

AAS 4646



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

TRABAJO DE ASCENSO

SESGOS DE COMPORTAMIENTO EN EL USO DEL CRÉDITO AL CONSUMO A TRAVÉS DE TARJETAS DE CRÉDITO EN VENEZUELA

AAS4646
TRAB
E2013
F4

Autora: Econ. María Inés Fernández

Aguzado

Año 2013

CONTENIDO

Introducción	4
1. Economía conductual y créditos al consumo.....	9
1.1 La Economía Conductual.....	9
1.2 Sesgos conductuales en el manejo de las tarjetas de Crédito.....	11
1.3 La facilidad del Crédito y el “dolor” del pago.....	16
2. Tarjetas de Crédito en Venezuela y su regulación.....	18
2.1 Marco conceptual.....	18
2.2 Reseña Histórica y situación actual.....	24
3. Marco Metodológico.....	27
3.1 Diseño de la Investigación.....	27
3.2 Método de Recolección de la Información y Análisis de la Información....	28
3.3 Muestra	34
4. Sesgos en Venezuela en el manejo de tarjetas de crédito.....	36
4.1 Resultados Obtenidos	36
4.2 Análisis de Resultados.....	37
4.2.1 Cantidad de Tarjetas.....	37
4.2.2 Rotadores Vs Transaccionales.....	39
4.2.3 Uso de la Tarjeta.....	40
4.2.4 Facilidad de Obtención de las Tarjetas.....	41

4.2.5	Aumento del Límite de la Tarjeta.....	43
4.2.6	Percepción del Límite de la Tarjeta.....	45
4.2.7	Tamaño de la Deuda	46
4.2.8	Pago de Intereses de Mora	47
4.2.9	“Dolor” del Pago.....	48
4.3	Sesgos de Comportamiento.....	48
4.3.1	Sesgo de Optimismo	48
4.3.2	Sesgo de Preferencia por el Presente.....	52
4.3.3	Sesgo de Autocontrol	56
4.3.4	Análisis Factorial de las Respuestas.....	59
	Conclusiones y recomendaciones.....	62
	Bibliografía	66
	Anexo 1- Encuesta.....	70
	Anexo 2: Gráficos de Encuestas Realizadas	74
	Anexo 3: Análisis Factorial.....	79

INTRODUCCIÓN

La economía conductual es una rama de la economía que ha venido ganando importancia en el tiempo. Su premisa fundamental es complementar los análisis neoclásicos que se conocen en economía con un componente adicional relacionado al factor humano. El interés en estudiar esta rama surge del hecho que todos los modelos neoclásicos suponen racionalidad y en el día a día sabemos que tanto nosotros como las personas que están a nuestro alrededor no siempre actúan de esa manera. Los seres humanos presentan esas conductas irracionales en varios momentos de la vida y en distintas circunstancias.

Este campo de la economía es controversial y su éxito no está totalmente claro. Si bien los distintos experimentos que han venido realizando los estudiosos de esta rama de la economía han demostrado que la conducta a veces se desvía de la racionalidad e incluso del propio interés de la persona, no está claro que tan grande, expandidas o sólidas sean esas desviaciones en un entorno económico ordinario. Tampoco está claro como los economistas conductuales serán capaces de explicar el comportamiento de las personas con modelos que retengan algo de la simplicidad y alcance de la economía neoclásica. Sin embargo, la economía conductual se ha establecido como una parte de la economía. (Irwin 2010). A partir de esto es de interés realizar investigaciones donde se apliquen estos conceptos, especialmente asociados a situaciones donde el comportamiento puede tener impacto relevante en los resultados obtenidos.

El crédito al consumo tiene una serie de características que lo diferencian de otros productos de consumo. Los créditos al consumo no son bienes tangibles a la venta sino más bien contratos de servicios. El costo total de un contrato de crédito al consumo no es generalmente fijo sino que acumula a través del tiempo a medida que una tasa de interés determinada es cargada. (Tooth, 2012).

Cuando se relacionan las finanzas personas y el negocio bancario se tiene que no siempre lo que interesa más al consumidor de servicios bancarios es lo que más favorece al banco. Por un lado el banco tiene un doble objetivo: captar pasivos para hacer crecer su negocio y prestar a entes deficitarios esos recursos. Para una persona común el ahorro es un objetivo que se reconoce como favorable y que debería fomentarse por lo que los esfuerzos del banco para convencer a sus clientes de ahorrar pueden ser beneficiosos para estos¹. No queda igual de claro que los esfuerzos de los bancos por que las personas se endeuden, especialmente con créditos al consumo, sea igualmente beneficioso para éstas. Es posible que créditos otorgados a clientes para compras innecesarias disminuyan su bienestar. En los medios de comunicación se menciona con frecuencia aspectos como el tamaño de la deuda o el pago de intereses de mora como aspectos del crédito con tarjetas de crédito que afecta al consumidor. La Ley de Instituciones del Sector Bancario en su art. 64 exige que el banco verifique la capacidad de pago del cliente a la hora del otorgamiento de un crédito, pero pueden existir una serie de imponderables o de información incompleta que hagan que el crédito otorgado sea difícil de pagar por parte del deudor y esto esté fuera del control del banco.

¹ Sin entrar en la controversia del ahorro en entornos de tasas de interés reales negativas.

A partir de lo anterior surgió el deseo de conocer el alcance de algunos sesgos de comportamiento de los consumidores venezolanos en productos bancarios. Este sería un análisis muy complejo y ambicioso que escapa del alcance del presente trabajo, por lo que se acotó el objetivo. Es por ello que se escogió estudiar las tarjetas de crédito, que son instrumento donde se pueden observar sesgos de comportamiento en algunas personas, que además les ocasionan dificultades financieras. Posteriormente era necesario centrarse en ciertos sesgos de conducta. Existen numerosos estudios de créditos al consumo, y de tarjetas de crédito en particular, en muchas partes del mundo, donde se detectan una gran variedad de sesgos de conducta en el uso de este instrumento. Es por ello que procedimos a escoger algunos de los que nos parecieron más interesantes para el análisis, de manera de determinar si están presentes en el mercado venezolano. Los sesgos escogidos fueron:

- Sesgo de optimismo
- Sesgo de preferencia por el presente
- Sesgo de auto-control

Estos sesgos se asociaron con las características de los usuarios, como lo son el sexo o el grupo etario.

A partir de lo anterior el problema que impulsa la presente investigación es conocer si los sesgos escogidos se pueden observar en el usuario de tarjetas de crédito en Venezuela y su relación con el tamaño de su deuda financiera asociada a la tarjeta de crédito y el pago de intereses de mora.

La hipótesis es por tanto que aquellos usuarios con sesgos de comportamiento más marcados presentan también niveles de deuda financiera asociada a las tarjetas más elevadas y pagan con más frecuencia intereses de mora.

El objetivo general de la investigación es determinar en qué proporción los sesgos presentados son observables en el consumidor venezolano y su relación con los dos aspectos financieros clave de la tarjeta de crédito: tamaño de la deuda y pago de intereses de mora. Para ello se requirieron de una serie de objetivos específicos.

- Determinar las características de las tarjetas de crédito en Venezuela
- Escoger los sesgos de comportamiento que se desean analizar
- Elaborar un instrumento (encuesta) para obtener la información necesaria para cumplir con el objetivo general de la investigación.
- Obtener las respuestas necesarias para completar la muestra para el nivel de confianza y error muestral escogido
- Determinar la relación entre los sesgos de comportamiento y el tamaño de la deuda y el pago de mora en tarjetas de crédito tanto a través del análisis de resultados como con herramientas estadísticas.

La investigación está dividida en cuatro partes. La primera hace un resumen teórico de los sesgos existentes en el manejo de las tarjetas de crédito presentes en la literatura de economía conductual. La segunda presenta un recuento de la historia y condiciones en las que operan las tarjetas de crédito en Venezuela. La tercera presenta la metodología utilizada y las características del instrumento, además de las conclusiones que originan las distintas combinaciones de respuestas y la metodología usada con los instrumentos estadísticos disponibles. La cuarta

parte presenta los resultados obtenidos. Finalmente se cierra con las conclusiones y recomendaciones que los hallazgos sugieren.

Como cierre del este trabajo, consideramos que permite soportar la necesidad de una mayor y mejor educación financiera, que apunte a hacer consciente a las personas de esos sesgos de comportamiento que afectan su situación financiera.

Este esfuerzo está siendo llevado a cabo por medios de comunicación y entidades asociadas a estos temas, como lo son los bancos, pero aún es necesaria una mayor masificación.

1. ECONOMÍA CONDUCTUAL Y CRÉDITOS AL CONSUMO

1.1 LA ECONOMÍA CONDUCTUAL

La economía conductual parte de los principios económicos tradicionales o neoclásicos y le incorpora aspectos tomados de la psicología e incluso de la sociología y la neurología para complementar esos modelos. Las teorías neoclásicas se sustentan en el supuesto de que los seres humanos actúan en forma racional, pero sabemos que eso no siempre es así, generando comportamientos sub-óptimos. La principal convicción que existe en la economía conductual es que los modelos económicos pueden mejorarse en cuanto a su efectividad cuando se incluyen aspectos realistas de comportamientos psicológicos.

Si bien sabemos que todos los humanos en algún momento presentan comportamientos que para los demás son irracionales, el tamaño de esas desviaciones en los actos es que impactaría en los resultados que pronostican los modelos económicos. Asimismo es difícil modelar el comportamiento de los seres humanos de manera de incorporarlo a los modelos neoclásicos, que tienen la ventaja de ser modelos sencillos para explicar realidades complejas. Es por ello que la economía conductual estudia esas desviaciones en el comportamiento, que denominan sesgos, donde se estudian ciertos patrones que pueden ser generales.

A pesar de lo anterior, desde la década de los años noventa la economía conductual ha ido afianzándose como campo de estudio. No deja de ser interesante que los primeros economistas analizaban la conducta de los seres humanos ante el hecho

económico. Este es el caso de Adam Smith en su trabajo "The Theory of Moral Sentiments". Sin embargo en los trabajos posteriores los economistas buscaron enfoques más científicos. El ganador del premio Nobel en 1978 Herbert Simons fue galardonado por sus trabajos publicados a partir de 1955 donde cuestionaba el supuesto de "calculadoras humanas de costos y beneficios" que muchos economistas usaban en sus visiones económicas. El economista francés Maurice Allais en las conclusiones de su trabajo de 1953 ya indicaba con respecto al riesgo que "el error fundamental de toda la escuela americana, es ser negligentes indirecta e inconscientemente con respecto a la dispersión de los valores psicológicos"². Ya en el campo propiamente de la economía conductual existen investigadores galardonados con el premio Nobel, como lo son Gary Becker en 1992 y Daniel Kahneman y Vernon Smith en el año 2000.

El trabajo de Kahneman y Tversky de 1974 indicaba que las personas usan principios heurísticos en la toma de sus decisiones. La heurística se refiere a tomar decisiones por mecanismos no formales o rigurosos y no por medio de análisis racionales estrictos. Es por ello que las decisiones que los seres humanos toman se basan en un marco de creencias y juicios que cada persona tiene.

Es a partir de estos trabajos que comienza el interés en investigar el comportamiento humano y su efecto sobre resultados económicos.

La economía conductual no es halagadora con el ser humano. Lo hace ver como "falible, fácilmente confundible, no muy inteligente y frecuentemente irracional.

² Allais, Maurice. "Le comportement de l'homme rationnel devant le risque, critique des postulats et axiomes de l'école américaine." *Econométrie* 21, pág. 53-526. 1953.

Somos más como Homero Simpson que como Superman.”³ A pesar de ello, es una herramienta interesante porque al entender nuestras debilidades podemos formular mecanismos para mitigar sus efectos y mejorar los resultados económicos.

1.2 SEGOS CONDUCTUALES EN EL MANEJO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO

Las mencionadas conductas irracionales se reflejan en una serie de sesgos de conducta que son estudiados por los investigadores principalmente a través de experimentos pero también por medio de encuestas y entrevistas. Se busca determinar la presencia del sesgo y como afecta a una situación dada. Dan Ariely (2008) presenta una serie de experimentos para demostrar sesgos de conducta que van desde los cambios de la demanda de un producto cuando no hay precio (gratis), el impacto de normas sociales en las reacciones de las personas o el ciclo de la desconfianza que han creado ciertas técnicas de mercadeo. Todo ello tiene su impacto en la reacción de los consumidores ante situaciones del mercado y por tanto tiene un impacto en el resultado que se observa.

La banca ha sido un objetivo interesante de estudio para la economía conductual, ya que hay una presencia de acciones irracionales importante en las acciones realizadas por los participantes del mercado (bancario y de capitales) que

³ Tomado del Blog de Dan Ariely. <http://danariely.com/2010/07/10/three-questions-on-behavioral-economics/>

conllevaron a la crisis bancario de 2008 que aún hoy se siente en las economías estancadas o incluso abiertamente recesivas en países del primer mundo⁴.

Los productos bancarios son igualmente interesantes, especialmente, como en el caso del presente estudio los créditos al consumo, ya que se trata de un servicio que implica “consumidores analizando información compleja, tomando decisiones sobre tiempo y riesgo... El crédito al consumo tiene una serie de características que lo diferencian de otros productos de consumo. Los créditos al consumo no son bienes tangibles a la venta sino más bien contratos de servicios. El costo total de un contrato de crédito al consumo no es generalmente fijo sino que acumula a través del tiempo a medida que una tasa determinada es cargada.”(Tooth 2012). Lo anterior implica que la experiencia de un usuario no es necesariamente transmisible a otro como sería el caso cuando se compra algún bien o servicio, como puede ser un carro. Además los productos financieros pueden ser complicados de comprender por parte de los consumidores, lo que puede alentar errores en su uso.

Algunos sesgos de comportamiento identificados en los consumidores de tarjetas de crédito son los siguientes:

- Sesgo de optimismo: aunque es un proceso racional y normal, puede afectar la capacidad de estimar la posibilidad de repago del endeudamiento en tarjetas de crédito. En la medida que el usuario piensa que aunque actualmente no puede cumplir como quisiera sus compromisos en el futuro

⁴ Bar-Gill, Oren. "The Law, Economics and Psychology of Subprime Mortgage Contracts," 94 Cornell Law Review 1073. 2009 para el caso de Estados Unidos o también Peón, David y Calvo, Anxo. "Using Behavioral Economics to analyze Credit Policies on the Banking Industry". Universidad de A Coruña. Septiembre 2010 para el caso de España.

lo podrá hacer, en esa medida se endeuda por encima del límite deseable. Asimismo en la medida que el usuario no considera que pueden existir condiciones adversas en el futuro, en esa medida está menos preparado para hacerle frente. Un ejemplo puede ser la pérdida de un empleo que encuentre a la persona con una deuda alta y poco o nada en sus ahorros.

- **Sesgo de Auto-control:** muchas personas establecen objetivos que quieren alcanzar que suponen un esfuerzo, como puede ser hacer una dieta o ahorrar. En la medida que el usuario tiene un mayor nivel de autocontrol puede lograr bajar los kilos que tiene de más o mantener un nivel de recursos ahorrado que considere holgado. Pero si el consumidor tiene problemas de auto-control, cuando encuentra su primera torta de chocolate o bien un objeto que le inspira deseo de comprar, los objetivos perseguidos se pierden. Muchas veces los consumidores se dicen cosas como “por una sola torta no pasa nada” o bien “tampoco era tan caro como para afectarme más adelante”. Pero si este sesgo de auto-control de mantiene en el tiempo es muy probable que no baje de peso ni logre ahorrar, porque permanentemente se está autorizando una serie de excepciones.⁵
- **Sesgo de preferencia por el presente:** cuando las personas toman la decisión de hacer un consumo hoy o por el contrario ahorrar para hacer las compras en el futuro, se está tomando una decisión inter-temporal donde el consumo futuro es descontado y por ello puede compararse con el consumo actual. Sin embargo las personas tienden a preferir el presente a un eventual futuro, especialmente si este se perfila como muy incierto. Otros factores

⁵ Estos dos sesgos son analizados por Ali, Paul; McRae Cosima y Ramsay, Ian. “Consumer Credit Reform and Behavioural Economics: Regulating Australia’s Credit Card”. *Australian Business Law Review*, Vol. 40, No. 2. Mayo, 2012.

que afectan la preferencia por el presente es una baja capacidad de comprender como el endeudamiento, en este caso en tarjetas de crédito, por el consumo presente puede hacerse exponencial por el pago de la tasa de interés que supone, o bien las necesidades que tiene la persona en un momento dado, como puede ser tener hambre cuando se está haciendo el mercado.⁶ Además la compra es más inmediata que los costos, especialmente si se usa tarjeta de crédito, por lo que un consumidor que descuenta bruscamente el futuro pueden encontrar el sacrificio futuro como poco efectivo para desalentar la compra.⁷ Finalmente no sabemos que vamos a preferir en el futuro o si ese objetivo que tenemos podrá lograrse más adelante, lo que hace que tenga más peso la ganancia inmediata. En el caso de la tarjeta de crédito, la compra es más inmediata que el pago que debe hacerse al banco, por lo que este se puede ser opacado por el placer que produce la compra. De hecho Thaler (1980) indica que “en muchos casos es natural para el consumidor representar el consumo futuro que ya no podrá hacer mas como un costo de oportunidad que como una pérdida. Como los costos de oportunidad son significativamente poco ponderados, esta manera de pensar en la compra implica favorecer la compra inmediata”.

En países como Nueva Zelanda o Australia, las regulaciones bancarias han apuntado a suministrar una mayor información al usuario que les permita cambiar

⁶ Para un análisis en términos del sesgo en la estimación del crecimiento exponencial de las deudas puede encontrarse en Stango, Victor y Zinman, Jonathan. “Exponential Growth, Bias and Household Finance”. *The Journal of Finance*. Vol. LXIV N°6. Diciembre 2009. El sesgo de crecimiento exponencial sería un componente del sesgo de preferencia por el presente.

⁷ Prelec, Drazen y Loewenstein, George. “The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt”. *Marketing Science*, Vol. 17, No.8. 1998. p. 4-28.

su conducta. Sin embargo siempre existen dudas si "...problemas causados por un mercado imperfecto pueden ser comparados por problemas causados por un gobierno imperfecto..."⁸ y si estas regulaciones pueden generar nuevas distorsiones.

Los usuarios de tarjetas de crédito pueden hacer uso del crédito sin costo que representa la diferencia entre el momento de la facturación (fecha de corte) y el momento del pago (fecha de pago) ya que es un periodo en el que se ha hecho el consumo y aún no se requiere pagar al banco. Ese periodo puede ubicarse entre una semana y tres semanas. Si además la fecha de compra es lejana a la fecha de facturación ese financiamiento puede tener un plazo mayor. Lo anterior implica necesariamente que en la fecha de pago el usuario pague la totalidad del saldo de la tarjeta de crédito, porque cuando hace pagos parciales o el pago mínimo está haciendo uso del financiamiento y está sujeto al pago de intereses. Las personas que hacen pagos totales todos los meses los llamaremos "rotadores"⁹, mientras que las personas que se financian las llamaremos "transaccionales"¹⁰. Una persona que es "rotadora" no tendría problemas con la deuda en su tarjeta de crédito, mientras que un transaccional sí.

En Bertrand, Marianne y Morse, Adair (2009) se indica que "la educación financiera puede mejorar el nivel de confort de las familias con respecto a las instituciones financieras, ayudarlos a presupuestar mejor y generalmente les permite comprender un menú cada vez mayor de deuda y productos de

⁸ Irwin, Timothy. "Implications of Behavioural Economics for Regulatory Reform in New Zealand". New Zealand Law Foundation. Diciembre 2010

⁹ Traducción libre del autor de la palabra "revolvers"

¹⁰ Traducción libre del autor de la palabra "transactors"

inversión.” Si bien el objetivo de ese trabajo no apunta a aumentar la educación financiera, es posible que muchos de estos sesgos puedan ser mitigados con mayor información sobre los temas tratados, como lo señalan otros trabajos de investigación por ellos señalados.

1.3 LA FACILIDAD DEL CRÉDITO Y EL “DOLOR” DEL PAGO.

Existen otros aspectos estudiados en los usuarios de tarjetas de crédito que son interesantes para el presente trabajo. Uno de esos aspectos es la facilidad de obtención de crédito. Existen estudios que indican alrededor del 30% de los usuarios tienen problemas con su deuda de tarjetas de crédito, en principio porque consideran que es demasiado fácil endeudarse con ese instrumento (Tooth 2012). Aunque según éste autor un exceso de endeudamiento no quiere decir necesariamente que haya tomado malas decisiones financieras, ya que es posible que hayan ocurrido una serie de circunstancias infortunadas. Incluso indica que la causalidad entre gasto y crédito no está clara, ya que “el gasto excesivo no es causado por el acceso al crédito sino más bien que el acceso al crédito es el resultado del comportamiento del gasto de consumo”. Según el estudio de Soman and Cheema (2002) mencionado en ese trabajo, existe evidencia experimental y por encuestas de que algunos consumidores interpretan que las líneas de crédito disponibles son indicadores de ingresos futuros potenciales cuando toman la decisión de gastos de consumo.

El segundo aspecto de interés es analizado en el estudio de Prelec y Loewenstein (1998) donde estudian el comportamiento de los usuarios de tarjetas de crédito de

acuerdo con el momento en que sienten que hacen el pago. En su estudio señalan que cuando un consumidor adquiere un producto equilibra el placer que supone la adquisición del bien o servicio con el dolor que implica hacer el pago. Señalan que “Pensar en el costo de una compra puede deteriorar el placer que se deriva de esa compra. Pensar en los beneficios derivados de una compra puede matizar el dolor de hacer los pagos. Esta interacción hedonística entre pagos y consumo cae fuera de lo que los modelos económicos tradicionales formulan. Sin embargo son importantes para entender el comportamiento financiero de los consumidores”.

Dependiendo del momento en que el usuario considera que está haciendo el pago, este “dolor” puede ser mayor o menor. De hecho, los autores señalan que “el rol funcional del “dolor” del pago es contrarrestar los sesgos o desequilibrios a la hora de evaluar los costos y beneficios al momento de una compra, sesgos que de otro modo llevarían a un gasto excesivo”. Por tanto un consumidor que no sienta “dolor” a la hora de pagar podría tender a hacer gastos mayores. Sobre esta base los usuarios pueden clasificarse en dos grupos: los “pichirres” en cuya contabilidad mental está muy presente el gasto que se está realizando, y los “gastones” que tienen una excepcional capacidad para eliminar el gasto de su mente¹¹. Todo esto conlleva a que en su estudio “los usuarios de tarjetas de crédito que identifican el momento del pago cuando hacen el pago de la cuota mensual de la tarjeta más que en el momento en que hacen la compra con la tarjeta, considerarán la compra más placentera porque separaron el pago de la compra”. Esto quiere decir que el que pone el momento del pago cuando efectivamente se paga al banco, divorciando la

¹¹ Los nombres “pichirres” y “gastones” son adaptaciones libres de los nombres utilizados en el artículo señalado, buscando captar la idea más que una traducción literal.

compra del pago, sentirá menos “dolor” y por tanto puede tender a hacer gastos mayores.

A partir de lo anterior podríamos pensar que es posible que exista una relación entre los sesgos explicados en el aparte anterior y la facilidad de endeudamiento y “dolor” en los pagos.

2. TARJETAS DE CRÉDITO EN VENEZUELA Y SU REGULACIÓN

2.1 MARCO CONCEPTUAL

Los créditos al consumo son aquellos financiamientos destinados a adquirir bienes de consumo, es decir, al gasto. Dentro del consumo entran en términos generales la adquisición de bienes durables como pueden serlo los vehículos, ya que son compras que no producen renta. En Venezuela la Ley de Instituciones del Sector Bancario establece en su art. 60 aparte 2 que los créditos al consumo son:

“El financiamiento rotativo en corto plazo, realizado por las instituciones bancarias, otorgado por cualquier medio a personas, para efectuar de manera directa operaciones de compra en establecimientos comerciales o pagos de servicios, dentro y fuera del territorio nacional, hasta por siete mil quinientas unidades tributarias (U.T. 7.500) y cuyo monto es recuperable a través del pago de cuotas consecutivas, que contengan pagos de intereses y de capital”.¹²

¹² Ley de Instituciones del Sector Bancario. Gaceta Oficial 39.627 de fecha 28 de diciembre de 2010.

Si bien existen una serie de productos que entran en la definición de créditos al consumo, la tarjeta de crédito es la más representativa de estos productos.

Una definición de tarjeta de crédito nos la suministra Acedo (1997) donde indica que se trata de un medio de pago y financiamiento que surgió como alternativa a los créditos personales de pequeños montos y a corto plazo, donde el tarjetahabiente se compromete a pagar una suscripción anual y el consumo realizado en cuotas mensuales.

Dentro de la Ley de Tarjetas de Crédito, Débito, Prepagadas y Demás Tarjetas de Financiamiento o Pago Electrónico se establece la siguiente definición:

“Instrumento magnético, electrónico o de cualquier otra tecnología de identificación del o la tarjetahabiente que acredita una relación contractual entre el emisor y el o la tarjetahabiente, en virtud de otorgamiento de un crédito a corto plazo línea de crédito a favor del segundo el cual podrá ser utilizado para la compra de bienes, servicios, cargos automáticos en cuenta u obtención de avances de dinero en efectivo, entre otros consumos”.¹³

Otros conceptos importantes son:

- Tarjetahabiente: es la persona natural o jurídica que mantiene un contrato con el emisor que le permite tener una línea de crédito a través del instrumento.

¹³ Ley de Tarjetas de Crédito, Débito, Prepagadas y Demás Tarjetas de Financiamiento o Pago Electrónico. Gaceta Oficial N°39.021 de fecha 22 de septiembre de 2008

- Emisor: a efectos de la Ley son los bancos que emiten las tarjetas al tarjetahabiente.
- Negocio Afiliado: se refiere a los comercios o empresas que aceptan pagos con tarjetas de crédito a través de un punto de venta.

El ciclo de la tarjeta de crédito se representa en el diagrama a continuación:

Diagrama 2.1
Flujo de Tarjetas de Crédito



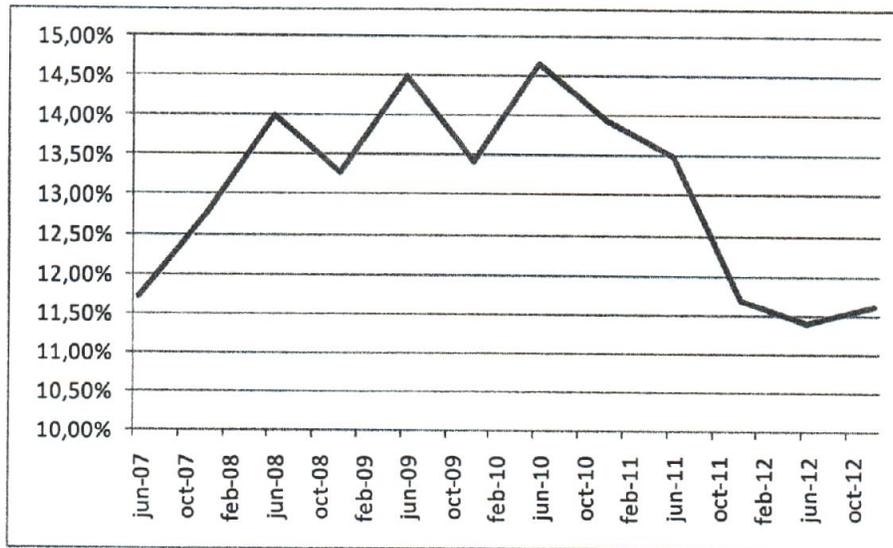
Fuente: Elaboración propia.

Al cierre de septiembre 2012, en el boletín mensual publicado por Sudeban las tarjetas de crédito representan el 11.81% de la cartera de crédito de la banca venezolana.¹⁴ Esto representa un cambio significativo desde diciembre 2005 cuando representaban el 8.82% del total¹⁵. La importancia de las tarjetas de crédito dentro de la cartera de créditos de la banca fluctúa a través del tiempo. A continuación se presenta esta evolución desde junio 2007.

¹⁴ Cuadro Cartera de Créditos, Participación y Variación Porcentual por Mes, Según Destino Del Crédito. Boletín Mensual de la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario. Septiembre 2012.

¹⁵ Cuadro Cartera de Créditos, Participación y Variación Porcentual por Mes, Según Destino Del Crédito. Boletín Mensual de la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario. Diciembre 2005.

Gráfico 2.1
Evolución de la Importancia de la Tarjeta de Crédito



Fuente: Sudeban. Boletín Mensual. Cálculos propios.

La tarjeta de crédito ha representado en promedio del 13% de la cartera de crédito de la banca venezolana en los 12 ejercicios semestrales que inician en junio 2007 hasta diciembre 2012. Los picos se producen en los cierres junio 2008, junio 2009 y junio 2010. A partir de esa fecha la importancia de las tarjetas de crédito va disminuyendo ya que van incrementando su relevancia dentro del total otros tipos de créditos, especialmente las carteras dirigidas como la manufacturera y la agrícola.

Cuadro 2.1
Distribución de la cartera de crédito por producto

	jun-07	dic-07	jun-08	dic-08	jun-09	dic-09	jun-10	dic-10	jun-11	dic-11	jun-12	dic-12
Tarjeta de Crédito	11,72%	12,74%	13,98%	13,27%	14,49%	13,41%	14,66%	13,93%	13,50%	11,69%	11,40%	11,61%
Comercial	54,73%	52,01%	48,38%	47,67%	39,85%	39,18%	34,92%	35,14%	33,66%	36,54%	38,05%	40,02%
Manufactura	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,37%	7,22%	7,78%	8,48%	9,43%	10,21%	10,02%	9,65%
Turismo	0,90%	1,03%	1,15%	1,40%	1,51%	1,81%	1,82%	1,85%	1,70%	1,83%	1,69%	1,83%
Agrícola	10,94%	10,75%	11,92%	13,01%	13,88%	14,18%	15,75%	16,42%	18,04%	17,67%	17,88%	15,55%
Microcréditos	3,97%	4,04%	3,76%	3,60%	3,26%	3,29%	3,45%	3,48%	3,51%	3,53%	3,90%	5,01%
Hipotecarios	8,75%	9,58%	10,37%	11,21%	12,54%	13,48%	14,82%	14,59%	14,51%	13,40%	12,20%	11,62%
Vehículos	9,00%	9,84%	10,44%	9,84%	9,10%	7,43%	6,81%	6,12%	5,65%	5,15%	4,86%	4,71%

Fuente: Sudeban. Boletín Mensual. Cálculos propios.

La tarjeta de crédito es un instrumento que tiene una doble función: como medio de pago y como medio de financiamiento. Es una herramienta sencilla para el endeudamiento de las personas, ya que éstas pueden hacer compras a crédito hasta el límite que el banco otorga en la tarjeta. En la medida que la persona hace compras con sus tarjetas de crédito, el banco paga al comercio mientras que la persona no tiene que pagar hasta el momento en que tiene la fecha de pago la tarjeta de crédito.

Existen tres momentos temporales en el uso de la tarjeta de crédito: el momento de la compra, el momento de la facturación (fecha de corte) y el momento del pago (Fecha límite de pago). En términos generales, el momento de la facturación es una fecha fija establecida por el banco en la que se suman todos los consumos realizados desde la fecha de facturación anterior. La fecha de pago es una cantidad de días posterior a esa fecha de facturación. Por ejemplo, si se hace una compra el día 16 de octubre y la fecha de facturación es los días 14 de cada mes, el banco no facturará el consumo hasta el día 14 de noviembre. Si la fecha de pago son los días 5 de cada mes, ese pago realizado el 16 de octubre se pagará el 5 de diciembre. El beneficio para el banco se origina por un lado de los intereses y comisiones que paga el tarjetahabiente y por el otro de las comisiones que paga el negocio afiliado, además de suponer un movimiento de recursos en cuentas de pasivo para el banco.

Los usuarios de tarjetas de crédito pueden hacer uso o no de la posibilidad de financiamiento. Al momento del pago el banco establece un pago mínimo, en la medida que el usuario no paga el monto total está haciendo el uso del financiamiento y por tanto está sujeto al pago de intereses por el crédito que representa. Cuando un cliente no paga a tiempo por lo menos el pago mínimo, está

sujeto al pago de intereses moratorios, actualmente del 3% adicional a la tasa de financiamiento establecida.

2.2 RESEÑA HISTÓRICA Y SITUACIÓN ACTUAL

Las tarjetas de crédito aparecen en Venezuela en el año 1958 pero su auge no se produce hasta la década de los años setenta. Hasta finales de los años ochenta el principal banco emisor era el Banco Unión (posteriormente fusionado a Banesco luego de un largo proceso de fusiones de múltiples entidades) quien representaba la tarjeta Visa. Banco Mercantil representaba la tarjeta Diners Club, Banco Consolidado la tarjeta American Express (que no era propiamente una tarjeta de crédito ya que no otorgaba financiamiento y debían hacerse pagos totales cada mes) y Credimático con Master Card. Es a partir de finales de la década de los ochenta que los emisores se amplían significativamente, y aunque actualmente sigue siendo Banesco el líder en este producto financiero, la oferta está presente en todos los bancos.

Dado que el Código de Comercio venezolano no establece la figura de la tarjeta de crédito, su estatus legal era difuso, hasta que en septiembre de 2008 se publica la "Ley de Tarjetas de Crédito, Débito, Prepagadas y Demás Tarjetas de Financiamiento o Pago Electrónico, publicada en la Gaceta Oficial N°39.021 de fecha 22 de septiembre de 2008.

De acuerdo con la mencionada norma, las tarjetas se dividen en distintos tipos:

Cuadro 2.2
Tipos de tarjetas de crédito

Tipo de Tarjeta ¹⁶	Características
Tipo 1	Clásica y similares
Tipo 2	Dorada y similares
Tipo 3	Platinum y similares
Tipo 4	Black y similares

Fuente: BCV

La determinación del tipo de tarjeta corresponde al Banco Central de Venezuela.

El plazo del crédito rotativo de la tarjeta de crédito en Venezuela es de 36 meses y la tasa de interés máxima y mínima es fijada por el Banco Central de Venezuela, actualmente en 29% y 17% respectivamente más una tasa de mora de 3%¹⁷.

Asimismo las comisiones asociadas a retiros de efectivo se establecen en un máximo de 5% y las comisiones asociadas a las tarjetas de crédito con establecidas por el Banco Central de Venezuela de acuerdo con el cuadro presentado a continuación:

¹⁶ Banco Central de Venezuela. Circular Características correspondientes a los niveles de las tarjetas de crédito. 5/03/2008.

¹⁷ Resolución N° 09-03-04 del Banco Central de Venezuela publicado en Gaceta Oficial 39.150 de fecha 31 de marzo de 2009 y Aviso Oficial de fecha 7 de agosto de 2012 publicado en Gaceta Oficial 39.980 de fecha 7 de agosto de 2012. Estos avisos oficiales se publican mensualmente.

Cuadro 2.3
Comisiones en tarjetas de crédito

Operación	Bs.
Emisión de Tarjetas de Crédito	
Tarjetas de crédito nivel 2 Adicional	20
Tarjetas de crédito nivel 2 titular	25
Tarjetas de crédito nivel 3 Adicional	30
Tarjetas de crédito nivel 3 titular	48
Tarjetas de crédito nivel 4 Adicional	48
Tarjetas de crédito nivel 4 titular	72
Reposición por Extravío, robo o deterioro de Tarjetas de crédito	
Tarjetas de crédito nivel 1 Adicional	10
Tarjetas de crédito nivel 1 titular	10
Tarjetas de crédito nivel 2 Adicional	20
Tarjetas de crédito nivel 2 titular	25
Tarjetas de crédito nivel 3 Adicional	30
Tarjetas de crédito nivel 3 titular	48
Tarjetas de crédito nivel 4 Adicional	48
Tarjetas de crédito nivel 4 titular	72
Reposición por cambio tecnológico	4
Cheque devuelto para pago de Tarjetas de Crédito	
Cobro en facturación	15
Retiro o avance de efectivo - operaciones nacionales	Hasta 5% del monto de la operación
Consumo en el exterior	
Operaciones en el exterior y avance de efectivo	Hasta 2% del monto de la operación

Fuente: Banco Central de Venezuela. Aviso Oficial. Límites máximos de comisiones, tarifas o recargos por las operaciones y actividades que en él se mencionan. 07/09/2012

La emisión de tarjetas por renovación no está sujeta a comisión, al igual que en la emisión inicial de tarjetas tipo 1.

Dadas las regulaciones actuales del mercado financiero venezolano, el análisis se limita en cuanto a características de los distintos productos, ya que con las tarjetas categorizadas por tipos, controles de tasas de interés y de comisiones, tenemos productos casi homogéneos (salvo algunas excepciones como puede ser La Tarjeta del Buen Vivir) en el mercado donde no se perciben agentes diferenciados distintos a las promociones que los emisores realizan en algún momento dado. Esto puede ser una ventaja para el estudio, ya que implica un entorno menos complejo que puede favorecer la validez de los resultados obtenidos.

3. MARCO METODOLÓGICO

La metodología utilizada será la elaboración de una encuesta por medio de la cual se levantará la información necesaria para conocer la existencia de sesgos de comportamiento (preferencia por el presente, optimismo y autocontrol) en el manejo de la tarjeta de crédito en Venezuela.

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Este aparte se refiere a la forma como se dará respuesta al problema planteado en el presente trabajo. Es a través de este diseño que se contrasta la realidad con las teorías planteadas.

Para alcanzar los objetivos se hará un trabajo de campo donde se tomará información de origen primario para su análisis por medio de encuestas realizadas a personas que tengan tarjeta de crédito.

El trabajo de campo se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos¹⁸.

¹⁸ Sabino Carlos . "El proceso de investigación".
http://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/el-proceso-de-investigacion_carlos-sabino.pdf

3.2 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La recolección de la información se hizo a través de una encuesta, que consiste en preguntar de forma directa y simple a determinadas personas representativas de la población bajo estudio, para conocer su comportamiento, siendo una herramienta muy útil para las ciencias sociales. Esta encuesta se aplicó a una muestra de personas de la población que deseamos estudiar: las personas usuarias de tarjetas de crédito. Dada la homogeneidad en temas clave como tasas de interés y comisiones que la regulación venezolana establece en el producto a todos los bancos, no se hace la diferenciación por bancos ya que los costos que representan al consumidor son muy semejantes.

La estructura de la encuesta utilizada es la siguiente:

La primera parte indica el perfil del encuestado. Busca establecer cuatro aspectos: sexo, grupo etario al que pertenece, nivel educativo y conocimientos financieros. Esto permite determinar si existe una mayor tendencia en algún grupo hacia un tipo de sesgo.

La segunda parte busca determinar información sobre la relación del usuario y su(s) tarjeta(s) de crédito. Aquí comienzan las preguntas que pueden indicar la presencia de ciertos sesgos de comportamiento y las consecuencias que deseamos analizar desde el punto de vista del usuario. En la tercera parte levantan las características del patrón de consumo del encuestado, para confirmar la presencia de estos sesgos. Finalmente la última parte busca conocer cómo se maneja

financieramente el usuario en temas de ahorro y presupuesto de gastos de manera de correlacionar estos aspectos con los sesgos de comportamiento y las necesidades de enfatizar una mayor proactividad en temas relacionados con el ahorro y el control de los gastos.

En el Anexo 1 se presenta el instrumento utilizado.

El instrumento fue elaborado electrónicamente a través de la página web <http://www.portaldeencuestas.com/> y la encuesta fue enviada a través de correo electrónico, Facebook y LinkedIn adjuntando el link de acceso, en forma directa a 99 personas. Se pidió a las personas receptoras del mensaje que lo transmitieran a sus amigos de manera de alcanzar el número de encuestas requeridas. Asimismo se realizó la encuesta en físico y presencialmente a 67 personas. Esta información fue ingresada en el sitio web y en los físicos se registró el lugar donde se hicieron, fecha de consulta y fecha de carga en el sistema.

Este tipo de encuesta tiene la ventaja de ser de bajo costo y permite llegar con menor esfuerzo a la población objetivo. Sin embargo en la forma como fue elaborada se dejó la posibilidad de no responder algunas preguntas, de manera que al concluir la encuesta no le hiciera volver hacia atrás, aspecto que podía desmotivar al encuestado. Si bien esto permitió más fluidez en la encuesta, también creo algunas respuestas incompletas. Igualmente, el cierre de la encuesta antes de oprimir "finalizar" ocasionada encuestas incompletas.

Una vez completado el número de encuestas, se tabularon los resultados generales y luego de acuerdo con los distintos filtros (sexo, edad, formación, tipo de usuario de tarjeta, etc).

A los efectos de los resultados se cruzaran las respuestas de las diferentes preguntas. La presencia del sesgo estudiado puede inferirse de las siguientes respuestas. Si además en la respuesta 10 se escogen las opciones a o b, se afianza el sesgo.

Cuadro 3.1
Cruce de Respuestas

Sesgo	Respuestas	Enunciado
Optimismo	4 a y 21b 7 a 8 a 9 a 8 a y 12 a y b 11 a 8 a y 11 a 12 a y b con 21b 8 a, 11 a y 12 a y b 8 a, 11 a y 10 a y b	Pago mínimo sin ahorros Límite alto Ingreso futuro capaz de pagar deuda Aumento en limite indicador de ingreso futuro Ingreso futuro optimista pero paga mora Situación económica futura mejor que actual Ingreso y situación económicas favorables Pago de mora sin ahorros Capacidad de pago y situación económica favorable pero paga mora Capacidad de pago y situación económica favorable con deuda alta
Preferencia por el presente	4 a 13 a 17 a 17 a y 20 a 19 a 19 a y 20 a 20 a y 22 b 10 a y b y 17 a 12 a y b y 17 a 10 a y b y 19 a 12 a y b y 19 a	Pagos mínimos Crecimiento de la deuda inesperado Compras con arrepentimiento Compras con arrepentimiento que hacen compra inmediata Compras con dinero destinado al ahorro Compras con dinero destinado al ahorro que hacen compra inmediata Compra inmediata sin control de gastos Deuda Alta que hacen compra con arrepentimiento Pago de mora que hacen compra con arrepentimiento Deuda Alta que hacen compra con dinero destinado al ahorro Pago de mora que hacen compra con dinero destinado al ahorro
Autocontrol	14 a 15 a 16 b 18 a 10 a y b y 14 a 12 a y b y 14 a 10 a y b y 18 a 12 a y b y 18 a	Tarjetas le permiten aumentar consumo Gasto influenciado por el límite de la tarjeta Gasta más si paga con tarjeta Compras impulsivas Deuda Alta y tarjetas permiten aumentar consumo Pago de mora y tarjetas permiten aumentar consumo Deuda Alta que hacen compras impulsivas Pago de mora que hacen compras impulsivas

Fuente: elaboración propia.

Las preguntas 1 a la 3 nos permitirán definir características del consumidor, que podremos posteriormente relacionar con la presencia de un sesgo. La pregunta 4 además de ayudar a medir preferencias por el presente y para clasificar a los usuarios de acuerdo a sus hábitos de pago, determinando si la persona es un "rotador" o un "transaccional" con la pregunta 4 y si esto tiene alguna relación con la presencia de los sesgos. Un "rotador" es quien hace pagos totales todos los meses, mientras que un "transaccional" paga siempre una parte de la deuda.

La facilidad de crédito y uso de la tarjeta de crédito puede tener influencia en el comportamiento de los usuarios de la tarjeta de crédito. Esto se encuentra en la pregunta 2, cuando el banco entrega la tarjeta sin solicitud, pregunta 6 cuando aumenta el límite, la pregunta 14 y 16 cuando se usa el instrumento. En la 14 si se responde "Mas" y se escoge la opción a o d, tenemos un usuario que ha eliminado el "dolor del pago", lo cual puede fomentar un mayor de gasto que impulse estos tres sesgos. La pregunta 16 en su pregunta condicional determina si el usuario siente el "dolor del pago" cuando usa la tarjeta de crédito. La pregunta 10 determinará si el usuario tiene problemas financieros con la tarjeta de crédito asociado a los sesgos observados. La pregunta 12 si paga intereses de mora.

Una vez detectada la presencia o no de los sesgos, su relación con la facilidad de endeudarse y la situación financiera del usuario (deuda y pago de mora) se dividirán los resultados por sexo, grupo etario, educación y conocimientos financieros para determinar si existen diferencias en los resultados al hacer esta desagregación. Este último puede ser un indicativo de una mayor necesidad de masificar la formación financiera en los usuarios de tarjeta de crédito como mecanismo de mitigación de los sesgos en el uso de este instrumento.

Posteriormente se hizo un análisis de correlaciones entre las distintas preguntas y los aspectos financieros de la tarjeta de crédito y posteriormente el análisis factorial para diferenciar las distintas respuestas. Ambos estudios hicieron uso de la herramienta SPSS (Statistic Package for Social Sciences) de IBM¹⁹.

Los cuadros de análisis de correlaciones que se obtienen a través de esta herramienta tienen los coeficientes de correlación de Pearson entre cada par de variables y el nivel crítico unilateral (Sig.unilateral en la tabla) asociado a cada coeficiente de correlación. Si este valor es menor que 0.05, la correlación poblacional entre el correspondiente par de variables puede ser considerada significativamente distinta de cero. Por lo tanto se deben buscar muchos niveles críticos pequeños. Este cálculo se usó para determinar la relación entre las variables que se desea determinar a través de la hipótesis.

Para el análisis factorial se agruparon varias respuestas que se suponen relacionadas para determinar los factores que se pueden separar a partir de las respuestas. Muchas respuestas son dicotómicas (Si, No) lo que implica una debilidad en el análisis ya que éste supone variables continuas, por lo que se usa para determinar tendencias relacionales en la agrupación de variables.

El sistema permitirá obtener una serie de resultados. El primero agrupa las comunalidades. La comunalidad de una variable es la proporción de su varianza que puede ser explicada por el modelo factorial obtenido. Estudiando las comunalidades de la extracción podemos valorar cuáles de las variables son peor

¹⁹ Los aspectos relacionados al análisis factorial son tomados de Morales Vallejo, Pedro. "El Análisis Factorial en la construcción e interpretación de tests, escalas y cuestionarios". Universidad Pontificia Comillas, Madrid. 17 de diciembre de 2012.

explicadas por el modelo, al ser las que tienen los menores valores. En la herramienta el método de extracción utilizado será por análisis de componentes principales que es el utilizado por defecto. Este asume que es posible explicar el 100% de la varianza observada y por ello todas las comunalidades iniciales son iguales a 1. Esta tabla permitirá plantearse si el número de factores obtenidos es suficiente para explicar todas y cada una de las variables incluidas en el análisis. También permite determinar si algunas variables incluidas podrían quedar fuera del análisis.

El segundo cuadro es el de varianza total explicada que presenta los autovalores de la matriz de varianzas y covarianzas y el porcentaje de varianza que representan cada uno de ellos. Los autovalores expresan la cantidad de la varianza total que está explicada por cada factor y los porcentajes de varianza explicada asociados a cada factor con respecto al total. Por defecto se extraen tantos factores como autovalores sean mayores a 1. Estos totales también permitirían saber cuántas variables se requieren para llegar a un porcentaje determinado, por ejemplo, el 90% del total de la varianza.

El tercer cuadro presenta la matriz de componentes, donde se muestra la solución factorial propiamente dicha. Contiene las correlaciones entre las variables originales o saturaciones y cada uno de los factores. Comparando las saturaciones relativas de cada variable en cada uno de los tres factores podemos apreciar cuales son las variables que componen cada factor, siendo aquellas que presenten el mayor valor en el factor correspondiente.

El último cuadro es la matriz de componentes rotados. La rotación de la solución original persigue mejorar la interpretación de la estructura factorial, ya que las restricciones de la auto-descomposición de la matriz de correlaciones hacen que el primer factor explique el máximo de la varianza común disponible en los datos, es segundo la siguiente, y así sucesivamente. Esto puede hacer que los primeros factores tiendan a capitalizar la mayor información de covariación contenida en la matriz de correlaciones, que puede ser superior a la que realmente le corresponda, por ellos los primeros factores suelen tener mayores saturaciones. Para evitar este problema es conveniente hacer la rotación. Otro motivo es que la solución inicial asume independencia entre factores, cosa que puede no ocurrir en los análisis de ciencias sociales. Es por ello que es necesario recurrir a la rotación oblicua.

Sobre la base de los resultados obtenidos por medio de filtros, correlaciones y análisis factorial se determinará la validez o no de la hipótesis planteada y se llegarán a las conclusiones del estudio.

3.3 MUESTRA

La población a ser estudiada es las personas que tienen por lo menos una tarjeta de crédito venezolana. Esta población es difícil de determinar ya que no existe información oficial sobre el número de personas que tienen tarjetas de crédito, por ello se tomó información de los medios de comunicación donde se estima en 3.300.000 personas²⁰. El muestreo que se llevó a cabo fue aleatorio simple, ya que

²⁰ Diario Ultimas Noticias. Carjuan Cruz. "Hay que estar pilas para un mejor uso de la tarjeta". 5 Noviembre 2012.

se envió la encuesta a una serie de personas que a su vez la enviaron a sus conocidos, sin ningún tipo de estratificación ni mecanismo sistemático.

Para la estimación de la muestra dado el tamaño de la población se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra

N = es la población

Z= es el nivel de confianza

E=es el error muestral

p= es la variabilidad positiva

q= es la variabilidad negativa.

Esta fórmula supone una distribución normal en la población. La suma de p+q debe ser igual a 1. Dado que no tenemos conocimiento de los valores de p y q, se asumió cada uno de ellos como 0,5. Se tomó para el estudio un nivel de confianza del 95% lo que equivale a una constante de 1,96. El error muestral que se va a utilizar es del 5%.

Dados los datos conocidos tenemos el siguiente cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 3.300.000}{3.300.000 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

Por lo tanto el tamaño de la muestra para un nivel de confianza de 95% y un error muestral del 5% es 384 personas entrevistadas.

4. SESGOS EN VENEZUELA EN EL MANEJO DE TARJETAS DE CRÉDITO.

4.1 RESULTADOS OBTENIDOS

Se completaron 405 encuestas, total superior a la cifra necesaria de acuerdo con el cálculo de la muestra. Las respuestas fueron tomadas entre el 15 de noviembre de 2012 y el 18 de diciembre de 2012. Las características de la muestra tomada fueron las siguientes:

- El 58% fueron mujeres y 42% hombres.
- La distribución por grupo etario fue:
 - o De 18 a 25 años 16%
 - o Entre 25 y 35 años 25%
 - o Entre 35 y 55 años 49%
 - o Más de 55 años 9%
- Por nivel educativo los resultados fueron:
 - o Primaria/Bachillerato 15%
 - o TSU/Licenciatura 48%
 - o Post-grado 37%
- Conocimientos financieros
 - o Si 58%
 - o No 42%
- Mantienen Ahorros
 - o Si 66%
 - o No 34%

- Mantienen control de sus gastos
 - o Si 72%
 - o No 28%

Dada la forma como se recopiló la información, existen cierta inclinación en la muestra: proporción de mujeres muy superior a la de hombres, grupo etario predominante el grupo de 35 a 55 años y personas que dicen estar formadas en temas financieros. Algunas de esas personas dicen haber obtenido esa formación en sus labores diarias y no necesariamente a través de educación formal. Estas inclinaciones tienen relación con la forma como fue levantada la información, dadas las características personales del investigador (mujer, relaciones en el sistema financiero, grupo etario de 35 a 55 años). Si bien se hizo un esfuerzo contactando personas con otras características, lo anterior es difícil de controlar cuando la información se recopila a través de redes sociales y debe tomarse en cuenta en el análisis de resultados.

4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación revisaremos los resultados, primero viendo las características obtenidas en el uso de la tarjeta de crédito y posteriormente los sesgos de comportamiento observados y su relación con los aspectos financieros del financiamiento con tarjeta de crédito.

4.2.1 CANTIDAD DE TARJETAS

Se sabe que el mercado tiene un gran número de tarjetas de crédito pero en cambio la cifra de personas con este instrumento es relativamente baja. Esto se

comprueba con los resultados sobre la cantidad de tarjetas que poseen las personas.

Cuadro 4.1
Número de Tarjetas por Tarjetahabiente

	1	2	3	Mas de 3
Total	16%	26%	19%	39%
	1	2	3	Mas de 3
Femenino	16%	29%	20%	35%
Masculino	15%	22%	19%	44%
	1	2	3	Mas de 3
Entre 18 y 25 años	56%	24%	10%	10%
Entre 25 y 35 años	14%	28%	21%	37%
Entre 35 y 55 años	6%	25%	23%	46%
Más de 55 años	12%	26%	12%	50%
	1	2	3	Mas de 3
Primaria/Bachillerato	47%	16%	12%	25%
TSU/Licenciatura	15%	30%	22%	33%
Postgrado	7%	25%	18%	50%
	1	2	3	Mas de 3
Si	15%	25%	17%	43%
No	17%	29%	22%	32%

Fuente: Resultados de la encuesta

Los venezolanos tienden a tener más de tres tarjetas o bien dos tarjetas. En general los bancos ofrecen las dos principales franquicias, Visa o Mastercard a sus clientes, por lo que la importancia de la opción 2 tarjetas puede venir determinada por ésta razón. Estos dos grupos (2 tarjetas y más de 3 tarjetas) representan el 65% del total, y 2 tarjetas o más representan el 84%.

La distribución por sexo muestra una tendencia en los hombres a tener más de tres tarjetas. Al filtrar por grupo etario los resultados son más diversos. Los más jóvenes tienden a tener solo una tarjeta, a medida que aumenta la edad el número de tarjetas también lo hace. El grupo que posee más de 3 tarjetas va aumentando a

medida que aumenta la edad del grupo etario, manteniéndose la importancia de las opciones 2 tarjetas o más de 3 tarjetas.

Al filtrar por nivel educativo encontramos que hay una relación directa entre este nivel y el número de tarjetas, nuevamente con la importancia que tiene la opción de 2 tarjetas. Finalmente por conocimientos financieros, las personas con conocimientos financieros tienden a tener más tarjetas.

4.2.2 ROTADORES VS TRANSACCIONALES

Uno de los aspectos que se deseaba conocer es la proporción de personas rotadoras (que hacen pagos totales todos los meses) frente a las personas que se financian con el instrumento. A continuación los resultados obtenidos:

Cuadro 4.2
Hábitos de Pago en las Tarjetas de Crédito

	Transaccionales		
	Rotadores	Pago Mínimo	Pago Parcial
Total	26%	14%	60%
Sexo	Transaccionales		
	Rotadores	Pago Mínimo	Pago Parcial
Femenino	25%	17%	58%
Masculino	29%	9%	62%
Grupo Etario	Transaccionales		
	Rotadores	Pago Mínimo	Pago Parcial
Entre 18 y 25 años	32%	9%	59%
Entre 25 y 35 años	17%	18%	65%
Entre 35 y 55 años	28%	13%	59%
Más de 55 años	35%	18%	47%
Educación	Transaccionales		
	Rotadores	Pago Mínimo	Pago Parcial
Primaria/Bachillerato	35%	14%	51%
TSU/Licenciatura	25%	14%	61%
Postgrado	26%	13%	61%
Conocimientos Financieros	Transaccionales		
	Rotadores	Pago Mínimo	Pago Parcial
Si	30%	9%	61%
No	22%	21%	58%

Fuente: Resultados de la encuesta

Los tarjetahabientes tienen preferencia por el pago parcial de sus tarjetas, siendo el 60% los que se inclinaron por esta opción. Los rotadores en Venezuela son el 27% de los tarjetahabientes, sin embargo hay diferencias notables cuando se hace la desagregación, salvo en el caso del nivel educativo. Las mujeres tienden más al pago mínimo, al igual que las personas sin conocimientos financieros, estando relativamente equilibrado en los grupos etarios salvo en el caso de los más jóvenes, que presenta la menor proporción. Las personas más jóvenes y las mayores tienen a ser más rotadores, al igual que personas con nivel de educación de primaria/bachillerato. Cuando los pagos son parciales, las diferencias de acuerdo con los distintos filtros no son tan marcadas.

4.2.3 USO DE LA TARJETA

Es interesante determinar el uso que le dan los tarjetahabientes a la tarjeta de crédito, ya que a la hora de verificar la existencia de sesgos, estos pueden ser potenciales por el uso que se le da al instrumento. Igualmente un aspecto tan importante como el financiamiento es el funcionamiento como medio de pago que tiene la tarjeta de crédito.

Cuadro 4.3
Uso las Tarjetas de Crédito

	Frecuentemente	Ocasionalmente	Rara vez
Total	61%	35%	4%
	Frecuentemente	Ocasionalmente	Rara vez
Femenino	60%	35%	5%
Masculino	62%	35%	3%
	Frecuentemente	Ocasionalmente	Rara vez
Entre 18 y 25 años	43%	50%	7%
Entre 25 y 35 años	64%	31%	5%
Entre 35 y 55 años	66%	31%	3%
Más de 55 años	53%	41%	6%
	Frecuentemente	Ocasionalmente	Rara vez
Primaria/Bachillerato	47%	51%	2%
TSU/Licenciatura	61%	35%	4%
Postgrado	66%	30%	4%
	Frecuentemente	Ocasionalmente	Rara vez
Si	64%	32%	4%
No	57%	39%	4%

Fuente: Resultados de la encuesta

Las personas que tienen tarjetas de crédito las usan y el 61% lo hace frecuentemente. No hay mayores diferencias en el uso por sexo, sin embargo en otros filtros si las hay. Las personas más jóvenes y las mayores usan con menos frecuencia la tarjeta. Igualmente a mayor nivel educativo, más frecuente es el uso del instrumento. Finalmente las personas con conocimientos financieros las usan más.

4.2.4 FACILIDAD DE OBTENCIÓN DE LAS TARJETAS

Otro aspecto que se deseaba analizar era la facilidad de obtención de crédito. Esto se midió a través de dos preguntas: la forma como se recibieron las tarjetas y los aumentos de límite en las tarjetas.

Cuadro 4.4
Forma de Obtención de la Tarjeta

	Solicitud	Promoción	Banco
Total	46%	16%	38%
	Solicitud	Promoción	Banco
Femenino	45%	17%	38%
Masculino	49%	13%	38%
	Solicitud	Promoción	Banco
Entre 18 y 25 años	62%	27%	11%
Entre 25 y 35 años	37%	21%	42%
Entre 35 y 55 años	48%	12%	40%
Más de 55 años	41%	3%	56%
	Solicitud	Promoción	Banco
Primaria/Bachillerato	56%	17%	27%
TSU/Licenciatura	45%	16%	39%
Postgrado	45%	15%	40%
	Solicitud	Promoción	Banco
Si	43%	17%	40%
No	51%	15%	34%

Fuente: Resultados de la encuesta

Casi la mitad de las personas han obtenido sus tarjetas de crédito porque la solicitaron al banco. Un 16% las obtuvieron a través de promociones en instituciones y en el caso del 38% el banco se las ofreció sin solicitud. Al filtrar por sexos observamos que los hombres las han solicitado más que las mujeres pero la diferencia viene por las promociones, ya que el porcentaje cuando se las ofreció el banco es el mismo.

Las diferencias son más marcadas por grupos etarios. Algunos bancos tienen promociones permanentes en instituciones educativas como las Universidades, buscando captar clientes desde temprana edad de manera de fidelizarlos al banco. Es por ello que vemos que en el grupo etario de 18 a 25 años el porcentaje que obtuvo la tarjeta por promociones fue del 27%. Asimismo la mayoría de este grupo, el 62%, solicitó la tarjeta. A medida que las personas se hacen mayores va aumentando el porcentaje de las que reciben la tarjeta sin solicitarla al banco. Esto

también tiene relación con el aumento en el número de tarjetas de crédito que tienen las personas, ya que en la medida que el banco conozca el comportamiento del cliente será más fácil que las ofrezca sin solicitud.

Al filtrar por niveles educativos haya mayor ofrecimiento del banco sin solicitud en la medida que el nivel educativo es mayor. Finalmente, las personas con conocimientos financieros en el 40% de las respuestas recibieron la tarjeta sin solicitud, mientras que las personas que no tienen conocimientos financieros las recibieron en el 34% de los casos.

4.2.5 AUMENTO DEL LÍMITE DE LA TARJETA

Los aumentos de límite de crédito en Venezuela están asociados en buena medida a un entorno inflacionario que requiere que se ajusten estos valores periódicamente para que mantengan el poder adquisitivo del cliente. Es por ello que no sorprende el resultado donde el 90% de los encuestas dicen haber recibido aumentos de límite que no han solicitado.

Cuadro 4.5
Aumento de Límite sin Solicitud

	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca
Total	49%	41%	10%
	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca
Femenino	51%	39%	10%
Masculino	47%	43%	10%
	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca
Entre 18 y 25 años	25%	37%	38%
Entre 25 y 35 años	47%	46%	7%
Entre 35 y 55 años	56%	39%	5%
Más de 55 años	53%	47%	0%
	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca
Primaria/Bachillerato	46%	35%	19%
TSU/Licenciatura	44%	46%	10%
Postgrado	57%	37%	6%
	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca
Si	53%	39%	8%
No	45%	45%	10%

Fuente: Resultados de la encuesta

Al filtrar estas respuestas por sexo hay diferencia en la frecuencia, siendo las mujeres quienes perciben que lo reciben con más frecuencia, pero el porcentaje de quienes nunca lo han recibido se mantiene en 10% como en el total.

La distribución por grupos etarios presenta diferencias más resaltantes. Las personas jóvenes en un 38% nunca han recibido aumentos. Esto en buena medida debe originarse del hecho de que comienzan su relación con el banco y éste no maneja suficiente información histórica para la toma de este tipo de decisión. Este porcentaje va bajando a nivel que las personas se hacen mayores.

En términos de nivel educativo, las personas con el nivel más bajo dicen no haber recibido aumentos en un 19% de los casos, mientras que las personas con postgrado fueron un 6%. Asimismo éstos últimos son los que reciben aumentos más frecuentes en el límite.

Finalmente se mantiene el porcentaje de 10% que nunca han recibido aumentos de límite al distribuirlo por conocimientos financieros, pero quienes si los tienen reciben estos aumentos con más frecuencia.

4.2.6 PERCEPCIÓN DEL LÍMITE DE LA TARJETA

En este aspecto se determinó la cantidad de personas de la muestra que consideran que el límite de su tarjeta es bajo, adecuado y alto, siendo este último percibido antes del análisis como poco significativo. Sin embargo se podría inferir que una persona con problemas de autocontrol y con un límite que considera muy alto podría ser susceptible de tener dificultades con su tarjeta de crédito.

Cuadro 4.6
Percepción del Límite de la Tarjeta

	Alto	Bajo	Adecua do
Total	22%	20%	58%
	Alto	Bajo	Adecua do
Femenino	23%	23%	54%
Masculino	22%	16%	62%
	Alto	Bajo	Adecua do
Entre 18 y 25 años	24%	37%	39%
Entre 25 y 35 años	16%	19%	65%
Entre 35 y 55 años	24%	15%	61%
Más de 55 años	26%	23%	51%
	Alto	Bajo	Adecua do
Primaria/Bachillerato	24%	20%	56%
TSU/Licenciatura	20%	22%	58%
Postgrado	24%	17%	59%
	Alto	Bajo	Adecua do
Si	23%	18%	59%
No	21%	23%	56%

Fuente: Resultados de la encuesta

Gran parte de la muestra considera que su límite es adecuado y en partes casi iguales consideran que es alto o bajo. Una mayor proporción de hombres piensan

que su límite es adecuado al igual que en los grupos etarios intermedios, donde una menor proporción piensa que su límite es bajo. No hay diferencias muy marcadas en la distribución por nivel educativo ni por conocimientos financieros.

4.2.7 TAMAÑO DE LA DEUDA

Este es uno de los factores de interés en el estudio, cuantas personas de la muestra consideran que el tamaño de su deuda es alto e incluso cuales consideran tener problemas financieros debido a esto.

Cuadro 4.7
Tamaño de la Deuda

	Demasiado Alta	Alta	Razonable	Sin Deuda
Total	1%	34%	47%	18%
	Demasiado Alta	Alta	Razonable	Sin Deuda
Femenino	2%	34%	47%	17%
Masculino	1%	35%	45%	19%
	Demasiado Alta	Alta	Razonable	Sin Deuda
Entre 18 y 25 años	0%	17%	58%	25%
Entre 25 y 35 años	2%	45%	40%	13%
Entre 35 y 55 años	2%	34%	47%	18%
Más de 55 años	0%	32%	42%	26%
	Demasiado Alta	Alta	Razonable	Sin Deuda
Primaria/Bachillerato	2%	29%	50%	19%
TSU/Licenciatura	1%	34%	44%	21%
Postgrado	2%	36%	47%	15%
	Demasiado Alta	Alta	Razonable	Sin Deuda
Si	1%	29%	49%	21%
No	2%	41%	43%	14%

Fuente: Resultados de la encuesta

Casi la mitad de los encuestados piensan que su deuda es razonable y un tercio piensa que es alta pero que la puede manejar. Sólo un 1% considera que la deuda es demasiado alta. No hay diferencias marcadas por sexos pero si por edades, donde la mayor parte de los más jóvenes consideran que su deuda es razonable o

no tienen deuda. Igualmente los mayores tienen una mayor proporción sin deuda. La deuda es alta en el grupo de 25-35 años mientras que una proporción semejante del grupo 35-55 años la considera razonable. En términos de conocimientos financieros, tienen una menor proporción de deuda alta las personas con esta formación.

4.2.8 PAGO DE INTERESES DE MORA

El pago de intereses de mora incrementa el gasto asociado a las tarjetas de crédito, por lo que es de interés determinar cuántas personas hacen este tipo de pagos y con qué frecuencia.

Cuadro 4.8
Pagos de Intereses de Mora

	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca	No sabe
Total	7%	52%	38%	3%
	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca	No sabe
Femenino	9%	47%	40%	4%
Masculino	4%	56%	37%	3%
	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca	No sabe
Entre 18 y 25 años	4%	33%	56%	7%
Entre 25 y 35 años	6%	57%	33%	4%
Entre 35 y 55 años	9%	54%	35%	2%
Más de 55 años	0%	45%	49%	6%
	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca	No sabe
Primaria/Bachillerato	0%	47%	49%	4%
TSU/Licenciatura	9%	49%	38%	4%
Postgrado	6%	56%	35%	3%
	Frecuentemente	Alguna Vez	Nunca	No sabe
Si	6%	55%	36%	3%
No	8%	46%	42%	4%

Fuente: Resultados de la encuesta

La mayoría de las personas han pagado intereses de mora, pero no con frecuencia. Las mujeres tienden a indicar que los pagan menos. En los grupos etarios, los más

jóvenes y los mayores indican en una mayor proporción que nunca pagan intereses de mora. Las personas con el nivel de educación primaria/bachillerato también son los que menos pagan intereses de mora, e igualmente las personas sin formación financiera pero los que si lo hacen tienen una mayor proporción en hacerlo frecuentemente. Es interesante notar que el 3% de los encuestados dicen no saber si pagan intereses de mora, siendo esto más marcado entre los más jóvenes.

4.2.9 "DOLOR" DEL PAGO

Para determinar la ausencia de dolor del pago como determinante de un mayor consumo en tarjetas de crédito, tuvimos que solo el 31% de los encuestados compran más cuando usa tarjetas de crédito (aunque el 67% siente que las tarjetas le permiten consumir más que si no las tuvieron) y de ese grupo solo el 20% dice no tener "dolor" del pago al usar este instrumento.

4.3 SESGOS DE COMPORTAMIENTO

A continuación presentaremos los resultados generales de las preguntas que conllevan a los sesgos estudiados y su relación con las dos preguntas que apuntan a la situación financiera del usuario: tamaño de la deuda y pago de mora.

4.3.1 SESGO DE OPTIMISMO

En este aparte se resumirán los resultados asociados a sesgo de optimismo y su relación con el tamaño de la deuda y el pago de intereses de mora. Posteriormente buscaremos la correlación de estas respuestas con la deuda y el pago de mora para

finalmente determinar cuáles son los factores que tienen mayor relación estadística.

Cuadro 4.9.a
Resultados Generales Sesgo de Optimismo

	Límite de la tarjeta considerada alta	Ingreso futuro es suficiente para pagar la tarjeta	Aumento del límite es reflejo del ingreso futuro	Situación económica futura favorable el próximo año	Capacidad de pago y situación económica favorables
Total	22%	77%	20%	64%	49%
Sexo					
Femenino	22%	76%	20%	65%	48%
Masculino	22%	79%	19%	63%	49%
Grupo Etario					
Entre 18 y 25 años	24%	80%	26%	74%	53%
Entre 25 y 35 años	14%	74%	27%	74%	52%
Entre 35 y 55 años	24%	78%	14%	60%	47%
Más de 55 años	26%	76%	21%	44%	37%
Educación					
Primaria/Bachillerato	24%	71%	23%	71%	45%
TSU/Licenciatura	20%	78%	20%	65%	49%
Postgrado	23%	78%	18%	61%	48%
Conocimientos Financieros					
Si	22%	83%	21%	65%	51%
No	21%	69%	17%	63%	45%

Fuente: Resultados de la encuesta y cálculos propios

Alrededor de un 77% de las personas consideran que pueden pagar su tarjeta de crédito y un 64% que el año próximo será económicamente más favorable que el actual. Al combinar estas dos características observamos que están presentes en el 49% de las respuestas. En la muestra la mayoría las personas no consideran que el límite de la tarjeta tenga relación con su ingreso futuro, ya que sólo un 20% piensa que ello es así. No hay diferencias claramente observables en los distintos filtros.

Cuadro 4.9.b
Resultados Generales Sesgo de Optimismo

	Sin ahorros y pago mínimo	Sin ahorros y sin pagos totales	Sin ahorros y paga mora	Capacidad de pago y situación económica favorable pero paga mora	Capacidad de pago y situación económica favorable con deuda alta
Total	6%	11%	22%	57%	29%
Sexo					
Femenino	8%	13%	23%	53%	31%
Masculino	4%	9%	22%	62%	26%
Grupo Etario					
Entre 18 y 25 años	4%	17%	34%	40%	12%
Entre 25 y 35 años	10%	15%	31%	60%	34%
Entre 35 y 55 años	5%	7%	15%	61%	31%
Más de 55 años	9%	14%	0%	64%	36%
Educación					
Primaria/Bachillerato	9%	19%	34%	44%	15%
TSU/Licenciatura	8%	14%	26%	54%	29%
Postgrado	4%	5%	17%	66%	33%
Conocimientos Financieros					
Si	4%	8%	21%	60%	28%
No	9%	15%	24%	53%	29%

Fuente: Resultados de la encuesta y cálculos propios

Al asociar los pagos que se hacen con la tarjeta y el mantenimiento de fondo de ahorro, tenemos que el 6% no tiene ahorros y hace pagos mínimos y el 11% hace pagos mínimos o parciales y no tiene ahorros.

Al asociar comportamientos optimistas con aspectos de las tarjetas, tenemos los siguientes resultados:

- El 22% no tiene ahorros y paga intereses de mora
- El 57% tiene una visión optimista de su capacidad de pago de la deuda y de su situación económica con una deuda alta.

- El 30% tiene una visión optimista de su capacidad de pago de la deuda y de su situación económica pero paga intereses de mora.

Al observar los resultados con los filtros nuevamente no se observa una tendencia clara.

Al buscar la correlación entre estas respuestas tenemos lo siguiente:

Cuadro 4.10
Correlación respuestas de Sesgo de Optimismo con tamaño de deuda y pago de mora

		Ha pagado intereses de mora en sus tarjetas de crédito	Considera que su deuda actual en las tarjetas de crédito es	Mantiene un fondo de ahorro para imprevistos educación o la vejez	Considera que el límite actual que posee con sus tarjetas de crédito	Piensa que su ingreso futuro será suficiente para pagar sus deudas	Considera que el aumento en los límites de sus tarjetas de crédito	Piensa que su situación económica futura próximo año será mejor
Ha pagado intereses de mora en sus tarjetas de crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 .009 375	.135 .009 371	.144 .006 360	-.132 .010 375	.116 .026 373	-.031 .546 370	.029 .576 369
Considera que su deuda actual en las tarjetas de crédito es	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.135 .009 371	1 .000 373	.275 .000 358	.087 .095 373	.291 .000 372	-.014 .784 369	.058 .165 368
Mantiene un fondo de ahorro para imprevistos educación o la vejez	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.144 .006 360	.275 .000 349	1 .000 364	-.106 .045 362	.164 .002 360	-.080 .130 357	.037 .492 356
Considera que el límite actual que posee con sus tarjetas de crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-.132 .010 375	.087 .095 373	-.106 .045 362	1 .000 377	.066 .205 375	-.043 .406 372	.021 .891 371
Piensa que su ingreso futuro será suficiente para pagar sus deudas	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.116 .026 373	.291 .000 372	.164 .002 360	.066 .205 375	1 .000 375	.083 .111 371	.182 .000 370
Considera que el aumento en los límites de sus tarjetas de crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-.031 .546 370	-.014 .784 369	-.080 .130 357	-.043 .406 372	.083 .111 371	1 .128 372	.128 .014 368
Piensa que su situación económica futura próximo año será mejor	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.029 .576 369	.058 .165 368	.037 .492 356	.021 .891 371	.182 .000 370	.128 .014 368	1 .014 371

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Resultados de la corrida del SPSS

En los resultados de la corrida anterior, vemos que existe una correlación alta entre:

- El pago de intereses de mora y el mantenimiento de un fondo de ahorro, el límite de las tarjetas de crédito y el ingreso futuro en capacidad de pago la deuda.
- El saldo de la deuda actual y el mantenimiento de un fondo de ahorro y el ingreso futuro en capacidad de pago la deuda.

De acuerdo con lo anterior, las respuestas asociadas a sesgo de optimismo y el tamaño de la deuda y pago de intereses de mora son la capacidad de pago del ingreso futuro y el mantenimiento de un fondo de ahorro.

4.3.2 *SESGO DE PREFERENCIA POR EL PRESENTE*

En este aparte se buscarán los resultados asociados a sesgo de preferencia por el presente y su relación con el tamaño de la deuda y el pago de intereses de mora. Posteriormente buscaremos la correlación de estas respuestas con la deuda y el pago de mora para finalmente determinar cuáles son los factores que tienen mayor relación estadística.

Cuadro 4.11.a
Resultados Generales Sesgo de Preferencia por el Presente

	Pago Mínimo	Crecimiento inesperado de la deuda	Pago mínimo o parcial y crecimiento inesperado de la deuda	Compras con arrepentimiento	Compras con dinero destinado al ahorro	Compra inmediata sin control de gastos
Total	14%	63%	71%	67%	78%	26%
Sexo						
Femenino	25%	65%	71%	72%	80%	30%
Masculino	29%	61%	71%	61%	75%	20%
Grupo Etario						
Entre 18 y 25 años	32%	46%	51%	74%	85%	28%
Entre 25 y 35 años	17%	71%	78%	70%	86%	24%
Entre 35 y 55 años	28%	65%	72%	66%	74%	26%
Más de 55 años	35%	57%	74%	57%	62%	29%
Educación						
Primaria/Bachillerato	9%	49%	59%	66%	73%	21%
TSU/Licenciatura	8%	63%	73%	64%	80%	21%
Postgrado	4%	67%	72%	71%	77%	35%
Conocimientos Financieros						
Si	30%	60%	68%	72%	79%	25%
No	22%	67%	74%	61%	76%	27%

Fuente: Resultados de la encuesta y cálculos propios

Entre las respuestas más comunes asociadas al sesgo de preferencia por el presente tenemos que el 67% se ha encontrado que su deuda crece en forma inesperada, y el 71% de los transaccionales lo experimentan, el 67% hace compras de las que luego se arrepienten y finalmente 78% hace compras con dinero que pensaba ahorrar. Sin embargo solo el 26% de las personas que hacen compras inmediatas dicen no llevar control de sus gastos.

Al tratar de determinar las diferencias de acuerdo con los filtros establecidos, tenemos que las mujeres en general tienden a tener una mayor proporción al igual que las personas en los grupos etarios que van desde 25 a 55 años. En términos de educación conlleva a un mayor porcentaje de personas que tienen el comportamiento mientras que los conocimientos financieros tienden a disminuirlos.

Cuadro 4.11.b
Resultados Generales Sesgo de Preferencia por el Presente

	Compras con arrepentimiento que hacen compra inmediata	Compras con dinero destinado al ahorro que hacen compra inmediata	Deuda Alta que hacen compra con arrepentimiento	Pago de mora que hacen compra con arrepentimiento	Deuda Alta que hacen compra con dinero destinado al ahorro	Pago de mora que hacen compra con dinero destinado al ahorro
Total	78%	21%	70%	72%	83%	80%
Sexo						
Femenino	84%	24%	79%	74%	89%	81%
Masculino	65%	17%	60%	69%	76%	80%
Grupo Etario						
Entre 18 y 25 años	89%	18%	67%	88%	91%	83%
Entre 25 y 35 años	67%	24%	72%	69%	92%	90%
Entre 35 y 55 años	80%	20%	73%	69%	82%	77%
Más de 55 años	80%	19%	55%	78%	58%	67%
Educación						
Primaria/Bachillerato	78%	18%	64%	79%	69%	75%
TSU/Licenciatura	80%	20%	64%	68%	85%	81%
Postgrado	75%	23%	79%	73%	86%	80%
Conocimientos Financieros						
Si	85%	20%	75%	73%	84%	84%
No	65%	22%	64%	69%	83%	74%

Fuente: Resultados de la encuesta y cálculos propios

El sesgo de preferencia por el presente está bastante marcado en la muestra: casi un 80% de las personas que se han arrepentido de alguna compra, la hacen en forma inmediata. De estas personas que se han arrepentido, el 70% tienen la deuda en niveles altos y un 72% pagan mora. Cuando se consume con dinero destinado al ahorro, el 83% tiene la deuda alta y el 80% paga mora.

Al hacer los filtros encontramos que hay mayor deuda o pago de mora frente a los dos comportamientos sesgados al presente, compras con arrepentimiento y compras con dinero que se pensaba ahorrar, en las mujeres y en las personas con conocimientos financieros. Nuevamente un mayor nivel de educación aumenta el porcentaje de personas con el comportamiento. La edad no tiene un comportamiento claro, solo parece indicar que las personas mayores tienen menos presencia del comportamiento asociado a deuda alta y pago de mora.

Sobre la base de lo anterior, se corrieron las correlaciones en las respuestas para comprobar los resultados en términos estadísticos.

Cuadro 4.12
Correlación respuestas de Sesgo de Preferencia por el Presente con tamaño de deuda y pago de mora

		Ha pagado intereses de mora en sus tarjetas de crédito	Considera que su deuda actual en las tarjetas de crédito es	Los pagos que realiza a sus tarjetas de crédito son GENERALMENTE	Siente o ha sentido que la deuda en su tarjeta de crédito crece	La ha pasado que ha hecho compras y luego se ha arrepentido	Con qué frecuencia considerara que ha hecho compras con dinero que
Ha pagado intereses de mora en sus tarjetas de crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 .009 375	.135 .009 371	.133 .010 375	.183 .000 374	.084 .110 363	.107 .042 360
Considera que su deuda actual en las tarjetas de crédito es	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.135 .009 371	1 .000 373	.515 .000 373	.534 .000 372	.115 .029 361	.220 .000 357
Los pagos que realiza a sus tarjetas de crédito son GENERALMENTE	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.133 .010 375	.515 .000 373	1 .000 377	.302 .000 376	.079 .130 365	.145 .006 361
Siente o ha sentido que la deuda en su tarjeta de crédito crece	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.183 .000 374	.534 .000 372	.302 .000 376	1 .000 376	.206 .000 364	.290 .000 360
La ha pasado que ha hecho compras y luego se ha arrepentido	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.084 .110 363	.115 .029 361	.079 .130 365	.206 .000 364	1 .000 367	.279 .000 360
Con qué frecuencia considerara que ha hecho compras con dinero que	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.107 .042 360	.220 .000 357	.145 .006 361	.290 .000 360	.279 .000 360	1 .000 362

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Resultados de la corrida del SPSS

Basado en la corrida anterior, vemos que existe una correlación alta entre:

- El pago de intereses de mora y los pagos que se hacen a la tarjeta, el crecimiento de la deuda en la tarjeta y las compras hechas con dinero que se pensaba ahorrar.
- El saldo de la deuda actual y los pagos que se hacen a la tarjeta, el crecimiento de la deuda en la tarjeta, las compras hechas que luego se ha arrepentido y las compras hechas con dinero que se pensaba ahorrar.

De acuerdo con lo anterior, las respuestas asociadas a sesgo de preferencia por el presente son los pagos que se hacen a la tarjeta, el crecimiento de la deuda en la tarjeta y las compras hechas con dinero que se pensaba ahorrar.

4.3.3 SESGO DE AUTOCONTROL

En este aparte se buscarán los resultados asociados a sesgo de autocontrol y su relación con el tamaño de la deuda y el pago de intereses de mora. Posteriormente buscaremos la correlación de estas respuestas con la deuda y el pago de mora para finalmente determinar cuáles son los factores que tienen mayor relación estadística.

Cuadro 4.13.a
Resultados Generales Sesgo de Autocontrol

	Tarjetas le permiten aumentar consumo	Gasto influenciado por el límite de la tarjeta	Gasta más si paga con tarjeta	Hace compras impulsivas
Total	67%	36%	31%	71%
Sexo				
Femenino	68%	40%	31%	78%
Masculino	65%	30%	30%	60%
Grupo Etario				
Entre 18 y 25 años	67%	39%	30%	70%
Entre 25 y 35 años	72%	46%	30%	81%
Entre 35 y 55 años	66%	32%	31%	68%
Más de 55 años	57%	26%	29%	60%
Educación				
Primaria/Bachillerato	63%	38%	35%	60%
TSU/Licenciatura	63%	37%	29%	70%
Postgrado	72%	33%	31%	75%
Conocimientos Financieros				
Si	66%	34%	31%	69%
No	67%	38%	30%	72%

Fuente: Resultados de la encuesta y cálculos propios

De la muestra tomada parecen ser representativas de la presencia del sesgo el que las tarjetas permiten aumentar el consumo, donde el 67% respondió afirmativamente, y el hacer compras impulsivas, donde respondió afirmativamente

el 71%. El gasto asociado al límite de la tarjeta representó sólo el 36% y el gastar más al usar la tarjeta el 31%. Al realizar los filtros en general las mujeres presentan más los comportamientos y las personas sin conocimientos financieros, mientras que en los otros filtros no hay una tendencia clara.

Cuadro 4.13.b
Resultados Generales Sesgo de Autocontrol

	Deuda Alta cuyas tarjetas le permiten aumentar el consumo	Pago de mora cuyas tarjetas le permiten aumentar el consumo	Deuda Alta que hacen compras impulsivas	Pago de mora que hacen compras impulsivas
Total	81%	72%	82%	75%
Sexo				
Femenino	88%	72%	89%	82%
Masculino	71%	73%	73%	67%
Grupo Etario				
Entre 18 y 25 años	73%	83%	73%	71%
Entre 25 y 35 años	85%	78%	85%	83%
Entre 35 y 55 años	79%	67%	80%	72%
Más de 55 años	83%	78%	92%	78%
Educación				
Primaria/Bachillerato	75%	71%	69%	67%
TSU/Licenciatura	75%	69%	78%	72%
Postgrado	88%	77%	89%	81%
Conocimientos Financieros				
Si	82%	70%	82%	75%
No	79%	76%	83%	75%

Fuente: Resultados de la encuesta y cálculos propios

Al asociar los dos comportamientos más presentes con el tamaño de la deuda y el pago de intereses de mora los porcentajes son bastante cercanos. Entre las personas con deuda alta el 81% considera que la tarjeta le permite consumir más y el 82% hacen compras impulsivas. En el caso del pago de mora el 72% considera que la tarjeta le permite consumir más y el 75% hace compras impulsivas.

Al aplicar los filtros parece estar más presente en las mujeres y en el caso de la deuda alta en las personas con conocimientos financieros. En términos del nivel educativo parece estar más presente en las personas con mayor nivel, mientras que en los grupos de edades no hay una tendencia clara.

Al realizar el análisis estadístico de las respuestas asociadas al sesgo de autocontrol obtuvimos las siguientes correlaciones:

Cuadro 4.14
Correlación respuestas de Sesgo de Autocontrol con tamaño de deuda y pago de mora

		Ha_pagado_i nteréses_d e_mora_en_sus tarjetas_de crédito	Considera_q ue_su_deuda actual_en_la s_tarjetas_de crédito_es	Siente_que_l as_tarjetas_n e_sirvan_p ermiten_ton sumir_más_q ue	Considera_q ue_su_nivel de_gasto_es influenciado por_el_límit e_de	Considera_q ue_cuando_p aga_sus_con sumos_con_l tarjeta_de_cr édito_coo	Hace_compra s_impulsivas	Lleva_control de_sus_gas tos_mensual es
Ha_pagado_intereses_d e_mora_en_sus_tarjetas de_crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 .009 375	.135 .009 371	-.067 .206 362	-.151 .004 364	-.094 .073 363	.088 .095 363	.065 .216 362
Considera_que_su_deud a_actual_en_las_tarjetas de_crédito_es	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.135 .009 371	1 .000 373	-.216 .000 360	-.330 .000 362	-.157 .003 361	.198 .000 361	.011 .026 359
Siente_que_las_tarjetas de_crédito_le_permite n_consumir_más_que_	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-.067 .206 362	-.216 .000 360	1 .000 366	.361 .000 365	.291 .000 363	-.190 .000 363	-.088 .096 362
Considera_que_su_nivel de_gasto_es_influencia do_por_el_límite_de	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-.151 .004 364	-.330 .000 362	.391 .000 365	1 .000 368	.391 .000 365	-.219 .000 365	-.065 .213 364
Considera_que_cuando paga_sus_consumos_co n_tarjeta_de_crédito_co	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-.094 .073 363	-.157 .003 361	.391 .000 362	.391 .000 365	1 .000 366	-.178 .001 364	-.040 .447 362
Hace_compras_impulsiv as	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.088 .095 363	.198 .000 361	-.199 .000 362	-.219 .000 365	-.178 .001 364	1 .000 367	.135 .010 363
Lleva_control_de_sus_g astos_mensuales	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.065 .216 362	.011 .026 359	-.088 .096 362	-.065 .213 364	-.040 .447 362	.135 .010 363	1 366

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

Fuente: Resultados de la corrida del SPSS

A partir de estos resultados, vemos que existe una correlación alta entre:

- El pago de intereses de mora y la influencia del límite de la tarjeta.
- El saldo de la deuda actual y mayor consumo gracias a tarjeta, consumo influenciado por el límite de la tarjeta, mayores compras cuando paga con tarjeta y compras impulsivas.

De acuerdo con lo anterior, las respuestas asociadas a sesgo de autocontrol parece estar más influenciada por el límite de la tarjeta, si bien en el tamaño de la deuda también impactan las compras impulsivas y el hacer mayores compras cuando se usa la tarjeta.

4.3.4 ANÁLISIS FACTORIAL DE LAS RESPUESTAS

Como complemento a los análisis anteriores, se incluyó una corrida de las respuestas obtenidas usando análisis factorial, de manera de determinar cuáles respuestas estas relacionadas y parecen implicar un factor en particular.

Los resultados de la corrida de análisis factorial se encuentran en el anexo 3. Para su elaboración se hicieron varias corridas preliminares donde se tomaron todas las respuestas y se fueron eliminando aquellas que no resultaron significativas. En la corrida definitiva se tomaron las siguientes variables:

- Ingreso futuro suficiente para pagar la deuda de la tarjeta
- Tamaño de la deuda en la tarjeta
- Percepción del crecimiento de la deuda en la tarjeta
- Situación económica del próximo año
- Compras que luego se ha arrepentido
- Compras impulsivas
- Compras con dinero destinado al ahorro
- Pagos que se realizan a la tarjeta
- Programas de premios
- Aumento de límites
- Tamaño del límite actual

- Relación entre aumentos de límite e ingreso futuro
- Nivel de gasto influenciado por la tarjeta de crédito
- Pago de consumos con sus tarjetas lo aumentan

De acuerdo con la tabla de comunalidades todas tienen una importancia semejante.

Al analizar la tabla de varianzas explicadas tenemos que se requieren 11 variables del total de 13 para explicar el 90% de los cambios, lo cual es muy disperso.

Se obtuvo además una matriz de componentes y una matriz de componentes rotados. Dado que las respuestas pueden estar correlacionadas entre ellas, y de hecho lo están, se tomó la matriz de componentes rotados para determinar los factores. La corrida generó 5 factores, a los cuales se nombran por que se infieren a partir de las variables que estaban incluidas en cada uno.

Cuadro 4.15
Factores Obtenidos en el Análisis Factorial

Factor	Variables
1 - Situación financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Ingreso futuro suficiente para pagar la deuda de la tarjeta - Tamaño de la deuda en la tarjeta - Percepción del crecimiento de la deuda en la tarjeta - Pagos que se realizan a la tarjeta
2 - Gasto enfocado al presente	<ul style="list-style-type: none"> - Compras que luego se ha arrepentido - Compras impulsivas - Compras con dinero destinado al ahorro
3 - Influencia de la tarjeta en el gasto	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de gasto influenciado por la tarjeta de crédito - Pago de consumos con sus tarjetas lo aumentan
4 - Crédito en la tarjeta	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de límites

	- Tamaño del límite actual
5 - Ingreso futuro	- Situación económica del próximo año
	- Relación entre aumentos de límite e ingreso futuro

Se puede observar que las respuestas conllevan a que están muy relacionadas las que se refieren a la situación financiera, al gasto enfocado al presente, la influencia de la tarjeta en el gasto, el nivel de crédito en la tarjeta y finalmente el ingreso que se espera en el futuro. En el análisis factorial el único sesgo identificable es el de preferencia por el presente, aunque algunas de las respuestas pueden asociarse al autocontrol.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El comportamiento del venezolano y el uso de su tarjeta de crédito tiene algunas diferencias con los resultados de estudios en otros países. Las personas en Venezuela tienden a tener varias tarjetas y usarlas con frecuencia, y sólo un tercio de los tarjetahabientes son rotadores, es decir, que hacen pagos totales.

Alrededor de la mitad de los encuestados indica que recibió sus tarjetas principalmente por promociones o que el banco las envió sin solicitud, mientras que el 90% dice recibir aumentos de límite sin solicitud, de los cuales la mitad dice que ocurre con frecuencia. Eso indica que existe facilidad para la obtención de este tipo de crédito actualmente en Venezuela,

En términos financieros casi la mitad de la muestra dice tener un tamaño de deuda que considera razonable y un 18% que no se financia. En el pago de intereses de mora la mitad dice pagarlos alguna vez, aunque es frecuente solo en un 7% de los casos y hay un 3% que no sabe si los paga.

Es muy posible que algunos sesgos, como el de optimismo, se vean favorecidos por un entorno económico positivo, especialmente en el periodo de realización de la encuesta, donde el exceso de liquidez en el mercado marcó un fuerte movimiento de consumo en las personas, observable en el movimiento de compras en los comercios. Es por tanto relevante comprender que el estudio busca conocer percepciones de las personas y que estas pueden cambiar en forma significativa en periodos que pueden ser breves en el tiempo. Sin embargo, no deja de ser interesante que aunque en el momento presente la percepción es favorable, a

través de los medios de comunicación se hace énfasis en las dificultades económicas del próximo año, pero ello no parece mitigar el optimismo en buena parte de la muestra. De hecho las preguntas que buscan determinar la existencia del sesgo de optimismo apuntaban a ello en un 49% de los encuestados, que piensan que tanto el ingreso futuro será suficiente para pagar la deuda como que el próximo año será económicamente favorable. Entre estas personas el 57% paga intereses de mora y el 29% considera que su deuda es alta.

El sesgo de preferencia por el presente es observable en la muestra. El 63% de los encuestados ha tenido aumentos inesperados en su deuda entre los cuales el 71% hace pagos parciales o mínimos, lo que debe implicar que no tienen conciencia clara del efecto de los intereses. El 67% dice haber hecho compras y alguna vez haberse arrepentido (de los cuales el 78% hace compras inmediatas cuando desea algo) y el 78% ha usado dinero destinado al ahorro. El observar estos comportamientos en las personas con deuda alta, tenemos que el 70% hacen compras de las que se arrepienten y el 83% compran con dinero destinado al ahorro. En el caso del pago de mora el 72% hacen compras de las que se arrepienten y el 80% usan recursos destinados al ahorro.

El sesgo de autocontrol está definido con compras que exceden el ingreso y con compras impulsivas. El 67% de los encuestados consideran que las tarjetas les permiten gastar más que si no las tuvieran y el 71% hace compras impulsivas. Sin embargo sólo el 31% dice que de hecho compra más cuando usa tarjetas de crédito y el 36% es influenciado por el límite de crédito para su gasto. Al relacionar estos factores con el tamaño de la deuda, tenemos que quienes tienen deuda alta en un 81% consideran que las tarjetas les permiten consumir más y el 82% hacen

compras impulsivas. En el pago de intereses de mora, el 72% consideran que las tarjetas les permiten consumir más y el 75% hacen compras impulsivas.

Al establecer filtros en el análisis encontramos que algunos sesgos están más presentes en las mujeres, especialmente en la preferencia por el presente y el autocontrol, pero no queda claro que las personas con mayor nivel educativo o con conocimientos financieros tengan comportamientos muy distintos al resto.

El análisis estadístico por correlaciones entre las respuestas nos indica que los factores que influyen una deuda alta y el pago de mora son:

- Sesgo de Optimismo: el mantenimiento o no de un fondo de ahorro, el límite de las tarjetas de crédito y el ingreso futuro en capacidad de pago la deuda.
- Sesgo de Preferencia por el Presente: los pagos que se hacen a la tarjeta, el crecimiento de la deuda en la tarjeta, las compras hechas que luego se ha arrepentido y las compras hechas con dinero que se pensaba ahorrar.
- Sesgo de Autocontrol: mayor consumo gracias a tarjeta, consumo influenciado por el límite de la tarjeta, mayores compras cuando paga con tarjeta y compras impulsivas.

Cuando se buscaron factores en las respuestas de la encuesta mediante el uso del análisis factorial no quedan claros los sesgos, ya que se dispersan entre varios factores, aunque el sesgo de preferencia por el presente parece estar más claro.

De todo lo anterior parece importante realizar campañas de concientización financiera en las personas de manera que tengan claro el impacto que los

hábitos asociados a los sesgos de comportamiento estudiados pueden tener en la salud financiera personal asociada a tarjetas de crédito, siendo especialmente importante en aquellas personas que actualmente, en un entorno económico de alta liquidez, ya presentan problemas con el tamaño de la deuda y el pago de intereses de mora.

El estudio presentado puede realizarse periódicamente para detectar cambios en el patrón de comportamiento de las personas, al igual que enfocarse en ciertos sectores o tener una muestra cuyas proporciones se asemejen más a la población. Sin embargo esto último no es información pública, por lo que podría realizarse a nivel de banco, quienes cuentan con la información real y no solo con las percepciones de las personas, especialmente en los aspectos relacionados con el tamaño de la deuda o el pago de mora, lo que haría el estudio más empírico.

BIBLIOGRAFÍA

Libros y Artículos de Revistas.

- Acedo Mendoza, Carlos y Acedo Machado Alfredo. "Instituciones Financieras". McGraw Interamericana de Caracas UCV. 1997.
- Ali, Paul; McRae Cosima y Ramsay, Ian. "Consumer Credit Reform and Behavioural Economics: Regulating Australia's Credit Card". Australian Business Law Review, Vol. 40, No. 2. Mayo, 2012.
- Allais, Maurice. "Le comportement de l'homme rationnel devant le risque, critique des postulats et axiomes de l'école américaine." *Econometrica* 21, pag. 503-546. 1953.
- Ariely, Dan. "Predictably Irrational: the Hidden Forces that Shapes our Decisions". Harper Collins Publishers. 2008.
- Bertrand, Marianne y Morse, Adair. "Information Disclosure, Cognitive Biases and Payday Borrowing". Journal of Finance The University of Chicago Booth School of Business. Working Paper 10-01. 2009.
- Camerer, Colin y Loewenstein, George. "Advances in Behavioral Economics". Russel Sage Foundation. 2004.
- Bar-Gill, Oren. "The Behavioral Economics of Consumer Contracts," 92 *Minnesota Law Review* 749. 2008
- Bar-Gill, Oren. "The Law, Economics and Psychology of Subprime Mortgage Contracts," 94 *Cornell Law Review* 1073. 2009
- Evans, David. "The Behavioral Economics of Paying and Borrowing". *Lyidian Journal*. Enero 2010.

- Epstein, Richard. "Behavioral Economics: Human Errors and Market Corrections". The University of Chicago Law Review. 2006.
- Kahneman, D y Tversky, A. "Intuitive prediction: Biases and corrective procedures". Science, Vol 185. Páginas 1124-1131. 1974.
- Stango, Victor y Zinman, Jonathan. "Exponential Growth, Bias and Household Finance". The Journal of Finance. Vol LXIV N°6. Diciembre 2009.
- Irwin, Timothy. "Implications of Behavioural Economics for Regulatory Reform in New Zealand". New Zealand Law Foundation. Diciembre 2010.
- Morales Vallejo, Pedro. "El Análisis Factorial en la construcción e interpretación de tests, escalas y cuestionarios". Universidad Pontificia Comillas, Madrid. 17 de diciembre de 2012.
- Peón, David y Calvo, Anxo. "Using Behavioral Economics to analyze Credit Policies on the Banking Industry". Universidad de A Coruña. Septiembre 2010.
- Prelec, Drazen y Loewenstein, George. "The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt". *Marketing Science*, Vol. 17, No.8. 1998. p. 4-28.
- Rodríguez, Armando. "Reseña Histórica de las Innovaciones Financieras en Venezuela y en el Mundo". *Revista Economía* N° 17-18. Enero-Diciembre 2001-2002. p. 123-147.
- Stango, Victor y Zinman, Jonathan. "Exponential Growth, Bias and Household Finance". The Journal of Finance. Vol LXIV N°6. Diciembre 2009.
- Tooth, Richard. "Behavioural Economics and the Regulation of Consumer Credit". New Zealand Law Foundation. Agosto 2012.
- Webster, Allen L. "Estadística aplicada a los negocios y economía". Irwing Mc Graw Hill. Tercera edición. 2000.

Publicaciones Legales

- "Ley de Instituciones del Sector Bancario". Gaceta Oficial 39.627 de fecha 28 de diciembre de 2010.
- "Ley de Tarjetas de Crédito, Débito, Prepagadas y Demás Tarjetas de Financiamiento o Pago Electrónico". Gaceta Oficial N°39.021 de fecha 22 de septiembre de 2008
- "Normas que Regulan los Procesos Administrativos Relacionados a la Emisión y Uso de las Tarjetas de Crédito, Débito, Prepagadas y demás Tarjetas de Financiamiento o Pago Electrónico". Resolución 339.08 de la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras. Gaceta Oficial N° 39112, el 3 de Febrero de 2009.
- "Boletín mensual". Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario. Septiembre 2012.
- Banco Central de Venezuela. Resolución N° 09-03-04 Gaceta Oficial 39.150 de fecha 31 de marzo de 2009.
- Banco Central de Venezuela. Aviso Oficial de fecha 7 de mayo de 2009 publicado en Gaceta Oficial 39.174 de fecha 8 de mayo de 2009.
- Banco Central de Venezuela. Circular Características correspondientes a los niveles de las tarjetas de crédito. 5/03/2008.

Páginas Web

- Blog de Dan Ariely. <http://danariely.com/2010/07/10/three-questions-on-behavioral-economics/>

- Sabino Carlos . "El proceso de investigación".

http://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/el-proceso-de-investigacion_carlos-sabino.pdf

- Diario Ultimas Noticias. Carjuan Cruz. "Hay que estar pilas para un mejor uso de la tarjeta". 5 Noviembre 2012.

<http://www.ultimasnoticias.com.ve/movil/detallenota.aspx?idNota=112299>

ANEXO 1- ENCUESTA

Perfil del encuestado

Sexo: Femenino Masculino

Edad:

- 18 a 25 años
- 25 a 35 años
- 35 a 55 años
- Mas de 55 años

Nivel educativo

- Primaria/Bachillerato
- TSU/Licenciatura
- Post-grado

¿Tiene formación en temas financieros?

Si No

Aspectos relacionados con las tarjetas de crédito

1.- Número de tarjetas de crédito que posee actualmente

- Una tarjeta Dos tarjetas Tres tarjetas Mas de 3 tarjetas No tiene

2.- Forma cómo obtuvo principalmente sus tarjetas de crédito

- Solicitud al banco Promoción de una institución (Universidad, colegio de profesionales, etc) El banco la ofreció sin solicitud

3.- Uso de las tarjetas de créditos

Muy frecuente Ocasionalmente Rara vez

4.- Los pagos que realiza mensualmente a sus tarjetas de crédito generalmente son:

- Pago Mínimo Pago Total Mas que el pago mínimo pero menos que el pago total

5.- Cuando hay un programa de premios y promociones (puntos, millas) con sus tarjetas de crédito Usted:

- Comprar más de su promedio normal y usa más la tarjeta
- Comprar más de su promedio normal pero con el mismo uso de la tarjeta
- Compra igual pero usa más la tarjeta (en lugar de otros medios de pago como efectivo)
- No le produce ningún cambio

Mi banco no ofrece esas promociones

6.- El Banco le ha otorgado alguna vez aumentos de límite de crédito que no ha solicitado

- Frecuentemente Alguna vez Nunca

7.- Considera que el límite actual que posee con sus tarjetas de crédito es:

- Alto Bajo Adecuado

8.- Piensa que su ingreso en el futuro será suficiente para pagar sus deudas actuales en tarjetas de crédito:

- Si No estoy seguro

9.- Considera que los aumentos en los límites de sus tarjetas de crédito son un indicador de lo que será su ingreso en el futuro:

- Si No

10.- Considera que su deuda actual en las tarjetas de crédito es:

- Demasiado alta y me crea problemas financieros
- Alta pero manejable
- Razonable, la manejo con facilidad
- No me endeudo, hago pagos totales todos los meses

11.- Piensa que su situación económica futura (en el próximo año) será mejor que la actual:

- Si No

12.- Ha pagado intereses de mora en sus tarjetas de crédito:

- Con frecuencia Alguna vez Nunca No lo sé

13.- Siente o ha sentido que su la deuda de su tarjeta de crédito crece más rápido de lo que esperaba:

- Con frecuencia Alguna vez Nunca

Patrón de consumo

14.- Siente que las tarjetas de crédito le permiten consumir más que si no las tuviera:

- Si No

15.- Considera que su nivel de gasto es influenciado por el límite de su tarjeta de crédito (aumenta el consumo cuando aumenta su límite de crédito):

- Si No

16.- Considera que cuando paga sus consumos con tarjeta de crédito consume:

- Igual Mas

Si consume más, considera que ello se debe a: (Selección múltiple)

- No siente que está gastando su dinero
 Siente que es más fácil comprar con tarjeta que con efectivo
 Siente que tiene más dinero que sólo su ingreso
 Ninguna de las anteriores

17.- La ha pasado que ha hecho compras y luego se ha arrepentido:

- Con frecuencia Alguna vez Nunca

Si le ha pasado, siente que con la tarjeta de crédito es más frecuente:

- Si No

18.- Hace compras impulsivas:

- Con frecuencia Alguna vez Nunca

19.- Con qué frecuencia considera que ha hecho compras con dinero que pensaba ahorrar:

- Con frecuencia Alguna vez Nunca

20.- Cual de las siguientes afirmaciones define mejor su patrón de consumo: (Selección múltiple)

- Compró lo que deseo cuando lo veo, inmediatamente
 Busco varias opciones antes de comprar, aunque tenga que hacer la compra otro día.
 Si no lo necesito, no lo compro

Manejo Financiero

21. Mantiene un fondo de ahorro para imprevistos, educación o la vejez

Si No

22. Lleva control de sus gastos mensuales

Si No

Si responde negativamente, se ha planteado hacerlo en algún momento:

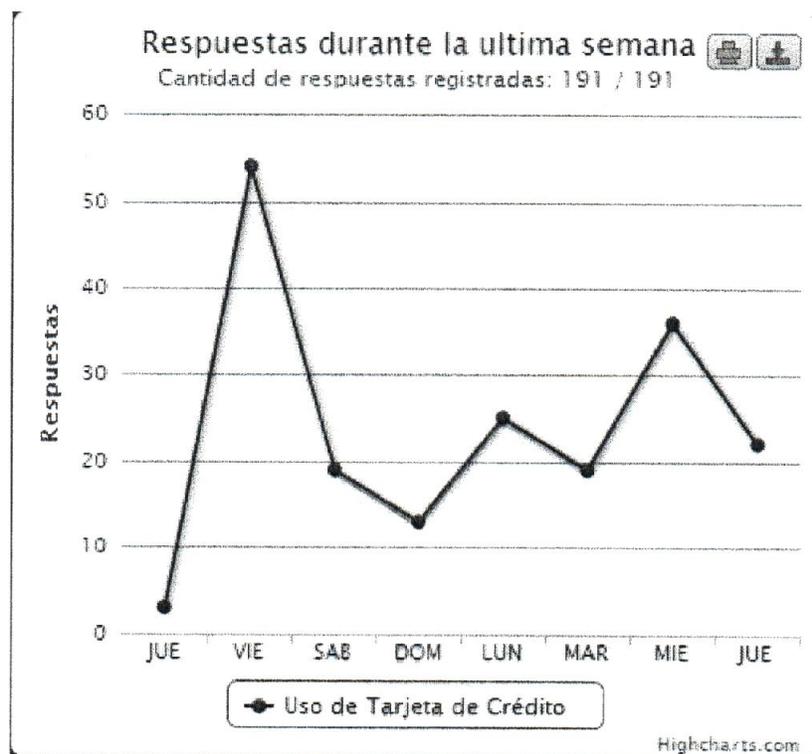
Si No

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

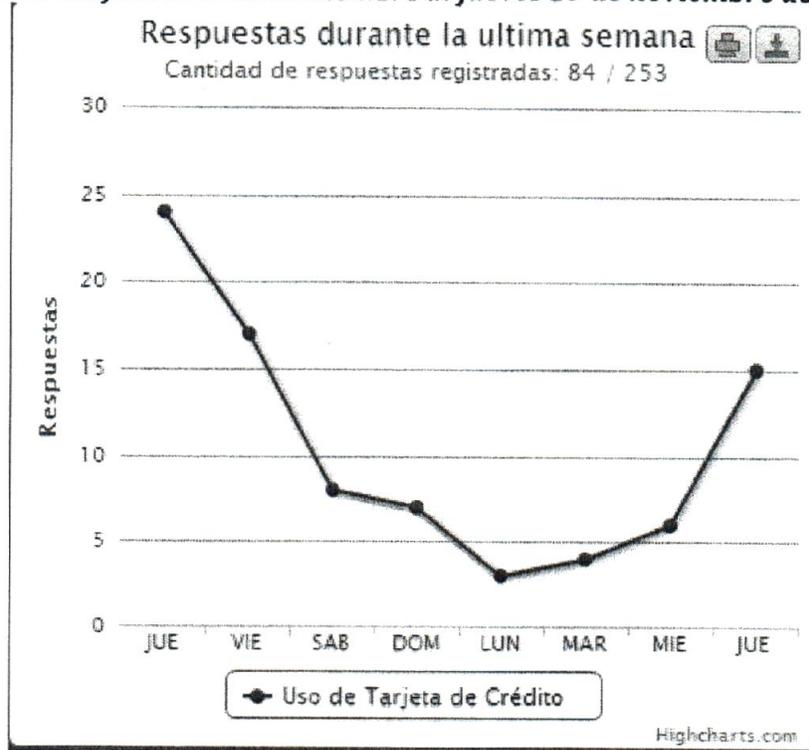
ANEXO 2: GRÁFICOS DE ENCUESTAS REALIZADAS

Los gráficos a continuación se tomaron de la herramienta, cambiando día a día. Dependiendo de la hora en que se tomaron hay disparidades ya que el último día no había cerrado a la hora de bajar el gráfico.

Semana del jueves 15 de noviembre al jueves 22 de noviembre de 2012

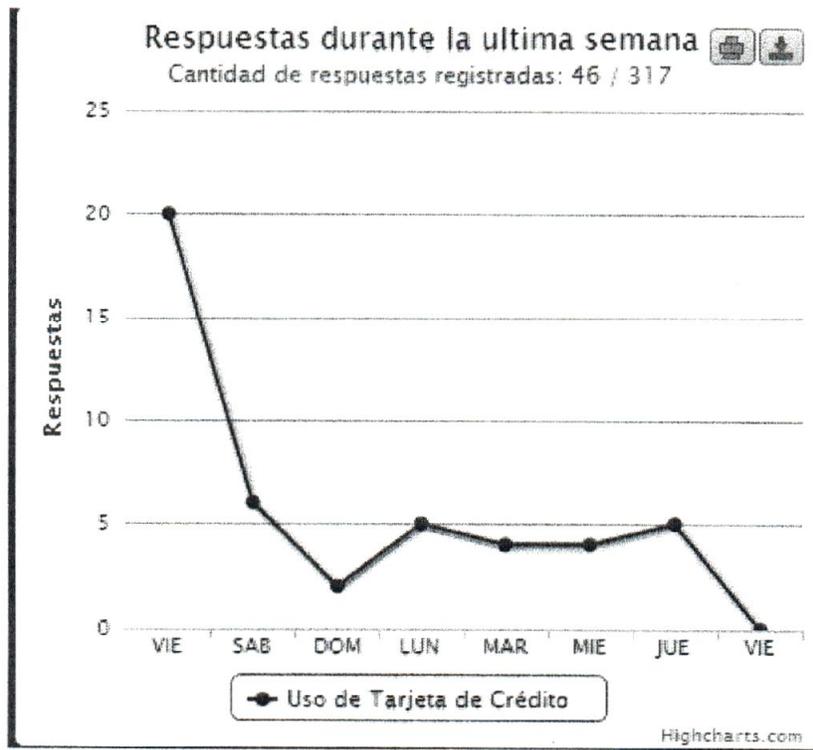


Semana del jueves 22 de noviembre al jueves 29 de noviembre de 2012

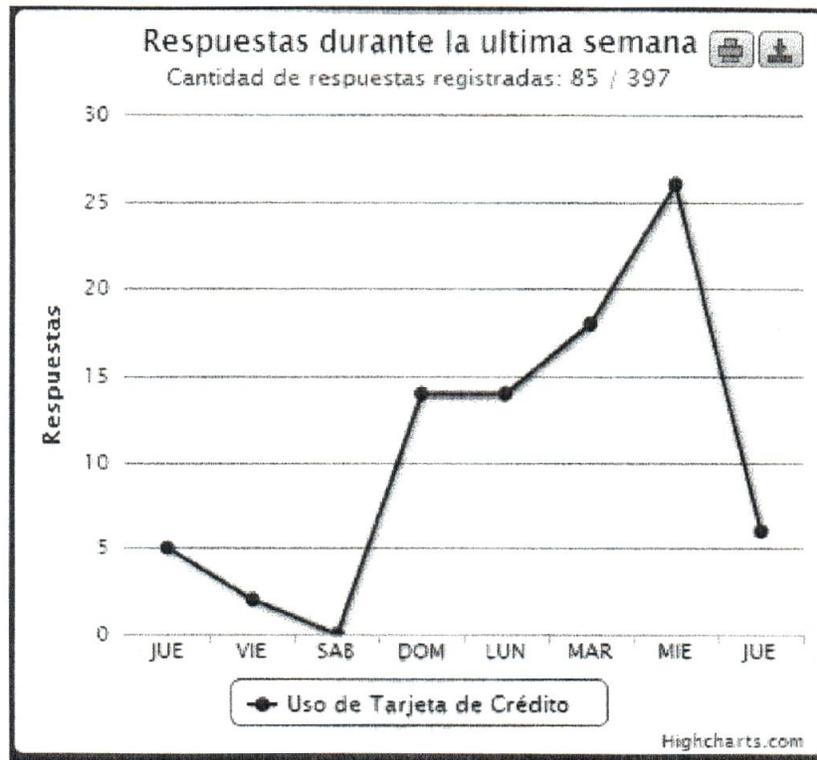


Nota: el jueves 29 se registraron 33 encuestas, al momento de copiar el grafico no había cerrado el día

Semana del viernes 30 de noviembre al jueves 6 de diciembre de 2012



Semana del jueves 6 de diciembre al jueves 13 de diciembre de 2012



Semana del martes 11 de diciembre al martes 18 de diciembre de 2012

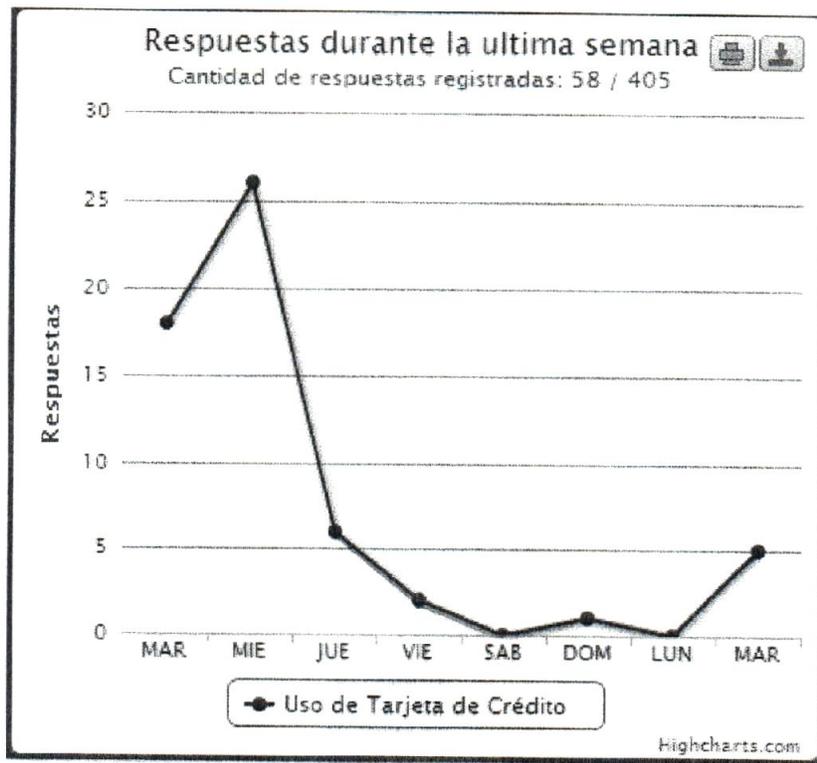
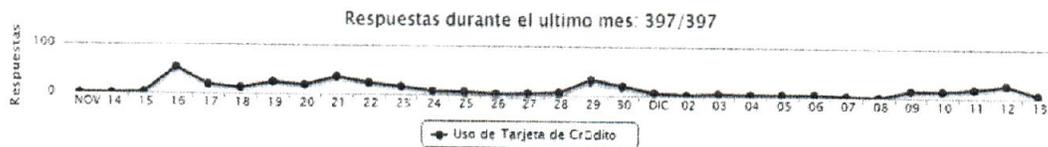


Grafico del 15 de noviembre al 15 de diciembre de 2012



Respuestas diarias

Noviembre		Diciembre	
15	3	1	6
16	54	2	2
17	19	3	5
18	13	4	4
19	25	5	4
20	19	6	5
21	36	7	2
22	24	8	0
23	17	9	14
24	8	10	14
25	7	11	18
26	3	12	26
27	4	13	6
28	6	14	2
29	33	16	1
30	20	18	5

Fuente: resultados de la encuesta en www.portaldeencuestas.com

La herramienta tiene base en España, por lo que el cambio de día se verifica alrededor de 5 horas antes del final del día en Venezuela.

ANEXO 3: ANÁLISIS FACTORIAL

Comunalidades

	Inicial	Extracción
Piensa_que_su_ingreso_futuro_será_suficiente_para_pagar_sus_deudas	1,000	,526
Considera_que_su_deuda_actual_en_las_tarjetas_de_crédito_es	1,000	,665
Siente_o_ha_sentido_que_la_deuda_en_su_tarjeta_de_crédito_crece	1,000	,590
Los_pagos_que_realiza_a_sus_tarjetas_de_crédito_son_GENERALMENTE	1,000	,643
El_banco_le_ha_otorgado_aumentos_de_límite_de_crédito_que_no_ha	1,000	,669
Considera_que_el_límite_actual_que_posee_con_sus_tarjetas_de_crédito	1,000	,671
Siente_que_las_tarjetas_de_crédito_le_permiten_consumir_más_que	1,000	,715
Considera_que_su_nivel_de_gasto_es_influenciado_por_el_límite_de	1,000	,640
La_ha_pasado_que_ha_hecho_compras_y_luego_se_ha_arrepentido	1,000	,542
Hace_compras_impulsivas	1,000	,650
Con_qué_frecuencia_considera_que_ha_hecho_compras_con_dinero_que	1,000	,553
Piensa_que_su_situación_económica_futura_próximo_año_será_mejor	1,000	,543
Considera_que_el_aumento_en_los_límites_de_sus_tarjetas_de_crédito	1,000	,621

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	3,056	23,510	23,510	3,056	23,510	23,510	2,196	16,894	16,894
2	1,425	10,961	34,471	1,425	10,961	34,471	1,726	13,274	30,168
3	1,376	10,584	45,055	1,376	10,584	45,055	1,488	11,444	41,612
4	1,168	8,982	54,037	1,168	8,982	54,037	1,394	10,723	52,335
5	1,003	7,717	61,754	1,003	7,717	61,754	1,224	9,419	61,754
6	,838	6,447	68,201						
7	,794	6,111	74,313						
8	,679	5,221	79,534						
9	,644	4,951	84,485						
10	,562	4,476	88,963						
11	,569	4,373	93,336						
12	,494	3,802	97,138						
13	,372	2,862	100,000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes^a

	Componente				
	1	2	3	4	5
Piensa_que_su_ingreso_futuro_será_suficiente_para_pagar_sus_deud	,513	-,203	,277	,263	,274
Considera_que_su_deuda_actual_en_las_tarjetas_de_crédito_es	,705	-,196	,306	-,170	,080
Siente_o_ha_sentido_que_la_deuda_en_su_tarjeta_de_crédito_crece	,730	-,045	,213	,090	-,038
Los_pagos_que_realiza_a_sus_tarjetas_de_crédito_son_GENERALMENTE	,574	-,413	,241	-,212	,202
El_banco_le_ha_otorgado_aumentos_de_límite_de_crédito_que_no_ha	,075	,738	,313	-,138	,042
Considera_que_el_límite_actual_que_posee_con_sus_tarjetas_de_crédito	,096	,596	,449	-,260	,194
Siente_que_las_tarjetas_de_crédito_le_permiten_consumir_más_que	-,492	-,174	,059	,177	,639
Considera_que_su_nivel_de_gasto_es_influenciado_por_el_límite_de	-,598	,016	,182	,199	,458
La_ha_pasado_que_ha_hecho_compras_y_luego_se_ha_arrepentido	,403	,194	-,488	,101	,308
Hace_compras_impulsivas	,505	,370	-,439	-,026	,255
Con_qué_frecuencia_considera_que_ha_hecho_compras_con_dinero_que	,569	,045	-,453	,069	,133
Piensa_que_su_situación_económica_futura_próximo_año_será_mejor	,268	,045	,361	,570	-,120
Considera_que_el_aumento_en_los_límites_de_sus_tarjetas_de_crédito	,085	,253	-,017	,720	-,174

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 5 componentes extraídos

Matriz de componentes rotados^a

	Componente				
	1	2	3	4	5
Piensa que su ingreso futuro será suficiente para pagar sus deudas	,647	,132	,110	-,022	,278
Considera que su deuda actual en las tarjetas de crédito es	,763	,090	-,252	,095	-,044
Siente o ha sentido que la deuda en su tarjeta de crédito crece	,622	,190	-,321	,089	,237
Los pagos que realiza a sus tarjetas de crédito son GENERALMENTE	,768	,048	-,085	-,092	-,186
El banco le ha otorgado aumentos de límite de crédito que no ha	-,086	,052	-,076	,803	,092
Considera que el límite actual que posee con sus tarjetas de crédito	,105	-,027	,040	,809	-,050
Siente que las tarjetas de crédito le permiten consumir más que	-,068	-,062	,832	-,095	-,071
Considera que su nivel de gasto es influenciado por el límite de	-,220	-,212	,735	,075	,035
La ha pasado que ha hecho compras y luego se ha arrepentido	,056	,733	,004	-,020	,031
Hace compras impulsivas	,070	,771	-,134	,180	-,012
Con qué frecuencia considera que ha hecho compras con dinero que	,203	,671	-,207	-,133	,040
Piensa que su situación económica futura próximo año será mejor	,273	-,101	-,033	,057	,674
Considera que el aumento en los límites de sus tarjetas de crédito	-,150	,130	-,024	-,013	,762

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.