



Foto: Tien21

Financiación al Consumo

Un aliado en la venta

No podemos negar que vivimos en una sociedad de consumo y, como tal, la financiación de las compras es una herramienta de gran valor, tanto para el comercio como para el propio cliente. Por ejemplo, ¿quién no se ha encontrado con un imprevisto que le obligue a reponer algunos de los electrodomésticos de su hogar? Las soluciones de financiación nos permiten hacer frente a estas compras sin desbaratar completamente el presupuesto familiar y pudiendo realizar un pago flexible y aplazado.

Financiar las compras es una manera fácil y cómoda de acceder a bienes de consumo que quizá en otras circunstancias nos sería más difícil o incluso imposible adquirir. Gracias a esta herramienta, el consumidor puede disponer de un artículo en el preciso momento que lo necesita pudiendo beneficiarse de la flexibilidad de pago que aportan las opciones de financiación. Pero más allá de las urgencias, esta fórmula de pago hace más fácil la compra de otros artículos que, sin ser bienes de primera necesidad, pueden suponer un objeto de deseo apetecible para el consumidor en un momento determinado. Por ejemplo, antes de un Mundial de fútbol o unos Juegos Olímpicos, puede haber quienes estén interesados en cambiar su televisor por uno de mayores prestaciones y no por ello sacrificar todo el presupuesto para irse de vacaciones. En estos casos, la financiación permite compatibilizar los gastos mediante el aplazamiento y el fraccionamiento del pago. Como explica Gregorio Izquierdo, Director General del Instituto de Estudios Económicos (IEE), “uno de los rasgos de los países más desarrollados es el hecho de poder financiar el consumo. En los países menos desarrollados, la gente únicamente puede comprar al contado, no a crédito. Y la ventaja que tienen las tarjetas de crédito es que son muy inmediatas y flexibles”.

Elegir el momento y comodidad de pago

De esta manera, éstas son las principales ventajas que reporta al usuario la financiación al consumo:

Anticipación. Como apunta Pedro Guijarro, presidente de Asnef (Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito), “la financiación al consumo permite disfrutar de los bienes con anticipación”. En esta apreciación coincide Izquierdo, quien afirma que “la ventaja que tienen los créditos al consumo es que permiten adelantar en el tiempo las compras y, por tanto, aprovechar los momentos de rebajas o adquirir un electrodoméstico cuando más se necesite, sin tener que esperar a haber ahorrado para cubrir el gasto”.

Comodidad de pago. Además, Guijarro añade la posibilidad de pagar “a un ritmo que se adecua a las posibilidades económicas del consumidor” o, como señala Izquierdo, “repartir en el tiempo el esfuerzo de pagar”. Del mismo modo, Christian García, de Bancaja Credit, explica que “la principal ventaja de acceder a un crédito para la adquisición tanto de bienes de consumo como electrodomésticos radica en la comodidad

La financiación al consumo permite disfrutar de los bienes con anticipación, adelantar en el tiempo las compras y, por tanto, aprovechar los momentos de rebajas o adquirir un electrodoméstico cuando más se necesite, sin tener que esperar a haber ahorrado para cubrirlo

en el pago, teniendo presente que los plazos para este tipo de productos son cortos y, en todo caso, inferiores a la vida media esperada del bien que se adquiere. A nadie nos gusta estar pagando mensualmente algo que ya no tienes”. Igualmente, desde el departamento de Financiación de Cajalón se apunta que “la posibilidad de aplazar los pagos significa gestionar a más largo plazo las disposiciones de liquidez de cualquier consumidor”.

Facilitar la adquisición. “Para el consumidor final se hace más atractivo poseer un medio de pago ventajoso como es el poder financiar la adquisición de un electrodoméstico en cómodos plazos, de forma que pueda comprar un producto que, en ocasiones y dependiendo de su calidad crediticia, le sería complicado adquirir”, indican desde Cajalón.

Mejorar la compra prevista. Asimismo, el departamento de Financiación de Cajalón señala que “gracias a este tipo de operaciones, el cliente puede acceder a artículos de gama más alta a los inicialmente previstos”.

Una necesidad para el comercio

Pero la financiación al consumo no supone sólo una ventaja para el comprador, sino que las propias tiendas se benefician de la utilidad de estas soluciones de pago que, según se afirma desde Bancaja, son realmente una “necesidad” para el comercio. Así, como aclara García, “por la propia naturaleza de estas operaciones, la necesidad de la financiación se genera en el 100% asociada directamente a la adquisición de un bien de consumo, en este caso electrodomésticos. Por consiguiente, considerando que los electrodomésticos podrían ocupar la tercera plaza en cuanto al volumen de una compra doméstica, después de los vehículos y el mobiliario, se podría decir que más que una ventaja, es una necesidad”.



Foto: Milar

Cantidades y plazos

¿Hasta qué cantidades se puede pedir a financiación y cuáles son los plazos de pago más habituales? Según Cajalón, "bajo condiciones estándar, el importe máximo permitido para financiar una compra de manera aplazada está fijado en 12.000 euros. No obstante, no es un límite rígido ya que, previo estudio, son viables operaciones de importe mayor. El plazo máximo de devolución son 60 meses, pudiéndose hacer excepciones, aunque no es muy frecuente que el consumidor suela pedir financiación a un plazo

mayor". Y desde Bancaja se señala que "considerando que la operación de financiación se corresponde con la adquisición de un artículo -o varios-, la cantidad a financiar estará limitada al importe de la compra, teniendo en cuenta que los plazos no deberían superar los 2 ó 3 años -aunque habitualmente serán inferiores- y, por supuesto, que el perfil crediticio del consumidor -capacidad de pago- soporte adecuadamente las mensualidades resultantes".

Reducir el riesgo de impago. "Trabajar con créditos al consumo reduce el riesgo de impago del consumidor final, ya que el riesgo lo asume la entidad financiera", anota el departamento de Financiación al Consumo de Cajalón.

Aumentar la facturación. "Se ofrece a los clientes la posibilidad de pagar los productos de una forma más cómoda, incrementando posibilidades de venta y adquisiciones de gamas más altas al cliente final de las que éste tenía inicialmente presupuestadas", se señala desde Cajalón.

Gestión de la liquidez del comercio. "Se mejora el período medio de cobro del establecimiento, debido a que al día siguiente de autorizar la operación desde la entidad financiera, se le ingresa el dinero correspondiente a la venta en su cuenta, bajo las condiciones acordadas con el cliente final y la entidad", se indica en Cajalón.

Mejor en la tienda

De esta manera, parece claro que la posibilidad de encontrar soluciones inmediatas para la compra es una herramienta útil tanto para el cliente como para el vendedor. Además, hay que tener en cuenta que lo óptimo es poder acceder a estas soluciones en el mismo punto de venta, agilizando la gestiones y permitiendo la materialización de la venta.

Así, el presidente de Asnef reconoce que, según las encuestas de la propia asociación, "una de las ventajas más apreciadas por el comprador es poder conseguir la financiación del electrodoméstico en la misma tienda, lo que supone un plus de agilidad y rapidez que los compradores valoran enormemente". Por su parte, Izquierdo precisa que "la ventaja que



Foto: Protiendas

tiene la financiación en el punto de venta es la adaptación al cliente y que suele ser más económica y fácil". Asimismo, desde Bancaja se afirma que "en cuanto al lugar donde se materializa la financiación, si ésta se ofrece en el punto de venta, podríamos decir que es el lugar y momento más adecuado, ya que cubre una necesidad en el lugar e instante donde se genera".

Un conocimiento parcial

En cualquier caso, pese a las ventajas apuntadas, parece que el consumidor de nuestro país aún no está demasiado familiarizado con la posibilidad que ofrece

esta manera de adquirir los productos. García afirma que los españoles no conocemos demasiado bien las posibilidades de estos productos financieros "aunque hay que pensar que se trata en la mayoría de los casos de productos muy sencillos, en cuotas mensuales e interés fijo. Es frecuente que el consumidor no sea consciente siquiera de que está firmando un contrato de crédito con una entidad financiera. La percepción habitual por parte del comprador es que está haciendo una simple compra a plazos". En este sentido, Izquierdo indica que, merced a una encuesta realizada por el IEE, "el consumidor español está muy satisfecho con la financiación; lo que sucede es que no siempre la conoce y

FinConsum, un gran apoyo para tus ventas



Nuevas formas de comprar, un servicio más a medida... No cabe duda: el futuro está en entender las necesidades de tus clientes y poder ofrecerles más y mejores servicios.

Por eso, FinConsum, la entidad especializada en crédito al consumo del grupo "la Caixa", se convierte en **un gran apoyo para tus ventas**.

Una amplia gama de sistemas de crédito para que ofrezcas a tus clientes la financiación que mejor se ajuste a sus necesidades. Confía en los expertos en financiación para gestionar los créditos de una forma cómoda, rápida y sencilla.

Infórmate en cualquier oficina de "la Caixa", en **finconsum.es** o en el **900 505 501**

Financiar es fácil con **www.finconsum.es**

Un sistema diseñado a tu medida con el que podrás:

- autorizar inmediatamente las solicitudes
- evaluar operaciones
- consultar el estado de las solicitudes
- verificar los abonos, pagos de comisiones y tarifas
- y mucho más

sabe cuáles son sus potencialidades y sus ventajas. Pero cuando la utiliza, suele quedar muy satisfecho. De hecho, lo normal cuando alguien tiene que hacer consumo es volver a utilizar la financiación cuando la necesita. Es un producto que cubre un 'gap' entre las necesidades de consumir un producto por parte de las familias y sus posibilidades de pagarlo, que suelen diferir en el tiempo". Y desde Cajalón se afirma que "globalmente, los datos demuestran que los consumidores no reciben información suficiente para poder aplazar el pago de su compra sin intereses, ni sobre las condiciones de financiación a un plazo máximo de un año".

La opinión de Asnef acerca del conocimiento de los consumidores de estos productos es muy diferente. Así, Guijarro explica que "sin duda, los conocen y aprecian y, de hecho, la financiación al consumo es cada vez más utilizada, no solamente en las formas tradicionales, como es la venta a plazos, sino también en las modalidades más novedosas, como los créditos 'revolving' de las tarjetas de crédito". Cabe recordar que éste último producto consiste en el cobro aplazado mediante una cuota fija mensual establecida por el usuario, es decir, como si se tratara de un préstamo personal. Ésta es la diferencia con las tarjetas de crédito convencionales, cuyo cobro se realiza de una sola vez. También hay que considerar que el usuario de las "revolving" podrá volver a hacer uso del crédito a medida que vaya pagando las cuotas.

Las opciones de los comercios

Como hemos visto, las tiendas cuentan con distintas alternativas para hacer más atractiva la compra a sus clientes, bien sea mediante la oferta de financiación propia o merced a acuerdos con entidades ajenas. "Caben los dos sistemas, dependiendo del establecimiento. Algunos establecimientos, generalmente de grandes cadenas de distribución, cuentan con sus propias financieras. En otros casos, especialmente en el pequeño comercio, se llegan a acuerdos con entidades financieras para que éstas faciliten el crédito necesario", explica Guijarro. Del mismo modo, desde Bancaja Credit se apunta que "normalmente, las tiendas suelen ofrecer métodos de financiación ajenos y el proveedor financiero de los créditos varía en función del tipo de tienda: tamaño, pertenencia a una cadena, localización, etc.". Coincide con él Izquierdo,

quien destaca que "las grandes cadenas de distribución comercial sí que tienen herramientas financieras propias, pero la norma es que la distribución tienda a trabajar con establecimientos financieros de créditos especializados de consumo o bien con entidades financieras con su línea de crédito al consumo".

Por otra parte, desde el departamento de Financiación al Consumo de Cajalón se puntualiza que "dentro de los diferentes tipos de comercios que son propensos al uso de productos de financiación al consumo, podríamos distinguir dos tipos: los que ofrecen la financiación como posibilidad de pago y los que lo utilizan como herramienta de venta para el cliente final".

Un momento difícil

A pesar de las ventajas que aporta la financiación, tampoco podemos dejar de anotar que nos encontramos en un entorno

complicado. Al retraimiento del consumo generado por la incertidumbre económica hay que unirle el aumento de los tipos de interés y el endurecimiento de las condiciones de crédito por parte de bancos y cajas. Un panorama nada halagüeno, sin duda. "La actual situación macroeconómica hace que exista una ralentización global del consumo", se afirma desde Cajalón, mientras que García indica que "éste es un sector ligado totalmente a la demanda del cliente, quiere esto decir que si el consumidor cree que no es su mejor momento para comprar nuevos o, sobre todo, renovar viejos electrodomésticos porque su situación general no es buena, el sector se va a resentir". Así, Guijarro explica que "a finales del primer trimestre de 2008, la financiación al consumo había operado una caída del 3,11% en relación con el mismo período del año anterior, aunque esta caída estaba concentrada sobre todo en el sector de automoción -9,2%-, mientras que el resto casi no lo había sufrido. Ahora bien, todo hace pensar que en el segundo trimestre del año

la situación ha empeorado. Y también para la financiación de electrodomésticos, sector muy ligado a la venta de pisos".

Este escenario contrasta con el que se encontraba al concluir 2007. Según los datos de Asnef, la inversión nueva de las operaciones de crédito al consumo de bienes duraderos fue el año pasado de 36.758,2 millones de euros, un 13,1% más que en el ejercicio previo. De esta cantidad, 14.239,8 millones correspondieron al sector de automoción, que creció un 10,69%, mientras que los restantes 22.518,4 millones de euros fueron a parar al sector de consumo, lo que supuso un aumento del 14,7%. En éste último, Asnef señala que el crecimiento fue motivado por un fuerte incremento de los préstamos personales (3.279,8 millones de euros y un crecimiento del 19,12%), el uso de los sistemas de 'revolving' (13.968 millones y +14,18%) asociados a tarjetas de crédito y a la financiación de bienes de consumo (5.270,6 millones y +13,74%).



Foto: Protiendas

Ante el deterioro del comportamiento de pago de los consumidores, las entidades financieras están siendo más vigilantes con el endeudamiento de los clientes

Los pasos de la financiación

Como apunta Pedro Guijarro (Asnef), "en general, el cliente solamente necesita acreditar su identidad y unos ingresos mínimos suficientes como para recibir la financiación. Curiosamente, el primero de estos requisitos, el de demostrar que uno es quien dice ser, es motivo preferente de nuestras preocupaciones, porque cada vez son más frecuentes los casos de suplantación de identidad, falsificación de DNI o de nóminas, etc. Estamos poniendo a punto diversos sistemas para evitar el fraude en el sector de financiación al consumo, donde la propia rapidez y agilidad del trámite conlleva un mayor riesgo de abuso o fraude".

En cuanto al proceso que debe seguir el comercio para facilitar financiación, Cajalón explica su protocolo, que no difiere sustancialmente respecto a los establecidos por otras entidades. Así, el departamento de Financiación al Consumo de esta caja señala que, en primer lugar, "el comercio debe abrir una cuenta corriente con la entidad con el fin de realizar los ingresos provenientes de las operaciones. A continuación, procedemos a darlo de alta en el servicio, sin ningún gasto de comisión de apertura, gastos de estudio, ni costes de seguros, siendo esos dos únicos pasos los necesarios para activar el servicio". Además, desde esta entidad se añade que "cuando el comercio quiera utilizar el servicio ante una venta financiada para el cliente final, éste debe rellenar la póliza de préstamo con los datos que se le solicitan, llamando al 'call-center' o a través de Internet para disponer de la autorización de la operación. Una vez realizados los pasos anteriores, existen dos posibilidades: si el consumidor es cliente de la entidad, ha de facilitar únicamente fotocopia del DNI, mientras que si no es cliente deberá aportar además fotocopia del número de cuenta y de la última nómina".

Por su parte, Christian García (Bancaja Credit) precisa que "la solicitud del crédito se inicia en el comercio -sin desplazamiento del comprador-, que recoge los datos del cliente y los traslada a la entidad financiera. Estas operaciones se resuelven en unas horas y el abono del importe se realiza al comercio, de forma que el suministro-venta del producto sea inmediato y no sufra demora". García añade que "en cuanto al perfil de cliente requerido, como es lógico y al tratarse de una financiación, la principal característica exigida es la capacidad de pago. Además, no es necesario ser cliente de la entidad financiera que ofrece la financiación".

Como decíamos previamente, hay varios factores que hacen más difícil el acceso a financiación. Así, el Presidente de Asnef recuerda que "el hecho de que aumenten los tipos de interés ya supone un endurecimiento de las condiciones de acceso al crédito para la compra de electrodomésticos. Además, la menor liquidez del sistema financiero también restringe esas posibilidades. Por lo que se refiere a los requisitos para obtener los préstamos, como pueden ser nóminas o documentos demostrativos de ingresos, siguen siendo los mismos que antes". Por su parte, Izquierdo incide en que "la encuesta del mercado bancario publicada por el Banco de España informa de que se están endureciendo

las condiciones para conceder crédito, en línea con el entorno más complejo que estamos viviendo". Respecto a este aparente endurecimiento, García considera que "no conviene desmentirlo, aunque tampoco alarmar. Ante el deterioro del comportamiento de pago de los consumidores, las entidades financieras están siendo más vigilantes con el endeudamiento de los clientes. El cliente con un nivel de endeudamiento razonable no debería notar este endurecimiento". Asimismo, el departamento de Financiación al Consumo de Cajalón reconoce que las entidades financieras están "gestionando el riesgo de acuerdo a las condiciones macroeconómicas actuales".

El lastre de los impagos

Uno de los factores que más complican en este momento el acceso a la financiación y, como veíamos anteriormente, generan el endurecimiento a su acceso, es la línea ascendente dibujada por los impagos. "Estamos asistiendo a un aumento de los impagos en el sector que va en línea con la coyuntura económica y el incremento del desempleo. Esto tiene el inconveniente de que restringe la oferta y la encarece. Así pues, los impagos de crédito al consumo irán en la misma línea que marque la coyuntura general. Dado que se espera un deterioro adicional, es posible que todavía pueda empeorar aún más el panorama de la morosidad en el que estamos", advierte Gregorio Izquierdo (IEE). En esta línea, Pedro Guijarro (Asnef) afirma que "es previsible que la tasa de morosidad aumente en todo el sistema financiero y también en el de crédito de consumo. Otra cosa es que las entidades de financiación hayan hecho estos años importantes provisiones para préstamos dudosos o fallidos, provisiones que cubren más allá del cien por cien de estos capítulos. De cualquier manera, adquiere importancia todo lo referido a recobro y recuperación de los bienes financiados".

No en vano, en los últimos meses estamos viendo una sucesión de datos que apuntan hacia un persistente incremento de los impagos, tanto en el caso de los préstamos hipotecarios como en el de los efectos de comercio. Según los datos de Asnef-Equifax, el de 31 de julio de 2008, las deudas impagadas por las empresas y personas residentes en España ascendían hasta 17.246 millones de euros, un 74% más que en el mismo momento del año anterior. De esta cifra, un 91,32% corresponde a personas físicas, de las que un 78,29% son españolas y el 21,71% restante, inmigrantes. De esta forma, casi 2,5 millones de personas tienen deudas impagadas. Por lo que respecta más directamente al consumo, los impagos de tarjetas de crédito aumentaron un 40,51%, mientras que los de financiación al consumo lo hicieron un 38,14% y los relacionados con compras en artículos de telecomunicaciones, un 36,08%.

Pero, ¿qué se considera un impago? El registro de Asnef-Equifax recoge préstamos no devueltos a partir de los tres meses siguientes a la fecha de vencimiento del plazo.



Foto: Protiendas



Foto: Protiendas

Por otra parte, los datos aportados por el Banco de España indican que el volumen de préstamos morosos -con retrasos de más de tres meses en el pago- alcanzó en junio los 28.408 millones de euros, con un incremento de 2.955 millones en el citado mes, aunque hay que anotar que este aumento incluye las insolvencias empresariales.

Y en el caso de las cifras de efectos de comercio impagados, recogidas por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el importe de los impagos registrados en junio se situó en 1.820 millones de euros, es decir, un 118,3% más que en el mismo mes de 2007. En cuanto al número de efectos devueltos por impago, éste alcanzó los 573.118 en junio, un 45,7% más que un año antes. Cabe señalar que el porcentaje de efectos impagados respecto al total de vencidos se redujo un 1,5% respecto a mayo, situándose en una tasa del 4,7%. Sin embargo, junio fue el quinto mes consecutivo en el que el importe medio de los efectos impagados (3.176 euros) fue superior al de los efectos vencidos (2.884 euros), ya que el importe de los primeros se situó en ese mes un 49,9% por encima de la cifra registrada hace un año. Por último, cabe anotar que Canarias (8,4%), Andalucía (6,5%) y Murcia (5,9%) fueron las comunidades con mayor porcentaje de impagos sobre vencidos, mientras que Navarra (3,0%) y País Vasco (3,3%) se colocaron en el lado opuesto de la balanza.

De cualquier modo, desde las entidades financieras se quiere dejar claro que, aunque es evidente el aumento de los impagos, en ningún caso debe cundir el pánico. "El incremento en los impagos es un hecho en todos los sectores de financiación al consumo, pero no es especialmente relevante en el sector de los electrodomésticos, aclara Christian García (Bancaja Credit). A su vez, desde el departamento de Financiación al Consumo de Cajalón se aduce que en este momento "las entidades financieras gestionan el riesgo con mayor moderación para intentar evitar situaciones de impagos".

Perfil del solicitante

Hacer generalizaciones es siempre complicado, de manera que establecer un perfil de la persona que acude en busca de financiación para el consumo de electrodomésticos es muy difícil. Como explica Pedro Guijarro (Asnef), "el perfil es enormemente diverso, pues existen muchas fórmulas adaptadas a todos los consumidores y a todos los niveles económicos".

Sin embargo, sí que podemos extraer algunas características que, por lo general, son comunes en una importante porción de los casos. Así, Gregorio Izquierdo (IEE) afirma que "no hay un modelo

general, pero suelen ser personas con una propensión al consumo fuerte y con bajo ahorro. Esto suele coincidir con una población relativamente joven o de edad intermedia y, al mismo tiempo, también hay un perfil importante de inmigrantes dentro del crédito de consumo".

Y Christian García (Bancaja Credit) vuelve a coincidir en que "aunque no existe un claro perfil, ya que se trata de productos de consumo 'universal', el nivel económico es uno de los principales elementos que dibujan la propensión, siendo ésta más acentuada en el cliente de nivel de ingresos medio o medio-bajo".

Finalmente, desde el departamento de Financiación al Consumo de Cajalón se precisa que "los consumidores que más demandan esta herramienta suelen ser de clase media-baja de calidad crediticia, pero no exclusivamente. El hecho de que resulte más cómodo pagar a plazos y no tener que realizar un desembolso importante en el momento de compra, ni tampoco tener que deshacer el ahorro con motivo de abonar el producto contratado, hace que el segmento de mercado de población que acaba adquiriendo financiación sea variado".

- Jóvenes o edad intermedia
- Importancia del colectivo inmigrante
- Ingresos medios o medio-bajos
- Escaso ahorro
- Grandes consumidores

Pensando en sus clientes, pensando en su negocio

BBVA Finanzia, el banco especializado en financiación al consumo del grupo BBVA, pone a su disposición su nueva gama de productos para la financiación en el punto de venta.

Como **ELECCIÓN 3**, una novedosa fórmula con la que sus clientes no pagan nada durante los 3 primeros meses y después deciden cómo abonar las compras en su establecimiento.

Productos desarrollados pensando en los nuevos hábitos de consumo del público y en las características particulares de su negocio.

Productos que se convertirán en el mejor aliado para potenciar sus ventas y para fidelizar a sus clientes.

Elección



BBVA Finanzia

A CORUÑA • ALBACETE • ALICANTE • BADAJOZ • BARCELONA • BILBAO • CÁDIZ • CASTELLÓN
CÓRDOBA • EL CHE • GIRONA • GRANADA • JAÉN • LAS PALMAS • LLEIDA • MADRID • MÁLAGA
MÁLAGA • MURCIA • OVIEDO • PALMA DE MALLORCA • SABADELL • SAN SEBASTIÁN • SEVILLA
TARRAGONA • TENERIFE • TORTOSA • VALENCIA • VALLADOLID • VIGO • VITORIA • ZARAGOZA

Llámenos. Nos tiene muy cerca.

901 110 047 desde Cataluña y Baleares **901 110 048**