

CONDICIONES DEL CRÉDITO

Crédito : entrega de un valor actual bajo la promesa de una confianza de recuperar este valor a futuro con un interés adicional.

El valor actual del cual se habla en la definición anterior puede ser bienes materiales, dinero o servicios.

Las tasas de interés suelen ser fijas, pero los pagos mensuales son flexibles, mientras canceles el mínimo requerido por el contrato, que generalmente corresponde a la porción de intereses.

En la actualidad el crédito es de importancia vital para la economía de los países y de todas las empresas, ya que su utilización, además produce, entre otros beneficios, los siguientes:

- aumento de los volúmenes de venta
- Incremento de la producción de bienes y servicios, y, como consecuencia, una disminución de los costos unitarios.
- Elevación del consumo, al permitir que determinados sectores socioeconómicos adquieran bienes y servicios que no estarían a su alcance si tuvieran que pagarlos de contado
- Creación de más fuentes de trabajo, mediante nuevas empresas y ampliación de las ya existentes.

Los gerentes de mercadería deben ponderar cuidadosamente la importancia del crédito con relación a las necesidades del mercado meta. Por ejemplo, el objeto del crédito que se otorga a los compradores intermediarios puede ser totalmente distinto al que se concede a los consumidores finales.

El crédito mercantil es el que se concede a las empresas de un canal de distribución

El periodo de crédito neto se refiere al tiempo al que se ha extendido el crédito. Al establecer el periodo de crédito neto el objeto, es hacer que el tiempo iguale, en lo posible, al tiempo que necesita el comprador para obtener un ingreso de la venta del producto aludido.

El crédito del consumidor se extiende a los consumidores finales (u hogares). El crédito al consumidor fue iniciado por el comercio de transportes del siglo 19 y en la actualidad se usa por personas de todas las clases sociales.

Un gerente de mercadería no debe de tomar aisladamente en consideración el crédito, sino en relación con los demás elementos de la mezcla de las condiciones de venta, como el precio y las modificaciones de precio.

El crédito al consumidor atrae la satisfacción de las necesidades de los compradores en tres formas:

- Conveniencia
- Mejora de los estándares de vida.
- Necesidad
- *Convivencia*: los consumidores pueden adquirir un artículo sin tener el efectivo necesario a la mano
- *Mejora de los estándares de vida*: esto se logra inmediatamente y esto refleja la actitud de disfrute ahora y pague después que ha estado aumentando en nuestra sociedad desde la segunda guerra mundial.
- *Necesidad*: cada día que pasa se convierte el crédito en una necesidad más que un privilegio. Esto se podría considerar como una necesidad derivada debido a que muchas de las llamadas necesidades (autos, tele a colores, etc.) serían imposibles de tener para muchos clientes sin crédito.

El crédito al consumidor se puede clasificar en tres tipos generales:

- Cuenta corriente
- Plazos
- Dinero en efectivo.

Mediante el plan bancario una empresa de ventas al detalle puede extender crédito a todos los consumidores que tengan una tarjeta de crédito bancario. El detallista recibe el pago del banco tan pronto como se depositen las notas de crédito. El banco mensualmente hace los cargos al consumidor por las adquisiciones hechas en las tiendas afiliadas.

Las ventas de crédito a plazos se usan normalmente para bienes de consumo duradero o de un costo relativamente alto como autos, muebles y artículos para el hogar. Por lo regular estos bienes tienen también un valor de reposición, generalmente se requiere un pago inicial, el consumidor promete realizar pagos mensuales durante un periodo determinado.

El crédito en efectivo al consumidor difiere en que el consumidor obtiene fondos en vez de mercancías a cambio de una promesa de pago. Las fuentes principales de crédito en efectivo al consumidor son las compañías de financiamiento personal, los bancos y las uniones de crédito.

Ventajas de las líneas de crédito:

- Se rigen por la ley de Truth in Lending Act o la Ley de Divulgación de los Términos totales de Crédito por la cual los créditos abiertos o rotativos deben explicar todas las condiciones del crédito de antemano al usuario del crédito. También, por la misma ley, se le otorgan tres días hábiles al cliente para revisar y aceptar las condiciones, antes de la firma del contrato. Durante este período el solicitante puede retractarse en su decisión sin consecuencias negativas, ni deberá cancelar gasto alguno por cierre de transacción.
- Puedes ir cancelando periódicamente sobre tu línea de crédito y re-usar la parte disponible en ella sin tener que hacer nuevas solicitudes.
- Las mensualidades no son fijas; Así, si un mes no estás en capacidad de pagar el monto máximo, puedes sólo cancelar los intereses acumulados y agregar más capital el próximo mes.
- Tu límite está determinado por el monto máximo del crédito, no por limitación de tiempo. No estás obligado a cancelar el crédito en un período determinado por anticipación, como un año o X número de meses.
- Las líneas de crédito también pueden estar avaladas por la equidad o capital pagado en tu auto, en un bote o algún bien sustancialmente valioso.
- Las líneas de crédito también pueden estar avaladas por instrumentos de inversión como cuentas de ahorro, CD, cuentas de seguro-ahorro (whole life insurance), o activos de fácil liquidación.

Desventajas de las líneas de crédito:

- Al ser un crédito rotativo desconoces el costo financiero total del mismo.
- No conoces con anticipación cuando estarás libre de deuda. Como no estás obligado a abonar a capital mensualmente, la deuda puede arrastrarse indefinidamente y mientras tanto tu deberás pagar por el uso del dinero prestado.
- Si usas tu vivienda, auto o bote como colateral al préstamo, puedes poner en riesgo estos bienes si no pagas las obligaciones de acuerdo a tus condiciones.
- Los créditos rotativos ofrecen menor puntaje a tu historial de crédito que los créditos fijos.
- Los intereses de este tipo de líneas crediticias suelen ser mucho más altos que hipotecas o créditos para autos (que son créditos cerrados).

BIBLIOGRAFÍA

- Lipson A Harry y Darlin R, John

Fundamentos de Mercadotecnia. Textos y Casos

Editorial: Limusa

México, D.F. 1989

PP: 455 a la 458

- Fuente Villaseñor Emilio

Elementos de administración de crédito y cobranza

Editorial : Trillas

3. En Internet:

www.monografías.com

1. Fuente Villaseñor Emilio, Elementos de administración de crédito y cobranza, Edt. Trillas, México, D.F. 1989 Pagina 11.

Lipson A Harry y Darlin R, John, Fundamentos de Mercadotecnia. Textos y Casos, Editorial: Limusa, México, D.F. 1989, Página: 455