

# La hospitalidad en el indicador financiero CAT

*Georgina E Torres Mondragón*

## RESUMEN

En la sociedad actual, plural y diversificada, la prestación de los servicios constituye un elemento fundamental para cualquier empresa, privada o gubernamental, que está buscando cubrir una necesidad o una información al cliente. La relación entre el prestador del servicio y el cliente es muy importante para lograr un servicio de calidad y en el caso específico del ámbito financiero incluso el que sea personalizado. En este sentido, esta relación puede fundamentarse en la hospitalidad, que juega un papel significativo para que una institución logre mejores resultados en su productividad y rentabilidad para diferenciarse de otras empresas.

En particular, las instituciones financieras brindan un servicio al público para resguardar, prestar e invertir el dinero. La información que estas instituciones proporcionan a sus usuarios respecto a los movimientos realizados y aplicación de los indicadores de una manera adecuada, clara y veraz se convierte en una oportunidad de realizarlo con hospitalidad, teniendo consecuencias futuras positivas en lealtad y rendimientos de los usuarios hacia la institución.

Uno de estos indicadores financieros, es el CAT Costo Anual Total, que permite a los usuarios tener un conocimiento del costo total de un préstamo, y a través de la forma de publicación de esta información o del darla a conocer por un funcionario de las instituciones, se brindan hospitalidad.

Al relacionar la hospitalidad con este indicador financiero, los usuarios podrán mejorar la educación financiera y por consecuencia llevar a cabo una adecuada toma de decisiones al elegir un producto financiero.

**Palabras clave:** instituciones financieras, información, hospitalidad, lealtad del cliente.

## HOSPITALITY AT THE TAC FINANCIAL INDICATOR

### ABSTRACT

In the current, plural and diversified society, the provision of services is an essential element for any enterprise, either private or governmental, looking to meet a need or information to the customer. The relationship between the service provider and the customer is very important in order to achieve a quality service and, in the specific case of finance, even that is customized. In this sense, this relationship can be based on hospitality, which plays a significant role in order that an institution achieve better results in its productivity and profitability to differentiate itself from other companies.

In particular, financial institutions provide services to the public to guard, lend and invest money. The information provided by these institutions to its users regarding the transactions made and the application of indicators in a proper, clear and truthful way becomes an opportunity of doing it with hospitality, having a positive future impact on loyalty and yields of the users towards the institution.

One of these financial indicators is the Total Annual Cost (TAC), allowing users to know the total cost of a loan, and through the publication of this information, or by making it known by an official of the institutions, hospitality is provided.

By linking hospitality with this financial indicator, users can improve financial education and consequently carry out a proper decision making when choosing a financial product.

**Keywords:** financial institutions, information, hospitality, customer loyalty.

## INTRODUCCIÓN

La hospitalidad tiene sus orígenes cuando el hombre aparece en la tierra y va evolucionando. Por el hecho de que el hombre es un ser social por naturaleza se fue reuniendo con otros hombres para vivir y convivir dentro de una comunidad. El ser humano, al verse envuelto en un ámbito social y siendo parte del mismo, en su evolución, ha desarrollado aún más la preocupación por buscar el bienestar y la satisfacción de sus semejantes, atendiendo sus necesidades.

El concepto de hospitalidad se considera como la virtud de acoger a una persona vulnerable en el ambiente de otra; extranjero, visitante, prestándole la debida asistencia y satisfaciendo sus necesidades (Guardini, 2009). La palabra hospitalidad procede del griego "*filoxenia*", que significa "amor (afecto o bondad) a los extranjeros" (Fernández, 1988). Con origen en el latín "*hospitalitas*", quiere decir "virtud que se ejecuta con los peregrinos, menesterosos, desvalidos, recogiénolos y prestándoles la debida atención en sus necesidades" (Llano, 1992).

La hospitalidad es una actividad directamente relacionada con la persona, y su fin inmediato es brindar servicio a otros. La hospitalidad es una dimensión del servicio de naturaleza humana, que normalmente resulta un extraordinario factor de diferenciación entre empresas. En esencia las empresas hospitalarias son empresas con rostro humano, y, muchas veces, la actitud de las personas de primer contacto es lo que finalmente perdura en la memoria de los clientes. La hospitalidad, hoy en día, constituye una ventaja competitiva y la empresa deberá considerarla en toda la planeación y ejecución de proyectos.

De esta forma, al proporcionar un servicio que solicita o necesita una persona se deberán considerar una serie de elementos que permitan en su integración brindar un servicio hospitalario.

Una institución financiera se considera hoy en día como una empresa de servicio, una institución hospitalaria, atendiendo a las necesidades que las personas requieren para generar valor a través del dinero. El sistema financiero desempeña un papel central en el funcionamiento y desarrollo de la economía. Está integrado principalmente por diferentes intermediarios y mercados financieros, a través de los cuales una variedad de instrumentos movilizan el ahorro hacia sus usos más productivos. Los bancos son quizá los intermediarios financieros más conocidos, puesto que ofrecen directamente sus servicios al público y forman parte medular del sistema de pagos. Sin embargo, en el sistema financiero participan muchos otros intermediarios y organizaciones que ofrecen servicios de gran utilidad para la sociedad haciendo frente a los usuarios para apoyarlo en la mejor toma de decisiones.

Al considerar los servicios financieros, los elementos hospitalarios que se pueden aplicar son: amabilidad, atención personalizada, ayuda, comprensión, disponibilidad, eficacia, un buen entorno, honradez, fidelidad, lealtad, profesionalidad, responsabilidad, respeto y paciencia.

En las instituciones financieras, la información que se genera y que necesita una persona para entender y contratar un servicio, constituye también un elemento hospitalario. Esta información deberá ser clara y precisa, que permita un conocimiento de los conceptos que se involucran en el servicio financiero. Si la información que se proporciona a los clientes es clara y precisa, generará más confianza, lealtad y permanencia en la institución, mejorará la calidad del servicio e incrementará el número de usuarios.

En relación con los servicios financieros, una información relevante que un usuario debe considerar al contratar un préstamo o un crédito es el indicador CAT, que ayuda a entender y aplicar de manera más certera el costo total que pagará al final del periodo contratado.

La hospitalidad deberá ser considerada como un elemento fundamental para proporcionar un servicio financiero a través de la información que emite para sus usuarios, de calidad, certera, adecuada y en tiempo.

### **INDICADOR FINANCIERO CAT**

Los servicios bancarios facilitan a los usuarios el manejo de sus recursos. Por un lado, los servicios de ahorro e inversión permiten planear la atención de las necesidades futuras mediante el uso de instrumentos financieros más seguros y confiables. Por el otro, los servicios de crédito facilitan la adquisición inmediata de bienes cuya compra requeriría un periodo largo de ahorro. El funcionamiento de muchos servicios bancarios, sin embargo, no es sencillo de entender.

Los servicios suelen tener muchas características, y por ende, muchos conceptos por los que se puede cobrar una comisión. Por ejemplo, un crédito a través de una tarjeta tiene asociados muchos conceptos como el saldo mensual promedio, el pago mínimo y la fecha de corte. También tiene asociadas varias comisiones, como la anualidad, la comisión por no pagar a tiempo y la comisión por retiro de cajero. La consecuencia de esta complejidad es que algunos clientes no entienden cuál es el precio de los productos porque tienen asociados muchos precios. Adicionalmente, resulta difícil que los clientes comparen los precios entre diferentes proveedores.

El Banco de México, publicó en el Diario Oficial de la Federación, con fecha del 30 de noviembre de 2009, la circular 21/2009, con la determinación del uso del CAT, indicador que determina el costo anual total de créditos hipotecarios y de créditos al público en general, para “promover el sano desarrollo del sistema financiero, de proteger los intereses del público y de fomentar la transparencia y la competencia” (Banco de México, 2009).

El indicador CAT, permite que las personas puedan comparar y elegir el crédito que más les convenga. En la medida en que la interpretación y aplicación del CAT sea más clara y precisa, su utilidad beneficiará más al público.

Definición: “CAT, es el costo anual total de financiamiento expresado en términos porcentuales anuales que, para fines informativos y de comparación, incorpora la totalidad de los costos y gastos inherentes a los Créditos” (Banco de México, 2009).

Para mejorar la transparencia y comparar los costos y beneficios asociados al servicio de tarjetas de crédito, el Banco de México publica bimestralmente información relativa a las características de los productos de esta naturaleza ofrecidos por todos los intermediarios que participan en el mercado, a través del reporte Indicadores básicos de tarjetas de crédito. Entre los indicadores que se incluyen en el reporte de indicadores destacan la tasa de interés, la comisión anual, el ofrecimiento de promociones a tasa cero y a tasas preferenciales, así como el CAT de las instituciones y de los productos más representativos en el mercado. (Banco de México, 2015).

Cada consumidor debe decidir qué tarjeta de crédito contratar, de acuerdo con sus necesidades, con las características del producto y con los beneficios que éste le pueda ofrecer. Por ejemplo, para un consumidor que liquida el total de su deuda cada mes

(conocido como “totalero”), la tasa de interés no es relevante porque nunca la paga; lo importante es la comisión anual y los beneficios asociados a una tarjeta. En cambio, para un cliente que no cubre su saldo del crédito cada mes (“no totalero”), la información relativa a la tasa de interés cobra relevancia.

En Indicadores básicos de tarjetas de crédito los consumidores pueden encontrar información para elegir la tarjeta de crédito más adecuada a sus necesidades; pueden identificar, entre otras cosas, los productos que no cobran anualidad o los que tienen menor CAT, así como las instituciones que en promedio ofrecen más promociones. (Banco de México, 2015).

El CAT se calcula con la metodología establecida por Banco de México, considerando, el CAT es el valor numérico de la variable, expresado en términos porcentuales, que satisface la ecuación siguiente:

$$\sum_{j=1}^M \frac{A_j}{(1+i)^{t_j}} = \sum_{k=1}^N \frac{B_k}{(1+i)^{s_k}}$$

En donde:

$M$  = Número total de disposiciones del crédito.

$j$  = Número consecutivo que identifica cada disposición del crédito.

$A_j$  = Monto de la  $j$ -ésima disposición del crédito.

$N$  = Número total de pagos.

$k$  = Número consecutivo que identifica cada pago.

$B_k$  = Monto del  $k$ -ésimo pago.

$t_j$  = Intervalo de tiempo, expresado en años y fracciones de año, que transcurre entre la fecha en que surte efecto el contrato y la fecha de la  $j$ -ésima disposición del crédito.



$S_k$  = Intervalo de tiempo, expresado en años y fracciones de año que transcurre entre la fecha en que surte efecto el contrato y la fecha del  $k$ -ésimo pago.

La ecuación matemática para el cálculo de  $i$  podrá tener, en algunas ocasiones, más de una solución, en estos casos, el CAT será el valor positivo más cercano a cero.

Para el cálculo del CAT se deben considerar todos los pagos del crédito, considerando la tasa nominal, agregando todos los cargos por concepto de comisiones, primas de seguros, descuentos, bonificaciones y amortizaciones del capital (Banco de México, 2009).

El CAT se aplica para comparar los créditos hipotecarios, créditos inferiores a 900 mil UDIS (4.671 millones de pesos) (México, 2014) y que sean, revolventes (tarjetas de crédito), de nómina, para adquisición de automóviles, para compra de bienes de consumo duradero, los personales o de liquidez y los otorgados a las PYMES, para los que es importante considerar que se trate siempre del mismo producto financiero y con las mismas condiciones.

Como un elemento hospitalario, El Banco de México, para facilitar el cálculo del indicador CAT, desarrolló en su página web una calculadora para obtener el indicador CAT, y se puede tener acceso a través del sitio, <http://www.banxico.org.mx/CAT/> (Banco de México, 2009).

Como ejemplo de la aplicación de la calculadora, se considera:

Usando un simulador de crédito para adquirir un automóvil con los siguientes datos (HSBC, 2014):

Monto del crédito: \$ 170,000.00 M.N.

36 Pagos periódicos (sin IVA): \$ 5,638.32

Cargo adicional en los pagos periódicos, sin IVA (Seguro Anual): \$16,046.00

Los datos de este crédito se deben ingresar en la calculadora de Banco de México, siguiendo las instrucciones para llenar los campos y así obtener el CAT del crédito.

Se pueden hacer varios cálculos con diferentes opciones de instituciones financieras, manejando el mismo monto del crédito y así poder obtener diferentes valores de CAT, para elegir como mejor opción el menor porcentaje.

El Banco de México ha adoptado disposiciones que protegen a los usuarios de tarjetas de crédito ya que es muy sencillo que los usuarios una vez elegido el crédito cometan errores por su complejidad. Este es un servicio muy difundido entre la población que se muestra como una oportunidad de hospitalidad del servicio financiero hacia el cliente.

## CONCLUSIONES

Vivimos en una generación en la que las empresas de servicio tienen mayor participación de la actividad económica; la actividad que desarrollan estas empresas involucra a la hospitalidad como una ventaja competitiva que las diferencia de otras.

En una institución financiera, considerada como una empresa de servicio, el desarrollo de sus procesos y actividades están vinculados con la hospitalidad al ayudar a la población a tomar las mejores decisiones en el ámbito financiero. Se trata de aspectos sensibles para las personas, pues son decisiones que toman respecto a un patrimonio que se ha venido forjando en el tiempo a través del trabajo.

Un elemento hospitalario en una institución financiera es la información que se genera y publica a través de sus indicadores; los cuales, al ser manejados de manera clara y precisa a los usuarios, generarán un servicio confiable, leal, responsable y profesional.

En particular, al proporcionar la información relevante de manera adecuada respecto al indicador CAT, ayudará a que el cliente en el entorno financiero tome una mejor decisión al contratar un crédito y se sentirá seguro con el manejo que la institución financiera hace de su patrimonio.

En un análisis de lo expuesto se tiene como resultado que la expectativa de atención que tiene el cliente responde con su propia autoimagen en su relación con la entidad financiera con la que siente que es deseable e importante para abonar sus ahorros o buscar una fuente de financiamiento. Espera que las instituciones financieras se preocupen por solucionar sus problemas, lo que constituye una oportunidad para actuar con hospitalidad.

## FUENTES DE CONSULTA

- Banco de México*. (21 de 11 de 2009). Recuperado el 29 de 09 de 2014, de [www.banxico.org.mx](http://www.banxico.org.mx)
- Banco de México*. (25 de 06 de 2015). Recuperado el 25 de 06 de 2015, de <http://www.banxico.org.mx/divulgacion/sistema-financiero/sistema-financiero.html#CostoAnualTotalCATyGananciaAnualTotalGAT>
- Banco de México. (2009). *Calculadora del Costo anual Total (CAT) Banco de México*. Recuperado el 1° de octubre de 2014, de <http://www.banxico.org.mx/CAT/>
- Fernández, M. (1988). *Hospitalidad. Perspicacia para comprender las Escrituras, Tomo 1*. Pennsylvania USA: Watchtower Bible and Tract Society of Pennsylvania.

- Guardini, R. (2009). *Sobre el dar y el recibir en el hogar y la hospitalidad. Cartas sobre autoformación*. Madrid: Palabra.
- HSBC. (3 de 10 de 2014). *Inmediauto HSBC*. Recuperado el 3 de 10 de 2014, de <https://www.hsbc.com.mx/1/2/es/personas/creditos/credito-de-auto>
- Llano, C., Cifuentes, C. (1992). *Fundamentos de los servicios en la Hospitalidad*. México: Limusa.
- México, B. d. (10 de 10 de 2014). [www.banxico.org.mx/ayuda/temas-mas.../udis--unidades-inversion-.html](http://www.banxico.org.mx/ayuda/temas-mas.../udis--unidades-inversion-.html). Recuperado el 30 de 09 de 2014, de <http://www.banxico.org.mx/SielInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadro&idCuadro=CP150&sector=8&locale=es>

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.