



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ICADE

Análisis del mercado del crédito al consumo en los hogares franceses: tendencias, riesgos e implicaciones desde la crisis de 2008

Autor: Sophiane LAGHLID
Director: Francisco de Asís de Ribera Martín

MADRID | Marzo 2024

Índice

1. Introducción	3
1.1 Contexto del crédito al consumo	3
1.2 Objetivos de este estudio	4
1.3 Metodología	5
2. Marco teórico	6
2.1 Definición y tipos de crédito al consumo	6
2.2 Importancia en la económica del crédito al consumo	6
2.3 datos históricos del mercado desde 2008 hasta hoy	7
2.4 legislación desde la crisis.....	8
2.5 Principales tendencias en el país de estudio.....	10
3. Análisis.....	12
3.1 Tamaño del mercado y tendencias recientes	12
3.2 Actores clave en el mercado	14
3.3 Factores principales que influyen los hogares.....	15
3.4 influencia de los tipos de interés.....	18
3.5 Impacto social, sostenible y económico del crédito al consumo en Francia.....	21
Efectos al nivel macroeconómico	21
Impactos positivos.....	22
Impactos negativos.....	22
4. Conclusiones.....	24
4.1 Consecuencias sociales	24
4.2 Situación actual a principios de 2024 y previsiones.....	25
4.3 Conclusiones sobre el impacto general del consumo	25
Bibliografía	28

1. Introducción

1.1 Contexto del crédito al consumo

El mercado del crédito al consumo en Francia es una parte crucial del mundo financiero, ofreciendo a los consumidores la oportunidad de pedir prestados los fondos que necesitan para financiar una variedad de compras y gastos personales. Este mercado representa una gran parte del sector bancario francés, contribuye a la economía nacional e influye en los hábitos de consumo de los hogares.

El crédito al consumo es definido por el Gobierno francés como un préstamo para operaciones distintas de las inmobiliarias. Se utiliza para comprar bienes de consumo como muebles, electrodomésticos, automóviles o para disponer de dinero en efectivo. Los importes de los préstamos oscilan entre 200 y 75.000 euros con plazos de reembolso superiores a 3 meses (Administration française). Existen varios tipos de crédito al consumo: préstamos personales, créditos renovables y préstamos para compras específicas, como coches o electrodomésticos, así como tarjetas de crédito. Este tipo de préstamo suele ser concedido a particulares por entidades financieras como bancos, sociedades de crédito y establecimientos especializados.

En Francia, este mercado está regulado por el Código del Consumo y supervisado por la Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) y la Banque de France. Estos organismos intentan garantizar un entorno financiero sano y equilibrado, protegiendo a los hogares y regulando la actuación de los prestamistas para evitar abusos y sobreendeudamientos (Ministère de l'économie des finances).

El crédito al consumo desempeña un papel importante en la economía francesa al estimular el consumo. Puede ser muy beneficioso para los gobiernos con políticas monetarias expansivas que fomentan el crecimiento económico. Este tipo de crédito da a los hogares acceso a un poder adquisitivo adicional, que puede apoyar el gasto de los consumidores, contribuyendo así a la demanda interna del país. Sin embargo, un uso excesivo o imprudente del crédito también puede acarrear riesgos, como un sobreendeudamiento y dificultades financieras para los hogares prestatarios.

Los tipos de interés, las condiciones de reembolso y las prácticas comerciales de los bancos son aspectos clave del mercado del crédito al consumo en Francia. Los tipos de interés varían según el tipo de producto de crédito, el importe prestado, el plazo del préstamo y el perfil crediticio del prestatario. Las condiciones de reembolso, incluidas las cuotas y los plazos de pago, también son factores decisivos en la elección de los prestatarios potenciales.

Para concluir esta contextualización podemos afirmar que el mercado del crédito al consumo en Francia representa una parte importante del paisaje financiero, ofreciendo a los consumidores los medios para financiar sus necesidades y deseos. Aunque aporta beneficios económicos para el país y para los hogares, existen desventajas que radican principalmente en el riesgo de sobreendeudamiento de los prestatarios.

El fácil acceso al crédito puede llevar a algunas personas a endeudarse demasiado. Los tipos de interés de los préstamos al consumo pueden ser relativamente altos, sobre todo para las personas con una estabilidad financiera menos favorable. La acumulación excesiva de deudas puede provocar dificultades financieras importantes, poniendo en peligro la salud financiera de los franceses.

1.2 Objetivos de este estudio

El objetivo de este TFG será analizar el impacto del crédito al consumo en la economía y los hogares franceses, examinando las principales cuestiones y tendencias de este mercado desde la crisis de 2008. En primer lugar, el crédito al consumo es un tema candente en Francia y en todo el mundo porque tiene un impacto significativo en la vida de los consumidores. Como la mayoría de las entidades financieras, los hogares franceses se vieron afectados por la crisis económica de 2008, y es esencial comprender cómo ha evolucionado el crédito al consumo. Por qué poderosos indicadores económicos se ha guiado y cómo afecta a la estabilidad financiera de los consumidores.

Mediante el estudio de esta cuestión, pretendemos contribuir a una mejor comprensión de los factores que incitan a los hogares a contratar créditos al consumo, así como de las consecuencias de estas decisiones para su bienestar financiero. Este estudio podría ayudar a las entidades financieras, los bancos y los prestamistas a adaptar sus ofertas en función de la situación actual del mercado francés, o simplemente a permitir que los hogares franceses tomen decisiones más informadas sobre sus solicitudes de crédito.

En conclusión, el objetivo de este TFG es comprender mejor cómo afecta el crédito al consumo a los consumidores e identificar los factores que contribuyen a ello. Nuestro objetivo es formular conclusiones y recomendaciones para una gestión más eficaz del crédito. El objetivo de este trabajo es mejorar la situación financiera de los hogares franceses explicando los principales factores sociales y económicos que guían la evolución del mercado desde la crisis de 2008.

1.3 Metodología

La metodología de redacción de este TFG sobre el crédito al consumo se centrará en un estudio de datos cualitativos y cuantitativos procedentes de asociaciones y observatorios financieros franceses para extraer conclusiones sobre el impacto del crédito en la salud de los hogares y en el conjunto de la economía francesa. A grandes rasgos, ¿es el crédito al consumo algo bueno o malo para una economía?

En este estudio, intentaremos comprender el tamaño de este mercado y las tendencias actuales del sector gracias a informes concretos proporcionados por el Gobierno y las instituciones financieras. A continuación, nos centraremos en los factores sociales y económicos que impulsan a los hogares a suscribir estos préstamos estudiando los informes de la Banque de France sobre los perfiles y situaciones de los consumidores con historial de endeudamiento.

Analizaremos el impacto real del crédito sobre el conjunto de la economía, en particular a nivel macroeconómico, es decir, a nivel de la economía del país, y a nivel microeconómico, sobre los hogares en particular, con el fin de obtener diferentes perspectivas sobre su influencia en nuestra sociedad. Para el impacto macroeconómico, estudiaremos un estudio belga que compara el apoyo cíclico y estructural del crédito sobre el consumo en el país.

A partir del estudio de las cifras, definiremos los principales puntos positivos y negativos del crédito en los hogares, como el sobreendeudamiento o, por el contrario, la posibilidad de que los consumidores financien proyectos sostenibles desde el punto de vista medioambiental. Para ello, estudiaremos los datos de la Asociación de Empresas Financieras, que ha constatado el aumento de la concesión de créditos para coches eléctricos y mejoras energéticas en el hogar.

Para terminar este trabajo de fin de grado, sacaremos conclusiones sobre el impacto global del crédito en los hogares franceses y cómo podemos aprovechar sus ventajas para el crecimiento reduciendo al mismo tiempo sus peligros para los consumidores. A continuación, añadiremos nuestras previsiones, basadas en los datos del observatorio Cetelem, sobre la evolución del mercado del crédito al consumo en el futuro, especialmente en lo que respecta a la moral de los hogares en 2024.

2. Marco teórico

2.1 Definición y tipos de crédito al consumo

Los créditos al consumo se dividen en varios tipos de préstamos con diferentes tasas y características dependiendo del uso final. Para que se haga una idea del desglose del crédito al consumo en Francia, a grandes rasgos se divide en tres tercios. El primero se destina a la compra de automóviles, el segundo al equipamiento del hogar y el tercero a otros servicios y anticipos de efectivo en general.

En términos más técnicos, existen los préstamos personales son generalmente no afectados, lo que significa que no están relacionados con una compra específica. Los hogares pueden utilizar los fondos para diversas necesidades personales, como automóviles, renovaciones de viviendas o vacaciones. Los tipos de interés pueden ser fijos o variables en función de los términos del préstamo (ministère de l'économie).

Los préstamos renovables son líneas de crédito que permiten a los prestatarios retirar fondos hasta un cierto límite, y el importe reembolsado puede ser tomado en préstamo de nuevo. Las tarjetas de crédito son un ejemplo común de crédito renovable (ministère de l'économie).

Los préstamos afectados son préstamos destinados específicamente a financiar una compra particular, como la compra de un coche, de un electrodoméstico o de obras de renovación. Las condiciones del préstamo suelen estar relacionadas con la compra en cuestión y la propiedad puede utilizarse como garantía para el préstamo (Ministère de l'économie des finances).

Por último, las tarjetas de crédito ofrecen un MCR para diversas compras. Los prestatarios pueden optar por reembolsar el saldo total cada mes sin cargo alguno o por transferir parte del saldo al mes siguiente mediante el pago de intereses (Ministère de l'économie des finances).

2.2 Importancia en la económica del crédito al consumo

Es evidente que el crédito al consumo juega un papel en la economía del país, por un lado, influenciando el consumo de los hogares y, por otro lado, estimulando el crecimiento económico. En junio de 2018, el monto de los créditos al consumo ascendía a 173,7 mil millones de euros (en marzo de 2017, este era "solo" de 162,2 mil millones de euros) (Sofinco, 2020).

El 26,8% de los franceses eran titulares de un crédito al consumo en 2018. Este crecimiento reciente subraya la importancia de este tipo de financiamiento en el panorama económico francés. El crédito permite a los hogares acceder a bienes de consumo y servicios que no podrían pagar de inmediato con sus ingresos disponibles. Esto representa una parte importante del

consumo de los hogares franceses, con aproximadamente el 20% de las compras de bienes duraderos financiadas por crédito (Sofinco, 2020). El crédito al consumo es importante para la compra de bienes para el hogar, con el 35% de las compras financiadas por crédito, automóviles que representan el 78%, y viajes el 20%. También permite a los hogares hacer frente a gastos imprevistos, como reparaciones urgentes o gastos médicos. Al estimular el consumo de los hogares, el crédito al consumo contribuye al crecimiento económico. De hecho, el consumo de los hogares, que es uno de los motores del crecimiento, representó el 52% del PIB en 2020 (Banque de France, *L'endettement des ménages*, 2022). Además, el crédito al consumo permite a las empresas vender más productos y servicios, lo que impulsa su funcionamiento y genera empleo e ingresos adicionales. En 2023, se estima que el crédito al consumo contribuyó en un 0,5% al crecimiento del PIB francés. Desarrollaremos su impacto macroeconómico en una próxima sección.

2.3 datos históricos del mercado desde 2008 hasta hoy

Para entender cómo funciona el mercado del crédito al consumo en Francia, podemos realizar un análisis histórico de su evolución desde la crisis hasta la actualidad.

Antes de la crisis económica de 2008, el mercado del crédito al consumo en Francia era extremadamente poderoso, con un volumen de alrededor de 155 mil millones de euros. Sin embargo, la crisis financiera mundial que ocurrió ese mismo año tuvo importantes repercusiones en el país. Los bancos endurecieron sus criterios de concesión de crédito, lo que provocó una reducción en la demanda. Como resultado, entre 2008 y 2012, el volumen total de crédito al consumo disminuyó aproximadamente un 13%, alcanzando alrededor de 135 mil millones de euros. En 2009, la tasa de posesión total de créditos se situó en el 50,8%. En el contexto de la crisis abierta en 2008, la disminución se explica por una fuerte caída en el uso de estos créditos al consumo (Michel, 2010).

A partir de 2012, el mercado del crédito mostró un período de estabilización e incluso de recuperación después de la crisis. Aunque el crecimiento fue moderado, el sector experimentó un aumento de aproximadamente el 7%, alcanzando alrededor de 145 mil millones de euros entre 2012 y 2016. Desde un mínimo alcanzado en 2014, la tasa de posesión de créditos por parte de los hogares se estabilizó en el 46,4% en 2016, según el último informe del OCM (*l'Observatoire des crédits aux ménages*, 2017).

El período de 2016 a 2020 está marcado por tasas bajas que desarrollaremos en la sección de tasas de interés; el mercado del crédito al consumo experimentó un crecimiento moderado,

respaldado por una mejora general en la situación económica. Las tasas de interés bajas favorecieron el acceso al crédito para los consumidores, estimulando así la demanda. Durante este período, el volumen total de crédito al consumo aumentó aproximadamente un 10%, alcanzando alrededor de 160 mil millones de euros. Después de haberse recuperado notablemente en 2017, la tasa de posesión de créditos por parte de los hogares se estabilizó en 2018 en el 47,8%, con cerca de 8,5 millones de hogares contratando un nuevo crédito durante el año (DANTON & SENSAU).

Para el último período de 2020 hasta ahora, observamos que la pandemia ha perturbado el sector bancario a nivel mundial, incluido el mercado del crédito al consumo en Francia. En 2020, el volumen de crédito al consumo se vio influenciado por las restricciones relacionadas con COVID y los hogares contrataron menos préstamos, con una ligera disminución en la demanda de crédito. Sin embargo, las medidas de estímulo económico implementadas por el Estado francés han apoyado el mercado del crédito al consumo. Durante este período, se han observado fluctuaciones debido a las incertidumbres económicas y la inflación que experimentamos actualmente. Estos factores posteriormente han elevado las tasas de interés debido a la política restrictiva de los gobiernos y han influenciado negativamente la demanda de crédito. En cuanto a las previsiones futuras, las desarrollaremos al final de este estudio.

2.4 legislación desde la crisis

¿Qué ha ocurrido desde la crisis de 2008 desde el punto de vista legislativo para evitar que se repita esta situación?

Desde la crisis, la Unión Europea ha armonizado las prácticas, por ejemplo, introduciendo un deber de información a los deudores para todos los organismos afectados, o la posibilidad de desistirse en los 14 días siguientes a la contratación de un préstamo.

Una de las cuestiones clave desde la crisis han sido las reformas y normativas como la Ley LAGARDE. Esta se introdujo en 2010 con el objetivo de reforzar la protección de los prestatarios y mejorar la regulación de los préstamos. Su objetivo era proporcionar a los clientes mejor información sobre las ofertas de crédito y reducir los abusos en las prácticas crediticias. El objetivo último es que los prestatarios sean libres de elegir el seguro relacionado con su crédito, a condición de proporcionar una garantía equivalente a la propuesta por el banquero. La ley también obliga a realizar controles de solvencia de los clientes y regula el crédito renovable (Economie.gouv, 2010).

La Ley HAMON de 2015 fomenta una auténtica competencia entre aseguradoras para los prestatarios, que ahora están mejor protegidos e informados. 9 de cada 10 dicen no tener problemas para hacer frente a sus pagos mensuales. Un tercio de ellos contrata su crédito en unos pocos clics, en Internet. Al mismo tiempo, los clientes financieramente vulnerables reciben cada vez más apoyo. (Frasnetti, 2014)

Además de las leyes establecidas, el estado francés implementa el Código de Consumo, que establece un conjunto de reglas sobre el contenido y la conclusión de los contratos de crédito al consumo.

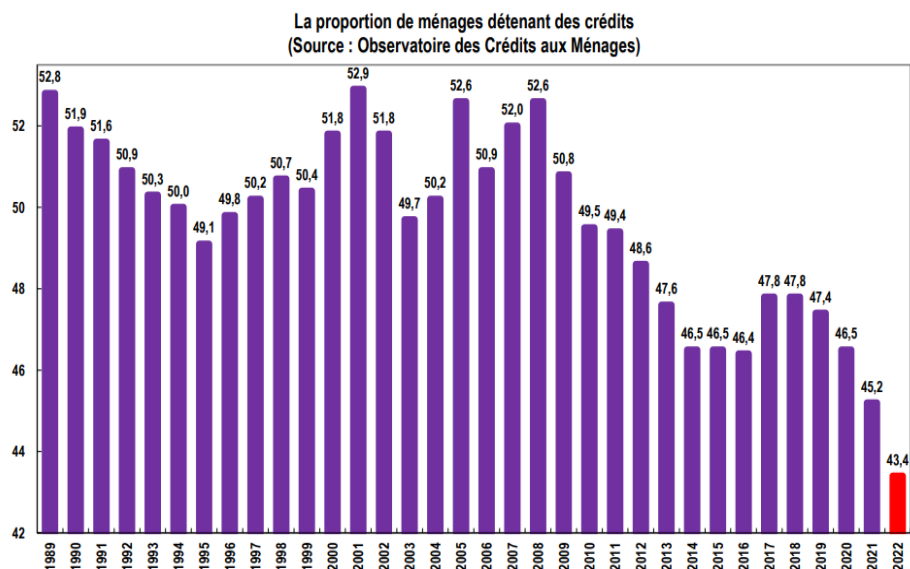
Entre las principales medidas de protección se encuentran:

- La obligación para el prestamista de proporcionar un folleto informativo precontractual detallando los términos del contrato al futuro prestatario para permitirle tomar una decisión informada.
- La obligación para el prestamista de mantener su oferta de contrato, especificando las condiciones del crédito, durante un período de 15 días.
- La obligación para el prestamista de verificar la solvencia del prestatario consultando bases de datos como el registro nacional de incidentes de pago de créditos a particulares.
- La posibilidad para el prestatario de retractarse en un plazo de 14 días después de aceptar la oferta de contrato de crédito. Por lo general, se adjunta un formulario de retractación al contrato de crédito.
- La facultad para el prestatario de reembolsar todo o parte del crédito pendiente de manera anticipada (ministère de l'économie).

En conclusión, las leyes y regulaciones francesas sobre el crédito al consumo tienen como objetivo proteger a los consumidores contra prácticas abusivas y promover un uso responsable del crédito. Estas medidas legislativas son esenciales para garantizar transacciones financieras justas y transparentes, y para prevenir el sobreendeudamiento de los hogares. Sin embargo, observamos que los bancos e instituciones crediticias aún tienen camino por recorrer para ofrecer ofertas totalmente responsables a los consumidores.

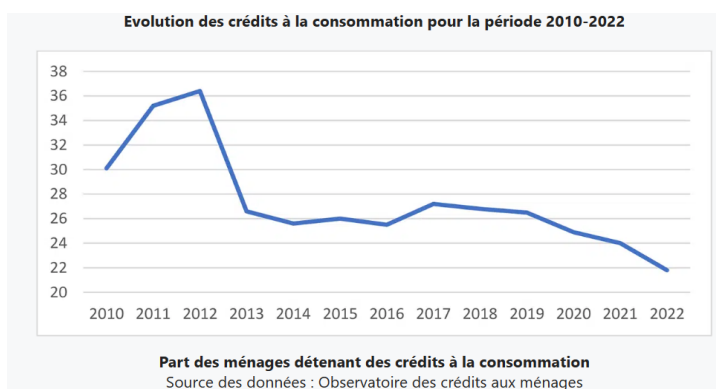
2.5 Principales tendencias en el país de estudio

Ilustración 1 : proporción de hogares con crédito



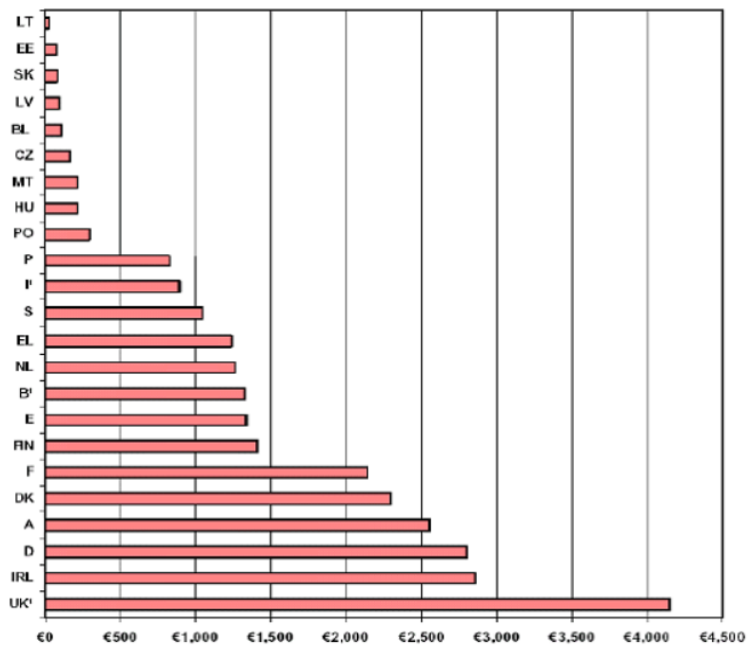
Según la ilustración 1 del Observatorio de Créditos a los Hogares, podemos observar la proporción de hogares que tienen créditos entre 1990 y 2022. Podemos notar que el nivel de tenencia de créditos disminuye después de la crisis de 2008. No comienza a aumentar nuevamente hasta 2016, pero vemos que su nivel más bajo desde 1989 se alcanza muy recientemente en 2022, con un 43.4%. (Mouillard, 2023)

Ilustración 2 : Evolución de los créditos al consumo para el período 2010-2022.



Según la ilustración 2 del Observatorio des crédits aux ménages, observamos que esta vez nos centramos únicamente en el crédito al consumo y no en el crédito hipotecario. La curva nos muestra claramente que las concesiones de préstamos vuelven a aumentar después de la crisis de 2008, pero caen en 2012 para alcanzar una vez más el nivel más bajo en 2022 debido a la crisis del COVID y a las tasas de interés muy altas debido a la inflación.

Ilustración 3 : Saldo de crédito al consumo por individuo, 2003



Source : ECRI, 2004

Según la ilustración 3 de L'ECRI (Efficiency of Consumer Credit Companies in the EU, 2004), podemos ajustar los saldos a la escala del hogar para observar la jerarquía de los principales países. Así, el saldo promedio por hogar en Francia representa dos tercios de Alemania, y menos de la mitad del Reino Unido.

3. Análisis

3.1 Tamaño del mercado y tendencias recientes

Para observar las tendencias actuales, podemos recurrir a los estudios estadísticos realizados por el Observatoire des Crédits aux Ménages.

Según el informe reciente de la OCM, basado en una encuesta realizada a finales de 2023 a una amplia muestra de 13,000 hogares, la tasa de tenencia de créditos para los hogares disminuye por quinto año consecutivo, alcanzando el 42,7%, su nivel más bajo desde la creación del Observatorio en 1989. Este informe, que proporciona una visión anual de la situación de los hogares que recurren al crédito desde hace más de 30 años, también examina su percepción de su situación financiera y sus intenciones de suscribir créditos en los próximos 6 meses (Association française des sociétés financières, 2023).

La opinión general de los hogares ya sea que tengan o no créditos, sobre su situación financiera se deteriora aún más en 2023, lo que revela un sentimiento de empeoramiento del poder adquisitivo agravado por el contexto inflacionario. A pesar de ello, una gran proporción de hogares con créditos, más del 80% afirma que sus cargas de reembolso son soportables. Sin sorpresa, las intenciones de suscribir nuevos créditos para el primer semestre de 2024 disminuyen: solo el 3.5% de los hogares planean suscribir créditos al consumo (MOUILLARD, 2024).

También se observa una nueva disminución de los créditos al consumo en 2023, marcando el sexto año consecutivo de retroceso, independientemente del canal de distribución. La tasa de tenencia de estos créditos cae al 20,9% frente al 24,9% en 2020, alcanzando así su nivel más bajo desde 1989. Casi el 90% de los créditos al consumo se utilizan para la compra de equipos domésticos, automóviles, motocicletas o para trabajos de mejora del hogar.

Para comprender el tamaño real de este mercado podemos utilizar los datos del apartado 2.3 y analizarlos, añadiendo información adicional.

Empecemos por el periodo anterior al que acabamos de estudiar para obtener nuestra situación actual. La opinión del conjunto de los hogares, sean o no titulares de crédito, sobre su situación financiera volvió a deteriorarse en 2022, reflejando una sensación de deterioro del poder adquisitivo debido a la inflación y a una política de tipos de interés muy elevados para combatirla.

Un nuevo retroceso del crédito al consumo En 2022, el número de préstamos al consumo en cartera disminuyó por quinto año consecutivo, independientemente del canal de distribución.

La tasa de tenencia de estos préstamos caerá al 21,8% frente al 24,9% en 2020, el nivel más bajo desde 1989. El 19,7% de los hogares piden un crédito para comprar uno o varios artículos de equipamiento del hogar, un coche o una moto, o para pagar las reformas de la vivienda. (Mouillard, 2023)

Entre 2008 y 2014, la tasa de titularidad del crédito al consumo (incluida la LOA=locación con opción de compra) disminuyó rápidamente, pasando del 33,8% al 25,6%. Las dos crisis económicas que se sucedieron durante estos años habían llevado a los hogares a revisar sus planes de consumo. Es más, los hogares redujeron drásticamente su uso del crédito renovable en virtud de la Ley Lagarde, con una tasa de tenencias del 27,6% en 2012.

El recurso al crédito al consumo se redujo aún más entre 2012 y 2014, en un entorno económico poco propicio a los proyectos de consumo sostenibles (electrodomésticos, automóviles y motocicletas, reformas del hogar), el refuerzo de las disposiciones de la Ley Lagarde por la Ley Hamon restringió aún más el recurso al crédito renovable. Y en 2014, el 25,6% de los hogares tenían créditos al consumo, por debajo del punto más bajo registrado en 1995.

Sin embargo, desde el otoño de 2014, la demanda de crédito al consumo se ha estabilizado, beneficiándose del dinamismo de la producción de las entidades de crédito y de la mejora de las condiciones de crédito ofrecidas a los clientes. Este repunte permitió que la tasa global de tenencia de créditos se estabilizara en 2015 y luego volviera a subir. (Association française des sociétés financières, 2023).

La crisis del COVID también ha repercutido en el tipo de crédito al consumo de los hogares. En efecto, durante los confinamientos y con el auge del teletrabajo, se constata que los franceses desean mejorar su entorno de vida así que compran muebles como sofás, muebles de jardín.

El auge de la tecnología digital durante este periodo también ha cambiado el crédito al consumo, pues, aunque la producción de crédito al consumo en 2020 fue un 12,4% inferior a la de 2019, el desarrollo de la tecnología digital ha agilizado el proceso de solicitud y concesión de créditos. Las plataformas de préstamos en línea están ofreciendo nuevas alternativas a los bancos tradicionales. Tras esta crisis, hemos visto un repunte del 5,7% en la producción de crédito al consumo para 2021. (Banque de France, Crédit à la consommation 2021T1, 2021).

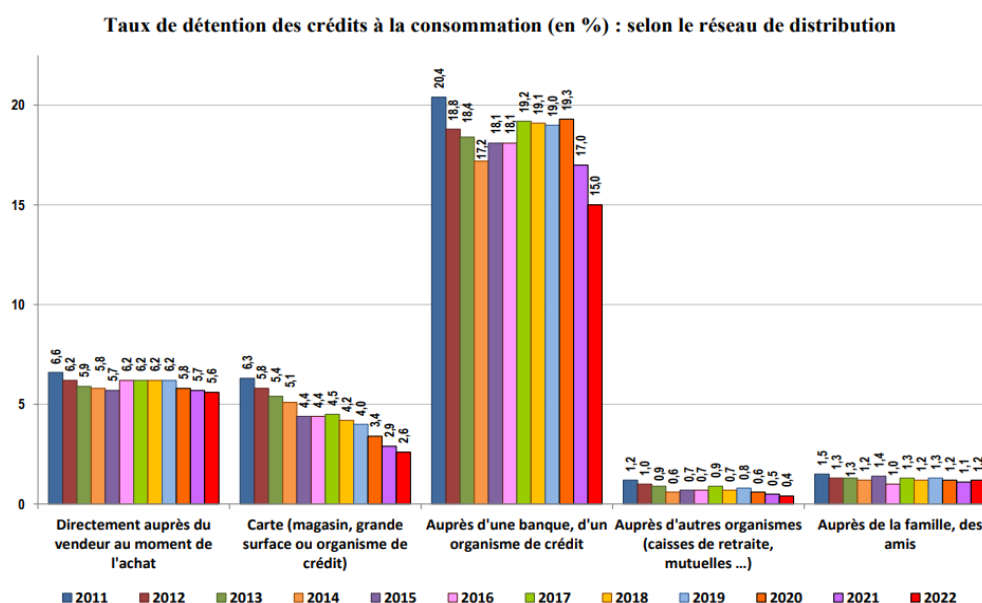
3.2 Actores clave en el mercado

Existen dos tipos principales de agentes en el mercado del crédito al consumo. Las instituciones generales, que incluyen bancos comerciales, mutuas y cooperativas y cooperativas de crédito

municipales. En 2003, representaban alrededor del 50% del saldo vivo del crédito al consumo. Las instituciones especializadas son el segundo tipo de agentes del mercado. (Banque de France, 2003) Estas instituciones tienen la experiencia adecuada y una amplia gama de productos, ya que el crédito al consumo es su especialidad. Se basan en gran medida en asociaciones con agentes ajenos al mundo bancario, en particular minoristas y supermercados. Por ejemplo, un hogar puede comprar un televisor a un minorista y pagarlo directamente a crédito, fruto de la colaboración con una entidad especializada. (Banque de France, 2003)

Entre las filiales de grupos bancarios figuran los dos principales actores, Cetelem y Sofinco, que han adquirido una posición de liderazgo en el mercado francés. Cetelem, creada a principios de los años 50, forma parte del grupo BNP Paribas desde que BNP tomó el control de Paribas a finales de 1999, mientras que Sofinco forma parte del grupo Crédit Agricole desde 1999. Algunos grupos han establecido sus propias instituciones financieras especializadas en créditos. Por ejemplo, la Société Générale ha reunido las empresas del sector financiero del grupo Thomson que adquirió dentro de Franfinance. Por otro lado, el grupo Crédit Mutuel ha creado varias filiales de menor tamaño que distribuyen principalmente sus créditos a través de intermediarios. Entre ellas se encuentran Financo, bajo el control de Crédit Mutuel Arkea, Sofinco, propiedad de Crédit Mutuel Centre Est Europe y el CIC, así como Crefidis, una entidad financiera creada en 2003 por Crédit Mutuel Nord Europe en colaboración con Cofidis. Otros grupos bancarios han optado por asociarse con instituciones especializadas externas para expandir la distribución de créditos al consumo en sus redes. Este es el caso de las Caisses d'Épargne y las Banques Populaires, que mantienen asociaciones de larga data con Cetelem y han formado, junto con este socio, entidades financieras como Caisse d'Épargne Financement y Novacredit. (Banque de France, 2003)

Ilustración 4 : Tasa de tenencia de créditos al consumo (en %) según la red de distribución



Según la ilustración 4 del Observatoire des crédits aux ménages, podemos observar que los hogares se inclinan más hacia los bancos y organismos de crédito que hacia cualquier otro modo de obtención de créditos. (Mouillard, 2023)

3.3 Factores principales que influyen los hogares

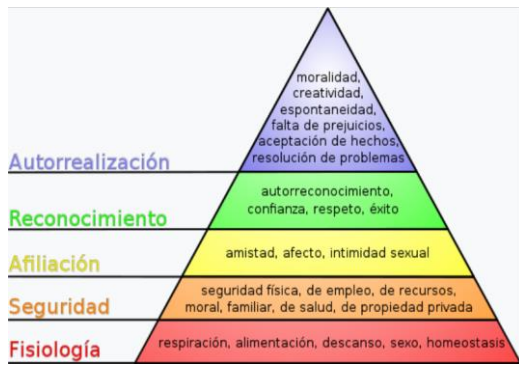
Para explicar qué impulsa a los hogares franceses a contratar créditos al consumo, podemos partir de una definición amplia y centrarnos después en nuestro problema. En primer lugar, es importante definir dos grandes tipos de factores fundamentales para el marketing. Los factores internos y externos que influyen en los consumidores.

Los factores internos y externos que influyen en los consumidores en el ámbito del crédito pueden ser muchos y variados. Estos factores desempeñan un papel crucial en el proceso de decisión de compra. A continuación, explicamos los dos tipos de factores:

Factores internos:

En primer lugar, las necesidades y motivaciones individuales, definidas por el psicólogo Abraham Maslow en su pirámide de Maslow como todas las necesidades fisiológicas, la seguridad, la necesidad de estima, el éxito social o profesional y la autorrealización. Las necesidades del

consumidor pueden ser físicas, emocionales, sociales, etc.



La percepción, es decir, la forma en que un individuo percibe un producto o una marca, puede estar influenciada por sus experiencias anteriores, creencias y valores personales. Las actitudes previas de un consumidor hacia una marca o producto pueden desempeñar un papel significativo. Estas actitudes pueden surgir de la experiencia personal, la publicidad o la influencia social. La personalidad de un individuo puede influir en sus elecciones de productos. Algunos consumidores pueden ser más aventureros y estar dispuestos a probar nuevos productos, mientras que otros pueden preferir la constancia y la familiaridad. Los hábitos de vida, actividades e intereses de una persona pueden afectar sus preferencias en cuanto a créditos al consumo. (Riviera Camino, Arellano Cueva, & M. Molero Ayala, 2013)

Factores Externos:

El contexto cultural. Los valores, creencias y normas culturales influyen en los comportamientos de compra. Lo que se considera aceptable o deseable puede variar considerablemente de una cultura a otra.

La sociedad en su conjunto puede ejercer presión social, las normas y expectativas de la sociedad pueden impactar en las decisiones de tomar un préstamo por parte de un individuo.

El contexto social, aquí se habla de los grupos sociales, como la familia, amigos, colegas, puede ejercer una influencia importante. Las recomendaciones y opiniones de estos grupos pueden moldear las decisiones de los consumidores.

También hay factores económicos como el poder adquisitivo, ingreso disponible y condiciones económicas globales que juegan un papel crucial. Los consumidores pueden adaptar sus comportamientos de compra según la situación económica.

La innovación tecnológica puede influir en las preferencias de los consumidores. Los avances tecnológicos pueden crear nuevas necesidades o influir en la percepción de los productos. (Riviera Camino, Arellano Cueva, & M. Molero Ayala, 2013)

En resumen, los factores internos y externos están interconectados y actúan en conjunto para influir en las decisiones de compra de los consumidores. Los bancos y las instituciones crediticias tienen en cuenta estos factores al elaborar sus estrategias para comprender mejor y satisfacer las necesidades de su público objetivo.

Las razones que impulsan a los hogares franceses pueden explicarse por numerosos factores que desarrollaremos en esta parte.

En primer lugar, está la voluntad de aumentar el nivel de vida y la aspiración al consumo. El nivel de vida en Francia ha experimentado un crecimiento constante en las últimas décadas, lo que ha permitido a los hogares disponer de un mayor ingreso disponible. Este aumento ha ido acompañado de una creciente aspiración al consumo, favorecida por la sociedad de consumo y el auge del marketing. Estamos expuestos a un número considerable de anuncios a menudo adaptados a nuestros deseos, lo que crea en nosotros un sentimiento de marca o un deseo de pertenencia a un grupo al poseer un cierto tipo de bien llamado bien simbólico o de distinción.

Los hogares son así incentivados a adquirir bienes y servicios que superan sus capacidades financieras inmediatas, lo que los lleva a contraer créditos al consumo para satisfacer sus deseos.

Desde hace varios años, las instituciones crediticias se han desarrollado y las ofertas propuestas son susceptibles de alcanzar a todos los tipos de consumidores. Estas instituciones han desarrollado una amplia gama de productos de crédito al consumo, adaptados a las necesidades y situaciones de cada hogar. Las condiciones de acceso al crédito también se han flexibilizado en los últimos años, con tasas de interés históricamente bajas antes de 2022 y plazos de reembolso más largos. Esta mayor accesibilidad facilita la suscripción a un crédito y anima a los hogares a endeudarse.

Históricamente, los hogares siempre han necesitado financiar proyectos importantes como la compra de un automóvil o la realización de trabajos de renovación. Estos son proyectos costosos que a menudo requieren un aporte financiero significativo. El crédito al consumo permite a los hogares financiar estos proyectos y mejorar su calidad de vida.

El contexto económico y social también puede desempeñar un papel en el recurso al crédito al consumo. En períodos de crisis económica, los hogares pueden verse obligados a endeudarse para mantener su nivel de vida. Del mismo modo, las desigualdades sociales y la precariedad pueden incentivar a algunos hogares a recurrir al crédito para hacer frente a dificultades financieras. (INSEE, 2021)

Para finalizar, estudios muestran que también existen factores psicológicos que pueden influir en la decisión de los hogares franceses de contraer un crédito. El sentimiento de urgencia, el

miedo a quedarse sin recursos o el deseo de cumplir con las normas sociales pueden llevar a los hogares a endeudarse, incluso si no es financieramente necesario. (INSEE, 2021)

En conclusión, podemos afirmar que el recurso al crédito al consumo es un fenómeno que se explica por una combinación de factores económicos, sociales y psicológicos. El aumento del nivel de vida, el desarrollo de ofertas de crédito y la flexibilización de las condiciones de acceso son los principales factores que pueden llevar a los consumidores franceses a endeudarse. El crédito al consumo puede ser una herramienta útil para financiar proyectos importantes y a veces muy beneficiosos para los hogares, pero es importante utilizarlo de manera responsable y medida para evitar caer en una situación de sobreendeudamiento, que desarrollaremos en una próxima sección.

3.4 influencia de los tipos de interés

Las tasas de interés del crédito al consumo han experimentado fluctuaciones significativas desde la crisis financiera de 2008 hasta nuestros días. Estas variaciones han tenido un impacto directo en las solicitudes de crédito de los consumidores, moldeando así el panorama financiero y económico. Para comprender completamente esta evolución, examinemos los datos numéricos y analicemos cómo estas tasas han influenciado los hábitos de solicitud de crédito.

La crisis financiera mundial de 2008 generó una recesión en muchos sectores económicos, incluido el del crédito al consumo. Las tasas de interés alcanzaron niveles muy altos debido a la incertidumbre económica y la desconfianza de los bancos. Según los datos de la Reserva Federal de Estados Unidos, la tasa de interés promedio para préstamos al consumo no garantizados en Estados Unidos fue de aproximadamente el 11.37% para un crédito personal a 24 meses en 2008. (Federal Reserve, 2009)

	2004	2005	2006	2007	2008				2009				
					2008	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1 p	Jan r	Feb r	Mar p
Percent change at annual rate 2													
Total	5.5	4.3	4.5	5.5	1.8	4.8	3.9	1.3	-3.0	-1.9	3.3	-3.8	-5.2
Revolving	3.8	3.1	6.1	7.4	2.3	7.6	3.5	4.6	-6.2	-6.5	-0.7	-12.1	-6.8
Nonrevolving 3	6.4	4.9	3.6	4.4	1.4	3.1	4.2	-0.6	-1.1	0.9	5.7	1.2	-4.2
Amount: billions of dollars													
Total	2191.6	2285.2	2387.7	2519.0	2563.3	2549.0	2574.1	2582.8	2563.3	2551.1	2570.3	2562.2	2551.1
Revolving	799.8	824.5	874.6	939.5	961.6	957.3	965.8	976.8	961.6	945.9	961.0	951.3	945.9
Nonrevolving 3	1391.8	1460.7	1513.1	1579.5	1601.7	1591.7	1608.3	1606.0	1601.7	1605.2	1609.3	1610.9	1605.2
TERMS OF CREDIT AT COMMERCIAL BANKS AND FINANCE COMPANIES 4													
Percent except as noted: not seasonally adjusted													
Institution, terms, and type of loan													
Commercial banks													
Interest rates													
48-mo. new car	6.60	7.08	7.72	7.77	7.02	7.27	6.84	6.92	7.06	6.92	n.a.	6.92	n.a.
24-mo. personal	11.89	12.05	12.41	12.39	11.37	11.43	11.14	11.48	11.44	11.02	n.a.	11.02	n.a.
Credit card plan													
All accounts	12.72	12.51	13.21	13.38	12.07	12.46	11.87	11.94	12.03	13.08	n.a.	13.08	n.a.
Accounts assessed interest	13.22	14.55	14.73	14.67	13.57	13.77	13.51	13.64	13.36	13.54	n.a.	13.54	n.a.
New car loans at auto finance companies													
Interest rates	4.92	6.02	4.99	4.87	5.52	4.85	5.28	4.87	7.09	4.71	8.23	3.17	2.74
Maturity (months)	60.7	60.0	63.0	62.0	63.4	62.6	63.5	65.4	62.3	59.9	59.3	59.0	61.2
Loan-to-value ratio	89	88	94	95	91	94	93	89	86	87	86	86	89
Amount financed (dollars)	24,888	24,133	26,620	28,287	26,178	28,174	25,493	26,643	24,400	25,730	22,922	26,268	27,999

Este aumento en las tasas tuvo un impacto significativo en las solicitudes de crédito al consumo. Los hogares enfrentados a tasas extremadamente altas, ya sea en los Estados Unidos o en Francia, redujeron sus préstamos, lo que resultó en una disminución en la demanda total de crédito. Las instituciones financieras también endurecieron sus criterios, lo que dificultó el acceso al crédito para muchas personas después de esta crisis de las hipotecas de alto riesgo.

Durante el período siguiente, caracterizado por una lenta recuperación económica, las tasas de interés del crédito al consumo comenzaron a estabilizarse e incluso a disminuir gradualmente. Entre 2010 y 2015, las tasas experimentaron una caída. En Francia, a largo plazo (72 meses, es decir, 6 años), las tasas de crédito al consumo en 2015 cayeron por debajo del 5 %. (Empruntis, 2015)

Esta disminución en las tasas tuvo un efecto positivo en la demanda de créditos al consumo. Los consumidores estuvieron más inclinados a tomar préstamos, ya que los costos de endeudamiento eran más bajos. Las instituciones financieras también flexibilizaron sus criterios de aprobación, lo que favoreció un acceso más amplio al crédito. Sectores como el automotriz y tecnológico se beneficiaron de este aumento en la demanda, estimulando así el crecimiento económico.

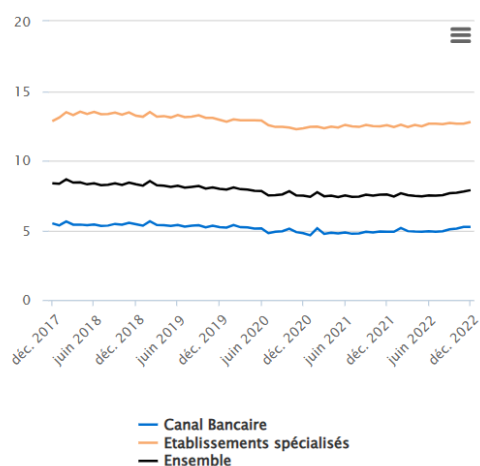
Entre 2015 y 2020, una marcada tendencia a la baja en las tasas de interés continuó en muchas economías. En Francia, la tasa de interés para un crédito al consumo no afectado para particulares fue de aproximadamente 3.45%. Esto se debe claramente a la política monetaria del Banco Central Europeo, que mantiene las tasas cortas en niveles muy bajos; la tasa sin riesgo a un año fue negativa durante este período, y a pesar de su aumento a partir del segundo semestre de 2016, las tasas largas han sido históricamente bajas (Ophèle, 2017).

Este período de tasas bajas estimuló considerablemente la demanda de créditos al consumo. Los consumidores se vieron incentivados a tomar más préstamos debido a los atractivos costos de endeudamiento. Sectores como automóviles, viajes, educación y bienes duraderos registraron un aumento notable en la demanda de crédito.

Por lo tanto, es evidente que las tasas de interés del crédito al consumo ejercen una influencia significativa en el comportamiento financiero de los hogares en Francia y en todo el mundo.

Ilustración 5 : Tasa de interés de los nuevos créditos renovables por tipos de organismos, Francia, %

Taux d'intérêt (au sens étroit) des nouveaux crédits renouvelables par type d'établissement, France, %



Según la Ilustración 5 de la Banque de France, (Banque de France, Crédits aux particuliers – France Janvier 2023, 2023) las instituciones especializadas suelen ofrecer tipos más altos que los bancos, pero sus criterios de aprobación no son los mismos. Estas instituciones se inclinan por conceder préstamos a hogares con mayor riesgo de impago, lo que justifica estos tipos.

Los tipos de interés determinan el coste global del crédito para los consumidores. Cuando los tipos son altos, los costes de los préstamos aumentan, lo que hace que los préstamos sean más caros para los hogares. Por lo tanto, los consumidores se ven mucho menos tentados a pedir prestado cuando los costes no son atractivos, lo que provoca una caída de la demanda de crédito. (Banque centrale Européene, 2015)

Los tipos de interés también influyen en la disponibilidad de crédito. Cuando los tipos son altos, los prestamistas, como los bancos o las instituciones especializadas que hemos descrito antes, pueden ser más restrictivos en sus criterios de aprobación, lo que reduce el acceso al crédito para muchas personas. Por el contrario, los tipos bajos facilitan la aprobación de préstamos, ampliando el acceso al crédito y estimulando la demanda.

El gobierno también establece normas de crédito para proteger a los hogares a través del tipo de usura, que es el tipo máximo que se puede conceder al pedir un préstamo. Se utiliza para proteger a los consumidores de los prestamistas que quieren ofrecer un tipo de interés demasiado alto. Existen diferentes tipos de usura en función de la situación: importe prestado, plazo o tipo de préstamo. (Ministère de l'économie)

En conclusión, los cambios en los tipos de interés de los créditos al consumo desde la crisis financiera de 2008 han tenido un impacto significativo en las tendencias de la demanda de crédito de los hogares. Las fluctuaciones de estos tipos han influido en el coste del crédito, el

incentivo para pedir prestado y el acceso al crédito. Aunque las políticas monetarias, los acontecimientos económicos mundiales y la digitalización siguen desempeñando un papel fundamental, el futuro de los tipos de interés del crédito al consumo sigue estando sujeto a cambios dinámicos. Las consecuencias de estos cambios repercutirán directamente en la vida financiera de los particulares y en la salud general de las economías nacionales.

3.5 Impacto social, sostenible y económico del crédito al consumo en Francia

Efectos al nivel macroeconómico

Como mencionamos anteriormente, el crédito juega un papel en la economía, pero ¿cuál es su impacto real en el crecimiento y el nivel de consumo del país? Desde el punto de vista macroeconómico, podemos analizar el impacto del crédito al consumo en términos estructurales y coyunturales. Un apoyo estructural significa que el crédito brinda una ayuda sostenible a la economía, es decir, permite un crecimiento más rápido de lo que sería sin él. El apoyo coyuntural se refiere al hecho de que, en períodos de crisis, el crédito al consumo podría limitar el impacto de esa crisis en los ingresos de los hogares franceses.

Un estudio belga midió el apoyo estructural del crédito al consumo en la economía mediante la medición de los saldos y otorgamientos de créditos a los hogares. En cuanto a los saldos, el crédito al consumo representó el 11,52% de los gastos de consumo de los hogares belgas y el 5,73% del PIB en 2016. La conclusión para el período de 1995 a 2016 es que el crédito al consumo ciertamente ofrece un apoyo sostenible a la economía al permitir un ritmo de crecimiento superior al que sería sin este tipo de crédito. Sin embargo, este apoyo parece relativamente significativo, pero no enorme, ya que el estudio demostró que los créditos que aún no se habían reembolsado no podían tenerse en cuenta. La estimación promedio anual del apoyo del crédito al consumo a los gastos de los hogares es de aproximadamente 0,5% en el PIB. (Duvivier, 2017)

En cuanto al apoyo coyuntural, es casi inexistente en períodos de crisis desde el punto de vista macroeconómico, ya que cuanto mayor es la tasa de crecimiento de los saldos, más apoyo significativo brinda el crédito al consumo al consumo de los hogares, pero esto solo ocurre en períodos favorables definidos por momentos en los que los ingresos disponibles están en crecimiento. En períodos económicos difíciles, no logra mitigar el impacto de la disminución de los ingresos disponibles de los hogares. (Duvivier, 2017)

Además, la presión creciente ejercida por el crédito al consumo en los presupuestos familiares, que desarrollaremos en otra parte, no favorece el crecimiento; más bien destaca el aumento significativo de la deuda de los hogares a lo largo de los años. Los incumplimientos de pago, particularmente frecuentes y en aumento, contribuyen a esta presión, lo que explica el impacto débil del crédito a nivel macroeconómico.

Impactos positivos

Un aspecto positivo del crédito al consumo es el desarrollo de productos de financiación para una sociedad más sostenible. Desde hace varios años, los datos recogidos por las asociaciones bancarias francesas demuestran el compromiso de los hogares en la transición energética. Las instituciones de financiación especializada los acompañan con una oferta de productos adaptada.

Ahora podemos encontrar ofertas de financiación dedicadas a la renovación energética de las viviendas. Se ve un aumento del 16% en 2021, el importe de los nuevos créditos destinados a la renovación energética de las viviendas distribuidas en 2022 aumentó en +23,3 % en comparación con el año anterior, con casi 1800 M€. (Association Francaise des sociétés financières, 2023)

En total, en 2022 se financiaron 129.200 operaciones, lo que supone un aumento del 3,1% con respecto a 2021. (Association Francaise des sociétés financières, 2023)

Las ofertas de financiación para la compra de vehículos menos contaminantes para el medio ambiente también han aumentado significadamente. En 2022, las instituciones especializadas financiaron más de 205.000 vehículos eléctricos e híbridos por crédito asignado y LOA, un aumento del 39% con respecto a 2021. Las nuevas financiaciones alcanzan así un importe de cerca de 4.800 millones de euros, un aumento del 44,8% con respecto al año anterior. Esta evolución sigue a una progresión de +130% en 2021. (Association Francaise des sociétés financières, 2023)

La financiación de los vehículos eléctricos e híbridos no deja de aumentar en el conjunto de los nuevos vehículos financiados por crédito al consumo en 2022: es ahora del 23,4% en número contra el 16,8% en 2021 y del 31,6% contra el 23,2% en 2021. (Association Française des sociétés financières, 2023)

Impactos negativos

El impacto más negativo sobre la salud financiera de los hogares y la sociedad es el sobreendeudamiento. Esto se define como una situación en la que las deudas de un hogar superan su capacidad para pagarlas. En Francia, en 2008, uno de cada dos hogares que vivían en la Francia metropolitana estaba endeudado, ya fuera para comprar una propiedad o para consumir. Los hogares con un alto nivel de vida y cuya persona de referencia en el banco tienen entre 25 y 54 años son los más propensos a estar endeudados. Sin embargo, si nos centramos en el crédito al consumo, podemos ver que afecta a todos los hogares. En general, es más probable que lo utilicen los hogares pobres y los jóvenes que los préstamos vivienda. Los préstamos vivienda representan una carga de reembolso más pesada que el crédito al consumo, pero tienen más probabilidades de dar lugar a retrasos en los pagos y a la presentación de un expediente de sobreendeudamiento ante la Administración. En 2008, el 11% de los hogares franceses sólo tenía uno o ningún medio de pago. De estos hogares, el 80% no tiene ningún crédito y un tercio es pobre. (Dauphin, 2011)

Existe una correlación significativa entre la utilización del crédito al consumo por los hogares y el fenómeno del sobreendeudamiento en Francia. Los hogares que han presentado una declaración de sobreendeudamiento tienen una carga media de reembolso de préstamos del 17%, a menudo debida al crédito al consumo (67%), y son principalmente inquilinos. A diferencia de los propietarios de viviendas, estos hogares tienen a la vez una carga elevada de reembolso de préstamos y una carga elevada de gastos de vivienda: el 57% declara gastos de vivienda elevados (frente al 28% de todos los hogares) y el 60% declara facturas de vivienda impagadas. Esta situación puede explicar la presentación de un expediente de sobreendeudamiento. Normalmente, se trata de hogares con ingresos bajos, consumidores modestos, con ingresos limitados y situaciones laborales inestables. Las familias monoparentales y las personas solas son especialmente vulnerables al sobreendeudamiento.

La persona de referencia en estos hogares suele tener entre 35 y 54 años. Alrededor del 31% de los hogares con endeudamiento excesivo se consideran pobres, y el 60% han sufrido una reducción significativa de sus ingresos el año anterior. Según el INSEE, el crédito renovable es el tipo de crédito más asociado al sobreendeudamiento debido a su elevado tipo de interés y a su flexibilidad de uso, que incita a los hogares a endeudarse por encima de su capacidad financiera.

El desconocimiento del presupuesto y de la gestión del crédito puede llevar a los hogares a subestimar los riesgos asociados al sobreendeudamiento. Es crucial concienciar a los franceses de estos riesgos y proporcionarles las herramientas que necesitan para gestionar sus presupuestos de forma responsable. (Dauphin, 2011)

El sobreendeudamiento de los hogares franceses es, pues, un problema complejo y preocupante. El crédito al consumo, aunque beneficioso en algunos casos, puede agravar esta situación de endeudamiento excesivo, lo que subraya la importancia de abordar esta cuestión con cuidado (Dauphin, 2011)

4. Conclusiones

4.1 Consecuencias sociales

Como hemos visto anteriormente, el sobreendeudamiento relacionado con el crédito al consumo ha aumentado considerablemente en los últimos años, con consecuencias sociales perjudiciales y de gran alcance. En primer lugar, debilita a los hogares, exponiéndolos al riesgo de sobreendeudamiento y pobreza. La espiral descendente de la deuda puede conducir a la privación de bienes esenciales, la exclusión social y la angustia psicológica.

Según nuestras investigaciones, podemos considerar que un hogar se encuentra en una situación complicada cuando tiene un expediente en el Fichier des Incidents des Crédits aux Particuliers, en el que figuran las personas que llevan 3 meses de retraso en el pago de sus préstamos, así como las que se han beneficiado de medidas de aplazamiento o anulación de sus deudas gracias a la intervención de la comisión de sobreendeudamiento. Este registro, gestionado por la Banque de France, es facilitado por los bancos comerciales. (Banque de France, L'endettement des ménages, 2022)

Los hogares que tienen dificultades para reembolsar sus deudas pueden dirigirse a la comisión departamental de tratamiento de los casos de sobreendeudamiento de los hogares, a través de las sucursales del Banque de France que se encargan de la gestión administrativa. Si se confirma el sobreendeudamiento, dicha comisión puede aplazar los pagos o incluso anular total o parcialmente la deuda si se considera que la situación financiera del hogar está irreversiblemente comprometida. En este caso, el individuo es inscrito en el FICP.

Ante esta alarmante situación, es crucial poner en marcha medidas para prevenir el sobreendeudamiento y proteger a los hogares vulnerables. El microcrédito es una forma de hacerlo. Observamos que algunas personas no tienen acceso al crédito bancario tradicional, principalmente porque sus ingresos son considerados insuficientes por las organizaciones prestamistas y los bancos. El microcrédito puede ofrecer una alternativa, sobre todo a través de instituciones especializadas. Puede utilizarse para financiar necesidades esenciales, como la compra de un frigorífico o de un coche de segunda mano para ir al trabajo, y generalmente se

trata de préstamos de menos de 3.000 euros a tipos muy bajos para que los hogares con dificultades puedan endeudarse sin riesgo. (Banque de France, L'endettement des ménages, 2022)

4.2 Situación actual a principios de 2024 y previsiones

Según el barómetro del observatorio Cetelem, un estudio realizado en 10 países para evaluar el sentimiento de los hogares, sus intenciones de gasto y ahorro, parece que el ánimo de los europeos, especialmente de los hogares franceses, se ha estabilizado este año. Es importante recordar que había caído considerablemente debido al impacto de la guerra en Ucrania y la alta inflación. En 2024, se observa una estabilización del ánimo, aunque Francia está ligeramente a la baja, junto con Alemania, a diferencia de otros países.

En cuanto a la inflación y el poder adquisitivo, esta sigue siendo fuertemente percibida, con un 88% de las personas encuestadas declarando un aumento de los precios el año pasado. Como resultado, casi la mitad de los europeos considera que su poder adquisitivo ha disminuido.

Respecto a las perspectivas de consumo y ahorro, estas influirán en la contracción del crédito. Las intenciones de consumo de los hogares franceses siguen siendo relativamente altas, lo que sugiere una continuación del consumo en 2024, lo cual es positivo para las economías de la zona euro. Las intenciones de compra, especialmente para viajes y ocio, están aumentando, reflejando una voluntad de disfrutar. (Observatoire Cetelem, 2024)

En cuanto al ahorro, hay que destacar un aumento, con un 53% de los franceses que desean ahorrar más en 2024. Este aumento en las intenciones de ahorro puede estar relacionado con el aumento de las tasas de interés, lo que hace que algunas inversiones sean más atractivas, como los depósitos regulados. (Observatoire Cetelem, 2024)

Parece que lo peor ha pasado en cuanto al crédito al consumo, ya que el ánimo de los hogares se está estabilizando. En 2023, reaccionaron rápidamente ante la alta inflación ajustando sus gastos, especialmente en alimentos. Aunque el año 2024 puede estar sujeto a riesgos geopolíticos, como la guerra en Ucrania o la crisis en el Mar Rojo, se espera que la economía se recupere, lo que también implicaría una recuperación del crédito al consumo. (Observatoire Cetelem, 2024)

4.3 Conclusiones sobre el impacto general del consumo

En primer lugar, es importante reconocer que el crédito al consumo desempeña un papel en la dinámica económica francesa, proporcionando a los hogares un medio de financiar sus

necesidades inmediatas y estimulando al mismo tiempo el crecimiento económico. Sin embargo, nuestra investigación también revela que un uso excesivo o inadecuado del crédito puede tener consecuencias perjudiciales para los hogares y la economía en su conjunto.

Si nos fijamos en el impacto sobre los hogares, observamos que el crédito al consumo puede ser un recurso valioso para hacer frente a gastos imprevistos o para invertir en proyectos respetuosos con el medio ambiente que contribuyan al desarrollo sostenible, como reformas de eficiencia energética en el hogar o vehículos eléctricos. Sin embargo, un uso irresponsable puede llevar al sobreendeudamiento, que es una de las consecuencias más perjudiciales del crédito. Algunos consumidores pueden encontrarse en dificultades financieras o incluso en una espiral de endeudamiento. Estos problemas pueden tener graves repercusiones en el bienestar de los hogares, afectando a su capacidad para satisfacer sus necesidades básicas y planificar el futuro.

En términos macroeconómicos, nuestra investigación pone de relieve los efectos del crédito al consumo sobre la estabilidad financiera y el crecimiento económico. Aunque su apoyo cíclico en caso de crisis es casi inexistente, proporciona un apoyo estructural, ya que sin él el crecimiento sería menor. Un aumento de la deuda de los hogares puede incrementar la vulnerabilidad financiera, especialmente durante una desaceleración económica o una crisis financiera en el caso del impacto cíclico. Además, una dependencia excesiva del crédito al consumo puede conducir a una mayor inestabilidad financiera, amenazando la salud general de la economía.

Teniendo en cuenta estas observaciones, es imperativo adoptar medidas para mitigar los riesgos asociados al crédito al consumo, preservando al mismo tiempo sus beneficios económicos. Para ayudar a los hogares franceses, es necesario reforzar medidas como las adoptadas por las leyes LAGARDE y HAMON para proteger a los consumidores del sobreendeudamiento. Proporcionando mejor información sobre los riesgos y beneficios del crédito, así como herramientas para gestionar eficazmente el ahorro. Además, unas políticas de protección de los consumidores más sólidas que las ya vigentes pueden ayudar a prevenir las prácticas depredadoras y promover un crédito responsable y sostenible.

Para las instituciones financieras, es crucial adoptar prácticas de préstamo responsables, evaluando cuidadosamente la capacidad de reembolso de los prestatarios y evitando la sobreventa de productos financieros inadecuados. Esto se aplica en particular a las entidades de crédito, ya que nuestro estudio ha demostrado que suelen ofrecer tipos de interés mucho más elevados y se preocupan menos por la capacidad de reembolso. Estas organizaciones deben comprometerse a promover la transparencia y a proporcionar información clara y accesible sobre las condiciones de los préstamos, con el fin de evitar trampas ocultas y cargos excesivos.

Además, la Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) y la Banque de France desempeñan un papel crucial en la creación de un entorno financiero sano y equilibrado. Reforzando la supervisión de las prácticas de préstamo e imponiendo normas prudenciales estrictas, pueden contribuir a reducir el riesgo de préstamos excesivos y promover la estabilidad financiera a largo plazo.

En conclusión, nuestro trabajo de fin de grado pone de relieve la importancia del crédito al consumo para los hogares y la economía francesa, al tiempo que subraya los retos y riesgos asociados a su utilización. Adoptando un enfoque equilibrado que combine la promoción del crédito responsable como los Microcréditos o su participación en proyectos sostenibles, la protección de los hogares franceses y el refuerzo de la regulación financiera relativa a la concesión de préstamos, podemos maximizar los beneficios del crédito al consumo y mitigar al mismo tiempo sus efectos perjudiciales para los hogares y la economía en su conjunto. Trabajando juntos, los bancos, las instituciones especializadas del sector y las autoridades pueden contribuir a crear un sistema financiero más estable, inclusivo y sostenible para todos los hogares.

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Sophiane Claude Ali LAGHLID estudiante de E4 de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado " Análisis del mercado del crédito al consumo en los hogares franceses: tendencias, riesgos e implicaciones desde la crisis de 2008", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Crítico:** Para encontrar contra-argumentos a una tesis específica que pretendo defender.
3. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
4. **Metodólogo:** Para descubrir métodos aplicables a problemas específicos de investigación.
5. **Interpretador de código:** Para realizar análisis de datos preliminares.
6. **Estudios multidisciplinares:** Para comprender perspectivas de otras comunidades sobre temas de naturaleza multidisciplinar.
7. **Constructor de plantillas:** Para diseñar formatos específicos para secciones del trabajo.
8. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
9. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
10. **Generador de datos sintéticos de prueba:** Para la creación de conjuntos de datos ficticios.
11. **Generador de problemas de ejemplo:** Para ilustrar conceptos y técnicas.
12. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.
13. **Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 16/03/2024

Firma:



Bibliografía

- Administration française . (s.d.). *Crédit à la consommation*. service-public.fr.
- Association française des sociétés financières. (2023). 35ème édition de l'OCM: un impact clair de la situation économique sur la détention de crédits et la perception des ménages.
- Association Française des sociétés financières. (2023). PUBLICATION DES DONNEES 2022 SUR L'EVOLUTION DES FINANCEMENTS SPECIALISES EN FAVEUR DE LA TRANSITION ENERGETIQUE.
- Banque centrale Européene. (2015). Rapport annuel 2015 de la BCE. *Banque centrale européenne Eurosysteme*, encadré 2.
- Banque de France . (2022). L'endettement des ménages. *L'Eco en bref*.
- Banque de France. (2003). Le crédit à la consommation. 187.
- Banque de France. (2021). Crédit à la consommation 2021T1. *Stat Info*.
- Banque de France. (2023). Crédits aux particuliers – France Janvier 2023. *Stat Info*.
- Bourdin, J. (2006). Accès au crédit des ménages en France. *Sénat*.
- Credit agricole consumer france . (2019). Le « crédit conso », moteur pour l'économie depuis plus de 70 ans !
- DANTON, B., & SENSIAU, J. (s.d.). 31ème édition de l'Observatoire des Crédits aux Ménages. *l'Observatoire des Crédits aux Ménages*.
- Dauphin, L. (2011). Endettement et recours aux services bancaires en 2008. *INSEE*.
- Duvivier, R. (2017). L'importance macroéconomique du crédit à la consommation. *Observatoire du crédit Belge* .
- Economie.gouv. (2010). LOI LAGARDE DU 1ER JUILLET 2010. *Economie.gouv*.
- Empruntis. (2015). Taux de crédit conso 2015. *Empruntis*.
- Federal Reserve. (2009). consumer credit. *Federal reserve statistical release*.
- Frasnetti, P. (2014). La loi Hamon va renforcer vos droits. *economie.gouv*.
- INSEE. (2021). Revenus et patrimoine des ménages. *INSEE*.
- l'Observatoire des crédits aux ménages. (2017). Résultats complets du 29ème rapport annuel de l'Observatoire des crédits aux ménages 2016. *Fédération Bancaire Française*.

- Michel, M. (2010). 22ème rapport annuel de l'Observatoire des crédits aux ménages. *Observatoire des Crédits aux Ménages, 2*.
- ministère de l'économie. (s.d.). Bercy infos particuliers. *economie.gouv*.
- Ministère de l'économie des finances . (s.d.). Tout savoir sur le crédit à la consommation. *economie.gouv*.
- Mouillard, M. (2023). 35ème rapport observatoire des crédits aux ménages. *Fédération bancaire française, 2*.
- MOUILLARD, M. (2024). 36 ème rapport annuel de l'Observatoire deds Crédits aux ménages. *Fédération Bancaire Française .*
- Observatoire Cetelem. (2024). Moral des européens. le pire est-il passé ? *BNP Paribas Personal Finance*.
- Ophèle, R. (2017). Intervention de M. Robert OPHELE à l'Assemblée générale de l'ASF. *Association française des sociétés financières*.
- Riviera Camino, J., Arellano Cueva, R., & M. Molero Ayala, V. (2013). *Conducta del consumidor*. Madrid.
- Sofinco. (2020). Le crédit à la consommation dans le monde. *Sofinco*.