

Efectos de la Ley 5476/15 en el Comportamiento de Compra y uso de la Tarjeta de Crédito en Asunción y Gran Asunción - Paraguay

LIC. FABRIZIO JOSUÉ VEGA AYALA¹

LIC. DANILO FROESE PENNER²

DR. EMILIO IBERBUDEN³

RESUMEN

La tarjeta de crédito es uno de los medios de pago más aceptados en el mundo. Paraguay no es la excepción. Sin embargo, en el año 2015, se dio un caso particular en donde se promulgó una ley, que puso un tope a las tasas de interés en las tarjetas de crédito, llamada Ley 5476/15⁴. Esta investigación de enfoque cuali-cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental contempló un análisis de usuarios de tarjetas de créditos, empresas con actividad en rubros relacionados al consumo de alta rotación y especialistas del mercado comercial/financiero para fortalecer el análisis. Los resultados demostraron que la Ley tuvo un impacto relevante en las finanzas personales de los usuarios, mayormente en población de clase media, media alta y alta; pero en el ámbito de los negocios el nivel de consumo y la aplicación de estrategias comerciales se vio reducida.

Palabras claves: Ley 5476/15 – Finanzas Personales – Tarjeta de Crédito – Consumo – Ventas

1 Fabrizio Josué Vega Ayala es Licenciado en Administración de Empresas egresado de la UEP con desempeño en el campo corporativo y experiencia en el sector gubernamental (fabri_0142010@hotmail.com).

2 Danilo Froese Penner es Licenciado en Administración de Empresas egresado de la UEP con desempeño en el campo del emprendedurismo y gerenciamiento de nuevos negocios (danilofroese@gmail.com).

3 Emilio Iberbuden tiene amplios estudios de grado y postgrado en el ámbito de las ciencias humanas, psico-sociales y empresariales con desempeño en el campo empresarial en materia de dirección ejecutiva, gerenciamiento estratégico, mentoring, liderazgo e innovación sostenible (emilioiberbuden@gmail.com)..

4 Ley 5476/15 es una Ley promulgada en Paraguay que establece normas de transparencia y defensa al usuario en la utilización de tarjetas de crédito y débito.

ABSTRACT

The credit card is one of the most accepted means of payment in the world. Paraguay is no exception. However, in 2015, there was a particular case where a law was enacted, which put a cap on interest rates on credit cards, called Law 5476/15. This research with a qualitative-quantitative approach, descriptive level and non-experimental design included an analysis of credit card users, companies with activity in areas related to high turnover consumption and specialists from the commercial/financial market to strengthen the analysis. The results showed that the Law had a relevant impact on the personal finances of the users, mainly in the middle, upper-middle and upper class population; but in the field of business the level of consumption and the application of commercial strategies was reduced.

Keywords: Law 5476/15 – Personal Finance – Credit Card – Consumption – Sales

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es un abordaje que combina tres grandes áreas dentro del contexto de los efectos de la Ley 5476/15: primero, el comportamiento de compra de los consumidores en el rubro de consumo de alta rotación; segundo, la reacción empresarial en el desarrollo de estrategias comerciales; y tercero, la educación financiera incorporada en la población inserta en una realidad económica regional.

Según Ernesto Sánchez S., la cultura financiera se puede definir como “las habilidades, conocimientos y prácticas que llevamos día a día para lograr una correcta administración de lo que ganamos y gastamos, así como un adecuado manejo de los productos financieros para tener una mejor calidad de vida” (Sánchez Sánchez, 2014).

En el contexto de esta investigación, cabe destacar que estudiar el efecto que produce la incorporación de una normativa legal que ejerce influencia en el ámbito del consumo y el comercio, puede tener varias aristas y posturas divergentes; sin embargo, analizar los efectos pragmáticos ocasionados por este tipo de acciones facilita la generación de conocimientos en el ámbito de las ciencias empresariales que redundan en una contribución a la toma de decisiones.

Considerando la realidad económica dentro de un contexto regional, es relevante precisar que los mayores componentes del producto nacional son el consumo y la inversión. Desde luego,

los países desean altos niveles de consumo en sectores como vivienda, alimentos, educación y esparcimiento. El propósito de la economía es, después de todo, transformar insumos, como el trabajo y el capital en consumo. (Samuelson & Nordhaus, 2010, pág. 416)

En el ámbito del consumo, “las tarjetas de crédito en Paraguay, si bien se volvieron más segmentadas a raíz del efecto negativo que trajo consigo una nueva ley que puso límite de interés, registran un mejor uso, específicamente de la clase alta” (La Nación, 2018). Asimismo, los últimos reportes indican que:

De cerca del 50% de interés que promediaban los intereses de las tarjetas de crédito en el 2015, con la Ley 5476/15 se estableció un tope de hasta tres veces del promedio de la tasa pasiva de los ahorros, quedando en alrededor del 15% en el primer mes de aplicación de la Ley, y llegó a un mínimo del 10,24% en diciembre de 2020 (ABC Color, 2021)

Sin embargo, desde la perspectiva del sector empresarial, la aplicación de la Ley 5476/15 no fue bien recibida a raíz del impacto negativo que tuvo sobre el nivel de ventas y consumo. Esta postura empresarial surgió desde los primeros momentos en que la normativa fue aplicada. En opinión de algunos referentes se mencionan que “la ley que impone un tope a la tasa de interés de las tarjetas de crédito es perjudicial para la economía, porque afecta las ventas y empuja a los sectores de menos ingresos a endeudarse con usureros” (ABC Color, 2018).

Los resultados de esta investigación permiten aportar un escenario dinámico para la reflexión interactiva de diferentes agentes con intereses particulares que deben volcarse en un ámbito de negociación, equilibrio de beneficios para las diferentes partes y creación de condiciones favorables para el desarrollo socioeconómico y comunitario.

METODOLOGÍA

Este artículo aporta resultados obtenidos a partir de la aplicación del método científico durante los procesos de diseño, organización, ejecución y reportes de la investigación realizada.

En términos de características de la tipología aplicada, se puede mencionar que el enfoque mixto de tipo empírico social en un tiempo transversal, priorizando levemente el enfoque cualitativo permitió poder profundizar en las razones del comportamiento,

tanto de los usuarios como también los negocios con relación a la temática investigada.

Como objeto de estudio, técnica e instrumento de recolección de datos se consideraron:

- Una población con actividad de compra en Asunción y Gran Asunción. Es importante considerar que según datos analizados a partir del Global Findex del Banco Mundial, solo el 7% de los paraguayos son propietarios de tarjetas de crédito. (Díaz, 2019). Mientras que solo el 39% de la población se encuentra bancarizada (5Días, 2022). La muestra calculada fue de 385 personas, a quién se le aplicó una encuesta mediante un instrumento de recolección digital.
- Comercios con presencia en la región geográfica analizada que cumplieron con los siguientes criterios de elección: mínimo 5 años de antigüedad en el mercado, debidamente formalizadas, poseen marcas reconocidas y operan en rubros de alta rotación con sistema de venta/cobranza con tarjetas de crédito. Se aplicó una encuesta enfocada en detectar las experiencias de los negocios.
- Profesionales especialistas en el ámbito del mercado comercial/financiero que aportaron mediante una entrevista a profundidad con cuestionarios de preguntas abiertas que facilitaron la integración reflexiva del contexto socioeconómico.

Los objetivos planteados para esta investigación han sido la identificación de los aspectos relevantes en la utilización de tarjetas de crédito a partir de la implementación de la Ley 5476/15 en el contexto del comportamiento de los usuarios y los negocios. Los resultados fueron contratados con aspectos teóricos, permitiendo de tal manera elaborar conclusiones más asertivas.

RESULTADOS

Como aspecto previo a la presentación de resultados, es necesario hacer algunas precisiones sobre la Ley 5476/15.

Cuadro N° 1:
Especificaciones de la Ley 5476/15

Número Ley:	5476
Fecha Sanción:	20/08/2015
Fecha Promulgación:	25/08/2015

Fecha de Publicación	26/08/2015
Tipo de Promulgación:	Normal
Expediente:	Proyecto de Ley “Que Establece Normas de Transparencia y Defensa al Usuario en la utilización de Tarjetas de Créditos”

Fuente: (BACCN, 2015)

Esta Ley tiene como fines principales tanto la consecución de una tutela más efectiva de determinados derechos de los consumidores como la implementación de pautas que garanticen la defensa de los oferentes. En dicho ámbito, dicha ley implementa una serie de reglas a las que necesariamente deben atenerse las entidades emisoras de tarjetas de débito y crédito (Honorable Cámara de Senadores, 2015).

Esta Ley hay tenido fuerte oposición al ser promulgada, cuyos argumentos se pueden agrupar en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 2:
Argumentos iniciales en oposición a la implementación de la Ley 5476/15

Como los costos operativos y la morosidad son proporcionalmente mayores a menor línea de crédito financiada, afectaría principalmente a personas de ingreso bajo y medio bajo, que son las que acceden a líneas de crédito menores.
Muchos clientes hoy bancarizados, dejarán de serlo, porque solo la cuenta de ahorros no justifica los costos involucrados.
Se cortaría parte de la cadena de pagos: bancos, supermercados, tiendas, recaudación tributaria.
Desfinanciaría a los sectores de menores recursos.
Reduciría el consumo
Induciría a una menor formalización y, por ende, menor recaudación fiscal.
La regulación de las tasas podría llevar a una escasez de este tipo de créditos en los sectores de menores ingresos. Esto, a su vez, podría tener como consecuencia el aumento de la demanda de créditos en los mercados no financieros (tiendas) y los informales podrían subir las tasas.
Las tarjetas de crédito son líneas de crédito sin garantía real y las tasas cobradas por las entidades financieras dependen del riesgo de incumplimiento. Aquellos consumidores con mayores ingresos tendrán mayor posibilidad de cumplimiento y menores tasas a diferencia de los de menores ingresos.

Es muy probable que los bancos deban reducir la oferta, ya que la rentabilidad que se podrá obtener no sería suficiente para compensar el riesgo.

Fuente: (ABC Color, 2016)

Seguidamente los resultados más relevantes sobre la investigación realizada:

1. Perfil sociodemográfico del grupo de usuarios analizados en la investigación.

Cuadro N° 3:
Perfil de los usuarios analizados en la investigación

Criterio	Detalle
Edades	42% 18 a 25 años 25% 26 a 33 años 10% 34 a 41 años 8% 42 a 49 años 7% 50 a 57 años 8% 58 o más años
Sexo	37% Mujeres 63% Hombres
Nivel Socioeconómico	4% Ingresos menor al salario mínimo 20% Ingresos igual al salario mínimo 76% Ingresos superior al salario mínimo

Fuente: Elaboración propia.

2. Perfil de las empresas analizadas en la investigación.

Cuadro N° 4:
Perfil de los negocios analizados en la investigación

Criterio	Detalle
Antigüedad	12% 5 años 25% 6 a 10 años 13% 11 a 15 años 50% Más de 15 años
Nivel de facturación mensual	25% Entre Gs. 50.000.000 – Gs. 100.000.000 25% Entre Gs. 100.000.000 – Gs. 300.000.000 25% Entre Gs. 300.000.000 – Gs. 600.000.000 12% Entre Gs. 600.000.000 – Gs. 1.000.000.000 13% Superior a Gs. 1.000.000.000
Cobros semanales con Tarjetas de Crédito (TC)	37% Entre 1 a 50 cobros semanales con TC 38% Entre 50 a 100 cobros semanales con TC 25% Entre 100 a 200 cobros semanales con TC

Fuente: Elaboración propia.

3. Comportamiento de compra relacionado al uso de tarjetas de crédito por parte de los usuarios

a. Cantidad de tarjetas de crédito por usuario analizado

Los resultados de la investigación indican que el 64% de los encuestados poseen una tarjeta de crédito, 17% tienen dos tarjetas, 14% poseen tres tarjetas de crédito y 5% poseen más de tres tarjetas de crédito.

b. Frecuencia en el uso de tarjetas de crédito por usuario

Según los hallazgos, se puede mencionar que el 32% de los usuarios utiliza tarjeta de crédito con una frecuencia de 1 a 10 veces por semana; 4% utiliza entre 10 a 20 veces por semana; 3% utiliza entre 21 a 30 veces por semana; 1% utilizar más de 30 veces por semana; 21% utiliza por lo menos 1 vez al mes; 12% utiliza por lo menos 2 veces al mes; y, 27% afirma que casi nunca utiliza la TC excepto en ocasiones muy específicas (alguna oferta muy grande o un imprevisto).

c. Rubros en que los usuarios utilizan mayormente sus tarjetas de créditos como medio de pago

Cuadro N° 5:
Rubros con mayor uso de tarjeta de créditos

Supermercados	Estaciones de Servicios	Restaurantes	Tiendas de indumentarias/ Equipamientos
33%	31%	20%	16%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados indican que los supermercados y estaciones de servicio poseen mayor participación en el uso de tarjetas de créditos, seguido por los restaurantes y tiendas enfocadas en la venta de ropa, calzados, electrodomésticos, etc.

d. Percepción de nivel de afectación de la Ley 5476/15 a las operaciones comerciales con tarjetas de crédito por parte de los usuarios

El 78% de los usuarios indicaron que posterior a la entrada en vigor de la Ley 5476/15 se redujeron las promociones comerciales para compras con tarjeta de crédito. Otro aspecto resaltado por los usuarios es que a raíz de la ley establecía menores tasas de intereses en compras mediante tarjetas de crédito, incrementaron el uso de esta en un 2% y 12% del grupo analizado estuvo más consciente y dispuesto a considerar nuevas compras con tarjetas de crédito.

e. Categoría de tarjetas de crédito más utilizadas por los usuarios

El 74% de los usuarios indicaron que utilizaban tarjetas de crédito correspondiente a la categoría Clásica; 14% indicaron que utilizaban tarjetas de crédito de categoría Gold/Oro; 11% mencionaron que utilizaban tarjetas de crédito Platinum/Platino; y, 1% indicaron que hacían uso de tarjetas de crédito Black/Negra.

4. Comportamiento de venta relacionado al uso de tarjetas de crédito por parte de los negocios

a. Tasa de venta/cobro mediante tarjeta de crédito por los negocios

La investigación indica que para el 46% de los comercios encuestados el medio de venta/cobro más utilizado es la tarjeta de crédito, el 31% indica que el dinero en efectivo es el más utilizado y el 23% refiere que el medio más utilizado en sus negocios es la tarjeta de débito.

b. Percepción de nivel de afectación de la Ley 5476/15 a las operaciones comerciales con tarjetas de crédito por parte de los negocios

El 54% de las empresas analizadas indicaron que posteriormente a la promulgación de la Ley 5476/15 las operaciones comerciales se vieron afectadas, mientras que el 46% menciona que la promulgación no tuvo mucha incidencia.

c. Procedencia de Tarjetas de Créditos utilizadas por los clientes para la adquisición de productos/servicios.

Los negocios encuestados indicaron la procedencia de las tarjetas de crédito en sus operaciones de venta/cobros corresponden a 70% de bancos, 26% de cooperativas y 4% de financieras. Entre las que resaltan que el 54% corresponden a tarjetas de crédito VISA, 19% a tarjetas de crédito MasterCard, 14% a tarjetas de crédito CABAL, 8% a tarjetas de crédito American Express y 5% a tarjetas varias.

5. Efectos generados por la Ley 5476/15 en el contexto de uso de tarjetas de crédito

a. Percepción sobre los efectos generados por la Ley 5476/15 sobre los negocios

Cuadro N° 7:
Principales efectos generados por la Ley 5476/15 sobre los negocios

Efectos	%
Reducción de alternativas para fraccionamiento de pagos vía tarjeta de crédito	74%
Reducción de ventas por no contar con alternativas de financiamiento vía TC	46%
Afectación sobre el nivel de consumo y desarrollo de negocios vía TC	67%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados indican que los efectos sobre el consumo, comercialización (venta/cobro) y crecimiento en el desarrollo del negocio fueron los efectos más evidenciados por parte de las empresas que formaron parte de esta investigación.

b. Percepción sobre los efectos generados por la Ley 5476/15 en opinión de los usuarios

Cuadro N° 8:
Principales efectos generados por la Ley 5476/15 según percepción de usuarios

Efectos	%
Reducción en el uso de Tarjetas de Crédito	17%
Reducción en el uso de Tarjetas de Crédito	17%
Incremento en el uso de Tarjetas de Crédito	9%
Conciencia en el uso de Tarjetas de Crédito	24%
Disminución de promociones comerciales para Tarjetas de Crédito	17%
Disminución en la emisión de Tarjetas de Crédito por entidades	6%

Fuente: Elaboración propia

Los efectos con mayor impacto según los usuarios de tarjetas de crédito fue un incremento en cuestiones de responsabilidad y conciencia en la administración personal; mientras que, por el lado del consumo, los usuarios observaron una reducción de promociones y ofertas especiales para compras con tarjetas de crédito.

c. Percepción sobre los efectos generados por la Ley 5476/15 sobre las entidades emisoras

Cuadro N° 9:
Principales efectos generados por la Ley 5476/15 sobre las entidades emisoras

Efectos	%
Mayor compromiso con la responsabilidad social hacia sus clientes	2
Incremento de los ingresos por operaciones con tarjetas de crédito	2
Reducción en el uso de las tarjetas de crédito por parte de sus clientes	4
Reducción de la rentabilidad ocasionada por las tarjetas de crédito	83
Reducción en la diversificación de innovaciones a base de tarjetas de crédito	9

Fuente: Elaboración propia

El principal efecto generado en las entidades emisoras fue la drástica reducción de la rentabilidad en los acciones de negocios que incluían la tarjeta de crédito como parte del esquema comercial. Motivo por el cual, las opciones de financiamiento enfocadas bajo esta modalidad fueron descontinuadas en el mercado.

d. Percepción sobre los efectos generados por la Ley 5476/15 sobre las condiciones generales del mercado

Los resultados obtenidos en la investigación muestran que el mercado ha experimentado los siguientes efectos:

- Incremento de la protección del consumidor ante efectos financieros ocasionados por los altos niveles de interés y endeudamiento ocasionados por el uso de tarjetas de crédito en tiempos previos a la implementación de la Ley 5476/15
- Los emisores de tarjetas de crédito se vieron afectados negativamente por la Ley 5476/15 por la reducción de sus niveles de rentabilidad.
- Los negocios se vieron afectados por la Ley 5476/15 por una desaceleración en el consumo.

CONCLUSIÓN

Todos los días, cada persona toma decisiones concernientes a cada aspecto de la vida. No obstante, generalmente tomamos estas decisiones sin detenernos a pensar sobre cómo lo hacemos y lo que implica ese proceso de toma de decisiones en particular (Schiffman & Lazar Kanuk, 2010, pág. 460). La actualidad refleja

un mercado dinámico, de rápida evolución y constante desarrollo, es fundamental conocer aspectos del consumidor para dirigir los esfuerzos a realizar dentro de la economía.

El comportamiento del consumidor implica un proceso, es decir, una sucesión de etapas relacionadas cuya descomposición y estudio pormenorizado permite conocer las causas, variaciones y resultados de las acciones de consumo. Estos procesos que caracterizan al comportamiento del consumidor son, en realidad, procesos de intercambio entre el consumidor y una productora de bienes y servicios (Maya, 2000, pág. 43)

El crédito es una herramienta disponible en el mercado financiero mediante el cual las personas acceden a recursos que les permiten adquirir otros recursos comprometiéndose a retornar el monto prestado sumado a intereses a favor del proveedor del crédito. Este factor es un elemento que genera satisfacción al usuario de este. En una economía en constante crecimiento, el crédito juega un papel fundamental en los consumidores dentro del circuito económico, ya que este permite que las personas, las empresas y el Estado mismo puedan tener acceso a recursos que hoy no lo tienen, y tal vez tardarían mucho tiempo en obtenerlas.

En el contexto de esta investigación, se logró apreciar que una de las modalidades electrónicas de pago más extendidas y desarrolladas últimamente son las tarjetas, ya sea de débito o de crédito. La primera hace uso de la cantidad de efectivo con la que cuenta un consumidor en su cuenta bancaria al momento de su compra. La segunda hace utilización de un crédito que debe ser pagado por el comprador en un futuro, que muchas veces tiene un costo en concepto de intereses (Ramírez, 2021)

Las tarjetas de créditos posibilitan básicamente un acceso rápido al crédito para destinarlo al consumo. Para acceder a este producto financiero, existen por parte de las entidades emisoras una serie de requisitos que establece el dador del crédito, o en este caso, el emisor de la tarjeta de crédito, en función a numerosas variables con el objetivo es reducir al máximo el riesgo de no recuperar el dinero prestado al consumidor.

Desde sus inicios, la tarjeta de crédito fue un incentivo al consumo o la motivación a la adquisición de bienes o servicios por los consumidores. En contrapartida, el nivel de endeudamiento por causa del uso de las tarjetas de créditos en el año de promulgación de la Ley 5476/15 promediaba el 16,6% (Bernal, 2015) haciendo necesario desde la perspectiva del cuidado al consumidor generar mecanismos para reducir esos niveles.

Las tarjetas de créditos en los países más desarrollados tienen un papel fundamental en el impulso de la economía a través de

las mayores facilidades para la adquisición de bienes y servicios; y esto genera un crecimiento en la demanda de los distintos rubros del mercado. Detrás de todo esto existe una cultura financiera que respalda el uso de las tarjetas y políticas que colaboran para el beneficio de las partes.

En la actualidad, la educación financiera puede representar uno de los motores de mayor influencia para el desarrollo social y económico, pues permite la generación del capital humano con los conocimientos necesarios para tomar las decisiones financieras adecuadas.

BIBLIOGRAFIA

- 5Días. (2022). *La bancarización en Paraguay llega apenas al 39%*. Obtenido de Diario 5Días: <https://www.5dias.com.py/locales/la-bancarizacion-en-paraguay-llega-afenas-al-39>
- ABC Color. (19 de Septiembre de 2016). *Las tarjetas de crédito y los posibles impactos de la nueva ley de regulación*. Obtenido de Diario ABC Color: <https://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/economico/las-tarjetas-de-credito-y-los-posibles-impactos-de-la-nueva-ley-de-regulacion-1409589.html>
- ABC Color. (26 de Febrero de 2018). Obtenido de Diario ABC Color: <https://www.abc.com.py/edicion-impresa/economia/empresario-dice-que-ya-se-demostro-que-la-ley-de-tarjetas-es-perjudicial-1678351.html>
- ABC Color. (29 de Junio de 2021). *Baja el interés para el tarjeteo y se consolida como la opción de préstamo más barata*. Obtenido de Diario ABC Color: <https://www.abc.com.py/nacionales/2021/06/29/baja-el-interes-para-el-tarjeteo-y-se-consolida-como-la-opcion-de-prestamo-mas-barata/#:~:text=Las%20tasas%20de%20inter%20para,exceder%20del%2033%2C22%25>.
- BACCN. (17 de Diciembre de 2015). *Ley N° 5476*. Obtenido de Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación: <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/4461/ley-n-5476-establece-normas-de-transparencia-y-defensa-al-usuario-en-la-utilizacion-de-tarjetas-de-credito-y-debito>
- Bernal, K. (31 de Agosto de 2015). *El 17% de los clientes de tarjetas de crédito son morosos, según el BCP*. Obtenido de Ultima Hora: <https://www.ultimahora.com/el-17-los-clientes-tarjetas-credito-son-morosos-segun-el-bcp-n926281.html#:~:text=3%2C010%20billones%2C%20la%20deuda%20promedio,5.311.477>.

- Díaz, D. (09 de Abril de 2019). *¿Por qué en Paraguay solo el 7% de la población tiene tarjeta de crédito?* Obtenido de InfoNegocios: <https://infonegocios.com.py/nota-principal/por-que-en-paraguay-solo-el-7-de-la-poblacion-tiene-tarjeta-de-credito>
- Honorable Cámara de Senadores. (24 de Setiembre de 2015). *Proyecto de Ley 5476/15. Obtenido de Honorable Cámara de Senadores Paraguay*: [http://odd.senado.gov.py/archivos/file/Proyecto%20de%20Ley%20\(Que%20Modif%20el%20Art%209%20de%20la%20Ley%20Nro%205476-15%20Tarjeta%20de%20Credito\)\(2\).pdf](http://odd.senado.gov.py/archivos/file/Proyecto%20de%20Ley%20(Que%20Modif%20el%20Art%209%20de%20la%20Ley%20Nro%205476-15%20Tarjeta%20de%20Credito)(2).pdf)
- La Nación. (09 de Junio de 2018). *Interés de tarjetas de crédito, entre los más bajos de la región.* Obtenido de Diario La Nación: https://cdn-www.lanacionpy.arcpublishing.com/negocios_edicion_impresa/2018/06/10/interes-de-tarjetas-de-credito-entre-los-mas-bajos-de-la-region/
- Maya, S. (2000). *El comportamiento del Consumidor en Marketing*. Bogotá, Colombia: Planeta.
- Ramírez, A. (01 de Agosto de 2021). *¿Cuántas formas de pago existen?* Obtenido de InformaBTL: <https://www.informabtl.com/cuantas-formas-de-pago-existen/>
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). *Economía*. México DF, México: McGraw-Hill Interamericana.
- Sánchez Sánchez, E. (2014). *La cultura financiera y la estadística.* Obtenido de Repensar la cultura financiera: https://repensarlaculturafinanciera.files.wordpress.com/2014/08/la_cultura_financiera_y_la_estadistica_blog_.pdf
- Schiffman, L., & Lazar Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. México DF, México: Pearson Educación.