Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"

Estudios de mercado para la instalación de casas bancarias

Mulieri, Osvaldo José Antonio

1967

Cita APA:
Mulieri, O. (1967). Estudios de mercado para la instalación de casas bancarias. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas

Este documento forma parte de la colección de tesis doctorales de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios".
Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.
Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires

Tesis Doctoral 001501/0881

Od 1501
881

ORIGINAL

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

CATEDRA DE POLITICA BANCARIA

16/6/967
Buenos Aires

Trabajo de Tesis Doctoral sobre el tema:

ESTUDIOS DE MERCADO PARA LA INSTALACION DE CASAS BANCARIAS

Presentado por el alumno:

OSVALDO JOSE ANTONIO MULIERI

Plan "D"

Para optar al grado de Doctor en Ciencias Económicas

Fecha de presentación: 1º/6/67

Profesor: Dr. Marcelo G. Cañellas

Nº de Registro: 17.042 - Nº de Libreta Universitaria: 1079/51

Domicilio: Sánchez de Bustamante 2.640 - 4º "A" - Capital

T.E.: - -

CATALOGADO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESTUDIOS DE MERCADO PARA LA INSTALACION DE CASAS BANCARIAS

I N D I C E

Páginas

CAPITULO I - Las normas históricas en la República Argentina. . 1
1. Los estudios de mercado en la etapa de difusión de sucursales bancarias en el interior del país. 1
2. Los estudios de mercado para la instalación de casas bancarias en el exterior y motivaciones político-económicas . . 7
3. Las disposiciones para la apertura de bancos en los regímenes de las Leyes Nº 12.156/935 y Nº 13.571/949 13

CAPITULO II - Las reglas establecidas en el regimen post-clásico del año 1957 20

CAPITULO III - Teoría de las investigaciones de mercado para instalar casas bancarias 41
1. Introducción 41
2. Determinación de un área rural 43
3. Determinación de un área urbana. 49
4. Apéndice 52
5. Determinación de la estructura y posibilidades económicas de las áreas 52
6. Captación de dinero flotante y ahorros 54
7. Competencia: razones de especialización de los bancos. . . . 57

CAPITULO IV - Mercado activo potencial. 59
1. Diversas técnicas especializadas de investigación conducentes a su determinación 59

CAPITULO V - Conclusiones 69

- 0 -

CAPITULO I

- LAS NORMAS HISTORICAS EN LA REPUBLICA ARGENTINA -

Las primeras normas sobre instalación de bancos en el país se enunciaron con carácter sumario y general en la Ley 12.156 de 1935. Antes de dicha fecha, los bancos seguían un criterio pragmático en la materia, que no varió siquiera en 1891 con la creación del Banco de la Nación Argentina, que con el transcurso de los años se ha convertido en la Institución que cuenta con el mayor número de filiales en el país, y en el exterior.

1.- Los estudios de mercado en la etapa de difusión de sucursales bancarias en el interior del país.

Si bien las autoridades del Banco de la Nación Argentina siempre estuvieron inspiradas en razones de buen orden administrativo, en los primeros años de su existencia, la Institución carecía de los controles técnicos conducentes a una correcta determinación de las posibles zonas de radicación de sucursales.

En 1892, a un año de su nacimiento este Banco habilitó y libró al público 58 filiales, y en la mayor parte de los casos, se siguió un criterio uniforme. Era común que las fuerzas vivas de una determinada ciudad o zona solicitaran al Banco la instalación de una filial en dicho radio, anexando las firmas de los vecinos más representativos y, en algunos casos, una reseña muy general, basada prácticamente en apreciaciones subjetivas sobre la actividad desarrollada en el pueblo en cuestión. A continuación, el Banco enviaba un Inspector a la zona a fin de que se interiorizara sobre dichos aspectos y agregara a su informe cualquier dato que pudiera obtener de conversaciones mentenidas con los Gerentes de las Sucursales más cercanas al radio de acción de la futura filial y con otras personas caracterizadas del lugar, amén de alguna cifra estimativa sobre

población, número de hectáreas sembradas de cada especie, número de cabezas de hacienda según razas, capitales en giro, número de casas bancarias en funcionamiento con mención de montos de depósitos y préstamos y probables montos de transacciones y rendimiento a realizar por la Sucursal a crearse.

El índice que primordialmente convencía al Banco estaba dado por el monto de operaciones alcanzado por su agente corresponsal en la zona cargo que por lo general era desempeñado por los titulares de almacenes de campaña, quienes percibían una comisión estipulada por el Banco. De tal forma, la experiencia y la clientela radicada por éstos era asimilada por la nueva filial.

Paulatinamente el Banco fue perfeccionando sus estudios previos a la instalación de nuevas filiales, hasta que en la década 1920/930 se dictaron instrucciones precisas a los Inspectores encargados de la redacción del estudio de mercado en cuestión. El esquema, que se transcribe a continuación, fue fruto de la experiencia y de la necesidad de contar con elementos de juicio objetivos, no habiendo surgido de disposiciones legales nacionales, y aún subsiste en la actualidad, con leves variantes de forma, según se verá más adelante.

Riqueza de la zona. Cuáles son las fuentes principales que concurren a su formación y posibilidades de intensificación y/o de iniciar otras.

Agricultura. Sementeras, extensión, rendimiento unitario y clase de sembrados, número de agricultores y distribución en propietarios y arrendatarios. Valores por producción parcial y totales.

Ganadería. Existencia de haciendas discriminada por especies, calidad, precios corrientes por unidad de cada raza, número de productores, firmas que se dedican a remates ferias en la zona y mercado a que se destina la producción.

Comercio. Número de firmas establecidas, capitales, ramos y solvencia

de la plaza.

Industrias. Número de establecimientos, capitales, clase de fabricaciones, valor de la producción y demanda que obtienen los productos elaborados.

Tierras. Características e importancia de las explotaciones existentes, valor de la propiedad urbana y rural, superficie de los campos de pastoreo, alfalfares y otros sembrados, chacras y zonas inundadas e inundables, y toda otra peculiaridad que merezca destacarse.

Estado de la plaza. Resultado de los negocios y perspectivas, quiebras concursos, liquidaciones, etc. experimentados en los últimos cinco años.

Radio posible. Superficie que puede abarcar, límites, núcleos de población mencionando su número de habitantes, vías férreas, caminos carreteros, frecuencia del transporte colectivo, distancia de una localidad a otra, distancia a las sucursales más cercanas del asiento de la filial proyectada. Se acompañará croquis ilustrativo.

Vinculación con otras sucursales. Cartera y depósitos de la clientela que opera en sucursales limítrofes y que se encuentra domiciliada en el radio de la sucursal proyectada. Número de firmas que operan a crédito y efectúan depósitos.

Bancos locales o cercanos. Mención de los mismos, consignando, si es posible y siempre que provengan de memorias y balances, cartera y depósitos de bancos locales. Asimismo, se consignarán tipo de interés y comisiones.

Oficinas públicas. Las existentes en la localidad de la Casa proyectada y en las otras poblaciones del radio propuesto, sean éstas nacionales, provinciales o municipales. Si existe Escribano Público con registro o Juzgado de Paz para efectuar protestos u otros diligencias judiciales; en su defecto, cuál sería el procedimiento a seguir para

evitar los perjuicios de la falta de protesto.

Local. Posibilidad de encontrar un edificio adecuado para tomar en locación, alquiler posible y cualquier otro dato de interés sobre el particular. Posibilidades de conseguir vivienda para el personal en la zona.

Opinión del Inspector. Opinará sobre la conveniencia o no de la creación de la sucursal, delegación u oficina.

Perspectivas de la Filial. El análisis de las particularidades precedentemente mencionadas, conducirá a conclusiones más o menos precisas acerca de las perspectivas inmediatas o futuras que podría tener la filial, compulsando no sólo la transferencia de cartera y depósitos de otras Casas y la vinculación de firmas nuevas, sino también el impulso que pueda tener la economía local o regional por efectos de la acción promotora que concierne al Banco.

El Inspector que debía elaborar el estudio de mercado sobre las bases precedentes, debía asimismo consignar en su información el mayor número de datos estadísticos considerados de utilidad, de forma tal que se reflejara en todos sus aspectos el volumen de la capacidad productora de la zona y la importancia de su intercambio comercial.

Simultáneamente, el Banco de la Nación Argentina emitió normas internas tendientes a la verificación y control de la competencia que operase en el radio de acción de cada una de sus filiales, las que se transcriben a continuación:

-No se omitirá comunicar el día de la inauguración, traslado, cierre, cambio de nombre, modificación en la tasa de interés y comisiones, etc. de toda casa bancaria establecida en el radio. En los casos de inauguración, fusión, etc. la información debía versar sobre los siguientes puntos:

a) Nombre del Banco (si es Sucursal, indicar dónde está la Casa Matriz, y si es Casa Matriz, qué sucursales tiene).

b) Plaza, radio de sus actividades, operaciones a que se dedica, intere-

ses, comisiones, etc. que cobra en las distintas operaciones a crédito; intereses que paga; depósitos, cartera y movimiento general con indicación de fecha de relevamiento; confianza que inspira al público; forma en que desenvuelven sus actividades; situaciones de ventaja o desventaja respecto de esa sucursal y otras consideraciones.

-Asimismo, cada filial debía enviar a la Casa Central del Banco de la Nación Argentina dos ejemplares de las memorias y balances que en lo sucesivo publicasen los aludidos bancos, es decir, los que operasen dentro del radio de cada filial.

Por último, en 1960 con el objeto de expandir sus servicios el Banco de la Nación Argentina elaboró un nuevo cuestionario que debía evacuar dada una de sus filiales. En sintesis, dicha encuesta incluía los siguientes rubros:

-Ubicación de la dependencia que s e propone.
-Clase de la misma: Sucursal, Agencia u Oficina - Categoría o Tipo.
-Radio que se le fijaría, anexando gráfico con indicación de poblaciones comprendidas, distancias, etc.
-Partes de los radios de filiales próximas que tomaría la nueva casa con indicación de los kilómetros cuadrados comprendidos en cada caso.
-Medios de comunicación con especificación de las diversas clases.
-Otros bancos existentes en el radio con mención de sus carteras, encajes, depósitos y número de operaciones.
-Oficinas públicas existentes en la localidad de asiento propuesta.
-Población del radio a fijarse discriminada en urbana y rural y clasificada por tipo de tareas (rurales, comerciales, industriales y otras) realizadas.
-Producción agropecuaria en el radio con mención del número de hectáreas en explotación y la discriminación del valor de la producción y la po-

blación ocupada según el producto principal y sus derivados.

-Ganadería y otras explotaciones: igual discriminación que para agricultura.

-Cantidad de comercios existentes en el radio, ramos a que se dedican, personal ocupado y capitales en giro.

-Industrias: igual discriminación que para comercios.

-Cartera probable: montos según la incidencia del desplazamiento de otras filiales y según la vinculación de clientes nuevos.

-Depósitos probalbes: igual discriminación que para cartera probable.

-Utilidad anual probable.

-Local para la nueva filial: Determinación precisa de la posibilidad de obtener un local adecuado para el funcionamiento de la filial, especificando si es en arrendamiento o en venta, y los precios respectivos en cada caso. En anexo planos y croquis de ubicación correspondientes.

Sin embargo, previamente a la realización de la encuesta debía tenerse en cuenta que la posibilidad y conveniencia de crear una filial estaría supeditada, fundamentalmente, a las siguientes circunstancias:

a) que la localidad necesite, en forma indubitable, la instalación de una dependencia del Banco de la Nación Argentina para asistir a los hombres de trabajo en sus exigencias crediticias e impulsar el desarrollo económico de la región;

b) que esas necesidades aparezcan dignas de prioridad, con relación a otras poblaciones, merecedoras también y en mayor grado, quizás, de contar con servicios bancarios; y,

c) que la instalación de una filial de este Banco no signifique una superposición de servicios, por existir otra casa bancaria en la localidad, o una interferencia en la acción que otras entidades se propongan desarrollar con análoga finalidad.

2.- Los estudios de mercado para la instalación de casas en el exterior y motivaciones político-económicas.

El Banco de la Nación Argentina contaba con nueve filiales en el exterior al 31 de diciembre de 1966. La primera de ellas se habilitó en la Ciudad de Asunción del Paraguay en 1942. Recién en 1954 se habilitó la segunda en Villarica y en 1956 en Concepción y en Encarnación, todas ciudades de aquél país. En 1958 se libraron al público dos filiales en Bolivia ubicadas en las Ciudades de La Paz y de Santa Cruz de la Sierra. En 1960 el Banco se instaló en Río de Janeiro, Brasil; en 1961 en Montevideo, Uruguay y finalmente en 1965 en San Pablo, Brasil.

En cada oportunidad el Banco efectuó estudios profundos a fin de tomar conocimiento de la dinámica operativa de dichas plazas. Pero, el establecimiento de tales filiales no responde sólo al propósito de ampliar las actividades de dicha Institución, sino a una finalidad política mucho más trascendental para los intereses argentinos, cual es la de intensificar los vínculos con países vecinos, fomentar su riqueza y expandir la influencia económica y financiera de la República Argentina fuera de sus fronteras. Por tal motivo, el Banco debe contar con la aquiescencia previa de los respectivos gobiernos; luego, y conforme lo resuelva su Directorio se efectúan los estudios y gestiones pertinentes para determinar, sobre esa base, las condiciones en que funcionarán las filiales previstas.

Las casas principales que el Banco dispone habilitar en el exterior se denominan "Agencias", por cuanto esa expresión significa crear fuera del país una entidad que obre por poder y encargo del Banco, y no una "Sucursal" propiamente dicha, ya que ésto importaría fijar en el extranjero una ampliación del Banco con todas las características que éste tiene en la República Argentina, donde es un órgano integran

-//-

te del Estado Nacional. Por su parte, las restantes filiales que se instalen en el mismo país en que exista una Agencia, se denominarán "Subagencias", siempre que estén sujetas a supervisión o de alguna manera subordinadas a las casas principales. De lo contrario tendrán también la denominación de Agencias.

Los aspectos principales que se consideran al establecer filiales en el exterior, sin fijar una regla con características de uniformidad puesto que cada caso tendrá sus peculiaridades, son los que se enuncian a continuación:

-Obtención de personería jurídica.

-Determinación del capital con que evolucionará la dependencia y su forma de integración.

-Operaciones que realizará.

-Reglamento que regirá las actividades de la Agencia dictado por el Directorio del Banco, de acuerdo con su Carta Orgánica.

-Obtención de las franquicias que en materia de impuestos se otorguen a los demás bancos que operen en la plaza en cuestión.

-Procurar la liberación de derechos de importación de los muebles y útiles para la Agencia, lo mismo que a los materiales destinados a la construcción de edificios destinados a locales del Banco.

-Determinación del porcentaje de personal argentino q ue se admitirá y obtención de un plazo prudencial para encuadrarse en la respectiva exigencia.

-Autorización para disponer libremente de las utilidades que arroje la filial.

-Celebración de un convenio internacional en el que aparezcan especificadas las principales condiciones en que funcionará la Agencia, vale decir, las expresadas precedentemente y las que surjan de las tratativas pertinentes.

Si bien todos los estudios efectuados por el Banco de la Nación Argentina para la apertura de sus filiales en el exterior fueron sumamente analíticos, el más completo y extenso fue el realizado en 1942 por el entonces Subgerente de Sucursales del Banco, D. Emilio G. Rossler con miras a la creación de una filial en La Paz, Bolivia que, con el correr del tiempo y de diversas gestiones fue habilitada como quedó dicho, en 1958.

El informe consta de 34 páginas y un anexo de 164 páginas en el que se profundiza cada uno de los aspectos tratados en el informe y se incluyen, además, series estadísticas analíticas y gráficos. Los temas principales tratados son los siguientes:

Comercio. Importancia, organización, inscripción, sistemas contables, le de quiebras, seguros, situación económica, evolución en la última epoca, importaciones argentinas, exportaciones hacia Argentina, comercio exterior.

Industrias. Minera: minerales exportados según tonelaje y valor, costos de producción, precios de venta, gravámenes, impuestos a la exportación, principales establecimientos mineros, minería mediana y otros productores, sistemas de explotación, combustible, concesiones. Fabril: análisis según cada uno de los departamentos (es decir, provincias) del país. Agropecuaria: análisis sobre la agricultura, ganadería, petróleo y goma.

Bancos. Ley de Bancos. Análisis de las actividades desarrolladas por: Banco Central, Banco Nacional, Banco Mercantil, Banco Minero, Banco de Crédito Hipotecario, Banco Hipotecario Nacional de Cochabamba, Banco Popular del Perú, Banco Agrícola.

Hacienda Pública. Situación económica del país, balanza internacional de pagos, billetes, depósitos, reservas, presupuesto nacional para 1942, deuda pública 1939/941.

Reseña histórica. Aspecto social: en las minas, en la agricultura, en

los centros urbanos, en la clase media. Aspecto Político: gobierno y administración, poderes legislativo, ejecutivo y judicial, regimen interno y comunal, culto, educación nacional, educación del indio, correo y telégrafos.

Extensión y Población. referencias demográficas, pobladores primitivos, población actual.

Ciudad de La Paz. miscelánea.

Transportes. enunciación.

Construcciones. enunciación.

Legislación vigente. enunciación.

Conclusiones. Las que se transcriben en su faz decisiva por considerar las sumamente aclaratorias a los fines propuestos:

"Si debiera emitir mi ppinión circunscripta exclusivamente a la "faz comercial, probablemente no aconsejaría la creación de la filial "que se proyecta en Bolivia frente a la incógnita que en general plan "tea la terminación de la guerra -mucho más en países de las caracte- "rísticas de aquél- y a los inconvenientes con que sin duda ha de tro pezarse para que el Banco pueda desarrollar su acción en lo que yo es timo le cabe la principal función a cumplir en el aludido país (en agri "cultura y ganadería: falta de elemento humano; en lo que respecta al "acrecentamiento del intercambio comercial: dificultades del transpor "te), como así también para la provisión de personal, aparte de otros "detalles que elevarán sin duda apreciablemente el costo de administra "ción. Y digo esto, porque, si bien he llegado a la conclusión de que "existen perspectivas favorables en el aspecto económico, no serían "éstas suficientes, a mi juicio, como para que el Banco, en estos mo- "mentos de incertidumbre, extienda su acción a otros países, comprome tiendo capitales que tienen mejores perspectivas de co locación en "nuestro propio territorio."

"Pero ante la existencia de razones superiores, que sin desplazar, "por cierto, las deducciones de índole económica las relegan -podría "decirse- a segundo plano, y atendiendo a la necesidad de cooperar en "la política de acercamiento internacional que se ha trazado el Poder "Ejecutivo, estimo que debe resolverse su creación."

"Esta impresión final está inspirada en el hecho de que la insta- "lación de la filial en La Paz, además de dar formas ciertas a un an- "helo exteriorizado por los Exmos. señores Presidentes de la Argentina y de Bolivia, llenaría los siguientes fines:

"a) estimularía notablemente el acercamiento de la Argentina al pueblo "boliviano, modificando a nuestro favor un sentimiento de recelo, ori- "ginario de la época de la guerra del Chaco, que si bien ha venido "transformándose gradualmente, no está todavía extinguido del todo;

"b) impulsaría el intercambio comercial con nuestro país a un punto que, "solucionadas las cuestiones que afectan al transporte, puede alcanzar "considerable importancia para el comercio exportador argentino, conquis- "tándose un mercado que brinda posibilidades dignas de consideración. "En la actualidad no existe organización coordinada y esto facilita la "introducción de productos peruanos, chilenos, brasileños y norteameri- "canos. La presencia del Banco llevaría a los capitales argentinos esa "sensación de confianza que hoy falta, estimulando la iniciación de ne- "gocios e instalación de comercios de que hoy se carece en La Paz;

"c) contribuiría eficientemente a la solución oportuna de las cuestio- "nes de índole comercial que co n alguna frecuencia surgen entre comer- "ciantes bolivianos y exportadores argentinos, facilitando las transac- "ciones merced a la corriente de recíproca confianza que el Banco con "su acción establecería;

"d) desarrollaría una interesante acción de verdadero fomento orienta- "dor de la agricultura y la ganadería, industrias poco extendidas en

"Bolivia, contribuyendo así en grado apreciable a la transformación eco
"nómica que necesariamente debe producirse en ese país para atenuar las
"consecuencias que ha de traer la terminación de la guerra, y mejoraría
"la producción estimulando el empleo y consumo de materiales y productos
"de que puede la Agentina abastecer en excelentes condiciones;
"e) facilitaría la importación a la Argentina de materias primas nece-
"sarias a nuestras industrias (caucho, plomo, estaño, bismuto, amianto,
"etc.). A este respecto pienso que, si el Banco hubiera estado actuan-
"do en Bolivia, difícilmente se hubiera perdido la producción de goma
" y estaño, para cuya obtención tantas gestiones se hicieron sin resul
"tados por estar íntegramente comprometidas con Estados Unidos e Ingla
"terra;
"f) introduciría en la plaza, con reflejo probable en todo el país, sis
"temas modernos de organización bancaria, perfeccionando las prácticas
"antiguas en uso, que tanto dañan el despacho acelerado de las operacio
"nes;
g) atraería una elevada proporción de depósitos del comercio y público
"en general por la confianza que inspira su organización. Probablemen-
"te serían de importancia las operaciones de crédito que realizaría,
"atento al margen apreciable que existe para ello, y reducidos los ries
"gos de quebrantos, si se piensa que el comercio es sólido y cumple a
"satisfacción sus obligaciones bancarias, debiéndose tener presente que
"no se registran quiebras ni concursos de cinco años a esta parte."

3.- Las disposiciones para la apertura de bancos en los regímenes de las Leyes Nº 12.156/935 y Nº 13.571/949:

Antes de la sanción de la Ley Nº 12.156 que se produjo el 21 de marzo de 1935, la República Argentina no contaba con una legislación bancaria propiamente dicha y, salvo algunas pocas disposiciones legales especiales, el comercio bancario estaba sujeto, tanto en su régimen funcional como en el operativo, a la legislación común. Pero como consecuencia de la crisis económica mundial de 1930 se había producido el congelamiento de una extraordinaria masa de activos bancarios, hecho que configuró un serio problema, en especial, para diversos bancos de la Capital Federal, y que en definitiva originó la aparición de la Ley Nº 12.155 por la que se creó un Banco Central de carácter mixto que funcionaba como instituto de emisión y con facultades para promover la liquidez y el buen funcionamiento del crédito bancario y aplicar las disposiciones sobre inspección, verificación y régimen de los bancos establecidas en la Ley de Bancos Nº 12.156 que se sancionó simultáneamente con el objeto de prevenir en lo futuro situaciones como las que dieron origen a estos cuerpos legales.

El régimen implantado por la ley mencionada partió del principio, que entonces se consagró oficialmente y luego fue reiterado en las legislaciones posteriores, de que los bancos tienen una responsabilidad pública en virtud de que, según se expresó en el mensaje que acompañó al respectivo proyecto de ley, "no sólo reciben depósitos de grandes masas de la población que les confían sus ahorros, sino que desempeñan una función monetaria que es de fundamental importancia para la colectividad." En lo que respecta a su parte dispositiva, se ajustó en general a los tradicionales cánones de regulación bancaria, determinándose que no podría ejercerse el comercio de esa naturaleza sin una previa concesión de la autoridad competente que, según

-//-

dicha ley, era el Poder Ejecutivo Nacional; asimismo, propuso una definición de "banco" y lo mismo hizo con respecto a los "depósitos", estableciendo también para éstos determinadas condiciones y limitaciones con el objeto de salvaguardar la seguridad de los depositantes; prescribió un efectivo mínimo con relación a los depósitos, siguiendo el clásico sistema de las reservas en efectivo; consignó importantes prohibiciones dirigidas a impedir la inversión de disponibilidades en operaciones que se consideraron peligrosas para la liquidez de los bancos; implantó un régimen de control bancario y, finalmente, para proteger a los pequeños ahorristas, creó un privilegio a sus depósitos en caja de ahorros que no sobrepasasen de determinados límites para el caso de liquidación de un banco.

Dado el carácter no oficial del Banco Central dentro del primer ordenamiento bancario argentino, la intervención de esta Institución en la creación de nuevos bancos o filiales de establecimientos ya existentes era meramente consultiva. En efecto, el artículo 1º de la Ley Nº 12.156 disponía que ninguna persona de existencia visible o jurídica podía desenvolver actividades que dependiesen principalmente de la aceptación de depósitos a la vista o a plazos ni abrir sucursales con iguales objetivos sin la previa autorización del Poder Ejecutivo Nacional, quien sólo la concedería después de oír al Banco Central. Por razones jurisdiccionales de orden constitucional, esa autorización no era necesaria en los casos de bancos oficiales de provincias.

Al reglamentarse estas disposiciones por medio del Decreto Nº 65.227/35, se determinó que la solicitud en que se pida la autorización debía presentarse ante el Banco Central de la República Argentina, el cual la elevaría al Poder Ejecutivo Nacional por conducto del Ministerio de Hacienda, dando su opinión acerca de:

a) las condiciones de responsabilidad y seriedad de los promotores y so

-//-

licitantes;

b) las condiciones en que se encuentran los solicitantes para suscribir acciones de capital del Banco Central y cumplir con las disposiciones de la Ley de Bancos; y,

c) las condiciones del mercado monetario y las necesidades de crédito.

Asimismo, antes de presente la solicitud a que se refiere el párrafo precedente, y tan pronto como se iniciaran las tareas preparatorias o constitutivas de las entidades bancarias que se propusiera crear, sus promotores debían comunicar dicha circunstancia al Banco Central y suministrarle todos los antecedentes e informaciones que éste requiriese al respecto, sin perjuicio de las inspecciones que el Banco resolviese realizar cuando lo creyere conveniente.

Por último, el artículo 4º de ese Decreto determinó que los bancos oficiales y mixtos quedaban exentos de solicitar la autorización del Poder Ejecutivo Nacional pero estaban sujetos a todas las demás prescripciones de la Ley de Bancos y sus reglamentaciones.

El segundo ordenamiento bancario argentino se produjo en 1946, año en que se dictaron una serie de decretos-ley que fueron posteriormente ratificados por la Ley Nº 12.962.

En primer términos mediante el Decreto Nº 8.503 del 25 de marzo de 1946 se nacionalizó el Banco Central de la República Argentina, que pasó así a ser un ente autárquico del Estado Nacional.

Luego, el el 24 de abril media nte el Decreto Nº 11.554 se instituyó el nuevo régimen para los depósitos bancarios, estableciéndose que la Nación garantizaba todos los depósitos hechos en los bancos oficiales, particulares y mixtos establecidos en el país.

Por último, el Decreto Nº 14.957 del 24 de mayo estableció nuevas normas de organización y fincionamiento del Banco Central, y el Decreto Nº 14.962 de igual fecha, modificó el régimen bancario vigente en

-//-

el país para los bancos particulares, con la finalidad de lograr un mejor contralor por parte del Estado.

Nacionalizado de tal forma el Banco Central, y monopolizada en este organismo la recepción de todos los depósitos bancarios, las disposiciones tomadas en 1935 ya no tuvieron razón de ser. Al respecto, el informe del Ministerio de Hacienda del 15 de abril de 1946 que se tuvo en cuenta para dictar el Decreto Nº 11.554 decía:

"Desde 1935 los Bancos quedaron sometidos a las disposiciones de una ley especial y debieron desenvolverse en un régimen distinto al de las empresas comerciales del orden común. Entre tanto, habíase producido la congelación de una extraordinaria masa de activos bancarios. Fué menester desarraigar drásticamente del campo de la actividad bancaria, el obstáculo que significaba esa cuantiosa congelación, ante el cual era imposible que el Banco Central funcionara y que la Ley de Bancos pudiera aplicarse según las propias palabras con que el Poder Ejecutivo explicó al país el fundamento de su programa de reajuste bancario. Para cumplir esa limpieza previa, creóse el Instituto Movilizador de Inversiones Bancarias, cuya liquidación, hasta hoy no ha sido concluída. En 1935 se partió del punto de vista de que la función de los bancos comportaba para ellos una evidente responsabilidad pública, responsabilidad que se consgraba en la ley como un complemento indispensable para articular las atribuciones del Banco Central. Fuerza es reconocer que, en rigor, los bancos son compañías de crédito que trabajan con una masa de dinero ajeno, muchas veces superior al patrimonio propio formado por su capital y reservas. Pero, además, como se dijo entonces: -no sólo reciben los depósitos de grandes masas de población que les confían sus ahorros, sino que desempeñan una función monetaria que es de fundamental importancia para la colectividad. Los bancos, cuando otorgan sus préstamos crean depósitos, que al moverse

-//-

activamente por los cheques que contra ellos se giran, desempeñan la misma función monetaria que los billetes, a los que, de más en más, tienden a borepasar en importancia- . Hoy es más notoria, si cabe, la realidad de este punto de vista; y parece claro que recibir los fondos de la población deposita en los bancos, cosa que equivale a prestárselos, y emplear esas sumas en conceder créditos y realizar inversiones diversas, recogiendo importantes ganancias, es en verdad algo muy parecido a un privilegio, que sólo puede ser administrado como una especialísima concesión de la autoridad pública, bajo severas condiciones de vigilancia y contralor ejercidas por el Estado, como intérprete del interés general de la colectividad."

Por eso, en el dispositivo legal implantado como consecuencia de esa reforma (Decreto Nº 14.962, modificado por la Ley Nº 13.571) se adoptó una fórmula bien distinta a la de 1935, disponiéndose que la recepción de depósitos en los términos de la nueva Ley de Bancos sólo podría hacerse por cuenta del Banco Central en todo el territorio del país y quedaba reservada a las personas de existencia visible o ideal que, a la fecha de la sanción de dicha ley, se hallasen autorizadas a funcionar como bancos -con lo que se contemplaba la situación existente- y a las que lo fueran en el futuro por el Banco Central. A tales fines se confería a esas entidades mandato legal para actual como agentes directos del Banco Central, con las responsabilidades y deberes propios de ese carácter.

Asimismo, por motivos derivados de la nueva relación de dependencia en que se hallaban las entidades bancarias con respecto al Banco Central, se estableció en el artículo 1º del Decreto 14.962 que se requería la previa conformidad del Banco Central no solamente para la apertura sino también para el cierre de sucursales, delegaciones, agencias o corresponsalías de bancos en funcionamiento.

En cuanto a las instituciones bancarias nacionales, provinciales y municipales -oficiales y mixtas- cuyo giro dependiese principalmente de la aceptación de depósitos a la vista o a plazo, se las consideraba por su naturaleza mandatarias legales del Banco Central para la recepción de depósitos y quedaban en consecuencia sujetas a las disposiciones de la ley bancaria. Por las mismas razones expuestas anteriormente, los bancos provinciales y municipales mencionados no necesitaban conformidad del Banco Central para la instalación o cierre de sus casas "dentro de los límites territoriales de sus respectivas jurisdicciones políticas". Estas últimas disposiciones tendieron a delimitar el alcance de las excepciones ya contenidas en la legislación que dejaba de tener vigencia.

Finalmente, como se estimó que no podrían cumplirse acabadamente los propósitos de ordenación y regulación del mercado crediticio si no se coordinaba en cierta medida el desenvolvimiento de la s distintas entidades bancarias, en la carta orgánica del Banco Central -Decreto Nº 14.957, también modificado por la Ley Nº 13.571- se facultó a esta Institución a adoptar medidas en tal sentido a fin de evitar que los bancos oficiales, mixtos y particulares pudieran superponer en forma inconveniente su acción dentro de una misma zona bancaria o plaza. En efecto, el artículo 32 del Decreto 14.957 decía: "Las distintas entidades oficiales, nacionales, provinciales o municipales, que por razón de sus funciones se hallan comprendidas en el decrto-ley Nº 11554 en la ley de bancos, en el presente o sus complementarios, tratarán de coordinar el desenvolvimiento de sus actividades, de manera que no superpongan en forma inconveniente su acción dentro de una misma zona bancaria o plaza. A ese fin "celebrarán entre sí convenios", con intervención del Banco Central de la República Argentina, el cual tendrá a su cargo la vigilancia del cumplimiento y la interpretación de

sus cláusulas. Los bancos mixtos y particulares podrán adherir a esos convenios previa conformidad de los contratantes y del Banco Central de la República Argentina."

En 1949, al promulgarse la Ley 13.571 quedó modificado dicho artículo 32 de la siguiente forma: "El Banco podrá coordinar el desenvolvimiento de las actividades de las distintas entidades oficiales -nacionales, provinciales o municipales- mixtas y particulares que por razón de sus funciones, se hallen comprendidas por la Ley de Bancos (T.O.), por la presente o por sus complementarias, de manera que no superpongan en forma inconveniente su acción dentro de una misma zona bancaria o plaza." La razón de la reforma del artículo 32 está dada en el Mensaje del Poder Ejecutivo Nacional que acompañó a la ley en estos términos: "La coordinación del desenvolvimiento de las actividades bancarias, de manera que no superpongan en forma inconveniente su acción dentro de una misma zona o plaza, quedó librada, conforme con el artículo 32, a los acuerdos que voluntariamente celebrasen entre sí las distintas entidades oficiales, a los que podían adherir los bancos mixtos y particulares, con intervención del Banco Central. La experiencia ha demostrado la necesidad de acordar a esta Institución un papel más preponderante a los fines señalados y eliminar el sistema de convenios y adhesiones que no se caracteriza precisamente por su agilidad."

CAPITULO II

- LAS REGLAS ESTABLECIDAS EN EL REGIMEN POST-CLASICO DEL AÑO 1957 -

La reforma bancaria de 1957 surge como una reacción al régimen precedente que por un lado, con sus financiaciones inadecuadas provocó un agudo acrecentamiento de los medios de pago y un apreciable grado de iliquidez de los bancos oficiales como consecuencia de sus operaciones con el Instituto Argentino de Promoción del Intercambio -IAPI- y por otra parte, ha impedido el perfeccionamiento del mecanismo bancario al desinteresar a sus componentes en el mejoramiento de sus servicios como consecuencia de haber trabado el desarrollo de una sana competencia.

Al reconvertirse el régimen bancario en 1957, también se hizo lo propio con el sistema de las autorizaciones. Pero, si bien las nuevas disposiciones siguen los lienamientos de la priemra Ley de Bancos, ahora el Banco Central ya convertido en un orgamismo autárquico del Estado Nacional no actúa como entonces en carácter de mero consejero, sino que acuerda directamente las autorizaciones.

Por otra parte, a fin de disipar dudas surgidas durante la aplicación del régimen anterior acerca del ámbito de la legislación bancaria, se enumeran en la ley actual las entidades comprendidas en sus disposiciones, siguiendo el precedente del decreto reglamentario de la Ley Nº 12.156, y se completa el concepto de "banco" contenido en dicha Ley y en el decreto Nº 14.962/946.

Según el artículo 1º del Decreto-Ley Nº 13.127/957 (Régimen de la Ley de Bancos) se hallan comprendidas en las disposiciones relativas al régimen bancario, cuya aplicación estará a cargo del Banco Central, las entidades nacionales, provinciales y municipales -oficiales y mixtas- los establecimientos de capital privado y las entidades extranjeras, cuya actividad principal consista en la recepción de depósitos y el otorgamiento de préstamos, que a la fecha de sus sanción, se encontraban

-//-

autorizados a funcionar como bancos o que se establezcan en el futuro.

En virtud del artículo 2º, la apertura de nuevos bancos y de filiales de entidades bancarias sólo podrá realizarse, conforme a las actuales disposiciones, previa autorización del Banco Central, el que tratará de evitar la superposición inconveniente de la acción bancaria en una misma zona o plaza, cuidando sin embargo, de no eliminar el desarrollo de una sana competencia. Como podrá advertirse, ahora se enuncia en la Ley de Bancos el criterio consagrado en la anterior Carta Orgánica del Banco Central de la República Argentina tendiente a coordinar las actividades de los bancos. Siempre por las mismas razones mencionadas anteriormente, también se conserva en el actual régimen bancario la excepción prevista en los precedentes para la instalación de casas de bancos provinciales y municipales que circunscriban su acción a sus respectivas jurisdicciones políticas. En cuanto al cierre o supresión de bancos y sus filiales, se reemplaza la exigencia de la previa autorización por una comunicación al Banco Central con seis meses de a ntelación al cierre, a fin de no trabar la liquidación de actividades bancarias en zonas o plazas en que ellas resulten antieconómicas. Asimismo, se contempla un aspecto olvidado en las anteriores legislaciones, con el propóstio de prevenir que los bancos privados que se establezcan en el futuro puedan carecer de una adecuada contextura jurídica, se determina que ellos deberán estar organizados bajo la forma de sociedades anónimas. Por una reforma posterior también se damite su constitución como sociedades cooperativas.

En el artículo 3º de la legislación actual se estatuye un régimen particular para bancos extranjeros que no había sido contemplado en la Ley 12156. Con el propósito de evitar que las entidades foráneas no mantuviesen en el país sus capitales de constitución y de colocar a dichos bancos en un pie de igualdad con respecto a los argentinos, así como

por razones técnicas relativas a su liquidez y buen funcionamiento, se introdujo en el régimen bancario anterior y se mantiene en el actual la exigencia, para los bancos extranjeros existentes y los que deseen instalarse en el futuro, de radicar efectiva y permanentemente en el país los capitales asignados a las casas locales, cuyo monto mínimo fijará en cada caso el Banco Central. La falta de cumplimiento de este requisito podrá originar el retiro de la autorización concedida. Para los casos de bancos oficiales extranjeros, ambos regímenes determinan que la concesión o el mantenimiento de la autorización para operar podrá supeditarse a la concertación de convenios con el país de origen.

La consecuencia inmediata de la recuperación de la autonomía por parte de los bancos comerciales, luego de una década de completa dependencia del Banco Central fue el aumento notable en el número de casas bancarias . Durante los años 1958/963, la tasa promedio anual de incremento de ese número fue de 6,2% en comparación con la correspondiente al período 1935/945 (2,1%), es decir, la primera década de existencia del Banco Central, en que se produjo una consolidación de los negocios bancarios, tendiendo a reducirse las casas en funcionamiento, y con la del período 1946/57 (1,8%) en que se produjo un completo desinterés por el negocio bancario a causa del redescuento. La cifra de 6,2% también excede considerablemente el 3,84% de incremento anual en el número de oficinas bancarias de los EE.UU. durante el período 1959/963. Si se tiene en cuenta que este crecimiento increíblemente rápido tuvo lugar en un período en que la proporción entre los depósitos bancarios y el producto nacional estaba decreciendo, y en el cual la economía en conjnnto se desarrolló muy lentamente no es posible determinar claramente las motivaciones reales del mismo. Diversas explicaciones se han aventu-

rado al respecto. De acuerdo con la teoría que aduce que la expansión posterior a 1957 se debió a un cúmulo de demandas de servicios bancarios que no se habían satisfecho anteriormente es natural que los bancos comerciales tratarán de expandirse para recuperar el terreno perdido durante la década anterior a esa fecha en que eran simples agentes del Banco Central, careciendo de incentivos para extender sus actividades,ni para ganar clientesni para establecer nuevas casas, sin tener en cuenta que la política del Banco Central era bastante restrictiva en este aspecto. También se argumenta que las condiciones inflacionarias del período incentivaron el deseo de incrementar los depósitos en cada banco, originándose así el establecimiento de filiales. Otra posibilidad es que los cambios en la estructura de la economía que tuvieron lugar en la década de 1950 y a principios de la de 1960 necesitaron un mayor uso de facilidades bancarias, mencionándose entre los mismos los intentos para estimular la agricultura proporcionando mejores facilidades de crédito.

La expansión iniciada en 1957 originó un rápido crecimiento de las oficinas bancarias instaladas en el Gran Buenos Aires fuera de la Capital Federal propiamente dicha. Por otra parte, en el interior del país la expansión fue mucho más rápida en las provincias distantes y pequeñas que en las más grandes, observándose que en ninguna de las provincias importantes el número de oficinas bancarias creció tan rápidamente como el promedio nacional. Los bancos provinciales privados crecieron más aceleradamente, siendo seguidos de cerca por los mixtos, y en tercer lugar, por los oficiales. Los bancos oficiales nacionales perdieron casi toda la ventaja captada por los bancos provinciales, en tanto que los bancos privados de la Capital Federal, tanto argentinos como extranjeros, perdieron alguna, pero no mucha participación en el número total de oficinas bancarias. El desarrollo de los

años recientes ha colocado más bancos dentro de los grupos de mediano tamaño y dejado relativamente pocos en los extremos, a pesar de lo cual, existen aún en el país muchos bancos con una sola oficina, y el sistema continúa siendo dominados en sentido numérico por grandes bancos que cuentan con un número alto de sucursales. Sin embargo, y tomando en consideración nuevamente al Banco de la Nación Argentina se observa un declinamiento relativo de su participación. Así en 1935, con 240 casas, poseía el 35% de todas las oficinas bancarias del país; en 1946, esta proporción había declinado al 33%; en 1957 se había reducido al 31% y en 1964, con 358 casas frente a un total nacional de 1.536, se redujo a la baja cifra de 23%.

Esta gran expansión indujo al Banco Central a establecer reglamentaciones que contemplaran los diversos aspectos de fiscalización y control previo a la apertura de casas bancarias. Es así como en 1959 el Banco emitió las "Condiciones básicas que deben reunir las solicitudes de autorización para el establecimiento de nuevos bancos privados en el país" que constituye el primer documento de esa naturaleza emanado del Banco Central. En 1960, aparecieron las "Condiciones básicas para el establecimiento de Agencias Móviles". En 1965, la Circular B.450 hacía referencia a las "Normas básicas relativas a la consideración de solicitudes de autorización para habilitar filiales" que fue complementada posteriormente por las Circulares B. 462, 470 y 488 todas igualmente aparecidas en 1965 y ampliada por la Circular B. 489 también de igual año en que se dieron las "Normas básicas para fusión o transmisión de bancos privados argentinos". Por último, en las postrimerías de 1965, en un intento de coordinar y unificar todas dichas disposiciones se reunieron en la Circular B. 503, en la que se incluyeron, asimismo, nuevas prescripciones tendientes a acordar mayores facilidades para expansión bancaria en localidades, barrios o sec

tores de población del interior del país que carezcan de servicios habilitados o en vías de habilitación.

El primer ordenamiento de disposiciones sobre la materia, que produjo el Banco Central en 1959, estatuía que "para la creación de todo nuevo banco privado, que debe organizarse bajo la forma de sociedad anónima o de sociedad cooperativa (Ley Nº 14.505), o transformación en banco de ese carácter de sociedad constituída, es requisito indispensable formular por escrito la pertinente solicitdu ante el Banco Central" en el artículo 1º del Capítulo I - Requisitos de las presentaciones.

En el artículo 2º de igual capítulo se enumeraban los requisitos y datos que debía contener dicha solicitud, entre los que se contaban "fundamentos en que se basa la iniciativa e informaciones reunidas sobre la necesidad de establecer el banco en el lugar elegido" y "plan de acción a desarrollar y radio que comprenderá; dando a conocer una información circunstanciada sobre el plan operativo presente, conexiones internas e internacionales, régimen orgánico, funcional, administrativo y técnico".

En el Capítulo II que versaba sobre "Características generales de los nuevos bancos proyectados" se enunciaba que "en principio, sólo serán consideradas las solicitudes para instalar bancos en zonas, ciudades y localidades donde se carezca de servicio bancario, o sea notoriamente insuficiente; en todos los casos deberá tratarse de una zona de producción, ya sea agropecuaria o industrial, o de concentración o comercialización de esas producciones" y que "las solicitudes deben ser acompañadas de cálculos efectuados por los promotores en que se demuestre en forma aceptable que la entidad a constituirse podrá solventar, sin dificultades, no sólo los gastos iniciales que demande

-//-

su organización, sino los comunes a la actividad bancaria y asegurar una razonable utilidad líquida".

El Capítulo III sobre "Instalación de nuevos bancos en localidades suburbanas de la Capital Federal" estatuía que "se considerarán iniciativas que tiendan a brindar servicios bancarios a localidades suburbanas de la Capital Federal que carezcan de él o resulte insuficiente, a condición de que no existan perspectivas inmediatas de apertura de sucursales de bancos existentes, de que los promotores cuenten con amplio respaldo de las fuerzas vecinales y de que se comprometan a satisfacer la exigencia de un capital integrado no inferior al 70% del requerido para la Capital Federal, ante la circunstancia de la unidad económica de la capital y localidades suburbanas y atento a la conveniencia técnica de no crear en esta zona bancos con escas responsabilidad".

En el Capítulo IV sobre "Bancos extranjeros" se reglaba que "para la consideración de solicitudes de sucursales de bancos extranjeros será condición esencial que la acción a cumplir por la nueva casa bancaria se defina, con caracteres netos, como promotora de un mejor y/o mayor intercambio comercial o financiero con determinado país extranjero, con el que existan reales posibilidades de llevar a la práctica tales propósitos".

Por último, el Capítulo V enunciaba los "Capitales mínimos e inmovilizaciones" con que debían contar los baneos que se instalaren en diversos tipos de jurisdicción.

En 1960 el Banco Central reglamentó las "Condiciones básicas para el establecimiento de agencias móviles", debiendo ajustarse el banco interesado a las exigencias establecidas en la reglamentación transcripta precedentemente en lo referente a capitales mínimos. Por otra parte, en ningún caso se admitirá que la Agencia preste sus

servicios en establecimientos ubicados a menos de 15 cuadras de cualquier casa bancaria establecida en la zona" y "sólo con carácter de excepción y en casos debidamente justificados (p.e.: necesidades estacionales), serán autorizados servicios móviles por períodos determinados".

En el pertinente pedido de autorización se debe incluir copia de los estudios realizados e informaciones recogidas con el propósito de ponderar la necesidad de implantar el servicio dentro del radio o zona elegidos, así como el plan de acción a desarrollar por intermedio de la agencia móvil y el sistema operativo a adoptar, además de los itinerarios a seguir con indicación de la distancia a cubrir en cada jornada, debiendo acompañarse con tal objeto, un plano de la zona a servir, en el que se señalarán claramente las rutas, avenidas y calles que habrá de recorrer la unidad y los lugares públicos o privados donde serán establecidas las paradas fijas con indicación de los locales, otras construcciones o accidentes que pudieran existir frente o al lado de la respectiva parada.

En lo que concierne a los bancos oficiales y mixtos sólo deben comunicar al Banco Central toda iniciativa tendiente a habilitar agencias de esta naturalezadentro de sus respectivas jurisdicciones políticas, con indicación de las zonas que servirán y régimen operativo a que ajustarán su cometido. Contemporáneamente, también harán conocer al Banco Central la fecha en que las respectivas unidades móviles comenzarán sus actividades.

Simultáneamente con la aparición de esta Reglamentación, y considerando que el agente móvil es parte integrante de la acción promotora y de encauzamiento de las actividades que desarrolle el Banco y su cometido tiene la finalidad primordial de propender a la expansión de

los servicios de la Institución a todas las zonas productoras, para fomentar las respectivas actividades y procurar la intensificación, diversificación y creación de nuevas fuentes de producción, con vistas al mejoramiento de la economía regional, el Banco de la Nación Argentina dispuso que cuando se considere la posibilidad de designar un Agente Móvil, deberá hacerse sobre la base de la siguiente información:

-Núcleos de población que deberá atender y número de productores de cada lugar;

-Distancia de cada localidad o lugar hasta la sucursal más cercana y medios de comunicación;

-Riquezas que se explotan y grado de progreso alcanzado por las mismas, mencionando las perspectivas de impulso en su caso; y,

-Toda otra referencia que permita arribar a conclusiones bien definidas acerca de la necesidad o conveniencia de implantar este servicio, conforme a la reglamentación respectiva.

La Circular B. 503 expresa en sus fundamentos que frente a la evidente responsabilidad pública de los bancos, le compete al Banco Central establecer y mantener una política prudente y racional en la autorización de nuevos bancos y sucursales bancarias, dado que es fácil presumir los trastornos que podría provocar en el mercado de crédito y la moneda la incorporación de nuevos establecimientos de esa naturaleza, cuando se hallen suficientemente atendeidas las necesidades crediticias de la población, existan circunstancias que hagan inconveniente la expansión de los préstamos bancarios, no se tenga la seguridad de que el banco o filial a crearse habrá de encauzar sus colocaciones hacia la atención de reales y legítimas necesidades de todas o algunas de las actividades económicas del país, o cuando la

-//-

competencia en la captación de depósitos haya llegado a un grado tal que una nueva entidad recolectora sólo podría convertirse en otro factor de perturbación al restar recursos a las existentes afectándolas en su normal desenvolvimiento. En consecuencia, el Banco Central procura que la expansión del servicio bancario se lleve a cabo sin producir inconvenientes de índole monetaria ni deterioros o trastornos en el propio sistema bancario. Por lo expuesto, trata de evitar mediante el control que se expondrá más adelante que lleguen a infiltrarse enel sistema bancario argentino establecimientos cuyo mal funcionamiento, ya sea por defectos estructurales, falta de competencia y responsabilidad de sus directores y administradores, escasas perspectivas frente a las condiciones de las plazas en que se radicarían, etc., podrían tener desfavorables repercursiones financieras y sicológicas en el resto de la banca nacional, y entidades, que por causas similares, podrían constituir un obstáculo para el buen funcionamiento del dispositivo de seguridad de los depósitos previsto en el artículo 11º de la Ley de Bancos que dice: "En caso de liquidación de un banco particular o mixto, el Banco Central adelantará los fondos necesarios para la devolución de los depósitos a sus titulares o su transferencia a otro banco. Tales adelantos serán respaldados por afectación de activos del Banco en liquidación y otras garantías a satisfacción del Banco Central."

De ello se concluye que el Banco Central debe extremar los recaudos para que, en el ordenamiento y la complementación del servicio público que prestan los bancos, sólo tengan acceso instituciones que reúnan en alto grado las condiciones económicas y financieras inherentes a una actividad de esa índole, cuyos directivos posean todas las condiciones requeridas por un negocio tan delicado y que, en ningún momento puedan llegar a producir una superposición inconveniente de la acción

-//-

bancaria, de acuerdo con las disposiciones del artículo 2º del Decreto-Ley Nº 13.127/57 a que se hizo referencia en la página 21.

Orientados hacia el cumplimiento de tales objetivos, el Banco Central ha dictado una serie de requisitos mínimos que deben llenar las iniciativas relacionadas con la apertura de nuevos bancos y filiales de los existentes, lo cual no significa que, cumplidos tales requisitos, procederá automáticamente la autorización, toda vez que cada planteamiento debe ser motivo de una consideración particular, en la que habrán de ponderarse básicamente las condiciones y perspectivas mediatas o inmediatas del proyecto y de la plaza a que se halla vinculado y la oportunidad en que se formula la solicitud, en razón de las fluctuantes condiciones del mercado bancario y monetario que podrían tornar inoportunas o prematuras iniciativas sanas y bien estructuradas, si fueran tomadas inopinadamente.

También aclaran los fundamentos expuestos en el Capítulo I de la Ciruclar que se comenta quesi bien en las normas aludidas se determinan severas exigencias y medidas precautorias para el establecimiento de nuevas casas bancarias, aquéllas, por lo general, están referidas a las plazas que pueden hallarse comprendidas en las mencionadas previsiones del artículo 2º de la Ley de Bancos. En cuanto a la instalación de servicios de esa naturaleza en localidades que carecen de ellos, dada su reducida importancia económico-demográfica actual, la experiencia recogida en la materia aconseja la habilitación de filiales de bancos ya existentes, en especial los de carácter regional, antes que la creación de nuevas entidades locales. En efecto, los bancos ya constituídos -especialmente los que revisten características regionales por su mayor envergadura económica- se hallan en condiciones más ventajosas para afrontar la complejidad que supone la iniciación del negocio bancario en una determinada plaza, como también para brindar un mejor

servicio en su zona de influencia. Sin perjuicio de ello, se ha procurado acordar las máximas facilidades compatibles con la seguridad que debe revestir una inciativa tendiente a crear un nuevo banco en las aludidas localidades, así como para el acercamiento al radio de los típicos establecimientos bancarios (casas centrales, sucursales y agencias) de numerosos sectores de población urbana y rural alejados de aquéllos, mediante la habilitación de dependencias o servicios especiales (delegaciones, oficinas y agencias móviles).

En resumen, es propósito del Banco Central favorecer un mayor y mejor desarrollo de la organización bancaria nacional, procurando que las iniciativas vinculadas con la creación de nuevos bancos o con la expansión de los existentes tengan por mira, no la incorporación de nuevos factores competitivos en plazas que ya se encuentran suficientemente atendidas, sino con preferencia la finalidad de extender los beneficios de la acción bancaria a los núcleos o centros poblados de la República que actualmente no cuentan con servicios de esa naturaleza o se encuentran desconectados del sistema bancario. Para facilitar este proceso de descentralización y desarrollo, el Banco Central no sólo se encuentra dispuesto a considerar favorablemente las solicitudes que se le presenten ajustadas al mínimo de requisitos establecidos para tales casos, sino también cualquier otro tipo de iniciativa basado en sistemas y procedimientos no previstos enla reglamentación a que se ha hecho referencia que tiendan igualmente a procurar una asistencia bancaria integral a toda la población del país.

Algunas de las disposiciones específicas sobre los estudios a aportar para la consideración de la apertura de un nuevo banco, estatuídas en la reglamentación de 1959 se repiten en la Circular B.503. Asimismo, se incluyen otras que amplían el concepto enunciado en aquélla primera reglamentación, que se comentarán a continuación.

Así, entre los requisitos formales que debe reunir la solicitud para la creación de todo nuevo banco privado se deben proporcionar, además de los especificados en la reglamentación de 1959, datos sobre los nombres de las ciudades o localidades donde es propósito instalar la casa central del ba nco y las filiales regionales, con indicación de la probable ubicación de tales casas dentro de las respectivas ciudades o localidades, y sobre la cantidad de habitantes de la zona que serviría la entidad, haciendo una detallada referencia de la importancia económica y demográfica de la zona elegida para el desarrollo de sus actividades, y particularmente de las plazas en que se radicarían su casa central y las filiales regionales que se le autorizaren. También se exige en la actualidad una estimación de la futura evolución de la entidad, en la que se analice la aptitud del banco para recolectar depósitos en la medida necesaria para asegurar su consolidación. A tales fines, se proporcionará el promedio presunto de los depósitos con que se estime contará la entidad en los dos primeros años de funcionamiento, indicando la fuente de donde provendrían tales recursos. Por último, como indicación de orden general, se exige que a los efectos de un adecuado examen, deberá explicarse circunstanciadamente el procedimiento seguido para efectuar las estimaciones enumeradas, las que deberán basarse, principalmente, en la potencialidad económica del grupo promotor de la iniciativa.

En lo que respecta a la "instalación de nuevos bancos en localidades suburbanas de la Capital Federal", teniendo en cuenta que la Capital Federal y las localidades circunvecinas conforman un solo núcleo económico y atento a la conveniencia técnica de no crear en este último sector bancos de escasa responsabilidad, se reserva la habilitación de nuevos servicios bancarios a los bancos con casa central en la Capital Federal o en la zona conformada por diversos partidos enumerados

taxativamente en la Circular que nos ocupa, o en los que en adelante pudieran crearse mediante desdoblamientos o segregaciones de esos partidos. En cuanto al criterio sustentado en la reglamentación de 1959, subsiste en la actual como mera norma de excepción, debiendo llenarse no solo los requisitos allí exigidos sino también todos los establecidos para la creación de nuevos bancos.

Subsisten los requisitos enunciados en 1959 para los "bancos extranjeros" aclarándose que les son aplicables los mismos requisitos y condiciones determinados para el establecimiento de nuevos bancos privados en el país, en todo cuanto sea compatible con la naturaleza de aquellas entidades.

La "instalación de sucursales y agencias de bancos en funcionamiento" será considerada favorablemente, en p rincipio, cuando sea propuesta en localidades que carezcan de servicios bancarios habilitados o autorizados en vías de instalación o en barrios o lugares urbanos, ubicados dentro de la ciudad de radicación de la casa central o alguna sucursal del banco solicitante y en localidades que sólo cuenten con hasta dos filiales de bancos típicos de depósitos y préstamos -oficiales o mixtos, nacional, provincial y/o municipal- en las que no se halle pendiente de habilitación ninguna otra casa bancaria y que por su importancia demográfica y económica admitan la acción de complementación que podría desarrollar un banco de carácter privado. En los casos de solicitudes de autorización para instalar sucursales o agencias en zonas, ciudades o localidades donde ya funciona un banco particular o más de dos casas de bancos oficiales o mixtos (nacional, provincial y/o municipal), se tendrán en cuenta la necesidad y/o conveniencia de ampliar el servicio bancario frente a la importancia demográfica y económica y el ritmo y perspectivas de progreso que se adviertan en la zona a servir por la filial, así como la in

cidencia que tendría en los bancos existentes la nueva casa proyectada y el grado de vinculación del banco solicitante con los sectores económicos de la plaza elegida. Cuando se presenten solicitudes de autorización para instalar filiales en localidades ubicadas dentro de la zona de influencia de bancos locales o regionales, se pondrá en conocimiento de éstos dichos pedidos a los efectos de que, dentro de los 30 días de recibida la comunicación del Banco Central, expresen si tienen interés en habilitar una filial en la localidad solicitada. De ser afirma tiva la respuesta contarán con un plazo de 60 días para formalizar el pedido ajustándolo a las normas, vencido el cual se dará curso a la solicitud que originó la consulta. Para determinar la zona de influencia de un banco local o regional se tendrán básicamente en cuenta la proximidad y distancia, razones de vecindad, accidentes geográficos, vías de comunicación y medios de transporte, facilidades en los medios de comunicación, redes ferroviarias, camineras, telegráficas, telefónicas, etc, vinculación económica, conexión de la entidad con las actividades zonales según la composición de su cartera, y los intereses comerciales e industriales comunes, y similares características económicas. La solicitud correspondiente deberá acompañarse de, entre otros , los siguientes datos: cantidad de habitantes de la ciudad o localidad donde funciona la casa central y de la ciudad o localidad en que se proyecte instalar la filial; fundamentos en que se basa la iniciativa, acompañando, para mayor ilustración, copia de los estudios realizados e informaciones recogidas con el propósito de ponderar la necesidad de establecer la filial dentro del radio o zona elegida; detalle de los clientes del banco radicados en dicho lugar -si los tuviera- indicando la naturaleza y monto de las operaciones realizadas con la entidad durante el último trimestre; plan de acción a desarrollar, especificando el radio que abarcará la filial.

Los Bancos Oficiales de la Nación y los Bancos Oficiales y mixtos de provincias y municipios limitarán su gestión ante el Banco Central, en los casos de apertura de sucursales y agencias en el país, a una simple comunicación que deberá cursarse al adoptar alguna resolución sobre el particular y a la notificación que corresponderá enviarle con el anuncio de la habilitación al público y dirección de la filial respectiva. En cambio, cuando los proyectos se refieran a la apertura de sucursales y agencias de bancos oficiales y mixtos de provincias y municipios fuera de sus respectivos límites territoriales de sus jurisdicciones políticas, deberán cumplir con todos los requisitos y condiciones establecidos para la instalación de filiales por parte de bancos particulares.

Los Bancos extranjeros que deseen instalar agencias y sucursales en el territorio nacional deberán contar con una radicación efectiva superior a los cinco años en la República Argentina, además del cumplimiento de los requisitos y condiciones determinados para los bancos privados nacionales.

Los bancos regionales, contemporáneamente con la facultad para funcionar dentro del régimen bancario, y después de la habilitación de su casa central, podrán contar con autorización para instalar hasta tres filiales en localidades ubicadas en sus respectivas zonas de influencia, con el fin de asegurar a los mismos una estructura regional básica.

Las disposiciones sobre "filiales y servicios bancarios de menor categoría" son totalmente nuevas y en el capítulo que las contiene se enuncia, con carácter general, que el Banco Central considerará con preferencia las solicitudes de autorización para instalar oficinas, delegaciones y agencias móviles en localidades, barrios o sectores de población del interior del país que carezcan de servicios bancarios habilitados o en vías de habilitación.

En lo que concierne a "Oficinas y Delegaciones" se da una definición de cada una de ellas y se enuncian diversos requisitos de forma y sobre capitales mínimos, no contemplándose la exigencia de estudios previos a la decisión de instalar alguna casa bancaria de esa naturaleza. En cuanto a las "Agencias móviles" los requisitos son similares a los enunciados en la Reglamentación de 1960 (Condiciones básicas para el establecimiento de agencias móviles) que quedaron transcriptas en las páginas 26 y 27. Por su parte, los "Bancos Oficiales de la Nación, oficiales y mixtos de provincias y municipales y extranjeros" que deseen instalar oficinas, delegaciones y/o agencias móviles, se atendrán a las disposiciones que a cada uno de ellos se les especificó para abrir sucursales y/o agencias, las que se especificaron en la página 35.

El capítulo dedicado a "Fusión o transmisión de bancos privados argentinos", si bien incluye diversos requisitos que los interesados deben cumplimentar para obtener la correspondiente autorización del Banco Central, no regla ni menciona a los estudios previos de mercado.

Por último, en el capítulo de "Disposiciones Generales" se dan los plazos para el cumplimiento de las tramitaciones y se reglan los casos de translados de casas bancarias y los referentes a cambios de denominación, que posteriormente fueron suprimidos.

En forma paralela a la aparición de la Circular B. 450, que debe ser considerada como la médula de todas las disposiciones emanadas del Banco Central sobre el tema que nos ocupa, el Banco elaboró un sistema de planillas en las que los bancos que solicitan autorización para instalar casas deben compilar una serie de cifras estadísticas sobre la zona del radio propuesto, las que conforman el concepto de estudio de mercado a los efectos buscados. A continuación

se traza una sinopsis de las mismas:

-Edificación. Discriminación según vivienda familiar, locales y fábricas y según se tratare de edificios construídos o en construcción, obras autorizadas u obras pendientes de autorización: se proporcionará para cada rubro los totales de cantidad, superficie cubierta y valor en miles de m$n. durante el último trienio.

-Servicios Públicos. Generación y consumo residencial, comercial, industrial y otros de energía eléctrica en el último cuatrienio.

-Producción Primaria.

a) Ganadería y sus derivados. Existencias, ventas locales y a otras plazas del último bienio según razas. Producción y comercialización en tonelajes y valores según tipo de derivados ganaderos en el último bienio.

b) Agricultura. Hectáreas sembradas, y cosechadas, total producido, consumo en la zona y destinado a otras plazas de los diversos productos en las dos últimas campañas.

c) Avicultura y sus derivados. Existencias y ventas locales y a otras plazassegún especies durante los dos últimos años. Producción y comercialización en tonelajes y valores según tipos de derivados avícolas en el último bienio.

d) Forestal. Total de hectáreas en explotación y extracciones realizadas para destinar a madera, a leña, a carbón o a otros usos en toneladas y en valores de las principales especies durante el último quinquenio

e) Minería. Producción y comercialización en toneladas y valores de los diversos tipos en el último bienio.

f) Petrolífera. Pozos en explotación, tonelajes métricos extraídos, valores y tonelajes y valores de subproductos según empresas en el último bienio.

g) Piscicultura. Extracciones en toneladas y valores y comercialización en la zona o destinado a otras plazas en el último bienio de pesca en agua dulce, pesca marítima (costera y/o de altura), mariscos y otros.

h) Agropecuaria. Número deestablecimientos, personal efectivo y temporario ocupado y capitales en giro de los diversos ramos en explotación.

i) Otras explotaciones. Número de establecimientos, personal efectivo y temporario ocupado y capitales en giro de los diversos ramos en explotación.

-Comercios. Número de establecimientos, personal ocupado y capitales en giro de las explotaciones principales.

-Industrias. Número de establecimientos, personal ocupado y capitales en giro de las explotaciones principales.

-Competencia. Depósitos discriminados según tipo, importes y total de cuentas en los dos semestres del ejercicio anterior. Préstamos discriminados según destinos en los dos semestres del ejercicio anterior.

Además, el Banco Central ha elaborado un cuestionario para los gerentes de los bancos que funcionan en la zona de influencia del nuevo banco en el que se incluyen las siguientes preguntas:

-Si la creación de una nueva entidad bancaria afectaría la acción que desarrollan los bancos que ya operan en la zona, o por el contrario, contribuiría a incrementar los medios para atender las necesidades crediticias originadas en la promoción económica de la región o bien atender adecuadamente a la clientela habitual de la localidad;

-Si los bancos se encuentran abocados al problema de una excesiva competencia en materia de recepción de depósitos y hasta qué punto las sociedades financieras y/o cooperativas de crédito, le restan operaciones que le son propias;

-//-

-Si en materia, de créditos, imperan los de pago íntegro o amortizable. En este último caso, cuál es el plazo más frecuente de amortización. Cumplimiento de los deudores y si abundan las renovaciones;
-Si en líneas generales, los requerimientos de crédito son atendidos por los bancos del lugar, o los peticionantes (industriales, comerciantes, etc.) deben recurrir a otras localidades. En este supuesto, explicar las causales e indicar dónde tienen radicadas su cuentas corrientes;
-Si está informado respecto al proyecto de instalar un nuevo banco local, que funcionaría bajo la denominación de "....." y si el aludido proyecto obedece exclusivamente a iniciativa de determinadas personas o cuenta con el amplio apoyo de las fuerzas vivas del lugar;
-Si los promotores de la entidad de referencia, cuya nómina se le facilita, son personas radicadas en la región y firmemente vinculadas a su economía. Se indicará en cada caso las actividades que desarrollan y si sus antecedentes no merecen objeciones respecto de su solvencia moral y material, así como de su seriedad;
-Si tales promotores operan con esa institución bancaria y en caso afirmativo, indicar si poseen cuentas abiertas, créditos acordados y cumplimiento de los pagos respectivos.

Por último, a continuación se enuncia el cuestionario para las entidades que agrupan a las fuerzas vivas de la zona o radio probable de la nueva casa bancaria:

-Si el servicio bancario en la zona es deficiente, suficiente o excesivo, y qué medidas sería necesario adoptar para obtener una mejor prestación del mismo;
-Si en las entidades bancarias en funcionamiento, se observa congestión de público y si éste es debidamente atendido por sus respectivos funcionarios;

-Si las necesidades crediticias de las fuerzas económicas son suficientemente atendidas por los bancos de la localidad. En el supuesto de que deban recurrir a otras plazas, indicar los motivos, ya sena mejores vías de comunicación, más expeditivos, falta de recursos prestables, etc., e informar dónde tienen radicadas sus cuentas corrientes;

-Si es de conocimiento público, el proyecto de incorporar a la zona un nuevo establecimiento bancario, que funcionaría bajo la demominación de "...";

-Si la creación del banco de referencia, responde al anhelo de los distintos medios productores del lugar, o sólo se trata de iniciativas gestadas por un grupo de accionistas a los que primordialmente interesa apoyar a sus empresas con los recursos que obtengan de la nueva entidad;

-Si los promotores de la entidad en formación, cuya lista se le facilita, residen y desarrollan sus actividades en la localidad. Concepto que merecen, empresas a las que se hallan vinculados e importancia de las mismas.

CAPITULO III

- TEORIA DE LAS INVESTIGACIONES DE MERCADO PARA INSTALAR CASAS BANCAR

1.- Introducción.

Los bancos, como cualquier otra empresa comercial o industrial, pueden practicar diversos tipos de investigación. En primer lugar se cuenta la tendiente a analizar el funcionamiento interno de la empresa, mediante la cual se obtiene un panorama del comportamiento de las filiales y de la clientela de cada una de ellas, así como de los servicios varios que presta el banco. También, el banco puede practicar encuestas específicas de mercado de determinados productos, a fin de contar con un panorama cierto del estado de la oferta y la demanda de los mismos, que le permita determinar la conveniencia o inconveniencia de efectuar un préstamo. Asimismo puede efectuar un control de las campañas publicitarias emprendidas a fin de lograr una mayor clientela. Este último tipo de investigación está emparentado con las investigaciones de mercado para la instalación de una nueva casa bancaria o de una nueva filial de un banco ya existente. Estos estudios operan en un doble sentido, desde que los bancos son recaudadores y a la vez distribuidores de dinero, de donde se deriva que, por un lado, tienden a aumentar la recaudación y acrecentar el número de sus depositantes y, por el otro, a efectuar préstamos que sean poco riesgosos y muy redituables y a extender la oferta de dinero al mayor número de usuarios.

Mediante estos estudios los bancos procuran recoger racionalmente los hechos, noticias, datos internos y externos de la empresa para analizarlos, interpretarlos y suministrar al Departamento Ejecutivo una base para la programación de una política que contemple cada situación, como ser, la posición de la empresa en el mercado con relación a la competencia, la posibilidad de transformar y extender los servicios y

ofrecer nuevos, las reacciones sicológicas de la clientela frente a los servicios p restados, la elaboración de previsiones económicas, etc.

El análisis de los comprobantes internos permite conocer la cantidad y calidad de los usuarios, su distribución geográfica en la zona, su clasificación por edad, sexo, ocupación, rédito y estado civil, sus relaciones con el banco, el destino de cada uno de los préstamos acordados, etc. A su vez, el conocimiento del desplazamiento o ubicación de la clientela dentro de la zona permite establecer el radio de atracción de la casa bancaria, e individualizar las áreas improductivas o escasamente productivas, y quellas en las que se debe concentrar el esfuerzo para adquirir clientela. También se puede determinar el mercado global potencial y la participación del banco dentro del mismo, es decir, el mercado real. Con todos estos datos se puede llegar a una relación c onstante que indique el límite de mayor condensación de la clientela, lo cual es particularmente útil para la apertura de nuevas agencias, ya que una vez establecido tal límite sería posible conocer preventivamente, conociendo la ubicación y la atracción ejercida por la competencia, si existe un espacio mínimo para la nueva agencia que le asegure una clientela redituable.

Pero, debe tenerse en cuenta que los datos obtenidos del análisis de los comprobantes internos deben indefectiblemente complementarse con otros de fuente externa, como ser, publicaciones estadísticas municipales, gubernamentales, etc., censos y toda otra información que pueda interesar.

Para efectuar dicha tarea, los bancos deben contar con un Departamento de Investigación de Mercados, al cual deben afluir los comprobantes internos y toda otra fuente de información conducentes a la elaboración de investigaciones sobre la base de los primeros, así co

mo de estudios estadísticos y coyunturales y, de ser necesario, investigaciones y encuestas especiales, no sólo de índole científica sino también objetiva.

La organización de dicho departamento no varía fundamentalmente de la de cualquier empresa comercial o industrial, y es aconsejable que dependa de la autoridad máxima del banco a fin de estar en condiciones de efectuar controles, estudios e investigaciones particulares de los demás servicios de la empresa, sin sufrir influencias de los mismos que puediern perjudicar su objetividad. Sin embargo, las relaciones con los demás servicios, en especial con las filiales, deben ser de estrecha colaboración, basada sobre todo en la confianza, de forma tal que las mismas filiales soliciten de por sí y de buen grado todo tipo de indagaciones específicas, en cuyo caso es preciso establecer contactos personales entre el analista y el departamento solicitante, desde que es dable suponer que este último carece del conocimiento técnico preciso para definir el problema planteado.

El personal debe ser especializado no solamente en investigación de mercados sino también en técnica bancaria y poseer conocimientos teóricos y experiencia práctica directa de los servicios y de toda la estructura empresarial. Es necesario contar con asesores económicos, ayudantes estadísticos, dibujantes, cartógrafos, calculistas, archivadores y bibliotecarios. De ser preciso practicar una encuesta debería ser confiada a alguna institución especializada que disponga de una red de entrevistadores adecuada y de toda la organización necesaria y, para el caso de investigaciones personales, como ser la búsqueda motivacional, se podrá recurrir al auxilio de un consultor externo que tenga conocimientos de sicología.

2.- Determinación de un área rural.

La importancia de la ubicación de una filial bancaria es tal que

justifica estudios técnicos profundos, ya que de ello depende el mercado activo potencial, es decir, el número y tipo de clientes (ahorristas y usuarios de crédito). En consecuencia, no resulta racional ni práctico hacerlo en la actualidad como se hacía tradicionalmente, es decir, mediante intuiciones o noticias aproximativas y algunos datos estadísticos; o bien, especulando en que otro banco abría una sucursal en un área determinada, lo que posibilitaría la actuación de los demás, o lo que obligaría a proteger los intereses de los demás; o no habiendo casa bancaria alguna en una zona se creía oportuno abrir una; o, habiendo una filial en el contorno del área y por intermedio de su desarrollo se advertía que ella podría ser un buen mercado aún para otra filial, etc.

Los primeros intentos para desarrollar estudios de localización comercial datan de cincuenta años atrás, en el transcurso de los cuales y como consecuencia, primordialmente, de la aparición de las cadenas de empresas, de los supermercados y de las empresas promotoras de centros comerciales de compras, este tipo de estudios ha recibido atención preferencial en todo el mundo y especialmente en los Estados Unidos de América. Impulsada por este interés y por la creciente experiencia, una copiosa literatura ha aportado ideas, técnicas y metodologías que, a su vez están en proceso de permanente revisión.

Los objetivos fundamentales de este tipo de investigación son:

-una evaluación de los sitios seleccionados, así como de su mercado potencial activo y la probabilidad de éxito a largo plazo; y,

-un plan estratégico de localización o un modelo que permita seleccionar, entre las distintas alternativas de localización en un área geográfica dada, las que produzcan para el banco interesado una óptima participación en el mercado potencial, un riesgo mínimo de futura declinación de sus negocios y, finalmente, el máximo retorno de la in-

versión sobre el período establecido de operatividad.

Debido a las particulares características del negocio bancario, la fuerza de atracción de cada filial se limita a la localidad de asiento de la misma y se extiende a pequeñas fracciones, más bien que a una gran área. Tal hecho diferencia fundamentalmente a las áreas de gravitación bancaria de las áreas de gravitación comercial, en las que debe distinguirse entre artículos de consumo corriente que ejercen una atracción limitada a una corta distancia, y aquellos durables o semidurables que atraen a consumidores de zonas circunvecinas. Frente a dicha disyuntiva resultan inaplicables las fórmulas matemáticas del tipo "valoración máxima del área", debiendo recurrirse a la técnica de la relevación directa de todos los elementos y hechos que puedan influir en la gravitación.

Esta técnica debe ser de costo modesto, que requiera un tiempo relativamente breve y que permita una selección previa que garantice asimismo una buena aproximación. De lo contrario, si se practicase una encuesta a fondo de todos los elementos, el proceso sería largo y costoso. De entrada se puede presentar la posibilidad de desechar aquellas áreas que por sus características o que por la política y/o fines del banco sean inadecuadas u ofrezcan escasas posibilidades de desarrollo. Por otra parte, si el monto de depósitos y préstamos del conjunto de bancos que operan en la zona resultasen notablemente inferiores al registrado en otra con un grado similar de densidad de habitantes por km2. y monto medio de depósitos por familia, y si también se contase con un número menor de filiales en proporción a los centros habitados, será evidente que en el área considerada s e podrá abrir una nueva filial, en tanto q ue se desaconseja la apertura de nuevas fiales cuando hubiere alta competencia, o cuando de acuerdo

-//-

con la estructura económica de la zona resulte muy pobre el rédito o cuando la población fuere escasa.

Como primera medida es preciso catalogar, analizar y definir el objetivo que el banco desee alcanzar, es decir, preparar un esquema en el que se fijen sintéticamente los fines de la política del banco a breve y a largo plazo, la que incluye datos sobre el tipo y tamaño de la filial deseada, y servicios que prestará al público. En segundo lugar se deben analizar las condiciones económicas básicas de la zona desde que las mismas juegan un rol fundamental en la evaluación de las oportunidades de desarrollo a largo plazo para el banco interesado. Por lo tanto, resulta realmente indispensable obtener información adecuada y actualizada de la economía del área, como ser: índole de la actividad económica, características y estabilidad de la ocupación (empleos), análisis de la tendencia histórica y proyección de los indicadores fundamentales.

También resulta de la mayor importancia establecer la población del área bajo estudio, la distribución o polarización en su interior, las condiciones de vida, las características socio-económicas de las familias, su nivel de gastos y sus hábitos de compra y aún el ritmo de su crecimiento y movilidad. Esta tarea requiere la elaboración de mapas o planos de la zona, para visualizar la distribución de las distintas características apuntadas.

A su vez, se compilará la información adecuada sobre las condiciones del medio geográfico del área en estudio, especialmente a partir de mapas de la zona o en su defecto de otras fuentes cuyos datos deberán vertirse luego sobre aquéllos en la medida de lo posible. Esa información debe incluir: fisonomía del terreno, uso y aprovechamiento de la tierra, red de caminos primarios y secundarios; centros de comercio al detalle y las reglamentaciones de su funcionamiento en la zona; cam

bios proyectados y posibles en las carreteras o vías principales de acceso y salida, y aun la importancia de factores climáticos que afectan al público usuario y a sus operaciones bancarias, tales como precipitaciones estacionales, velocidad del viento, etc.

Partiendo de la premisa que todas aquellas empresas que realizan el mismo tipo de negocios constituyen la competencia, y que ésta existe en todos los órdenes de actividad y en todos los sitios -con excepción temporaria en el caso de líneas de productos no existentes, o en zonas recientemente desarrolladas- se hace imprescindible una investigación en el campo de la actividad bancaria. Para algunos tipos de estudios puede resultar suficiente un muestreo entre los competidores más importantes, en tanto que para otros se hace necesario incluir a todos los establecimientos bancarios de la competencia. Este estudio debe producir las siguientes conclusiones: características físicas y tipo de locación de cada casa bancaria incluída en el área; servicios que prestan; estimación del monto razonablemente aproximado de depósitos y préstamos, así como también otras características secundarias de importancia. Resultará conveniente, asimismo, vertir tales datos sobre mapas o planos de la zona para visualizar dentro de ella, entre otras imágenes igualmente valiosas, el grado de concurrencia de la competencia, es decir, la incapacidad o saturación de la oferta para abastecer los requerimientos de los usuarios en determinadas subzonas.

Del análisis general de la competencia debe derivarse el particular, desde que cada competidor importante de la zona debe ser objeto de una evaluación en profundidad. La información requerida para ello debe incluir como mínimo: historia económica de la firma; evolución de su estado financiero; calificación de su directorio y del personal de las filiales del área; investigación de su estructura opera-

-//-

tiva; estudio de sus campañas de promoción y propaganda, así como de los servicios adicionales y todo tipo de ventajas que otorga a su clientela. La evaluación debe concluir con una síntesis de los datos obtenidos, en términos de la importancia del banco desde el punto de vista del consumidor, así como con la conclusión final de ajdudicar al banco bajo estudio la proporción de mercado de que dispone y sus futuras perspectivas.

También, dentro del análisis de la competencia, debe tenerse en cuenta que todas las casas bancarias competidoras de importancia tienen sus propios planes y programas de crecimiento a través de la expansión de sus fiales, y que esta expansión implica forzosamente aumento de sus áreas de operativa media nte ampliaciones, cambios de localización o instalación de nuevas casas. Debe entonces estudiarse cuidadosamente las conveniencias y facilidades con las que cuenta cada filial de la competencia, así como las ventajas de su localización; luego debe evaluarse su poder financiero y la fuerza de su equipo directivo. Con todos estos elementos como base, corresponde esablecer objetivamente si es factible o improbable que produzcan cambios de localización en la competencia.

Este tipo de análisis obliga al investigador a posesionarse del papel de competidor, lo que condiciona en todos los casos la concatenación del razonamiento analítico. Es obvio, pero necesario dejar establecido que todas estas variables resultan de importancia esencial para el desarrollo de un programa estratégico de localización de la filial para el banco que financia el estudio.

Por último, es preciso estudiar las actitudes de la clientela respecto a los competidores más importantes de la zona, a fin de establecer la aceptación rplativa por parte del público usuario -su "imagen"- del propio banco y de cada competidor importante, así como de

los cambios recientes producidos en tales actitudes. El trabajo debe ser planificado de manera que sea posible extraer de él las diferencias en las actitudes entre los estratos socio-económicos existentes en la zona.

3.- Determinación de un área urbana.

Cuando se desea abrir una filial bancaria en una área interna urbana, los problemas que se presentan son los mismos, pero la relevación de datos es más compleja y presenta algunas dificultades. La delimitación de las áreas urbanas se lleva a cabo mediante una encuesta en que se seguirán los siguientes pasos:

-relevación de los datos necesarios para la delimitación, coordinación, estudio y valoración de los mismos;

-delimitación del área trazada sobre una carta topográfica;

-revisión de la delimitación por medio de una inspección ocular ulterior;

-ejecución de algunas estrevistas para confirmar la delimitación;

-recolección de los elementos aptos para conocer el valor económico del área.

Desde que los desplazamientos de la población urbana están gobernados por principios rígidos de economía de tiempo y movimientos, la relevación de datos sobre medios públicos de transporte es fundamental, por cuanto ellos determinan, en el ámbito de un área, las corrientes de tráfico peatonal, hacia uno o diversos centros determinados. De tales medios de transporte se debe establecer el número de unidades, los destinos, las cabeceras, las paradas, sin desechar la individualización de los medios de las áreas circunvecinas a aquella que se examina, lo que permitirá identificar la procedencia de las poblaciones que en ellas habitan. A continuación se deben ubicar las corrientes de tráfi

co automovilístico, el estado de las principales arterias, la presencia de direcciones prohibidas, ubicación de semáforos, cruces de caminos, etc.

El tránsito peatonal en sí es decisivo para arribar a conclusiones definitorias sobre la delimitación del área urbana. Un método apropiado para determinarlo consiste en practicar una encuesta "de visu" mediante la utilización de personal entrenado para tales fines cuya labor consistirá en compilar cada uno de los peatones que circule delante del posible lugar en que se asentará la filial bajo estudio, mediante la utilización de fichas que contengan los siguientes datos:

-fecha,
-diá de la semana,
-estación del año,
-condiciones atmosféricas,
-lugar de la relevación de los datos,
-duración del control,
-peatones clasificados según sexo, edad aproximada, y clase social en que se suponga reviste cada uno de ellos.

En los Estados Unidos de América se practican encuestas profundas no solamente sobre el tránsito peatonal sino sobre el automovilístico, con miras a la instalación de ventanillas receptoras de depósitos cuyas característica principal consiste en que se construyen de forma tal que el conductor de un automóvil no necesita apearse del mismo para efectua el depósito, por cuanto la ventanilla receptora (blindada a prueba de balas) y la ventanilla del vehículo están a una misma altura. Por lo general estas ventanillas -que en aquel país se denominan "drive-in", es decir, "conduzca adentro"- se ubican al borde de carreteras o en estaciones de servicio y son atendidas sólo por un cajero. En esencia, para la investigación del desplazamiento automovilístico se adoptan

fichas similares a las utilizadas para determinar el tránsito peatonal, incluyendo además datos sobre frecuencias de desplazamiento, tipos de vehículos, direcciones, etc., y para el caso de encuestas que no contemplen la apertura o instalación de un "drive-in" se compilan también datos sobre existencia de playas de estacionamiento en la vecindad, capacidad de las mismas, número medio de vehículos estacionados, límite de tiempo de estacionamiento, tarifas, etc.

Con relación a la competencia deberá practicarse una investigación particularmente profunda, individualizando la ubicación de las filiales de otras empresas bancarias que compiten en el área bajo estudio, midiendo las distancias que separan a cada una de ellas de la ubicación propuesta a fin de determinar eventuales puntos de indiferencia y considerando la posibilidad de libre estacionamiento de vehículos para el público usuario potencial.

A continuación se pueden localizar los servicios de mayor interés para la comunidad, tales como mercados de barrio, hospitales, escuelas, oficinas públicas, teniendo en cuenta la distancia que separa a cada uno de ellos de la ubicación o ubicaciones en estudio.

También se analizarán las posibilidades de desarrollo y de variación del área en el futuro inmediato, para lo cual será útil establecer cuál ha sido en los últimos diez años la evolución del área en relación con la población, y con el desarrollo edilicio; cuáles son las previsiones o planes estatales de desarrollo; cuáles han sido, son y serán las inversiones; cuál ha sido la evolución bancaria, el desarrollo numérico de agencias bancarias y, cómo han marchado los depósitos, préstamos y demás servicios bancarios.

Finalmente, coordinando y valuando todo el material recogido se puede proceder a la delimitación del área sobre una carta topográfica.

-//-

4.- Apéndice.

Las conclusiones generales que pueden establecerse sobre las ventajas o desventajas de la posible instalación de una filial bancaria en una zona urbana o rural son las siguientes:

-Si bien en una zona urbana la sucursal podrá contar con un intenso tránsito peatonal y automovilístico, siendo en consecuencia accesible a toda la población de la ciudad y particularmente cómoda para quienes trabajan en el centro urbano, por lo cual, se podrá encarar con mayor eficacia una campaña publicitaria, no debe olvidarse que pueden producirse entorpecimientos en la afluencia de público usuario por falta de estacionamiento y, por la elevada competencia, a la vez que debe tenerse en cuenta el alto costo de los locales, y las consiguientes dificultades al tratar futuras ampliaciones de sedes.

-Por su parte, al decidirse la instalación de una casa bancaria en una zona periférica se notan las siguientes ventajas:

-se establecen contactos más estrechos y personales con la cliente la por cuanto la ventanilla está ubicada junto a ella;

-son menores los gastos del local;

-hay mayores posibilidades de estacionamiento; y,

-se opera en un mercado en expansión.

a la vez que surgen las siguientes desventajas:

-menor tráfico peatonal;

-rédito medio bajo;

-mercado limitado a causa de la escasa concentración de negocios; y,

-capacidad disminuída de atracción de la clientela.

5.- Determinación de la estructura y posibilidades económicas de las áreas:

Luego de establecimiento de los límites espaciales de la gravita

-//-

ción bancaria se procede al estudio de la estructura económica del área, analizando las características del mercado potencial. A tales efectos se deben obtener los siguientes datos:

a) Población.

-Número de personas comprendidas en el área, mediante el análisis de una serie histórica, para comprobar si aumenta o disminuye; edad media;

-Número de familias y su composición media;

-Número de personas que conforman la población activa.

b) Réditos.

-Actividad que prevalece;

-Número de personas dedicadas a cada actividad;

-Rédito medio per cápita, mediante el análisis de una serie histórica;

-Gastos per cápita.

c) Comercio y turismo.

-Número, género y tipo de negocios;

-Número de personas dedicadas al comercio;

-Desarrollo de los negocios en el último año;

-Bares, restaurants, cinematografos, teatros, etc.;

-Número medio anual de turistas y estaciones de afluencia.

d) Actividad edilicia, caminos, transportes públicos y privados.

-Caminos nacionales, provinciales, comunales; estado y frecuencia del tránsito;

-Actividad edilicia de obras públicas, su curso y previsiones;

-Actividad edilicia privada, su curso en los últimos años y previsiones;

-Número de transportes públicos, frecuencia, número medio de pasajeros;

-//-

-Número de automóviles privados.

d) Industria, artesanado.

-Número de industrias clasificadas por actividad, balances;

-Tamaño y número de dependientes;

-Número de artesanos divididos por actividad y número de dependientes.

e) Agricultura.

-Superficie cultivada, tipo de cultivo prevaleciente;

-Tipo de conducción (directa, arrendamiento, coparticipación, etc.)

-Rédito medio por hectárea;

-Mecanización;

-Actividades agropecuarias especializadas.

f) Miscelánea:

-Número de hospitales y clínicas privadas;

-Número de oficinas públicas;

-Número de casas bancarias y postales;

-Número de mercaditos y supermercados y su distribución.

Este material constituye la base p ara valorar el mercado potencial del nuevo banco, desde que prevee la afluencia de depósitos y la importancia de los préstamos. En consecuencia, se poseen todos los elementos necesarios para tomar una decisión que tenga en cuenta los intereses de la banca a la vez que las exigencias de la clientela potencial

6.- Captación de dinero flotante y ahorros.

El fin último de una casa bancaria consiste en la mayor captación de ahorros posible a fin de estar en condiciones de atender los requerimientos crediticios de los usuarios. En consecuencia, se ha desarrollado una serie de técnicas de investigación, primordialmente en los Estados Unidos de América, que tienden a asegurar a las casas bancarias una

-//-

perspectiva certera del grado de evolución que pueden alcanzar en cada una de las zonas de ubicación.

Dichas técnicas, por extensión, son aplicables a la investigación que los bancos efectúan para determinar las áreas óptimas de ubicación de una nueva filial. En esencia, consisten en el análisis de la proporción de mercado que le corresponde a cada casa bancaria y su probable penetración dentro de las áreas de la zona que no son servidas o que lo son en forma insuficiente.

A tal fin se cuenta con diversos métodos de investigación tendientes a determinar la capacidad económica y los hábitos de consumo del público usuario, algunos de los cuales, debido a las modalidades propias en que se desenvuelve la actividad bancaria en los Estados Unidos de América -alta competencia, mercado financiero desarrollado, préstamos para adquisición de bienes durables, semidurables y de consumo inmediato, etc.- tan disímiles a las imperantes en el país, no son de aplicación en nuestro ámbito.

Para comenzar con el más común se menciona al referendum por correo método que consiste en el envío del cuestionario a las personas que integran la muestra previamente elegida. Sus ventajas radican en la posibilidad de entrevistar un número elevado de personas, evitando a la vez las posibles distorsiones debidas a la influencia de los entrevistadores. Sus inconvenientes se suscitan sobretodo en la posibilidad que un porcentaje apreciable de destinatarios no responda, o que las direcciones previamente elegidas no encuadren dentro de los diversos estratos sociales. Se requiere una concentración particular al redactar el cuestionario, que posiblemente debe contener pocas preguntas, formuladas muy claramente, de modo de evitar, por un lado, que la prolijidad induzca a los destinatarios a abstenerse de responde y, por el otro, eliminar toda posibilidad de equívoco.

-//-

Las entrevistas personales son el tipo de investigación más notorio y mayormente usado que consiste en la interrogación del individuo por parte de un entrevistador. Sus ventajas son diversas y consisten principalmente en la posibilidad de conocer en forma precisa la condición económico-social del entrevistado; las respuestas son más atendibles porque el entrevistador tiene la posibilidad de aclarar eventuales puntos del cuestionario que no resultaren claros; se puede practicar un mayor número de preguntas; se pueden percibir las reacciones del entrevistado, etc. Sus desventajas radican en el costo más bien elevado y el peligro que el entrevistador no efectúe una entrevista a conciencia, etc.

La observación del comportamiento del público debe efectuarse directamente en las ventanillas de las diversas filiales y se refiere en esencia a la determinación del tiempo de espera hasta la conclusión de las diversas operaciones durante las horas de mayor concurrencia de clientes. Su finalidad práctica consiste en la determinación de la necesidad de ampliación o renovación de locales, y en la corrección de las prácticas de operativa que deriven en un inconveniente para el público en general.

Asimismo, se puede recurrir al control en oportunidad de una campaña publicitaria en una zona determinada siempre que una casa bancaria deba escoger, entre diversos, el vehículo publicitario más eficaz.

Las entrevistas telefónicas es uno de los métodos más recientes adoptados en los Estados Unidos de América. Este método requiere una preparación previa de la entrevistadora, la cual debe ejercitarse sobre el tipo más adecuado de voz a utilizar, el giro que tomará la conversación, el cálculo de la duración de la misma a fin de no cansar

-//-

al interlocutor, etc. Aparentemente, rinde más ventajas que la entrevista personal, pero no debe descartarse el porcentaje de negativas a continuar la conversación.

Existen en los EstadosUnidos de América diversos métodos basados en campañas publicitarias tendientes a incrementar el nivel de operaciones, que no entran ya dentro del terreno de la investigación sino que pueden clasificarse como la consecuencia de la misma. Entre ellos se cuentan los regalos en efectivo o en bienes de consumo semidurables a los clientes que concurran al banco en fechas determinadas o no determinadas de antemano y ampliamente publicitadas, etc.

También existen técnicas sumamente evolucionadas, como ser la del "panel de consumidores" y la investigación motivacional que por su índole se analizarán en el Capítulo siguiente.

7.- Competencia: razones de especialización de los bancos.

Los bancos no sólo prestan dinero y servicios de diversa naturaleza a la vez que recogen ahorros para estar en condiciones de prestar aquellos, sino que también son el instrumento final para consecución de fines político-económicos especiales, tales como los emergentes de una determinada política monetaria, financiera, social y/o internacional.

La concurrencia de fines particulares y de fines de interés público conduce a la banca a actuar al mismo tiempo en casi todas sus manifestaciones, en dos planos distintos, entre los cuales el acuerdo no es siempre automático.

El buen funcionamiento del sistema no puede, en consecuencia, manifestarse a través de una simple valuación del rendimiento económico de las firmas que lo integran desde que la correcta distribución del crédito, el costo del dinero, la rapidez y la precisión en la prestación de los servicios, la efectividad de las intervenciones con fines polí

ticos traen aparejadas la necesidad de una estrecha colaboración de las entidades bancarias, entre sí y con las autoridades públicas, y también una visión unitaria de los intereses comunes.

La especialización de las instituciones crediticias debe operar desde dos fases distintas. Por una parte, debe producirse una diversificación según la naturaleza del trabajo en las distintas plazas y por el otro, según la naturaleza de los créditos otorgados, medidos de acuerdo a su destino y a su plazo.

Por lo expuesto, la multiplicación de las ventanillas bancarias debería efectuarse en una forma muy diferenciada para asegurar costos proporcionados al rendimiento que cada región económica pueda ofrecer. Al respecto, se debe tener en cuenta que las ventanillas especializadas en la recolección de fondos, son mucho menos costosas que las que atienden a exigencias crediticias y que, aquellas cuya clientela es de tipo uniforme son menos costosas que las que realizan operaciones más especializadas, como ser, apertura de créditos documentarios con el exterior, compraventa de acciones en Bolsa, préstamos financieros a mediano y/o largo plazo, etc.

La especialización puede realizarse mediante secciones especiales en una misma entidad. Sin embargo, parece más ordenada y eficaz la creación de diferentes entidades, cada una con su propia experiencia técnica que le permita realizar el máximo de beneficio para la comunidad económica en su conjunto.

Instituciones así especializadas favorecen además los trámites de las autoridades centrales cuando quieren influir, por intermedio de la política crediticia, en otros campos: política económica, fomento industrial o agropecuario, política social, corrección de distorsiones naturales, etc.

-//-

CAPITULO IV

- MERCADO ACTIVO POTENCIAL -

1.- Diversas técnicas especializadas de investigación conducentes a su determinación.

La idea de mercado, en términos de Economía Política, se confunde con la de demanda y se presenta generalmente asociada a un producto o a una línea de productos. En nuestro caso, el mercado activo potencial de una casa bancaria está formado por el número probable de usarios de crédito y/o depositantes que están radicados en una determinada zona de influencia, habiéndose enunciado el cuestionario tipo para arribar a su determinación en las páginas 53/4.

El producto que ofrece un banco son sus servicios de diversa índole, para cada uno de los cuales puede haber un mercado, siendo función de la investigación el precisar y delimitar cada uno de ellos.

Las diversas ramas de la investigación mercadológica se dividen en dos categorías: la cualitativa y la cuantitativa, siendo relativa la diferencia que existe entre ambas. En efecto, en las investigaciones cualitativas tienen especial importancia la determinación de la naturaleza de los fenómenos y las diferencias de clase entre varios de éstos. Así por ejemplo, las investigaciones sobre los gustos de los consumidores, los motivos del consumo, las actitudes y costumbres adquisitivas, la identificación de la persona de la familia que efectúa el consumo, son todas indagaciones cualitativas. Por el contrario, en los estudios cuantitativos tiene importancia la agregación de cantidades del fenómeno de que se trate.

Una investigación cualitativa resultaría totalmente desprovista de valor si prescindiese de las correspondientes cantidades. Del mismo modo, las estadísticas aisladas carecen de significado propio, excepto como material de ejercicios puramente matemáticos, mientras no

-//-

se haya adquirido el conocimiento suficiente de los hechos, cuya expresión de cantidad representan. Existe, realmente, en los estudios estadísticos, el gran peligro de que carezcan de realismo sus conclusiones, por el hecho de que el analizador haya podido llegar a no darse cuenta de lo que mide.

Una vez que el mercado ha sido dividido en función del servicio genérico, corresponde la descripción de la demanda. A ésta puede llegarse, estableciendo las siguientes alternativas:

-tamaño del mercado;

-determinación de los usuarios;

-localización geográfica, descripción demográfica y características sicológicas y sociales de los mismos;

-razones por las cuales el servicio es utilizado;

-frecuencia, época y modo de la utilización del servicio; y,

-método de la prestación del servicio.

La enumeración precedente no es taxativa desde que en los casos en que fuere necesario, pueden agregarse otras clasificaciones que contribuyan a la descripción total perseguida. En los Estados Unidos de América, país en el cual el negocio bancario se desenvuelve en forma sumamente competitiva, es preciso analizar a fondo cada alternativa, a la vez que propiciar campañas publicitarias -que han sido objeto de una investigación de mercado previa- con el objeto de lograr mayores y mejores negocios. Entre ellas pueden mencionarse indagaciones tendientes a determinar los efectos de los cambios de las tasas de interés, resultados a obtenerse en promociones especiales, etc.

Uno de los factores que mejor contribuye al conocimiento del mercado es la determinación de su tamaño en función del número de usuarios lo cual debe emplearse para precisar datos más aprovechables, como ser,

-//-

la cantidad y el monto probable de operaciones a realizar. A veces es conveniente establecer otras divisiones básicas, pero el objetivo primordial consiste en fijar el volumen total del mercado.

La determinación del usuario, es decir, quién efectúa la operación y/o quién la influencia, tiene una importancia fundamental tanto en la fase de creación del arte publicitario y de los textos, como en la selección de la estrategia más adecuada, en lo que se refiere al uso de los distintos medios de propaganda. Por lo tanto se clasifica los posibles usuarios por edades, sexo, niveles de ingresos, tipo y nivel de educación, estado civil, número de personas que conforman la familia, raza, religión, y en fin todo otor elemento de diferenciación. En los Estados Unidos de América, la investigación mercadológica ha llegado a determinar que un porcentaje cada vez mayor del público usuario de servicios bancarios es de sexo femenino; en consecuencia, se han intentado prácticas publicitarias y operativas diversas tendientes a ofrecer servicios que incentiven la concurrencia de este sector de clientes.

Las características sicológicas y sociales de los usuarios potenciales tienden a determinar cuáles se transofrmarán en activos y cuáles no. La investigación motivacional trata de establecer los motivos que determinan el comportamiento del individuo estableciendo una relación entre éste y los procesos sicológicos de fondo como los deseos, los estados de ánimo, las intenciones, etc. y pretende descubrir en base a qué motivaciones el público hace su propia elección. Los métodos de que se sirven los especialistas sicólogos son las entrevistas en profundidad, las entrevistas de grupo, que incluyen los coloquios, el acercamiento indirecto, el completamiento de frases, la ficción escénica, las viñetas, las pruebas de percepción temática, las pruebas Rorschach -de las manchas de tinta o técnica proyectiva- etc. La entrevista

-//-

en profundidad o de tipo clínico consiste en el estudio de las características y de la conformación mental del sujeto interrogado para encuadrar exactamente el problema estudiado, y en el curso de la entrevista los sujetos son obligados a asociar libremente hechos y cosas, a relatar su comportamiento, etc. La entrevista de grupo, que sustancialmente tiene los mismos fines que la precedente, consiste en el estudio del comportamiento del sujeto mientras se encuentra en contacto con un determinado gurpo de personas. El acercamiento indirecto o asociación de palabras, es particula rmente útil para conocer las reaccion de los clientes a los slogans, nombres de productos, fotos, etc. En el completamiento de frases el entrevistado revela actitudes, prejuicios, etc. En las ficciones escénicas el sujeto es ubicado frente a situaciones particulares tales como un argumento, una figura, etc. sobre las que debe verter su propio pensamiento. Este método tiene la ventaja de una mayor sinceridad por parte del entrevistado ya que debe hablar de cosas extrañas a su propia personalidad y es posible de tal modo la interpretación de las variables que motivan su actitud. Las viñetas consisten en someter un dibujo que representa a dos personas hablando. En una hay un espacio con una contestación y en la otra el espacio está en blanco para que responda el entrevistado, permitiendo así descubrir los factores de la personalidad y las actitudes preconcebidas. Las pruebas de percepción temátiea y las pruebas Rorschach constituyen dos tipos abstractos de test y tienden a revelar los rasgos concretos de la personalidad, constituyendo dos técnicas particularmente difíciles que requieren una notable capacidad por parte del sicólogo.

La diferenciación sicológica y social de los usuarios es siempre importante para el departamento de investigación a los efectos

-//-

de una toma de decisión, sobre todo en lo que concierne al logro óptimo de la comunicación publicitaria, en función del contenido y formas más adecuadas de los mensajes, así como en la decisión sobre el uso de los medios publicitarios más idóneos para tal comunicación. Asimismo, es útil para establecer en qué medida difieren las necesidades y deseos de los usuarios de las de los que se abstienen, y tiene dos consecuencias fundamentales; permite modificar y mejorar los servicios bancarios o crear otros nuevos y posibilita ajustar la publicidad de acuerdo con los gustos de los clientes, a la vez que elimina de los textos lo que carece de fuerza motivadora.

Las raxones, aparentes y profundas, por las cuales los clientes utilizan un servicio bancario o prefiere un banco sobre otro, conforman un punto de especial interés. El análisis que conduce a establecer aquellas razones incluye generalmente una investigación sobre los diversos usos que se hace de los servicios, seguido de un cuestionario adecuado sobre las razones motoras. Para este tipo de encuesta se usan preguntas directas e indirectas, es decir, aplicando técnicas de proyección para eliminar inhibiciones. Establecidas aquellas razones, es posible dividir el mercado en función de los grupos que surjan de la polarización de respuestas.

La mayor parte de los servicios bancarios acusan oscilaciones estacionales en su utilización por parte de los usuarios. A menudo es posible comprobar que estas oscilaciones pueden modificarse por la acción publicitaria y promocional, conforme convenga.

Mediante la técnica de las entrevistas a una muestra representativa de la población del área se pueden obtener datos precisos sobre la posibilidad de utilización de los diversos servicios de un banco por parte de la misma. El cuestionario que se transcribirá a continuación

-//-

incluye la mayor parte de las alternativas expuestas precedentemente:

-Cuestionario de muestreo-

1. Población.

-Alojamiento: número de familias en casas para una familia, para dos o para varias;

-Población: número de personas por familia clasificadas según sexo y grupos de edad;

-Grupo de edad de los "pater familiae";

-Empleo y desempleo según sexo.

2. Propiedad de bienes inmuebles.

-Número de familias propietarias y que alquilan;

-Número de familias que han efectuado mejoras importantes durante el último año y forma de pago (contado, en cuotas mensuales, financiado por intermedio de un banco);

-Número de familias que piensan efectuar mejoras dentro del año inmediato y forma de pago (contado, en cuotas mensuales, financiado por intermedio de un banco);

-Número de familias que adquirieron o construyeron su propiedad en los diez años inmediatos anteriores, y quienes obtuvieron préstamos de: un banco, una sociedad de construcción a crédito, una compañía de seguros, una compañía hipotecaria, de parientes, no informado;

-Número de familias que piensan construir o comprar su propiedad dentro del año inmediato y forma de pago (contado, en cuotas mensuales financiado por intermedio de un banco).

3. Artefactos eléctricos.

-Número de familias propietarias de artefactos eléctricos e intenciones de adquisición y forma de pago pensada.

-//-

4. Automóviles.

-Idem a artefactos eléctricos, especificando además si poseen más de un vehículo, si son nuevos o usados.

5. Bienes muebles.

-Idem a artefactos eléctricos para el mobiliario de cierto valor, especificando si piensa adquirir dentro del año inmediato.

6. Cuentas de ahorro.

-Número de familias que poseen cuentas de ahorro clasificadas según grupos de edad (adultos y menores) y cantidad de personas dentro de cada grupo;

-Distribución de las cuentas de ahorro de cada familia: con bancos, con asociaciones de ahorro y préstamo, con cajas de ahorro postal, con compañías aseguradoras, acciones, otras inversiones, otros métodos, o bien, ningún ahorro, o ningún informe;

-Número de familias con cajas de seguridad y su empleo para guardar: dinero, acciones, etc.;

-Número de familias con cuentas corrientes;

-Quién de cada familia se ocupa de las gestiones bancarias: marido, mujer, ambos, ninguno, otro miembro;

-Número de familias que efectúan sus depósitos por correo;

-Número de familias que operan con: nombre de cada banco específico de la zona, combinaciones de varios bancos, empresas financieras no bancarias, bancos ubicados fuera del área, con ingún banco;

-Período desde que vienen operando con cada banco;

-Conveniencias de la elección de su institución financiera favorita: ubicación adecuada, servicios ofrecidos, personal agradable, influenciado por amigos, influenciado por la propaganda, influenciado por la reputación, influenciado por las conexiones de negocios, otras ra

-//-

zones, ninguna, no sé.

-Número de familias que usan una segunda institución financiera específica y clase de operaciones que efectúan.

7. Asesoramiento financiero.

-Número de familias que elegirían cada uno de los consultores que se sugieren: banco, compañía de fondos de inversión, amigo o pariente, abogado, corredor de bolsa, otros medios;

-Impresiones sobre el costo del servicio en un banco o en una compañía financiera; el banco es: más barato, igual, más caro, más seguro, no sé;

-Impresiones sobre la rapidez en la obtención de un préstamo en un banco o en una empresa financiera; el banco es: más rápido, más o menos igual, más lento, no sé;

En caso de emergencia, trataría de obtener un préstamo: Número de familias que: si, no, no sé;

-A quién recurriría: a un banco, a una empresa financiera, a un amigo o pariente, no sé.

8. Préstamos personales.

-Ha solicitado un préstamo personal, a quién;

-Ha solicitado un préstamo hipotecario, a quién, sobre la casa que ocupa u otra;

-Alguna vez en su vida solicitó crédito, a quién;

-Se siente lo suficientemente vinculado a un banco como para solicitar un crédito.

9. Servicios sugeridos.

-Cuáles servicios le gustaría que el banco prestara;

-Qué piensa de los servicios que presta en la actualidad: excelentes, buenos, regular, pobres;

-//-

-Cree que las instalaciones del banco son atractivas, modernas y constituyen un lugar agradable para las negociaciones.

10. Servicios de confianza.

-Número de familias cuyo "pater familiae" ha hecho un legado;

-Número de familias que ha nombrado como ejecutor del mismo a: un pariente, amigo, abogado, banco o compañía de fondos de inversión;

-Número de familias cuyo "pater familiae" está asegurado: especificar monto;

-Número de familias que utilizan servicios de compañías de fondos de inversión locales;

-Número de familias cuyo jefe percibe salarios: en que día de la semana y frecuencia de los pagos;

-Número de familias que hacen efectivo su cheque por salarios: especificar dónde.

11. Propaganda.

-Número de familias que recuerdan haber visto propaganda bancaria: especificar en que medio publicitario.

Por último, mediante la utilización de una muestra representativa de la población del área también se puede estudiar la dinámica del mercado. Esta técnica conocida como la del "panel de consumidores" consiste en la elección de un grupo de familias de modo que representen a todas las clases sociales del área, a las que se suministra un libro especial en el que deben registrar diariamente los gastos familiares especificando los respectivos precios, las mercaderías adquiridas, los lugares de adquisición, etc. Los fines prácticos de esta investigación consisten en el conocimiento de las mercaderías preferidas, la periodicidad y el volumen de las adquisiciones, etc., es decir, que permite contar con datos ciertos sobre la dinámica del mercado, desde que no se tra

-//-

ta, como en las otras investigaciones, de conocer el comportamiento pasado, o previsiones sobre el tufuro u opiniones diversas, sino más bien saber cuál es realmente la conducta de todo un núcleo familiar y cuáles son sus opiniones sobre varios productos. Sin embargo, la muestra puede llegar a deformarse desde que no siempre todas las familias están dispuestas a colaborar con la encuesta sumiéndose en un trabajo diario bastante aburrido, pudiendo algunos gastos escapar a la tabulación, en especial aquellos que algún miembro de la familia trata de esconder. Como máximo, del diario debe ser llenado semanalmente, porque según indica la experiencia, la utilización de plazos mayores posibilitaría la omisión por descuido de diversos gastos.

Desde que en el diario puede hacerse que se consigne también el rédito de que dispone la familia mensualmente, los hábtios de ahorro, las relaciones con bancos, frecuencia de las operaciones, los tipos de inversión, etc., los bancos pueden contar con un elemento de gran interés, para determinar su mercado potencial, a la vez que pueden suministrar a su propia clientela aquellos datos sobre consumo y preferencia de mercaderías.

Entre las preguntas específicas que pueden interesar a un banco se mencionan las referentes a la individualización del banco que utiliza la familia, la distancia del hogar al mismo, el tipo de servicios utilizados y con que frecuencia, operaciones efectudas y montos, ahorros mensuales y utilización de los mismos, etc.

- CAPITULO V -

- CONCLUSIONES -

Es evidente que el desarrollo de la técnica bancaria que se produjo paulatinamente a través de los años hasta llegar a la gran depresión mundial de 1930, y con mayor énfasis a partir de entonces, dió origen a una serie de controles y especificaciones cada vez más estrictos y profundos en materia de operativa.

Es así como, observando lo acaecido en nuestro país en forma específica, se advierte que la creación del Banco Central de la República Argentina obedeció fundamentalmente al deseo de "promover la liquidez y el buen funcionamiento del crédito bancario". Dichos objetivos no podrían cumplirse acabadamente si los diversos entes que conforman el quehacer bancario del país estuvieran librados a su propia iniciativa. Por tal motivo, a partir de la creación del Banco Central y la aparición de la primera Ley de Bancos se ha tendido a "acentuar la gravitación del Banco Central en el sistema bancario a fin de darle el máximo de eficacia en la ejecución de la política monetaria y crediticia", a cuyos fines, "es indispensable otorgarle las más amplias facultades para determinar la índole y extensión de las actividades de los establecimientos bancarios (oficiales y privados) sujetos a su control, sin perjuicio de que éstos ejerciten su absoluta responsabilidad y una sana competencia en sus operaciones individuales".

Paralelamente, la técnica de investigación de mercados que se inició en forma precaria al finalizar el siglo XIX en los Estados Unidos de América, cobró sustancia y fue adoptada por un gran sector de la industria después de 1930. Debido a la conmoción de la depresión, los empresarios norteamericanos se percataron de su ignorancia sobre los métodos mercadológicos y de la ineficacia de los procedimientos de venta

-//-

que venían empleando. No sería exacto decir que la investigación de productos nació durante la depresión, pero entonces recibió su primer gran impulso y en dicha época se fundaron la mayoría de las actuales y más importantes organizaciones de investigación en aquél país. Pero, no fue hasta despues de la Segunda Guerra Mundial en que dichas prácticas fueron adoptadas en gran escala por la actividad bancaria, creándose así una operativa unfirome y concisa.

En nuestro país, hemos visto en los Capítulos I y II los comienzos y el devenir ulterior de los conocimientos sobre investigación de mercados, que fueron parejos a la evolución anotada en los Estados Unidos de América, aunque debe señalarse que allí es más profundo el análisis de los factores y ehcos conducentes a la obtención del mayor rédito posible en la actividad emprendida, en tanto que en nuestro país primordialmente se trata de cumplir con disposiciones emanadas del Banco Central.

Este hecho se fundamenta en el diferente grado de desarrollo en que se desenvuelve la economía de cada país. El nuestro, con un mercado de capitales escasamente diversificado no puede aspirar a captar eficazmente la masaflotante de dinero que, en definitiva, no se ahorra.

Frente al proceso de industrialización se ha creado una diversificación de actividades económicas que exige la paralela expansión de los instrumentos de crédito, debiendo ésta materializarse en una especialización de las entidades bancarias según las dimensiones de los créditos, su destino y duración, etc.

Sin embargo, el sistema bancario argentino tiene una estructura básica que podría extenderse rápidamente hasta cubrir todas las necesidades crediticias nacionales.

Para poder cumplir dicha finalidad es preciso que el sistema ban

-//-

cario argentino utilice todos los medios indicados por la técnica y la experiencia moderna para ir captando la mayor cantidad posible de fondos existentes, asegurando a los mismos una utilización racional y tendiendo siempre en cuenta que el banco no es solamente una entidad económico-jurídica con fines propiso sino aquella cuyo buen fundionamiento repercuta inmediatamente en la operativa general de la economía del país en todos sus aspectos.

- 0 -

- B I B L I O G R A F I A -

LIBROS.

El método en la investigación y exposición de las materias económicas
por: Francisco C. Bendicente.

Normas bancarias de la República Argentina
por: Banco Central de la República Argentina - 1954

Leyes sobre bancos y moneda
por: Ministerio de Hacienda de la Nación - 1935

La reforma bancaria argentina de 1957
por: Banco Central de la República Argentina

Anales de la legislación argentina
por: Editorial La Ley

Regimen bancario argentino
por: Universidad de Buenos Aires - Facultad de Ciencias Económicas - Instituto de Economía Bancaria

El desarrollo del sistema bancario comercial argentino desde 1957
por: Frederick Brooman (Instituto Torcuato Di Tella - Centro de Investigaciones Económicas-1964)

Money and banking
por: Raymond P. Kent

Le ricerche di mercato nel settore bancario
por: Benedetto Cati

Investigación de la distribución de productos en el mercado
por: David J. Luck - Hugh G. Wales

Comercialización y análisis del mercado - Manual de teoría y casos prácticos
por: Lyndon O. Brown

REVISTAS.

Banking

Journal of marketing

Burroughs' Clearing House