

EL PAÍS.COM

Las cadenas comerciales endurecen las condiciones de las ventas a plazo

09/02/2009

El País.- Los tipos de interés están en mínimos históricos. El tipo oficial del dinero al 2% y el Euríbor, con el que se calculan las hipotecas, al 2,2%. El dinero más barato que nunca... pero no para comprar una lavadora. Los bancos han cortado el grifo no sólo a las empresas, sino también de los créditos al consumo a familias y particulares. Y eso ha forzado a las grandes cadenas de distribución a convertirse en las principales financieras de sus clientes para las compras a plazos de electrodomésticos, aparatos de informática, equipos para el hogar, muebles y otros bienes de consumo duradero de coste medio. Con unos tipos de interés considerables, por encima del 12% en el mejor de los casos, hasta rozar en ocasiones el 30%.

Como la morosidad no perdona, las tiendas y grandes superficies han endurecido las condiciones para acceder a la financiación, han reducido los plazos en que se puede diferir el pago y han elevado los intereses a niveles desconocidos en sus ventas a plazos, que pueden superar el 25% anual.

Para empezar, comprar a plazos sólo es posible ya si se acredita tener trabajo. La práctica totalidad de las cadenas ha instaurado la orden de solicitar la última nómina para poder diferir el pago de un artículo, según pudo comprobar este diario en un recorrido por las principales cadenas.

El calvario del consumidor no acaba ahí. El préstamo recibe luz verde o no en función de los ingresos que se acreditan. En caso positivo, los intereses de aplazamiento varían desde el interés cero (en el caso de las promociones) al 26,7% TAE (tasa anual equivalente, que incluye las comisiones) que aplican cadenas como Boulanger. Las condiciones han empeorado en todos los casos. Las promociones de venta de artículos a interés cero se han reducido en el plazo. Hace dos años se podían encontrar aplazamientos sin coste de hasta 24 meses. Ahora la media es de 10 meses. Sin campañas especiales de por medio, el interés no baja del 12%.

Y no sólo se han elevado los tipos, sino que se ha reducido la cantidad máxima de crédito que se concede. Prácticamente ninguna cadena otorga financiación instantánea por más de 3.000 euros. Las entidades de crédito rápido tampoco parecen una solución muy asequible para el consumidor en apuros. Cetelem, por ejemplo, aplica una TAE del 30,5%, y Cofidis un 24,5%.

‘Con la crisis, los clientes buscan más que nunca financiar sus compras, pero el gran problema es que muchas de estas financiaciones no se conceden porque los bancos no tienen liquidez y los riesgos se examinan con muchísima atención. Ésta es una situación complicada tanto para el cliente como para el retailer, ya que dependemos de la financiera con la que se trabaja en ese momento y su política de concesión de créditos’, indican en PC City, distribuidora de informática.

En efecto, los bancos han cerrado el grifo también para los créditos al consumo. Aunque aplican tipos más bajos -entre el 8% y el 10%- , se han vuelto muy restrictivos en su concesión. El importe de los créditos al consumo concedidos por las entidades financieras cayó en el último trimestre de 2008 un 37%, hasta los 13.982 millones de euros, según los últimos datos del Banco de España. El descenso interanual es más acusado cuanto mayor es el plazo de devolución: hasta un año, la caída fue del 20,7%; entre uno y cinco años, disminuyó un 49,7%, y para plazos superiores, el descenso fue del 54%. En 2009, esa tendencia se acentuará.

Las distribuidoras no tienen alternativa. Si no venden, desaparecen. Así que se les plantea un dilema: facilitar la financiación a sus clientes para animarles a comprar en tiempos de temor al consumo y, al mismo tiempo, contener los impagos. Bancos y cajas han triplicado su índice de morosidad hasta situarlo en el 3,1%. No existe ningún dato oficial sobre la morosidad de las cadenas comerciales y éstas guardan un escrupuloso silencio sobre el dato. El único baremo que permite evaluar las ventas a plazo es el importe de los efectos de comercio impagados, que aumentó en 2008 (con datos de enero a noviembre) un 86,6%, según las cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE).

‘No hemos restringido el crédito. La tasa de rechazo de nuestra tarjeta Ikea Visa, que permite financiar compras con un tipo del Euríbor más seis puntos, apenas ha variado un punto, pasando del 17% al 18%. Además, hacemos promociones periódicas para artículos sin ningún interés. Sólo hay que aportar el DNI y unos datos bancarios, y en cinco minutos se concede’, señala Ignacio Navarro, director financiero de Ikea. Desde Carrefour se transmite una idea similar: la cadena concede el 75% de las financiaciones solicitadas, y el 90% si se trata de clientes ya conocidos.