




soventia



**asesoramiento
y externalización
de procesos
de crédito**



INFORME SOVENTIA

El mercado “Consumer Finance” en España

Evolución 2002-2008 y recomendaciones de futuro



Soventia, octubre de 2008



CONFIDENCIAL: Copyright © by Soventia, 2008. All Rights Reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in any retrieval system, or transmitted in any form or by any means – electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise – without the express written permission of Soventia.

Antecedentes

- *Mercado inmobiliario en crisis, con tendencia al descenso significativo del precio de la vivienda.*
- *Tipos de interés altos, que hacen subir el endeudamiento de los hogares.*
- *Incremento de la tasa de mora en determinados segmentos, y mantenimiento de crédito en otros.*
- *Mercado español de crédito en retroceso, debido a una reducción de liquidez de las entidades y al alto incremento de la deuda de los hogares.*
- *Baja cultura de financiación a través de tarjeta de crédito.*
- *Existencia de un gran colectivo no bancarizado, o en proceso de bancarización, con altas necesidades de financiación, y baja capacidad de endeudamiento.*

Recomendación Soventia

- *Profesionalizar la atención al cliente de crédito, con estructuras especializadas en este tipo de producto.*
- *Potenciación de la tarjeta de crédito como elemento de financiación de cantidades pequeñas, de rápida y fácil devolución*
- *Analizar exhaustivamente, mediante técnicas avanzadas de data minning, las bases de datos de clientes actuales, buscando los patrones de comportamiento que permitan crear perfiles de bajo riesgo de impago, a los que ofrecer crédito al consumo.*
- *Extrapolación de perfiles resultantes a bases de no clientes mediante campañas muy enfocadas.*

El mercado de "crédito al consumo" en España ha crecido en un índice anual medio de 20% durante los últimos cinco años (2002-2007), y se espera que el crecimiento se reduzca a menos del 10 por ciento durante los dos años próximos. Con aproximadamente un 78% del PIB y 130% de la renta disponibles por hogar comprometido, los hogares españoles tienen uno de los índices de endeudamiento más altos de Europa, solo superados por el Reino Unido. Según el último dato de ASNEF-Equifax (septiembre 2008), la deuda impagada de los hogares españoles asciende a 20.450 millones de €, un 107,2% más que el mismo periodo del año anterior.

El crédito no hipotecario, supone actualmente alrededor del 25% del crédito a hogares total, sin embargo, ha sido testigo de una disminución a favor del crédito hipotecario. El crédito para los artículos de consumo representa actualmente uno de los endeudamientos mayores del crédito no hipotecario del mercado.

El mercado español de crédito a hogares está bien desarrollado, con algunos bancos nacionales (tales como Santander y BBVA) que se cuentan entre los más grandes del mundo en activos, con una presencia geográfica impresionante en Europa y América. Además, el mercado asegurador español se considera uno de los más sólidos de Europa continental y tiene presencia significativa de compañías locales y extranjeras.

Todos los bancos españoles principales tienen una presencia importante en banca comercial, a través de las redes de sucursales extensas, un número significativo de las cuales son oficinas muy pequeñas (con apenas una o dos personas). La mayoría de las sucursales son rentables.

La actual discusión en los medios locales sobre la crisis *subprime* del crédito y la posible recesión en los EEUU, ha afectado el mercado financiero español, pero el volumen facturado por las tarjetas de crédito aún mantiene su crecimiento, si bien a menores tasas que en ejercicios pasados.

Los consumidores españoles prefieren pedir préstamos personales antes que utilizar el crédito del que disponen en sus tarjetas. Tradicionalmente, los bancos en España no tienen separada la unidad de crédito a través de tarjeta del resto del negocio de activo y en consecuencia, aún está por desarrollar en la mayoría de los casos, este lado del negocio de préstamos de consumidor, que está dominado por préstamos personales estándar.

Spain: Consumer Credit Outstandings and Indebtedness															
(\$ billions)	2002	2003	Chg.	2004	Chg.	2005	Chg.	2006	Chg.	2007	Chg.	2008F	Chg.	2009F	Chg.
PDI	650	692	6.5%	740	6.8%	792	7.1%	842	6.3%	893	6.0%	947	6.0%	1,002	5.9%
Mortgage credit	330	386	17.1%	466	20.5%	622	33.7%	762	22.4%	867	13.7%	969	11.8%	1,052	8.5%
Non-mortgage credit	140	160	14.3%	182	14.1%	223	22.4%	266	19.1%	291	9.7%	292	0.2%	311	6.3%
Total Consumer credit	470	546	16.2%	648	18.7%	846	30.5%	1,028	21.5%	1,158	12.7%	1,261	8.9%	1,362	8.0%
Ratio to PDI:															
Mortgage credit	50.7%	55.8%		62.9%		78.6%		90.4%		97.1%		102.4%		104.9%	
Non-mortgage credit	21.5%	23.1%		24.6%		28.1%		31.5%		32.6%		30.9%		31.0%	
Total Consumer credit	72.2%	78.8%		87.6%		106.7%		122.0%		129.7%		133.2%		135.9%	
Average total debt per household (\$)	33,528	37,889	13.0%	43,621	15.1%	55,167	26.5%	64,102	16.2%	70,401	9.8%	74,709	6.1%	78,625	6.0%
- of which non-mortgage (\$)	9,975	11,083	11.1%	12,270	10.7%	14,553	18.6%	16,573	13.9%	17,719	6.9%	17,300	(2.4%)	17,927	3.6%

Source: Banco de España, Economist Intelligence Unit, Lafferty estimates

Spain: Consumer Credit Outstandings by Product															
(\$ millions)	2002	2003	Chg.	2004	Chg.	2005	Chg.	2006	Chg.	2007	Chg.	2008F	Chg.	2009F	Chg.
Mortgage loans	329,900	386,190	17.1%	465,537	20.5%	622,497	33.7%	761,902	22.4%	866,605	13.7%	969,123	11.8%	1,051,500	8.5%
Consumer durables credit	50,977	51,556	1.1%	56,315	9.2%	67,392	19.7%	75,510	12.0%	83,016	9.9%	89,500	7.8%	92,500	3.4%
Credit card loans	4,714	5,726	21.5%	7,631	33.3%	9,576	25.5%	12,067	26.0%	14,787	22.5%	17,171	16.1%	20,974	22.1%
Other loans (1)	84,035	102,394	21.8%	118,260	15.5%	146,089	23.5%	178,083	21.9%	193,682	8.8%	185,366	(4.3%)	197,079	6.3%
Total	469,625	545,866	16.2%	647,743	18.7%	845,553	30.5%	1,027,562	21.5%	1,158,090	12.7%	1,261,160	8.9%	1,362,053	8.0%

services not considered to be consumer durables (e.g. loans to financ

Source: Banco de España, Lafferty estimates

La mayoría de los inmigrantes en España, que representan aproximadamente el 10% de la población española, no están bancarizados. Esto es principalmente porque provienen de economías basadas en el pago en efectivo, y simplemente no están acostumbrados a utilizar los servicios bancarios. Por otra parte, son contrarios a visitar una sucursal bancaria porque se sienten intimidados por la infraestructura de las actividades bancarias y su gran demanda de información del cliente previa a entablar relaciones comerciales. Sin embargo, se ha ido aumentando la presión sobre estas personas sin bancarizar, para que abran cuentas en las entidades.

La mayoría de los bancos están interesados en este segmento de la población, pero lo separan de sus clientes tradicionales, abriendo sucursales diseñadas especialmente a sus necesidades específicas. Por ejemplo, BBVA ha diseñado las sucursales Dinero Express, que ayudan a inmigrantes con sus cuentas, con el envío de remesas a sus países de origen y también con otros servicios no bancarios como obtención de pasaportes. Las sucursales de Dinero Express abren después de las horas normales de la actividad bancaria (15:00). Situadas en la misma oficina física que las sucursales normales, pero con simbología y decoración especiales. En la misma línea, Banco Popular ha lanzado una nueva marca dirigida a este segmento llamada MundoCredit.

En un sentido totalmente diferente, Santander ha lanzado una campaña para captar turistas extranjeros del segmento *affluent* o residentes temporales en la costa mediterránea y sur de España, un 60% de los cuales son británicos, y alemanes o franceses en menor medida. Santander ha abierto 110 sucursales específicas para este segmento a lo largo de la costa, y ha contratado a 115 gestores en el Reino Unido, Alemania y Francia para proveerlas de

personal. El posicionamiento del Santander no es ser el banco principal de estos clientes, sino encargarse de sus necesidades durante su estancia en España, domiciliación de recibos, etc.

Préstamos hipotecarios

Entre 1998 y 2006 España fue testigo del ciclo más largo y más intenso de incremento del mercado hipotecario de los últimos cuarenta años. Este ciclo positivo fue generado por unos tipos de interés muy bajos y la robustez de la economía a mediados de los 90, que produjeron un incremento de la demanda excepcional de viviendas de obra nueva. En España se llegó a construir más viviendas nuevas que en países con mucha más población como Francia y Alemania juntas.



Los bancos y otras instituciones financieras que prestaban dinero a los compradores de una casa crecieron al ritmo de un 20% por año en Préstamos hipotecarios. La demanda de hipotecas era tan grande que excedió capacidad del ahorro en España y, consecuentemente, los bancos tuvieron que solicitar financiación exterior para sostener el crecimiento en este sector, titularizando sus préstamos hipotecarios. España siempre ha destacado por un alto índice (87%) de las viviendas en

propiedad, consecuencia de una ley de arrendamientos urbanos muy garantista para el alquilador y poco para el propietario, que ponía poca oferta de pisos en alquiler en el mercado, unido a las facilidades para adquirir vivienda, al ser durante muchos años desgravable en renta los intereses de los préstamos hipotecarios .

Sin embargo, el aumento en tipos de interés para las hipotecas (que subieron del 3,2 por ciento en agosto de 2005 a 5,43 por ciento en mayo de 2008) junto con expectativas más bajas de incremento del precio de las casas y un aumento en la oferta de vivienda nueva, ha llevado a un cierre de ciclo que comenzó en 2007.

A pesar de las llamadas del Banco de España desde el año 2003 para que bancos y otras instituciones financieras redujeran el volumen de préstamos hipotecarios concedidos, la tasa de crecimiento ha disminuido solamente de manera leve y aun está en dígitos dobles. Por consiguiente, a finales de 2007, el préstamo hipotecario se acercó a 591.000 millones de € (60% PIB), el más alto de su historia. Si agregamos los 290.000 millones de € prestados a los promotores, los bancos se exponen a tener alrededor 900.000 millones de € en sus activos.

Las cajas de ahorro son las que se encuentran más expuestas en este mercado, con préstamos por valor de cerca de 400.000 millones de €, seguido por los bancos con cerca de 272.000 millones y el resto en las cooperativas de crédito.

España (parecido a lo que sucede en Irlanda) tiene un alto endeudamiento hipotecario en tipos de interés variable, comparados con algunos otros países del EU, como Alemania, donde

endeudamiento hipotecario es sensiblemente más bajo, y con interés fijo. Así, la combinación de una recesión con tipos de interés más altos puede llevar a una situación complicada a los propietarios de casas con una hipoteca por devolver.

En noviembre de 2007 (representando un 63% de crecimiento anual), el aseguramiento alcanzó los 152.000 millones de € en los préstamos hipotecarios en España. Sigue siendo relativamente bajo, pero con una tendencia creciente fuerte.

La crisis *subprime* de los EEUU ha afectado visiblemente el precio de la vivienda en España, aunque a octubre de 2008, no se han producido caídas muy significativas en los precios, pero sí en el número de transacciones de compra-venta de casas que ha caído dramáticamente los últimos meses. Se estima que cerca de 10.000 pequeñas inmobiliarias han tenido que cerrar sus negocios desde 2007.

Sigue siendo confuso qué efecto combinado tendrán los actuales tipos de interés junto con la recesión de los EEUU, pero se espera que los compradores de vivienda y los bancos españoles actúen con más precaución por lo menos en los dos años siguientes. Se espera que el crecimiento continúe debido a la inercia natural del sector de la construcción, pero en una tasa sensiblemente más baja que en los años del auge.

Crédito al consumo

El crédito al consumo continúa creciendo en España, aunque su crecimiento ha disminuido en 2007 comparado a los cinco años anteriores (crecía a dos dígitos) y se ha contraído fuertemente en los 9 primeros meses de 2008.

La mayoría de este mercado está ocupado por créditos coche, ofrecidos tanto por financieras como por bancos. GE Money Bank, que ofrece el crédito auto en España a través de una gran red de distribuidores, y Santander Consumer Finance, líder en este sector durante años, y que actualmente está ampliando esta línea de negocio, son dos de los protagonistas más significativos de este segmento.

Los préstamos auto, son ofrecidos en términos similares, tanto para coches nuevos como usados. En 2007, los préstamos auto más típicos en España (ej. Banco Cetelem) se concedieron a un interés de 6% anual para los préstamos superiores a 9.000 € y un plazo inferior a 6 años; para cantidades más pequeñas los tipos de interés irían hasta 7,5% anual. Para préstamos superiores a 6 años (hasta 8 años), los tipos de interés son normalmente del 8%. Otros costes incluyen una comisión de entrada de 2,6%, más un 3% por cancelación total o parcial de la deuda. Los préstamos se ofrecen para cubrir 100% en la mayoría de los casos.



Algunos bancos (ej., Santander con su "Préstamo Super Coche" tienen condiciones poco atractivas (tipos de interés más altos, duración más corta, comisiones de entrada más altas),

pero incluyen otras ventajas tales como seguros, y mejora de condiciones si el solicitante domicilia su nómina en el banco.

Préstamos en tarjeta de crédito

El mercado financiero español está bien desarrollado, puesto que las tarjetas han desplazado en gran parte al dinero en efectivo y los cheques. Sin embargo, las tarjetas de crédito se utilizan habitualmente para diferir el pago de la compra de bienes de consumo y de servicios un mes (pago a fin de mes), más que como fuente del crédito de más largo plazo.

Apenas el 36% de las financiaciones realizadas a través de tarjeta de crédito son renovadas a su vencimiento, y la gran mayoría de los titulares de tarjeta pagan su crédito al final de mes. La cantidad de crédito en tarjeta que se financia se considera insignificante como producto individual de crédito, a la vez que las autoridades no lo supervisan mientras los emisores no desagreguen los préstamos de la tarjeta de crédito.

Los consumidores con rentas medias y altas han mostrado preferencia hacia los préstamos personales frente a préstamos en tarjeta de crédito, como resultado de tipos de interés más bajos asociados al primero.



Las tarjetas de crédito son más utilizadas como fuente de financiación por los segmentos más bajos de renta, con rentas anuales por debajo de 20.000 €, debido a que estos clientes encuentran dificultades a la hora de proporcionar toda la documentación requerida para tener acceso a préstamos personales. Valoran la simplicidad y la conveniencia de las tarjetas de crédito que permiten el acceso inmediato a los fondos.

Culturalmente los consumidores españoles cuando obtienen una tarjeta de crédito nueva, planean pagar sus cuotas al final de cada mes. Pero desde hace un tiempo esto está cambiando y unos meses más adelante - una vez que sus deudas han comenzado a acumularse - comienzan a refinanciar su deuda.

Sin embargo, los bancos en España no explotan suficientemente esta oportunidad, al tiempo que hay limitaciones técnicas que limitan el papel de las tarjetas de crédito como herramienta de financiación. Un porcentaje grande de titulares de tarjeta paga su tarjeta de crédito con cargo en cuenta, mientras reciben sus extractos mensuales de tarjeta después de que el banco haya cargado el apunte en su cuenta corriente. Por lo tanto, cuando los titulares de tarjeta conocen el dato, ya no tienen capacidad para tomar decisiones de financiación del saldo dispuesto y descubren que el cargo de su tarjeta es mayor de lo que tenían previsto originalmente, impidiendo un correcto control.

Otros préstamos

Los préstamos personales son muy populares en España. Mientras que antiguamente el contrato de préstamo se utilizaba únicamente para la compra de bienes de consumo duradero, tales como el coche o la casa, actualmente cada vez se financian más las compras de bienes de consumo de menor cuantía, como líneas blancas de electrodomésticos, muebles, vacaciones y electrónica casera.

Al final de 2007 el volumen de préstamos al consumo en España superó el 9% del PIB, mayor que Alemania, Italia o Francia.

La alta popularidad de los préstamos personales en España se explica en parte por el bajo grado de desarrollo de los préstamos a través de la tarjeta de crédito. Los clientes españoles de rentas medias y altas, la mayor parte de los cuales pueden probar su renta para solicitar un crédito, prefieren contratar un préstamo personal que utilizar el disponible de su tarjeta. La razón de esto es que los tipos de interés anuales en préstamos personales están entre el 8 y el 10 por ciento, mientras que en tarjetas de crédito está entre 1 por ciento y 1,5 por ciento por mes, ascendiendo a alrededor del 18 por ciento anual.



Unicaja y GE Money Bank han creado una joint-venture que ha empezado a operar en 2008, con el objetivo de ofrecer préstamos personales inferiores a 6.000€ y también emitir medio millón de tarjetas. GE Money Bank tiene igualmente acuerdos similares con CAM (Caja de Ahorros del Mediterráneo) y Bilbao Bizkaia Kutxa.

Más que enfocar el crecimiento en potenciar la creación de productos individuales, la estrategia en España de los bancos y cajas está dirigida a vincular al cliente mediante una alta tasa de penetración de producto por cliente. Por tanto el foco está más bien en el "cross-selling" que en la fabricación de productos más rentables para el cliente y el banco.

Un ejemplo de lo poco que se potencia la tarjeta de crédito es que los bancos y cajas crean pequeños préstamos personales para pagar vacaciones o electrónica de hogar, en lugar de motivar al cliente para que lo pague con su tarjeta de crédito. Las tarjetas de crédito son por tanto percibidas como medio de pago, más que como fuente de financiación.

Actitudes del consumidor hacia el crédito

La financiación al consumo es relativamente nueva en España. La primera forma de crédito al por menor significativo fue introducida en los años 80 por El Corte Inglés. Esta financiación tomó la forma de una tarjeta del pago que fue adoptada rápidamente por los clientes españoles que



la utilizaron como préstamo de la nómina: hacen sus compras durante el mes y pagan sus compras hechas con tarjeta cuando está depositada la nómina en su cuenta bancaria. Esto ha ayudado a crear el hábito de pago a fin de mes, y hasta la fecha no se ha alterado sustancialmente.

Tradicionalmente, los consumidores españoles se han endeudado para comprar productos duraderos. Las deudas principales de una casa eran la hipoteca, el préstamo del coche y, en último término, préstamos para muebles, electrodomésticos y aparatos electrónicos para el hogar.

Sin embargo, la población española ha desarrollado recientemente una tendencia hacia usar el crédito como medios de consumo, viajes, ordenadores, moda, etc. La evidencia de esto es que la deuda del consumidor en crédito no hipotecario, como proporción de sus ingresos disponibles, ha subido del 22% en 2002 al 33% en 2007.

Fuentes: Lafferty WCI 2008 (Investigación finalizada el 19 de mayo de 2008), informe estadístico de Banco de España, índice ASNEF-Equifax y Soventia