más se menciona, y en lo que coincidieron todos es que los créditos sirven para que los bancos se beneficien y se hagan cada vez más ricos. Deuda, al igual que créditos, obtuvo la misma frecuencia, para ellos la deuda se adquiere por tener créditos bancarios.

Las otras palabras tienen una frecuencia entre dos a tres repeticiones por persona, por ejemplo el tiempo que cuenta con dos repeticiones lo mencionan como el lapso de espera para ser atendidos, como también la palabra aburrimiento lo mencionan dos personas como lugares donde no hay nada más que hacer que esperar, así como pérdida de tiempo porque el hacer trámites en los bancos tardan una eternidad, y aseguran que no cuentan con la cantidad de personal para atender a cierta cantidad de clientes.

Se puede observar que las principales palabras que tuvieron más repeticiones en ambas ciudades con: 1. Dinero, 2. Crédito, 3. Deuda, y están justificadas por las mismas razones, aunque en la ciudad de Xalapa se obtuvieron más palabras asociadas a banco, sólo 20 palabras se mencionaron más de dos veces al igual que la ciudad de Monterrey. Esto indica que los ciudadanos y usuarios de la banca si comparten RS de la banca y que está centrada en el “Dinero” seguido de: “crédito, prestamos”, “deuda”, “inversiones”.

El dinero es un conjunto de activos de una economía que las personas regularmente están dispuestas a usar como medio de pago para comprar y vender bienes y servicios (Banxico, 2015), es fundamental para una sociedad para adquirir bienes o servicios que satisfacen sus necesidades.

Observemos en la Figura 5 el elemento central y los elementos periféricos de la Representación Social de la ciudad de Monterrey:



FIGURA 5.
Núcleo central y elementos periféricos en Monterrey

Fuente: elaborado por la autora

Con estos esquemas, podemos corroborar lo que Abric ha planteado: “la organización de una representación presenta una característica peculiar: no sólo es identificar los elementos de la representación, y cómo son ordenados jerárquicamente, sino que toda representación social es organizada en torno a un núcleo central, constituido de uno o de algunos elementos que dan a las representaciones sociales su significado” (Abric, 1994, p. 217). Es decir, para los usuarios de Monterrey o de Xalapa, le han otorgado un significado a la “Banca”: quedando así: el dinero, los créditos, las deudas, los ahorros, las filas, y las cajas. Básicamente encontramos los mismos elementos periféricos, entre los usuarios de ambas ciudades, es decir comparten la representación social de la Banca.

Se pudo determinar que la palabra central para un banco es el dinero ya que se llegó a la conclusión que es el principal recurso de los bancos, y además

de ser un recurso necesario e importante de las personas, quienes buscan poder guardar, ahorrar o solicitar. Sin embargo el mal uso de sus finanzas puede causar deudas inesperadas y llevan a perder el control de sus créditos, préstamos, etc. la inversión es una palabra que se toma con doble sentido, ya que algunas personas mencionaban una inversión en cuestión de obtener intereses por ahorrar su dinero en un banco y otras lo consideraban como una inversión para el banco ya que de los ahorros de sus clientes ellos trabajan el dinero generando intereses para poder subsistir.

Representación de la banca en la ciudad de Xalapa

Las Representaciones Sociales, cualquiera que sea la naturaleza exacta de sus elementos según Moscovici (1979), se puedan analizar a través de tres dimensiones que son: la actitud, el campo de representación y la información.

Actitud:

Se manifiesta como la disposición más o menos favorable que tiene una persona hacia el objeto de la representación y expresa por lo tanto la orientación evaluativa en relación al objeto. El componente actitudinal dinamiza y orienta las conductas hacia el objeto representado, suscitando un conjunto de reacciones emocionales e implicando a las personas con mayor o menor intensidad (Moscovici, 1979, p. 49).

El campo de representación:

Nos remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones que se refieren a un aspecto preciso del objeto de la representación. Se refiere a la forma en que se organizan jerárquicamente los elementos de una representación, donde “la ideología de los grupos determina la composición y la organización de los elementos” (González, 2001, p. 144).

Información:

La información que se tiene sobre los objetos representados varía notablemente tanto la calidad como en cantidad, los medios de acceso a la información es y variable, según los diversos objetos. Se relaciona con la organización que posee un sujeto o grupo con respecto a un objeto social, la

información surge de un contacto directo con el objeto y las prácticas que uno desarrolla en relación de él (Mora, 2002, p. 10)

En las siguientes tablas se observarán las tres dimensiones de la representación, la información, actitud, campo de representación de ambas ciudades utilizando la información obtenidas de las encuestas.

En la tabla 9. Se determinan las dimensiones de la ciudad de Xalapa y Monterrey, en las cuales describe cada uno con la información que se adquirió en la aplicación de la encuesta, en seguida se podrá conocer el análisis de la información, actitud y campo de representación.

TABLA 9.

Los Elementos de las Representaciones Sociales de la Ciudad de Xalapa y Monterrey: Información, Actitud, Campo de representación

	Información	Actitud	Campo de representación
Xalapa	Los encuestados en Xalapa, saben de lo que hablan al escuchar la palabra Banco, pues se conoce información objetivo de las funciones principales de un Banco en la parte teórica de este trabajo, las personas de Xalapa saben que para los bancos su principal fuente de trabajo es el Dinero físico, para realizar diversas actividades como ahorro, préstamos, pagos. Sin embargo hubo más comentarios respecto la manipulación de	Las personas al estar conscientes de las funciones y los objetivos de la banca, asimilan de forma positiva las actividades bancarias, ya que confían en la seguridad que le brindan a su dinero además de disponer en cualquier momento de su dinero. De igual forma las personas creen que los préstamos bancarios les ayudan a solucionar sus problemas financieros, pero consideran que los intereses son muy altos, sin embargo	Los informantes representan a la banca como institución privada la cual otorga servicios para ahorrar el dinero de sus clientes, así como generar ganancias con ese dinero para otorgar créditos y/o préstamos. Además de la gran responsabilidad y compromiso para sus clientes. Los encuestados representan de este modo a la banca.

	<p>los bancos hacia las personas para su propio beneficio, esto es como se mencionaba en la parte de las funciones de la CONDUSEF en proteger a los usuarios y mantenerse neutra tanto para los usuarios como para los bancos. De este modo se puede decir que los usuarios bancarios se encuentran informados y además saben que se cuentan con otras instituciones para protegerlos y seguir educándolos financieramente.</p>	<p>las personas creen que es necesario poder contar con créditos para cubrir deudas.</p>	
Monterrey	<p>Los encuestados en la ciudad de Monterrey, consideran que su principal función es el cuidado y distribución del dinero, así como generar intereses del dinero de sus clientes para ambos beneficios al ahorrarlo en el banco. Los encuestados son personas que diariamente hacen</p>	<p>Los encuestados encuentran muchos beneficios al poder contar con servicios bancarios ya que por necesidad tienen que utilizar el banco, para recibir dinero por parte de sus familias, de igual forma encuentran cierta seguridad al poder proteger su dinero en las tarjetas. También</p>	<p>Las personas encuestadas de Monterrey representan a la banco como instituciones financieras donde su principal función o herramienta es el dinero, ya que las personas transfieren, ahorran o depositan en cuentas bancarias, además de</p>

	uso de los servicios bancarios, pues reciben depósitos, realizan compras, etc. ya que la mayor parte son estudiantes foráneos.	consideran que una de las actividades que sustentan a los bancos son los préstamos que otorgan a los clientes para uso personal.	considerar que las deudas se generan por la mala administración de las personas. Pero en gran parte los bancos ayudan a la gente a salir de deudas, una de las situaciones que desconcierta a los encuestados son las filas que deben hacer para algún movimiento.
--	--	--	--

Fuente: elaborado por la autora.

En la tabla 10 se hace mención de algunos ejemplos de las personas que contestaron a la pregunta ¿Cómo representa a la banca? En ella las personas describen lo que ellas piensan de acuerdo a sus experiencias, sentido común o independientemente de la forma en la que hayan conocido a la banca, para esta tabla se tomó como ejemplo a 7 personas para demostrar lo que ellas respondieron a esta pregunta.

TABLA 10.
Representaciones Sociales de la Banca Ciudad de Xalapa

Informante 1	Es un instituto privado el cual otorga créditos, préstamos, a personas físicas y morales para crear empresas, negocios, casas, automóviles o pagar deudas.
Informante 2	Empresa que vela por las finanzas ahorros y seguridad de un cliente.
Informante 3	Una empresa con gran responsabilidad y compromisos para ejercer beneficios a los usuarios, obviamente en cuanto a dinero...

Informante 18	Es un apoyo para ayudar a la gente a administrar su dinero para tenerlo seguro.
Informante 19	Lugares que te manipulan para poder sacar préstamos creyendo que te beneficiarán.
Informante 21	Lugar para depositar y guardar dinero. Lugar para recurrir y salir de apuros a sabiendas que se va a endeudar y de lo que se les preste se pagará el doble.
Informante 24	Es una institución de lucro cuyo objeto de comercialización es el dinero en sus diversas variantes y expresiones (plástico, virtual, efectivo, créditos).

Fuente: elaborado por la autora.

En la tabla 11. Se retoman todos los conceptos de todas las personas encuestadas, y se realizó un concepto general para la pregunta ¿Cómo representan a la banca? que se encuentra en el instrumento, para ello se consideran las representaciones similares se eliminan las repetidas se anexan a los otros conceptos y se hace un concepto general de la representación de la banca en Xalapa.

TABLA 11.
Concepto General de Representaciones Sociales de la Banca Xalapa

Cómo representan a la banca en Xalapa	Son instituciones privadas que otorgan créditos, préstamos a personas físicas y morales, velan por las finanzas, ahorros y seguridad del cliente. Además de tener responsabilidades y compromisos para beneficiar a los usuarios y a ellos mismos. Son accesibles brindando información adecuada. Son instituciones financieras a donde acuden las personas asegurar su dinero
--	--

	<p>reinvirtiendo el dinero en créditos o préstamos. También se pueden hacer diversas operaciones como transacciones, compra- venta de dólares, inversiones, trámites. La disposición del dinero es efectiva ya que hay medios para retirar como cajeros automáticos, además nos facilita el uso bancario por medio de internet.</p> <p>Por otro lado la consideran como instituciones manipuladoras que creen ayudar con los préstamos, otros que son susceptibles de asalto, y de ser la principal causa de que la economía se estanque por medio de los altos intereses.</p>
--	--

Fuente: elaborado por la autora

Cómo representan a la banca en la ciudad de Monterrey

De igual forma se analiza de la misma forma la información de la ciudad de Monterrey, en la tabla 12 se pueden observar como los informantes representan a la banca, como ejemplo se consideraron a 9 informantes.

Informante 1	Son lugares donde se puede invertir.
Informante 3	Son lugares que cuentan con vigilancia para proteger la integridad de los usuarios, así como lo del mismo personal.
Informante 5	Los bancos son instituciones financieras que benefician a sus clientes a sus clientes con el ahorro de tiempo por medio de sus páginas de Internet, además de la facilidad de hacer compras sin necesidad de tener efectivo.
Informante 6	Institución que apoya para metas importantes.
Informante 9	Los bancos lo represento como lugares que usan el dinero de las personas para beneficiarse, y cobran más de la cuenta.
Informante 17	Es una organización que administra la economía de las personas para bien o para mal.
Informante 21	Puedo guardar mi dinero y disponer cuando lo necesito.
Informante 40	Institución de servicios múltiples dirigida a satisfacer un sector de la población, generadora de empleo
Informante 47	Son instituciones financieras privadas en donde te dan la oportunidad de ahorrar manteniendo seguro tu dinero.

Fuente: elaborado por la autora

En la tabla 13. Se observa un concepto general de la representación de la banca en la ciudad de Monterrey, tomando en cuenta las respuestas de cada uno de los cincuenta informantes, eliminando las respuestas similares y anexándolas a los conceptos diferentes de la representación, quedando de la subsiguiente manera.

TABLA 13.

Concepto General de Representaciones Sociales de la Banca Monterrey

<p>Cómo representan a la banca en Monterrey</p>	<p>Son lugares en donde se puede invertir, depositar, pagar, además cuentan con vigilancia para cuidar la integridad del personal y de los usuarios, ofrecen servicios como inversiones, créditos, entre otros que ayudan a financiar a empresas. Igualmente tienen personal como cajeros, ejecutivos que ayudan a resolver dudas financieras.</p> <p>Administrar el dinero de las personas para bien o para mal. Son espacio en donde siempre hay que hacer filas para esperar. Son instituciones absorbidas por bancos externos, y el gobierno interviene para que nos veamos en la necesidad de utilizar los bancos y que todo involucre dinero.</p>
--	---

Fuente: elaborado por la autora

En ambas representaciones creen que los bancos son instituciones privadas que proporcionan el servicio de ahorro, inversión, otorgan créditos, préstamos y su principal función es resguardar Dinero. Además que los banco se benefician de los ahorros de sus clientes, para poder trabajar ese dinero y

conseguir más por los mismos intereses. Algunas personas que han tenido ciertas experiencias negativas consideran que los bancos son manipuladores, aburridos y en donde solo se pierde el tiempo solo formándose y esperar turnos para ser atendidos y realizar trámites correspondientes.

Cuestionario de caracterización en la Ciudad de Xalapa

El segundo instrumento que fue aplicado en la misma encuesta, fue el de caracterización, en el cual las personas encuestadas tenían que elegir de una lista de 10 palabras, ocho que de acuerdo a su criterio son características de Banco, de esas ocho seleccionaron 4 más importantes, de las palabras sobrantes elegir otras cuatro las que no son características de Banco y las dos palabras no seleccionadas quieren decir que no son nada características. Esta se aplicó a 50 personas en Xalapa y las 50 personas en Monterrey.

A continuación se presentara la tabla 14 con la cantidad y porcentajes de los ítems más característicos, menos característicos y no seleccionados de la banca, seguido de una gráfica de dispersión:

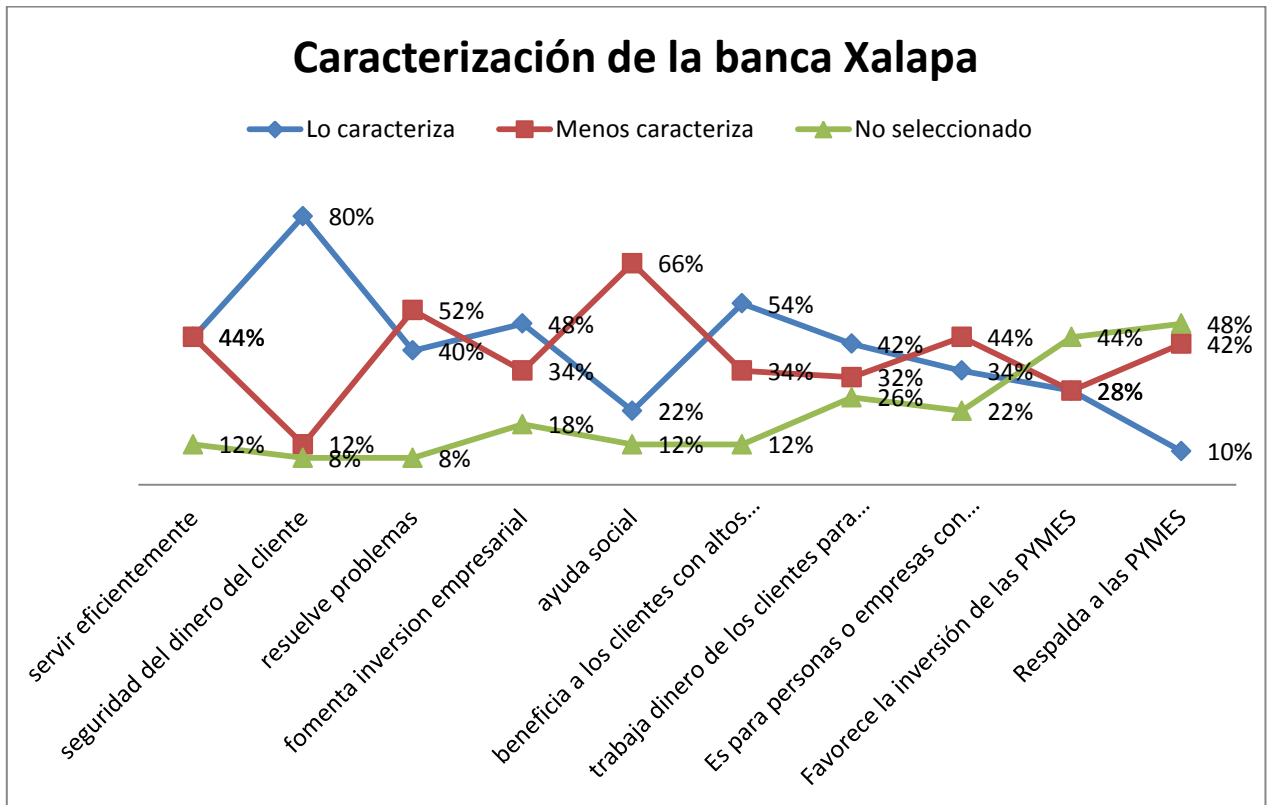
TABLA 14.

Cuadro de característico: Representación de la banca en Xalapa

	<i>Ítems</i>	Lo caracteriza	%	Menos caracteriza	%	No seleccionado	%
A)	Sirve eficientemente a sus clientes	22	44	22	44	6	12
B)	El dinero de los cliente lo mantiene seguro	40	80	6	12	4	8
C)	Resuelve los problemas financieros de los clientes	20	40	26	52	4	8
D)	Fomenta la inversión empresarial	24	48	17	34	9	18

E)	Promoción para ayudas sociales	11	22	33	66	6	12
F)	Beneficia a los clientes con mayor rendimiento en sus inversiones	27	54	17	34	6	12
G)	Hace trabajar el dinero de sus clientes para su propio beneficio	21	42	16	32	13	26
H)	Es para personas o empresas con mayor capital	17	34	22	44	11	22
I)	Favorece la inversión de las PYMES	14	28	14	28	21	44
K)	Respalda a las PYMES	5	10	21	42	24	48

Fuente: elaborado por la autora



GRÁFICA 9.

Gráfica de dispersión de características de Representación de la banca en Xalapa

Fuente: elaborado por la autora

En la Gráfica 9. Se puede observar que para los encuestados de la ciudad de Xalapa el ítem más característico de la banca fue “*El dinero de los clientes lo mantiene seguro*” con un 80% de representación, esto se debe a que anteriormente podemos observar en la pregunta de representación y en la asociación de palabras el dinero es un recurso que las personas optan para resguardar, ahorrar o invertir en un banco ya que sienten seguridad, tranquilidad al tenerlo dentro de una institución bancaria, con un 54% eligieron “*Beneficia a los clientes con mayor rendimiento en sus inversiones*” cada uno de los ítems se van ligando uno con otro, ya que consideran que al meter dinero a los bancos es una inversión que les beneficia generando intereses al invertir.. Y con un 48% “*Fomenta la inversión empresarial*” consideran que los bancos son instituciones financieras que ayudan a financiar a empresas o empresarios, además de personas físicas por medio de los préstamos.

Los ítems que menos lo caracterizan son “*promoción para ayudas sociales*” con 66% pues las personas consideran que los bancos no son instituciones para beneficencia social, al contrario busca beneficiarse de las personas. “*Resuelve los problemas financieros de los clientes*” con 52% y con 44% “*Sirve eficientemente a sus clientes*”. 48% no seleccionaron “*Respalda a las PYMES*”, el 44% “*Favorece a la Inversión PYME*” y 26% “*Hace trabajar el dinero de sus clientes para su propio beneficio*”

Cuestionario de caracterización en la Ciudad de Monterrey

A continuación se muestra la tabla 15 de caracterización de la Ciudad de Monterrey, Nuevo León:

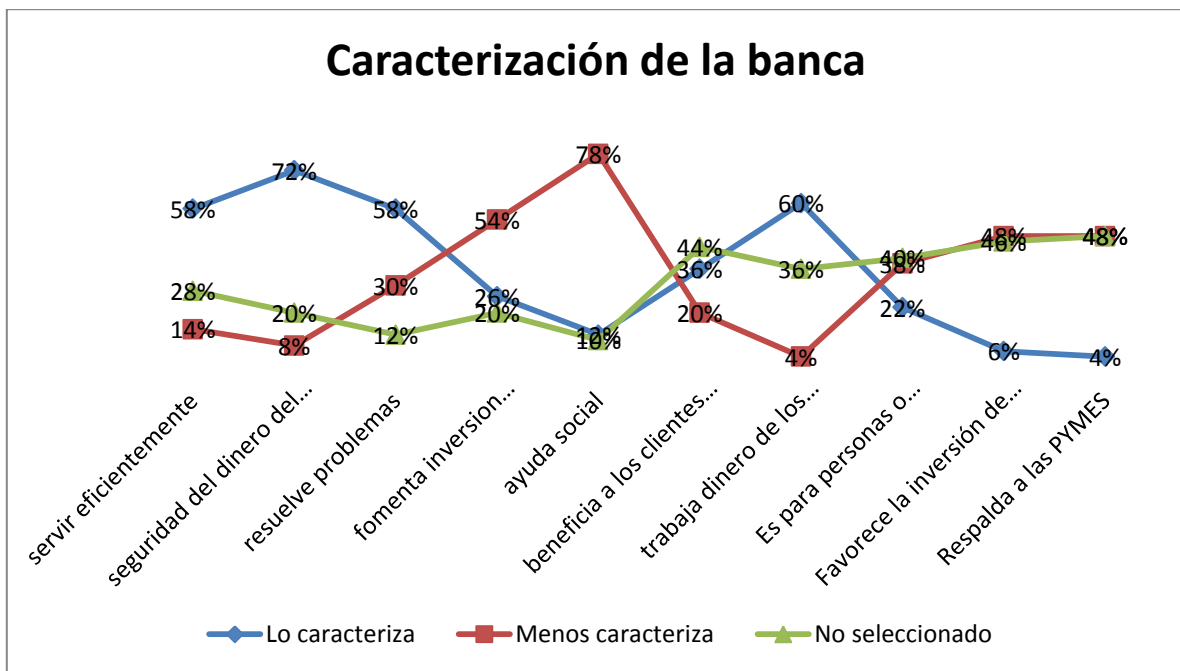
TABLA 15.

Cuadro de característico: Representación de la banca en Monterrey

	Ítems	Lo caracteriza	%	Menos caracteriza	%	No seleccionado	%
A)	Sirve eficientemente a sus clientes	29	58	7	14	14	28
B)	El dinero de los cliente lo mantiene seguro	36	72	4	8	10	20
C)	Resuelve los problemas financieros de los clientes	29	58	15	30	6	12
D)	Fomenta la inversión empresarial	13	26	27	54	10	20
E)	Promoción para ayudas sociales	6	12	39	78	5	10
F)	Beneficia a los clientes con mayor rendimiento en sus inversiones	18	36	10	20	22	44

G)	Hace trabajar el dinero de sus clientes para su propio beneficio	30	60	2	4	18	36
H)	Es para personas o empresas con mayor capital	11	22	19	38	20	40
I)	Favorece la inversión de las PYMES	3	6	24	48	23	46
K)	Respalda a las PYMES	2	4	24	48	24	48

Fuente: elaborado por la autora



GRÁFICA 10.

Gráfica de dispersión de características de Representación de la banca en Monterrey

Fuente: elaborado por la autora

En la Gráfica 10. Se observa que en la ciudad de Monterrey por su parte lo que más caracteriza a la banca es “El dinero de los cliente lo mantiene seguro” con un 72% una de las razones por la que el ítem de mantiene seguro su dinero, es porque la personas consideran que un banco es el lugar ideal para respaldar su

dinero, con un 60% *“Hace trabajar el dinero de sus clientes para su propio beneficio”* las personas consideran que al ahorrar en un banco estos reinvierten para generar más dinero, y *“Servir eficientemente a sus clientes”* y *“Resuelve los problemas financieros de los clientes”* con un 58% fueron igualmente mencionados, ya que las personas creen que al resolver eficientemente los problemas financieros sirven eficientemente a los clientes.

Para los que menos caracterizan con un 78% el ítem de *“Promoción para ayudas sociales”* los encuestados consideran que los bancos buscan beneficiarse con el dinero ajeno, aunque algunas personas mencionaron que si cuentan programas de beneficencia como bécalos. El 54% dice que lo que menos caracteriza a un banco es el ítem *“fomenta la inversión empresarial”* y con un 48% *“Favorece la inversión de las PYMES”* y *“Respalda a las PYMES”* fueron las menos características.

La que no fue seleccionada fue *“Respalda a las PYMES”* con 48% y con 46% *“Favorece la inversión de las PYMES”* y con 44% *“Beneficia a los clientes con mayor rendimiento en sus inversiones”*.

Lo que se observa en las tablas 14 y 15 de características es que tanto en la ciudad de Xalapa y Monterrey consideran que lo más representativo de un banco es poder resguardar su dinero, dinero la palabra con la que más se asociaba la palabra banco, y en la parte de Representación consideran que son instituciones donde su principal función es asegurar el dinero de sus clientes, generando de alguna manera cierto tipo de interés para poder beneficiar a los usuarios, además de poder sacar provecho reinvertiendo el dinero en los préstamos que otorgan.

Conclusiones



Fuente. www.meditacionesdeldia.com

Conclusiones

Para este proyecto se utilizaron diversas herramientas para determinar la Representación Social de la banca, en el tema de la Banca. Para enriquecer el proyecto se decidió hacer una comparación en dos ciudades localizadas en diversos puntos del país, Xalapa, Veracruz y Monterrey, Nuevo León, dos ciudades con formas de vida diferentes, económica, política y culturalmente hablando, con otros usos y costumbres.

Como anteriormente se mencionó, se realizaron cien encuestas, cincuenta en Xalapa y cincuenta en Monterrey, obteniendo resultados verdaderamente relevantes, teniendo en cuenta los aspectos anteriormente mencionados (economía, política, usos y costumbres).

A continuación se concluirá y hará un análisis con el orden con el que se aplicó el instrumento, en el primer apartado, edad, sexo, escolaridad.

En la ciudad de Monterrey la aplicación de las encuestas no fue muy variada en cuanto a la edad, la mayor participación en las encuestas se concentró en la edad de 20 a 29 años con 34 personas del total de la participación, como se explicaba no era tan fácil que las personas contestaran este tipo de encuesta ya que el tiempo de aplicación era aproximadamente 15 minutos o más, por ello se decidió realizarlo dentro de las instalaciones del Tecnológico de Monterrey ya que había personas en los espacios recreativos del Instituto que contaban con el tiempo suficiente para contestar el cuestionario.

Mientras que en la ciudad de Xalapa hubo más variedad en cuanto a la edad, pues la participación fue mayor en los encuestados, la mayoría mostró interés en el tema y la mayor colaboración fue entre la edad de 20-29 y 30-39. Se observó que las personas de mayor edad mostraron ciertas inquietudes respecto a la palabra banco, ya que sus experiencias han sido muchas en cuanto al uso del banco.

Posteriormente en el género, en la Ciudad de Monterrey participaron más los hombres que las mujeres, los hombres se mostraron más accesibles en cuanto a la encuesta, no tuvieron problema para contestar se tomaron en la primera parte en promedio dos minutos y medio, mientras que la participación en las mujeres

aunque mínima, mostraron interés en contestar tardando en promedio 5 minutos en contestar la primera parte de asociación de palabras. En la ciudad de Xalapa las mujeres mostraron mucho interés, y aunque tuvieron mayor participación los hombres no se quedaron atrás con solo 2 personas menos del total de la población.

Por la misma variedad que existió la ciudad de Xalapa en cuanto a la edad la escolaridad se mostró de forma variada, hubo personas con escolaridad, primaria, secundaria, preparatoria, universidad y de otra escolaridad, mientras que en la ciudad de Monterrey, por la decisión que se tomó para aplicar las encuestas, hubo solo de preparatoria, universidad y posgrados.

Estas tres variantes ayudan mucho para saber que, sin importar el sexo, la edad o la escolaridad o hasta la ciudad, las Representaciones Sociales en ambas ciudades fueron consistentes, las prácticas bancarias, sin hacer referencia a los servicios o productos bancarios, son para ambas ciudades fueron prácticamente las mismas.

Para medir las Representaciones Sociales se utilizó el instrumento de asociación de palabras, que consiste en que la persona encuestada asocie la palabra Banco, con las primeras cinco palabras que se le vengan a la mente, anotándolas y con un tiempo determinado, para identificar a las personas que tengan dudas o razonan sus respuestas, técnica que puede ser empleada por otra disciplina ajena a los estudios de opinión pues permite capturar el pensamiento central de los individuos, sobre todo cuando dicho pensamiento es compartido. En este caso en la ciudad de Monterrey de las cincuenta personas encuestadas, aproximadamente el 60% tardaron en contestar esta parte aproximadamente 4 minutos ya que pensaban que deberían ser más complejos en sus palabras, mientras que en la ciudad de Xalapa los encuestados tardaron alrededor de 3 minutos o menos en contestar este apartado.

Las reacciones fueron variadas aunque similares, mucha asociaban al banco con sus propias actividades, por ejemplo dinero, ahorro, préstamos, tiempo, etc.

Para ambas ciudades la asociación de palabras en las primeras dos posiciones fueron las mismas por ejemplo en Xalapa las palabras fueron: dinero, créditos, deudas y ahorro, mientras que en Monterrey fueron: dinero, créditos, formarse, inversión y pagos. Prácticamente las asociación de palabras para la palabra Banco fue dinero.

El siguiente instrumento fue de la Representación Social de la banca, esta se midió con una pregunta ¿Cómo representan a la banca? El análisis fue simple solo se identificaban las representaciones que eran diferentes y se realizó una sola definición.

El núcleo central para ambas ciudades fue la misma, Dinero, y las palabras periféricas fueron las palabras que también se mencionaron con mayor número de veces, en la figura 4 se puede observar: crédito, deudas, ahorro, inversión.

Finalmente el instrumento de caracterización que consiste en darle a las personas una tabla con diferentes ítems, y dos columnas con dos opciones, más caracteriza y lo que caracteriza menos, el encuestado debería elegir solo cuatro de cada una de las opciones, cuatro que caracteriza y cuatro que caracteriza menos.

Ambas ciudades consideran que lo más característico de un banco es que mantiene seguro el dinero de los clientes, recordemos que la palabra con mayor asociación fue dinero, pues creen que los bancos puedes ahorrar e invertir el capital monetario, y como representación social en donde el banco lucra con el dinero de los clientes, sin perjudicar su patrimonio. De igual forma ambas ciudades consideran que lo que menos caracteriza a los bancos es “promoción para ayudas sociales”, considerando que las personas encuestadas no tienen mucha información sobre algunas ayudas sociales que los bancos ofrecen, como bécalos, fundación “*Quiera*”, etc.

Estas conclusiones son determinantes para conocer el punto de vista de las personas a partir de sus experiencias, prácticas, perspectivas, sentido común, etc. de esto es lo que se tratan las Representaciones Sociales, saber de antemano los pensamientos de las personas respecto a un tema.

Estudiosos de las ciencias sociales consideran que la práctica bancaria cada vez va en aumento y también influye en los comportamientos sociales de las personas que utilizan sus servicios, como en el consumismo, responsabilidad financiera, endeudamiento, etc. Lo que se puede notar en las encuestas sobre todo en la ciudad de Xalapa en donde hubo más participación de adultos mayores de 50 años es que no hay gran diferencia entre lo que representan jóvenes de 18 a 25, todos consideran que los bancos son instituciones financieras dedicadas a resguardar DINERO para poder solventarse y subsistir en el mercado bancario, además de otorgar créditos, préstamos para cubrir ciertas necesidades. Lo importante es también poder considerar como es que las personas al tener esa representación del banco como la palabra DEUDA siguen consumiendo préstamos o créditos, o que es una opción para poder consumir, y para ello contestaron que el personal es manipulador ya que engaña y omite información relevante cuando ofrecen servicios.

Tanto en Xalapa como en Monterrey representan de igual manera a la banca, mostraban cierta consternación ya que sólo contaban con un tiempo determinado para asociar palabras. El instrumento que se utilizó para este trabajo es muy diferentes a un instrumento de opinión, ya que el de las representaciones sociales hace que las personas relacionen el objeto con sus propias experiencias y/o prácticas. Es por ello que considero que este proyecto cuenta con información veraz. Las representaciones sociales van vinculadas con los estudios de opinión, ya que lo que responden es una opinión acerca de imágenes de... o de actitudes hacia..., sino teorías del conocimiento que se generan descubriéndolos por si solos.

Este estudio de opinión utilizando las Representaciones sociales, es interesante pues se puede obtener información relevante utilizando instrumentos de las RS para conocer cómo dos poblaciones completamente diferentes en cuanto a cultura, localización, educación, niveles socioeconómicos, escolaridad, edades coinciden en las prácticas de la banca, creo que las representaciones sociales ayudan a descubrir cómo es que las personas piensan respecto algo o alguna situación.

Hoy en día los bancos forman ya parte de las prácticas sociales de las personas ya que por necesidad o requerimiento deben abrir cuentas bancarias para recibir pagos, depósitos, para ahorrar, guardando su dinero en tarjetas de plásticos, de igual forma recibir por medio de las cuentas bancarias y en cualquier parte del mundo dinero. Las nuevas tecnologías han ayudado a manejar los bancos por medio de computadoras o celulares descargando aplicaciones bancarias y realizar operaciones en cualquier lugar siempre y cuando se tenga internet. Otro de los servicios que también es necesario utilizar de los bancos es para el cambio de divisas, ayuda a los turistas comprar cualquier tipo de moneda o convertir el dinero electrónico de una moneda a otra por cierto tiempo.

Los bancos cada vez más se están conectando a nuestros estilos de vida y a nuestras necesidades. La Representación Social de la Banca es igual para ambas ciudades, para ello hay una teoría que justifica los resultados obtenidos, esta se llama **Teoría de la figuración** de Norbert Elías quien logra articular entre lo social y lo individual, entre estructuras sociales y la subjetividad, entre el yo y el nosotros, entre la identidad individual y la identidad colectiva. Sus trabajos parten de la idea de que la realidad social no se contrapone a los individuos, sino que surge de la interdependencia de sus acciones (Garrido, 2007, p. 489).

Elías, concibe las acciones individuales o interpersonales en el marco de las estructuras sociales que las posibilitan al tiempo que limitan los cursos de acción e interacción posibles. Para ello, introduce la noción de *figuración*, para referirse a la interdependencia que se establece entre los individuos a lo largo de la historia (Garrido, 2007, p. 489).

El concepto de *figuración* sirve para proveerse de un sencillo instrumento conceptual con ayuda del cual flexibilizar la presión social que induce a hablar y pensar como si individuo y sociedad fuesen dos figuras no sólo distintas sino, además, antagónicas. Lo que se entiende aquí como figuración es el modelo cambiante que constituyen las personas como totalidad, esto es, no sólo con su intelecto, sino con toda su persona, con todo su hacer y todas sus omisiones en sus relaciones mutuas (Garrido, 2007, p. 490).

Se argumenta, la explicación de la conducta no puede partir ni del análisis

de las intenciones de los individuos, ni tampoco de una consideración de la sociedad como algo externo a éstos. Sólo puede ser explicada en relación a las figuraciones que aquellos forman entre sí y a las interdependencias que los vincula (Garrido, 2007, p. 490).

Esta teoría de la figuración tiene que ver en la intervención de las opiniones o representaciones sociales con la representación individual y viceversa, para ello muestro un modelo de cómo esta puede explicar cómo las Representaciones Sociales en ambas ciudades independientemente de su localización territorial, cultura, economía, etc. son las mismas para la palabra banco.

Este trabajo como ya se mencionaba anteriormente surge por el interés de conocer el principio o la importancia que las personas le dan a las actividades bancarias, y este principalmente se conoce a través de diversos instrumentos y teorías que sustenten las opiniones, es por ello que se eligió la Teoría de las Representaciones Sociales por los objetivos a alcanzar en diversos temas que tiene que ver con los individuos y el colectivo.

Los bancos en la actualidad son instituciones frecuentadas por personas de diversas edades y para realizar actividades financieros, como ahorro, depósitos a cuentas de terceros, pagos de servicios, prestamos, pagos de nómina y más. Las Representaciones Sociales para la banca es un conocimiento de la realidad como construcción social en el ámbito subjetivo, la manera en que nosotros, sujetos sociales aprendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano (Moscovici, 1979).

Haber trabajado las Representaciones Sociales en este tema fue importante para mi formación académica y también en lo laboral, ya que a pesar de ya no pertenecer a una institución bancaria, me ayudó a comprender lo que las personas creen que es un banco de acuerdo a su realidad, y cómo las instituciones bancarias crean en las personas diferentes formas de pensamiento acerca de la banca.

La teoría de las RS, aunque es muy criticada por ser compleja para obtener resultados confiables, considero que para este proyecto me permitió conocer lo

que personas de ciudades diferentes, culturas, gustos, economía saben de un banco ya sea porque hacen uso de estas instituciones o porque la misma sociedad lo conduce a ese conocimiento.

Mi trayecto laboral dentro de un banco y además participar en conferencias, clases y el aprender sobre las RS ayudó a elegir estos dos temas. Personalmente me han permitido desarrollar nuevos conocimientos acerca de la importancia que cumple una sociedad para desarrollar en el individuo conocimientos sobre algunas prácticas sociales, en este caso las prácticas bancarias. La movilidad académica al Instituto de Investigaciones Sociales, en la ciudad de Monterrey, me permitió entender que las personas, aunque tengan diferentes usos y costumbres, tendrán una misma representación en este caso de la banca, ya que las prácticas dentro de las instituciones bancarias independientemente de las diferencias, son las mismas dondequiera que se practiquen. Posteriormente sería interesante trabajar la parte de los empleados y cómo ellos mismo representan a un banco y cuáles creen que son sus prácticas dentro de esta institución.

Este proyecto ayuda a entender dentro de un campo de estudio de la economía conductual, cómo las personas basan sus decisiones económicas de acuerdo a sus intereses y necesidades y éstas a su vez afectan al mercado bancario. Se puede observar con los resultados anteriores en las prácticas bancarias de los usuarios.

Trabajar durante dos años en un banco y tener que relacionarme con personas que buscaban informarse, quejarse, sugerir, llamó mi atención para hacer este estudio, porque a pesar de las inconformidades de los servicios las personas reaccionaban contrariamente. Tal vez esto se debe a la imposición del sistema financiero, para hacer uso de los servicios bancarios.

Finalmente, podemos decir que realizar el presente proyecto de intervención es una aportación que puede beneficiar a los bancos, para conocer el nivel de impacto que ha generado su trabajo, así como dar cuenta de la posición que tienen los individuos sobre la banca, logrando mostrar la realidad a partir, de las miradas de los usuarios. Así mismo que la Teoría de Representaciones Sociales propuesta por Moscovici (1961) a pesar de ser poco utilizada en

investigaciones para los Estudios de Opinión, permite observar los significados sobre un objeto, fenómeno o situación; ofreciendo con esto una forma de conocimiento sobre la sociedad, con independencia del lugar geográfico, estado o ciudad que hagamos referencia.

Referencias Bibliográficas

Abric, J. C. (1994). *Prácticas sociales y representaciones*. D.F: Coyoacán S.A. de C.V.

Abric, J. C. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. D.F: Coyoacán S.A. de C.V.

Asociación de Usuarios de Bancos, c. y. (2012). *El comportamiento del consumidor financiero, sus nuevos hábitos y costumbres ante la reestructuración del sector bancario*. Madrid.

Barberena, D. (2008). *En la teoría de las representaciones sociales, el proceso de objetivación se refiere a la transformación de conceptos abstractos extraños en experiencias o materializaciones concretas. Por medio de él lo invisible se convierte en perceptible*. Pachuca Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Barcelata, H. (2010). *La crisis financiera en Estados Unidos. Contribuciones a la Economía*.

Campoy, T; Gomes, E. 16 junio 2009, *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos*, Editorial EOS.

Casados, E. (2001) *Conocimiento Social y Sentido Común*, Ed. Humanidades y Educación, Venezuela.

Coria, *Introducción a la Psicología Económica* (pág. 122). Chile: PsicomEditores.

Doise, W. (2005). *Representaciones sociales y análisis de datos*. México, D.F: Instituto Mora.

Doise, W., Clèmence, A. & Lorenzi-Cioldi, F. (2005). *Representaciones sociales y análisis de datos*. México: Instituto Mora.

Dorantes, C. (2011). "Representaciones sociales sobre la reforma en Educación secundaria de los docentes de telesecundaria del Estado de Veracruz". Facultad de Filosofía y Letras. División de Estudios de Posgrado. Doctorado en Pedagogía. México: Universidad Nacional Autónoma de México UNAM.

Durkheim, E. (1898). *La división del trabajo social*. Buenos Aires: Shapire.

Farr, R. (1984). *Las representaciones sociales*. en Moscovici, S. *Psicología social II Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Buenos Aires- Barcelona- México: Paidós.

Gaona, C. (1 de agosto de 2001). UV. es. Recuperado el 11 de 10 de 2015, de uv.es:

file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/(5a)Metodos_de_investigacion_social_Cualitativos.pdf

Ibáñez, T. (1994). Representaciones sociales. Teoría y método. En Psicología social construccionista, 153-216. México: Universidad de Guadalajara.

Jodelet, D. (1989). Représentations sociales: un domaine en expansion. Paris: PUF.

Lazarus, J. (ene/abr de 2012). Desacatos no.44 México ene./abr. 2014. Obtenido de Desacatos no.44 México ene./abr. 2014: www.scielo.org.mx

Leiva, F. M. (2008). La adopción de una innovación basada en la Web. Análisis y modelización de los mecanismos generadores de confianza. Universidad de Granada.

Manrique, A. (2010). Fundamentos de la organización y del funcionamiento del Estado Colombiano. En A. M. Reyes, fundamentos de la organización y del funcionamiento del Estado Colombiano (pág. 645). Medellín, Colombia: dike.

Mercado H. salvador (2007). Investigación. Metodología de la investigación el paso más seguro...al conocimiento. México. PACJ. Publicaciones Administrativas Contables Jurídicas.

Mora, Martín (2002). La teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici. Athenea Digital, 2.

Moscovici, S. (1979). La psicología, imagen y público. Buenos aires: Huemul S.A.

Moscovici, S. (1979). La psychanalyse, son image, son public. Paris: PUF deuxieme édition 1976.

Moscovici, S. (1981). Francia: Presses Universitaires de France.

Nuño, B. (2004). Modelos de Toma de decisiones con los que intentan resolver el consumo de droga ilegales adolescentes consumidores y sus padre que acuden a tratamiento a CIJ en Guadalajara. México, D.F: UNAM.

Ortega, E. (2006). Representación social de la pobreza: un estudio comparativo intercultural. Trayectorias, 152-163. Sampieri, R. H. (2006). Metodología de la investigación. México D.F: Mc Graw Hill interamericana.

Ossadon, J. (2012). Destapando la Caja Negra/Sociología de los créditos de consumo en Chile. Chile: ICSO Instituto de Investigaciones en Ciencias Sociales.

Philip, K. (1999). El Marketing Según Kotler. Editorial Paidós SAICF.

Quero, E. Garcia, A., Peña, J. (2007). Mantenimiento de portales de la información. Paraninfo, S.A. Magallenes, España.

Real Academia Española "Consumismo", retomado el día 7 de junio de 2015.

Riechmann, J. (7 de mayo de 2009). Sociología del dinero. Recuperado el 19 de junio de 2015, de pendiente de migración: www.pendientedemigración.ucm.es.

Solorzano, F (2013) Representaciones Sociales del Desarrollo en el conflicto socio ambiental en Wirikuta, Maestría en Ciencias Sociales con orientación en desarrollo sustentable, UANL, Monterrey.

Araya, S. (2002). Las Representaciones Sociales: ejes teóricos para su discusión. San José, Costa Rica: Asdi.

Vasilachis, I. (2007). Condiciones de trabajo y representaciones sociales. Discurso y sociedad, 148-187.

Villareal, M. (2004). Antropología de la deuda Crédito, ahorro, fiado y prestado en las finanzas cotidianas. México, D.F: Miguel Ángel Porrúa.

Wilkis, A. (2012). Una sociología moral de las relaciones bancarias. En A. Wilkis. Buenos Aires: desacatos.

Consultas por internet

ABM. (2010).

Denegri, M. (13 de 06 de 2002). Introducción a la psicología económica. En M. D. Diaz, D. G. (15 de 06 de 2015). documents.mx. Recuperado el 6 de 12 de 2015, de documents.mx: <http://documents.mx/technology/el-altruismo.html>

Forex, i. (24 de octubre de 2012). invertir forex. Recuperado el 18 de junio de 2015, de invertir forex: <http://www.invertirforex.com/entidades-bancarias/funciones-basicas-de-las-entidades-bancarias.htm>

Gaona, C. (1 de agosto de 2001). UV. es. Recuperado el 11 de 10 de 2015, de uv.es:
file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/(5a)Metodos_de_investigacion_social_Cualitativos.pdf

Giménez, G. (2005). Capítulo I: La concepción simbólica de la cultura. Manuscrito no publicado. Extraído el 6 de febrero, 2008 de:
<http://www.paginasprodigy.com/peimber/cultura.pdf>.

Investigación Cualitativa. (9 de septiembre de 2015). Recuperado el 9 de septiembre de 2015, de:
http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cualitativa

Herzlich, C. La representación social: sentido del concepto. Moscovici, S. Introducción a la Psicología social. ed. Planeta, 1975.
<http://www.paginasprodigy.com/peimber/cultura.pdf>.

Lazarus, J. (ene/abr de 2012). Desacatos no.44 México ene./abr. 2014. Obtenido de Desacatos no.44 México ene./abr. 2014: www.scielo.org.mx

Luz, E. d. (21 de 09 de 2012). Imagen radio. Recuperado el 8 de 12 de 2015, de imagen radio: <http://www.imagen.com.mx/fundacion-de-monterrey-la-sultana-del-norte>

Banco de México. (20 de 06 de 2015). www.banxico.org.mx.

<http://www.banxico.org.mx/mibanxico/pdf/zona2imprimible.pdf>

México, B. d. (20 de 06 de 2015). www.banxico.org.mx. Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/mibanxico/pdf/zona2imprimible.pdf>.

Monterrey (agosto 2012), recuperado el 7 de octubre de 2015. <https://es.wikipedia.org/wiki/Monterrey>.

Moral, M. C. (2 de septiembre de 2014). modulomoral.blogspot. Recuperado el 18 de septiembre de 2015, de modulomoral.blogspot: <http://modulomoral.blogspot.mx/>

Ortega, P. P. (2006). La globalización en el sector bancario mexicano. Recuperado el 19 de junio de 2015, de Economía UNAM: www.economia.unam.mx.

Pérez, V. J. (2013). La sociedad de consumo: vivir es consumir. Universidad Autónoma de Barcelona. <http://elordenmundial.com/ensayo-y-opinion/sociedad-de-consumo/> retomado el 9 de diciembre de 2015.

Riechmann, J. (7 de mayo de 2009). Sociología del dinero. Recuperado el 19 de junio de 2015, de pendiente de migración: www.pendientedemigración.ucm.es.

RH, G. d. (15 de octubre de 2015). GMCRRH. Recuperado el 5 de 12 de 2015, de GMCRRH: <http://gmcrh.mx/recursoshumanos/para-que-sirve-el-estudio-socioeconomico/>

Rocasolano, P. M. (13 de 06 de 2015). eumed.net. Recuperado el 15 de JUNIO de 2015, de eumed.net: www.eumed.net.

Valores, C. N. (2013). www.cnbv.gb.mx. Obtenido de www.cnbv.gb.mx.

www.banxico.org.mx , 7 de junio de 2015.

www.cnbv.gob.mx, Página oficial Comisión Nacional Bancaria y de Valores, consultada 25 de mayo 2015.

www.condusef.gob.mx Página oficial Comisión Nacional para la Protección y

Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, página consultada 25 de mayo de 2015.

www.condusef.gob.mx Página oficial Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, página consultada 25 de mayo de 2015.

www.condusef.gob.mx Página oficial Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, página consultada 25 de mayo de 2015.

www.economía48.com el día 7 de junio de 2015.

www.monografias.com consultado 13 de septiembre 2015.

www.shcp.gob.mx Página Oficial Secretaria de Hacienda y Crédito Público, página consultada 25 de mayo de 2015.

<http://www.eumed.net/ce/2010a/hbc.htm>, página consultada el día 16 de noviembre de 2015.

Xalapa (julio 2012), recuperado el 7 de octubre de 2015. <http://xalapa.gob.mx>

1. Elija y marque con una "x" 4 ítems que más caracterizan a la banca, no se puede seleccionar 3 ni 5
2. Elija y marque con una "x" 4 ítems que caracterizan menos a la banca, no se puede seleccionar 3 ni 5

<i>Ítems</i>	Lo caracteriza	Menos caracteriza
Sirve eficientemente a sus clientes		
El dinero de los cliente lo mantiene seguro		
Resuelve los problemas financieros de los clientes		
Fomenta la inversión empresarial		
Promoción para ayudas sociales		
Beneficia a los clientes con mayor rendimiento en sus inversiones		
Hace trabajar el dinero de sus clientes para su propio beneficio		
Es para personas o empresas con mayor capital		
Favorece la inversión de las PYMES		
Respalda a las PYMES		

¡Gracias por su colaboración!