

Preferencia sobre medios de pago desde la percepción de los residentes en el Paraguay, año 2023

Preference on methods of payment from the perception of residents in Paraguay, year 2023

Chap Kau Kwan Chung
Universidad Americana, Paraguay
ORCID ID: 0000-0002-5478-3659
wendy505@hotmail.com

Juan Antonio Moreno Mareco
Universidad Politécnica y Artística del Paraguay, Paraguay
ORCID ID: 0000-0001-7019-4427
jamoreno@eco.una.py

Myrna Ruiz Díaz Vega
Universidad del Pacífico, Paraguay
myrna.ruizdiaz@upacifico.edu.py

Miguel Ángel Alegre Brítez
Universidad Autónoma de Asunción, Paraguay
ORCID ID: 0000-0003-4265-9391
malegre@uaa.edu.py

Federico Nicolás Domínguez Méndez
Universidad Americana, Paraguay
ORCID ID: 0000-0002-1663-293X
mdnf89@gmail.com

Samira Mabel Torres Galeano
Universidad Americana, Paraguay
ORCID ID: 0000-0003-4810-8670
torressami03@gmail.com

Recibido: 15/07/2024 – Aceptado: 20/06/2025

<https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a02>



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia Creative Commons

Autor para correspondencia: Derlis Daniel Duarte Sánchez, e-mail: duartesanchezderlisdaniel@gmail.com

Citar como: Kwan Chung, C. K., Moreno Mareco, J. A., Ruíz Díaz, M., Alegre Brítez, M. A., Domínguez Méndez, F. & Torres Galeano, S. (2025) Preferencia sobre medios de pago desde la percepción de los residentes en el Paraguay, año 2023. *Revista de Análisis y Difusión de Perspectivas Educativas y Empresariales*, 5 (11): 24-42,
<https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a02>

RESUMEN

El objetivo es determinar la preferencia sobre los medios de pago desde la percepción de los residentes en el Paraguay, 2023. Se optó por un enfoque cuantitativo, transaccional y descriptivo. Se encuestó a 149 personas mediante un cuestionario de 25 preguntas (9 sociodemográficas y 16 preguntas sobre los medios de pago) por conveniencia en 2023. Los criterios de inclusión fueron: personas con residencia en el Paraguay y con participación voluntaria. El único criterio de exclusión fue de residir en el extranjero. Los resultados más relevantes fueron: se refleja que en lugares de compras de primera necesidad como despensas (83,3%), mercados municipales (80,7%) y supermercados (61,3%) optan hacerlo en efectivo. Además de otros servicios como compras mínimas de 20.000 Gs. (81,3%) y los pagos de servicios domiciliarios (85,3%). Sin embargo, utilizan la transferencia bancaria en compras de casa (54%) y pasajes (44%) y, tarjetas de débito en supermercados (62%) y shoppings (64%). No obstante, el Bitcoin es el menos utilizado. Se concluye que la aceptación los medios de pago online depende del grado en que los consumidores las perciban como seguras, de fácil uso y al alcance de sus manos.

Palabras Clave: medios de pago, comportamiento de pago, Paraguay.

ABSTRACT

The objective is to determine the preference on the methods of payment from the perception of residents in Paraguay, 2023. A quantitative, transactional and descriptive approach was chosen. 149 people were surveyed through a questionnaire of 25 questions (9 sociodemographic and 16 questions about the means of payment) for convenience in 2023. The inclusion criteria were: people residing in Paraguay and with voluntary participation. The only exclusion criterion was residing abroad. The most relevant results were: it is reflected that in places of basic necessity purchases such as pantries (83.3%), municipal markets (80.7%) and supermarkets (61.3%) choose to do so in cash. In addition to other services such as minimum purchases of 20,000 Gs. (81.3%) and home service payments (85.3%). However, they use bank transfers for home purchases (54%) and tickets (44%), and debit cards in supermarkets (62%) and shopping malls (64%). However, Bitcoin is the least used. It is concluded that the acceptance of online payment methods depends on the degree to which consumers perceive them as safe, easy to use and within reach of their hands.

Keywords: payment methods , payment behaviour, Paraguay.

Pagar es algo que hacemos a diario, están tan incorporado en nuestro día a día que apenas se toma conciencia de ello, la mayoría de las actividades realizadas durante el día conlleva implícitamente un pago (abordar un autobús, taxi, retirar efectivo de un cajero automático, llamar por teléfono, almorzar, etc.). La importancia de este procedimiento de negociación ha justificado el estudio de diversos modelos y herramientas a lo largo de los últimos años. Los pagos y los medios de pago se han convertido en una industria particularmente importante para los bancos, no solo porque es una sustancial fuente de ingresos, sino también porque marca la diferencia a la hora de atraer y retener clientes (Santomá Juncadella, 2004). Rus Arias (2020) define medios de pago como un instrumento o artículo que le permite comprar bienes, contratar servicios o cancelar diversas obligaciones de deuda, por lo tanto, se puede considerar el dinero o una tarjeta de crédito una forma que permite comprar cosas o pagar deudas. Algunos autores como Valverde y Fernández (2016) lo entienden como la herramienta más significativa de la interacción económica y social. Al mismo tiempo, otros como Pérez et al. (2016) describen a los medios de pago como instrumentos de uso constante y presentes a lo largo del día usado por las familias (al adquirir bienes y servicios), por las empresas (al momento de pagar insumos y salarios) y por el Gobierno (al pagar subsidios y al cobrar impuestos). En palabras de Jallath & Negrín (2016)

son herramientas necesarias para los actores económicos para pagar la adquisición de bienes, servicios y activos financieros.

El medio de pago más antiguo es el efectivo o dinero físico, billetes y monedas (Avendaño et al., 2016; Cabezas & Jara, 2021), sin embargo, la revolución tecnológica ha abierto alternativas de pagos sin hacer uso del efectivo con nuevos métodos innovadores que mejoran e integran los métodos existentes, extendida en todo el mundo y producida de manera dinámica en la economía y en el sistema financiero (Valencia, 2016). Entre los factores que provocan este cambio, se pueden distinguir: la tecnología, el creciente uso de la tecnología móvil, crea una demanda de nuevos productos y servicios adaptados a un nuevo estilo de vida que utiliza más tecnología y smartphones; las condiciones macroeconómicas, impulsan la innovación en los métodos de pago, ya que las instituciones financieras se enfrentan a la presión de reducir los ingresos en un entorno con tipos de interés y costes bajos; la regulación, adaptación de las normativas a las nuevas innovaciones y por último; lo social, a medida que las generaciones más jóvenes se vuelven más conocedoras de la tecnología y más exigentes generan cambios en la industria (Soto Pacheco & Botía Martínez, 2020).

En los últimos años, los tipos de pago han revolucionado, se han vuelto cada vez más diversos, ya no es solo pago en efectivo, sino también, se suma la aparición de los medios electrónicos de pago a una velocidad sin precedentes permitiendo a los agentes de la economía transferir fondos de forma rápida, fácil y segura y de manera anónima surgida con la aparición del comercio electrónico (Greene et al., 2014; CPSS, 2003; AFP, 2010, 2015, Pastor, 2020). En este punto se vuelve necesario mencionar que los medios electrónicos de pago se encuentran compuesto por dos sistemas de pago: 1. de alto valor, corresponden a liquidaciones de las obligaciones de carácter urgente ejecutados en los mercados financieros (Martín, 2005; Cronin, 2011) y; 2. los de bajo valor, conciernen a liquidaciones de las obligaciones de carácter no urgente de tarjetas de crédito y débito, cheques y transferencias electrónicas de dinero (Morales, 2011; CPSS, 2003). Es así, que la facilidad de comprar por internet y el acceso a redes sociales han impulsado el comercio electrónico donde los agentes económicos pueden elegir la modalidad de pagos a realizar al momento de adquirir artículos o productos que se deseen mediante el uso tarjetas de débito o crédito, cheques, transacciones bancarias o dinero metálico en función al momento de pago y el soporte que maneje de manera segura, práctica y barata (Franco, 2020).

Entre los principales instrumentos que se encuentran presentes en la economía paraguaya se tienen: Efectivo, Cheque bancario, Giro, Transferencias bancarias, Tarjeta de débito, Tarjeta de crédito, Tarjetas de marca privada, Débito automático, Cupón de pago, Sistema de prepago, Código QR, Pago por biometría, PayPal, Banca móvil, Pago online, Moneda virtual o digitales, Boca de cobranzas, y Cheque viajero.

Dada la trascendencia que los medios de pagos han tenido a lo largo del tiempo y más aún en la pandemia del COVID-19, el objetivo de esta investigación radica en determinar la preferencia sobre los medios de pago en la población paraguaya, año 2023.

REVISIÓN DE LITERATURA

Los medios de pago son como instrumentos más significativos y necesarios utilizados en la economía por la población en general (consumidores, familias, empresas y gobierno) de manera constante a lo largo del tiempo, permite comprar bienes, contratar servicios o pagar obligaciones de deudas (Rus Arias, 2020; Valverde y Fernández, 2016; Pérez et al., 2016; Jallath y Negrín, 2016). Se puede distinguir un sistema de pago antes de la aparición del comercio electrónico que comprende normalmente el efectivo (Cabezas y Jara, 2021; Dock.tech., 2022), siendo la forma más antigua y extendida de pago en el mundo por su simplicidad. Entendido como el dinero físico conformado por billetes y monedas emitidos por

un banco central, siendo la forma más común de pago puesto que no necesita de intermediarios y no conlleva a costes administrativos. Luego de la aparición del comercio electrónico, los sistemas de pagos se han vuelto digitales que rompen con el esquema tradicional teniendo como base la conexión a internet mediante el uso de diversos dispositivos, que se pueden conectar desde cualquier parte y en todo momento. Este sistema de pago online permite realizar transacciones de productos y servicios sin la necesidad de utilizar dinero en efectivo sino diversos medios electrónicos de pago a una velocidad sin precedentes (Greene et al., 2014).

Los principales sistemas de pago utilizados por la población paraguaya comprenden: Cheque bancario, es una orden de pago pura y simple, diferido contra un Banco, en el cual el librador debe poseer suficientes fondos depositados en cuenta corriente bancaria (Ley N° 805/96); Giro, es un servicio para el envío y recepción de dinero a nivel nacional e internacional, normalmente supone una transferencia en efectivo (RAE, 2023); Transferencias bancarias, consisten en envíos de dinero realizados desde la cuenta bancaria de la empresa (pagador) a otra persona (el destinatario) siguiendo las instrucciones del cliente (BBVA, 2015); Tarjeta de débito (dinero electrónico o dinero plástico), es un instrumento financiero emitido por un banco que posibilita a los clientes acceder al saldo bancario vinculada a la tarjeta (Gil, 2016); Tarjeta de crédito (dinero electrónico o dinero plástico), es un instrumento financiero emitido por un banco que adelanta dinero al cliente, quien deberá reintegrar al mes siguiente, que le permite comprar productos o consumir servicios (Gil, 2016); Tarjetas de marca privada, es una línea de crédito que permite al portador la oportunidad de ofrecer mejores ofertas y relaciones con los clientes (Dock.tech., 2022).

Débito automático, es un servicio que permite pagar facturas de manera automática de manera mensual mediante una tarjeta crédito o débito en cuenta sin necesidad de preocuparse por fechas límite de pago o el tiempo demorado haciendo fila (BBVA, 2022); Cupón de pago, es un documento impreso que permite al consumidor conseguir descuentos u obsequios al momento de realizar una compra (Isern et al., 2012); Sistema de prepago, es un pago que se realiza por adelantado del producto o servicio que se adquiere (RAE, 2023); Código QR, son códigos de barras bidimensional que compila informaciones de manera fácil y sencilla para el usuario desde un dispositivo móvil (Jiménez, 2012; Serrano y Leiva, 2012; Kwan Chung et al., 2022, 2023); Pago por biometría, se basa en la verificación y validación de la identidad del usuario ya sea a través del reconocimiento de huella dactilar, reconocimiento de voz, rasgo facial o reconocimiento ocular, rasgos de las firmas entre otros patrones, de manera a prevenir el fraude y reducir los costes operacionales (López, 2018); PayPal, es un servicio global que aprueba enviar pagos a la cuenta del vendedor mediante una tarjeta de crédito sin compartir información financiera del usuario que cuenta con gran aceptación y soporte en todo el mundo siendo necesario solo contar con una cuenta de correo electrónico (PayPal, 2023); Banca móvil, es un servicio que permite al cliente realizar una variedad de transacciones de forma remota por medio de canales digitales y analógicos con su banco de manera ágil y conveniente generalmente las 24 horas del día (BBVA, 2015); Pago online, es un intercambio de valor realizada por medios electrónicos, donde una persona puede realizar compras por internet o pagar factura de servicios en internet (De Ramos Arahuetes, 2015).

Moneda virtual o digital, es un medio de pago digital que permite el intercambio de bienes y servicios mediante un sistema de transacciones electrónicas sin la necesidad de contar con un intermediario, extraída por intermedio de un proceso denominado minería conectada a una red mundial (De Ramos Arahuetes, 2015); Boca de cobranzas, es un servicio que permite la generación de transacciones de manera fácil por la disposición de puntos en diferentes lugares del país y; Cheque viajero, son cheques utilizados anteriormente por los turistas expedidos por instituciones y canjeable por efectivo si los usuarios no tienen una moneda aceptada en el país que visitan (Westreicher, 2018).

Se vuelve preciso mencionar algunos estudios científicos que se han realizado relacionados a los sistemas de pago y en especial a los sistemas de pago online. Por ejemplo: investigaciones sobre los factores que influyen en la aceptación de los usuarios/clientes en cuanto a los sistemas de pago móviles (Zmijewska et al., 2004; Dahlberg et al., 2003), la economía de los pagos móviles (Au & Kauffman, 2008). En cuanto al contexto nacional, se tiene trabajos sobre el ranking de las formas de pago en Paraguay (FOCO, 2021), pagos digitales en el mercado paraguayo (Marketdata, 2022), utilización del código QR como medios de pago (Kwan Chung et al., 2022, 2023).

METODOLOGÍA

Se optó por un enfoque cuantitativo de corte transaccional y descriptivo. Se tomó como población a 7.453.695 habitantes que residen en el territorio paraguayo (Instituto Nacional de Estadísticas [INE], 2022) cuya muestra arrojó a 168 participantes calculado bajo un nivel de confianza del 93%, margen de error del 7% y grado de heterogeneidad del 50%. Se obtuvo únicamente 158 respuestas (94%) y de esta cifra solo se pudo analizar 149 (89%) puesto que se excluyeron 9 encuestas por no haberse completado correctamente. Los criterios de inclusión fueron: personas con residencia en el Paraguay y con participación voluntaria. El único criterio de exclusión fue de residir en el extranjero. La técnica de recolección de datos fue a través de la encuesta, utilizando un instrumento de 25 preguntas semi estructuradas (9 sociodemográficas y 16 preguntas sobre los medios de pago) vía Google form por conveniencia en enero de 2023. Ver Cuadro 1.

En cuanto al procedimiento de la recolección de datos, se tuvieron en cuenta los siguientes pasos: 1. Se elaboró el instrumento de acuerdo al objetivo del tema de investigación; 2. Luego, dicho instrumento fue validado por dos expertos del área empresarial; 3. Se procedió a reajustar las preguntas de selección múltiple de acuerdo a las sugerencias recibidas; 4. El armado del cuestionario fue realizado mediante Google form para luego proceder con el envío del enlace a los participantes (conocidos de los autores) mediante WhatsApp; 5. La tabulación y análisis de los datos fue hecho con Microsoft Excel y los gráficos fueron extraídos desde el Google form propiamente dicho.

Cuadro 1. Preguntas realizadas a los participantes de la encuesta (n=149)

#	Pregunta	Respuesta
1	Sexo	Masculino/Femenino
2	Estado civil	Casado/a; Soltero/a; Concubinado/a; Separado/a; Viudo/a
3	Edad (años)	Menor de 18; 18-27; 28-37; 38-47; 48-57; 58-67; Mayor a 67
4	Nacionalidad	Abierta
5	Ciudad donde reside	Abierta
6	Educación	Primaria; Secundaria; Terciaria Técnico; Terciaria Grado; Terciaria Maestría; Terciaria Doctorado; Postdoctorado
7	Profesión	Abierta
8	Ingresos (Gs)	Menos de 2.500.000; 2.500.000-4.500.000;

		4.500.001-6.500.000; 6.500.001-8.500.000; Más de 8.500.000
9	Estado actual	Con trabajo; Sin trabajo; No necesita trabajar y Jubilado
10	Cuando realiza una compra en el supermercado, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	(Puede marcar más de una opción)
11	Cuando realiza una compra en el mercado (Mercado de abasto, Mercados municipales, etc.), usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	Efectivo; Cheque; Giro; Transferencia bancaria; Tarjeta de crédito; Tarjeta de débito; Tarjetas de marca privada; Débito automático; Cupón de pago; Prepago; Código QR; Pago por biometría; PayPal; Banca móvil; Pagos online; Moneda virtual; Boca de cobranzas y Cheque viajero.
12	Cuando realiza una compra en la despensa, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
13	Cuando realiza una compra en el Shopping, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
14	Cuando va a un Restaurante/Cafetería/Bar, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
15	Cuando paga por un servicio de telefonía/servicios médicos/cuotas varias, etc., usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
16	Cuando realiza una compra online, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
17	Cuando realiza una compra mínima de 20.000 gs, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
18	Cuando realiza una compra igual o mayor a 1.000.000 gs, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
19	Cuando realiza la compra de una casa/departamento, etc., usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
20	Cuando realiza una compra de pasaje en una agencia de viaje, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
21	Cuando realiza una compra desde el exterior, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
22	Cuando ingresa a un parque de diversiones, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
23	Cuando realiza un pago de salario, usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
24	Cuando realiza un pago de servicios domiciliarios a electricista/plomero/albañil, etc., usted lo prefiere pagar bajo la/s siguiente/s modalidad/es	
25	Cuando realiza un regalo monetario a alguien, usted lo prefiere hacerlo bajo la/s siguiente/s modalidad/es	

Fuente: elaboración propia

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Un total de 149 personas con residencia en Paraguay han sido encuestadas en enero de 2023 sobre la preferencia de los medios de pago según ocasión y los resultados más relevantes se encuentran a continuación: En la Tabla 1 se visualiza que el 64,4% son del sexo femenino y 35,6% masculino, donde 39,6% son solteros y 42,9% casados. La mayoría se encuentra en el rango de los 28-37 años (26,3%) seguido de 38-47 y 48-57 años (ambos con 24,8%). El 97,3% tienen la nacionalidad paraguaya, 43,4% viven en Asunción y 12,1% en Luque. Un 98% cuenta con una educación terciaria, es decir, poseen grados universitarios y de ellos 25,5% ejercen la profesión de la Docencia, 13,5% como Administrador y otros 12,1% en Abogacía. El importe de los ingresos es bastante equitativo, 23,5% perciben entre 2.500.000 a 4.500.000 gs

mensuales, 22,9% entre 4.500.001 a 6.500.000 gs; 6.500.001 a 8.500.000 gs y más de 8.500.000 gs, los últimos con 22,1%. En cuanto al estado actual, 91,3% se mantiene con un trabajo.

Tabla 1. *Características sociodemográficas de los encuestados (n=149)*

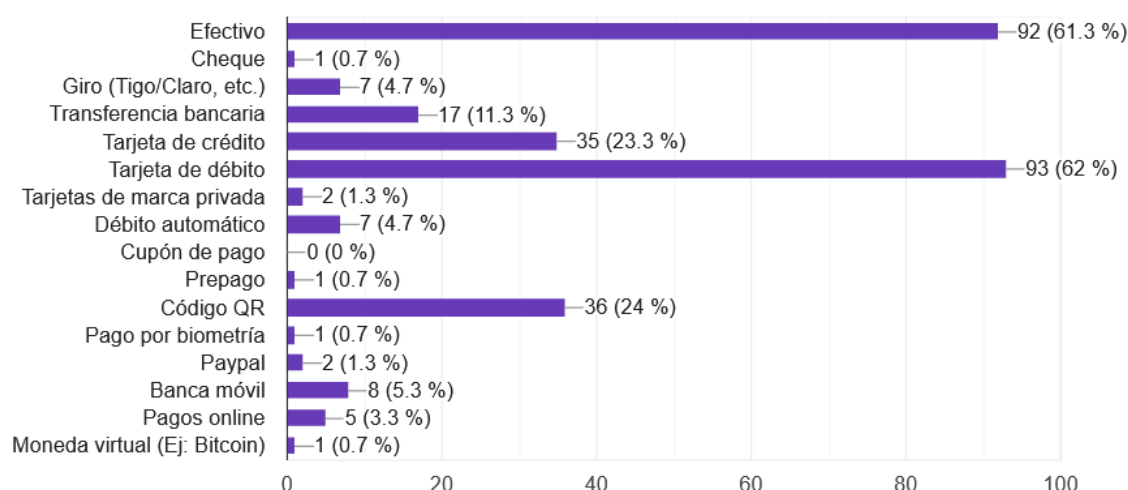
Característica sociodemográfica	Frecuencia	%
<i>Sexo</i>		
Masculino	53	35,6
Femenino	96	64,4
<i>Estado civil</i>		
Casado/a	64	42,9
Soltero/a	59	39,6
Concubinado/a	10	6,8
Separado/a	12	8,0
Viudo/a	4	2,7
<i>Edad (años)</i>		
18-27	23	15,4
28-37	39	26,3
38-47	37	24,8
48-57	37	24,8
58-67	12	8,0
Mayor a 67	1	0,7
<i>Nacionalidad</i>		
Paraguay	145	97,3
Argentina	2	1,3
Brasileña	1	0,7
Uruguay	1	0,7
<i>Ciudad donde reside</i>		
Areguá	4	2,7
Asunción	65	43,4
Benjamín Aceval	1	0,7
Canindeyú	1	0,7
Capiatá	6	4,0
Ciudad del Este	2	1,3
Cnel. Oviedo	2	1,3
Concepción	1	0,7
Cordillera	1	0,7
Fdo de la Mora	6	4,0
Filadelfia	1	0,7
Itaguá	4	2,7
Lambaré	6	4,0
Limpio	1	0,7
Luque	18	12,1
Nanawa	1	0,7
Ñemby	2	1,3
Paraguarí	1	0,7
Pilar	3	2,0
Pirayú	1	0,7
Quiindy	1	0,7
Salto de Guairá	1	0,7
San Antonio	1	0,7
San Bernardino	1	0,7
San Estanislao	1	0,7
San Lorenzo	6	4,0
San Pedro	2	1,3

Tobatí	1	0,7
Villa Elisa	4	2,7
Villa Hayes	1	0,7
Villarrica	3	2,0
Educación		
Primaria	2	1,3
Secundaria	1	0,7
Terciaria	146	98,0
Profesión		
Docente	38	25,5
Administrador	20	13,5
Abogado	18	12,1
Contador	12	8,0
Otros	61	40,9
Ingresos (Gs)		
Menos de 2.500.000	14	9,4
2.500.000-4.500.000	35	23,5
4.500.001-6.500.000	34	22,9
6.500.001-8.500.000	33	22,1
Más de 8.500.000	33	22,1
Estado actual		
Con trabajo	136	91,3
Sin trabajo	11	7,4
Jubilado	2	1,3

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 1 se refleja los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar una compra en el supermercado. Se evidencia que 62% tiene inclinación hacia el pago con tarjetas de débito, 61,3% en efectivo, 24% con código QR y 23,3% con tarjetas de crédito.

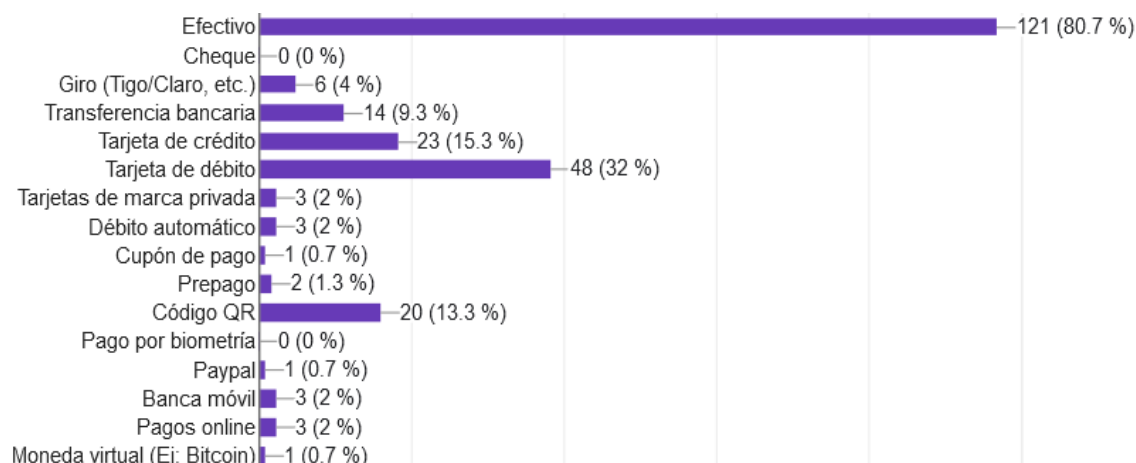
Figura 1. Medios de pago preferidos por los encuestados en el supermercado



Fuente: elaboración propia

En la Figura 2 se muestra los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar una compra en los mercados municipales. Se visualiza que 80,7% optan por el efectivo, 32% tarjeta de débito, 15,3% tarjeta de crédito y 13,3% código QR.

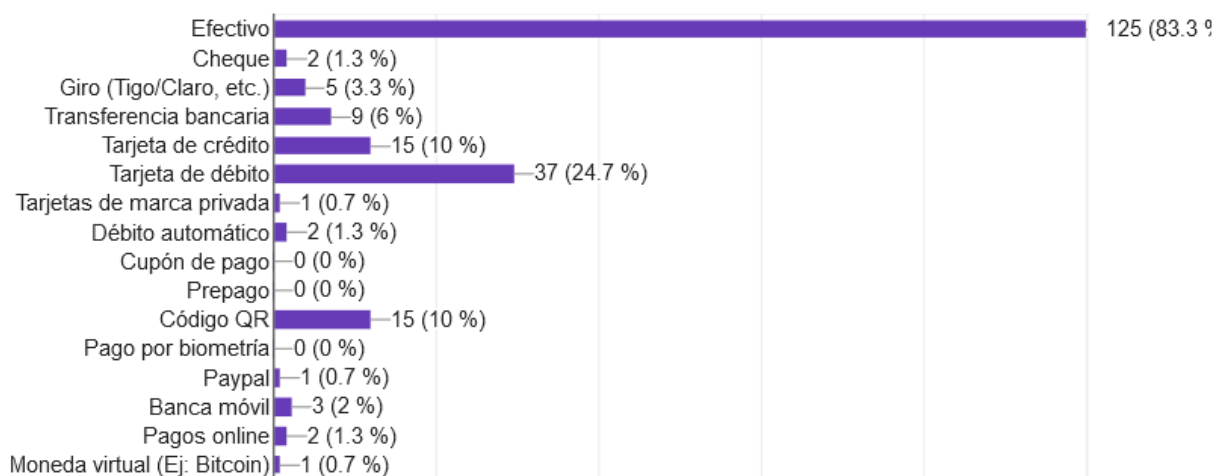
Figura 2. Medios de pago preferidos por los encuestados en los mercados municipales



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 3 se expone los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar una compra en las despensas. Se evidencia que 83,3% optan por el efectivo, 24,7% tarjeta de débito y 10% tanto para las tarjetas de crédito como código QR.

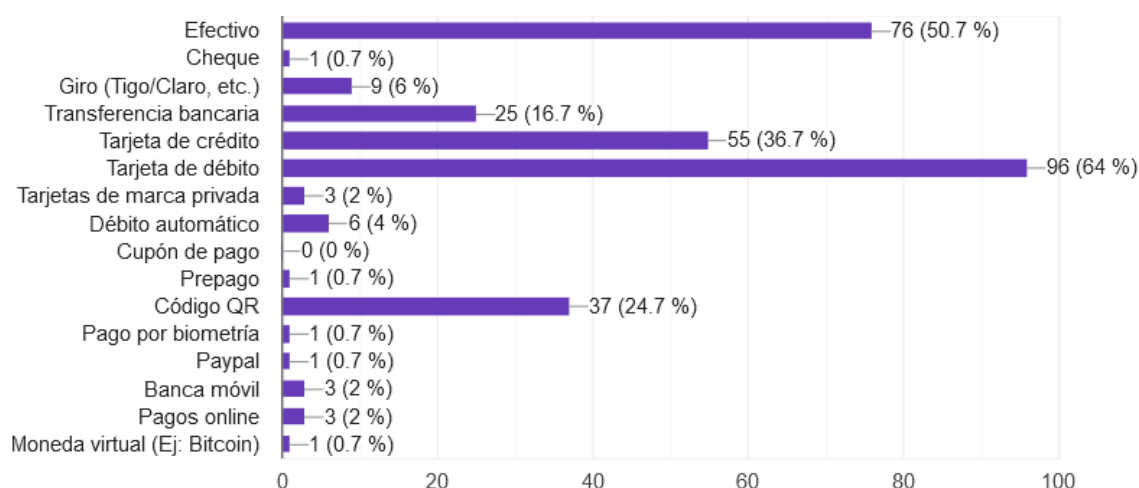
Figura 3. Medios de pago preferidos por los encuestados en las despensas



Fuente: Elaboración propia (2023)

En la Figura 4 se exhibe los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar una compra en el Shopping. Un 64% optan por la tarjeta de débito, 50,7% efectivo, 36,7% tarjeta de crédito y 24,7% código QR.

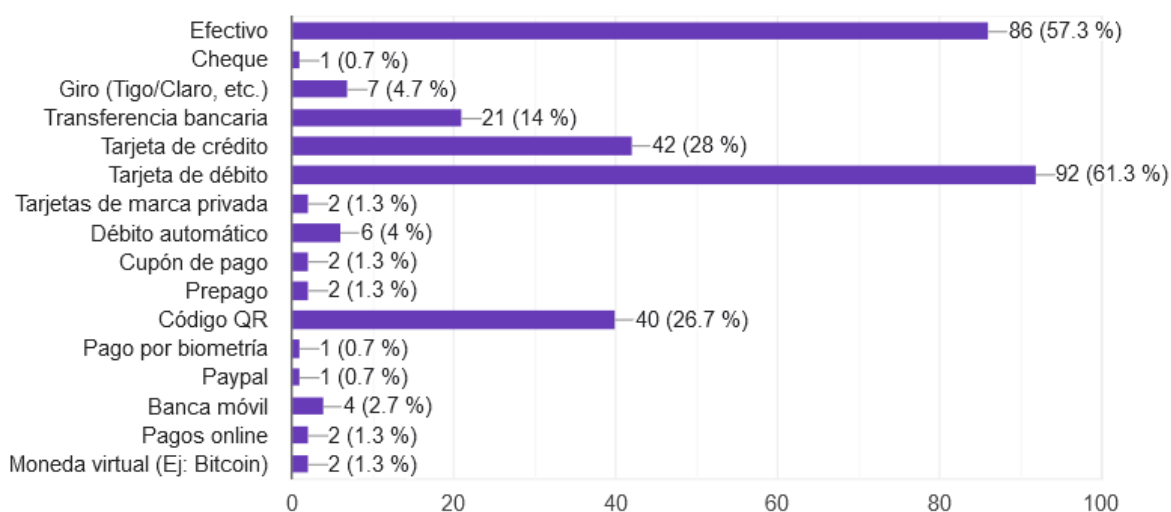
Figura 4. *Medios de pago preferidos por los encuestados en el Shopping*



Fuente: elaboración propia

En la Figura 5 se revela los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de pagar la cuenta en un Restaurante/Cafetería/Bar. Un 61,3% prefieren la tarjeta de débito, 57,3% efectivo, 28% tarjeta de crédito y 26,7% código QR.

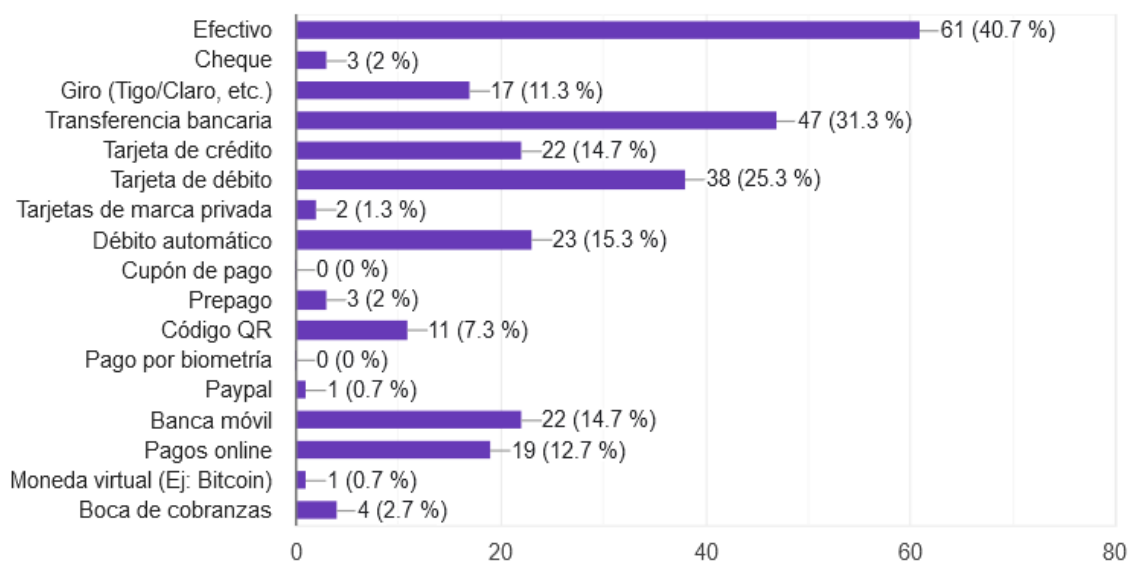
Figura 5. *Medios de pago preferidos por los encuestados en el Restaurante/Cafetería/Bar*



Fuente: elaboración propia

En la Figura 6 muestra los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de pagar las facturas de servicio de telefonía, servicios médicos y cuotas varias. Se encuentra que 61% prefieren en efectivo, 31,3% transferencia bancaria, 25,3% tarjeta de débito y 15,3% débito automático.

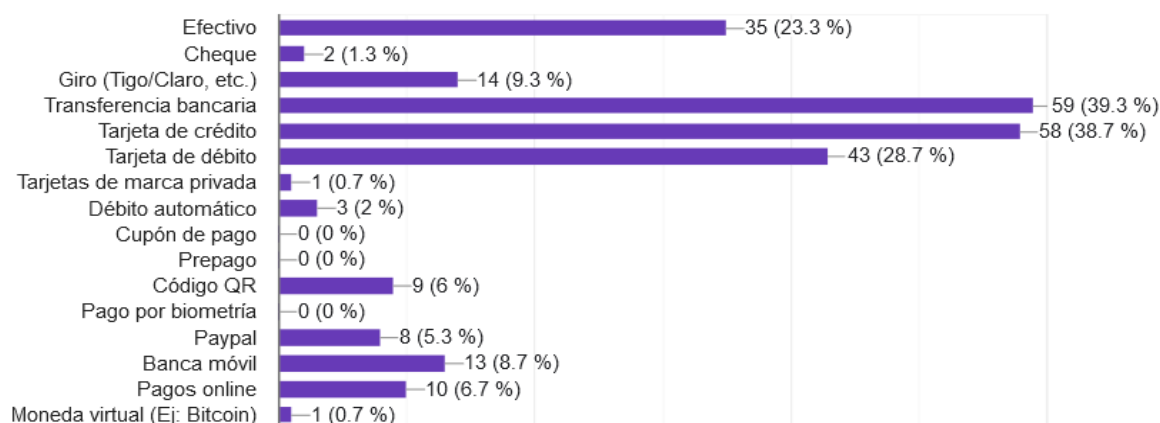
Figura 6. Medios de pago preferidos por los encuestados en telefonía, servicios médicos y cuotas varias



Fuente: elaboración propia

En la Figura 7 presenta los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar compras online. Se visualiza que 39,3% prefieren la transferencia bancaria, 38,7% tarjeta de crédito y 28,7% tarjeta de débito.

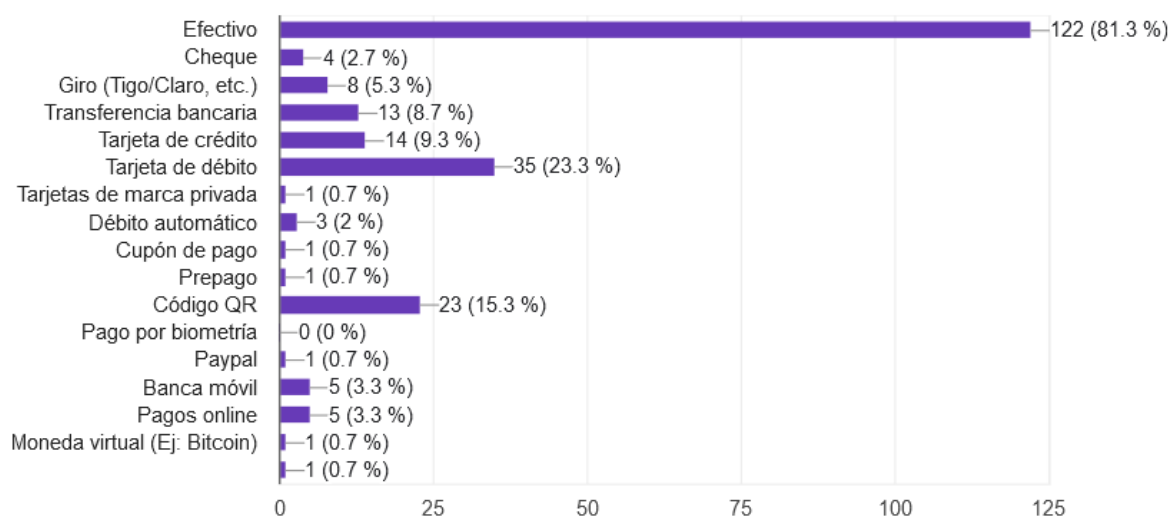
Figura 7. Medios de pago preferidos por los encuestados en compras online



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 8 expone los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar compras mínimas de 20.000 gs. Un 81,3% prefieren definitivamente hacerlo en efectivo y 23,3% con tarjeta de débito.

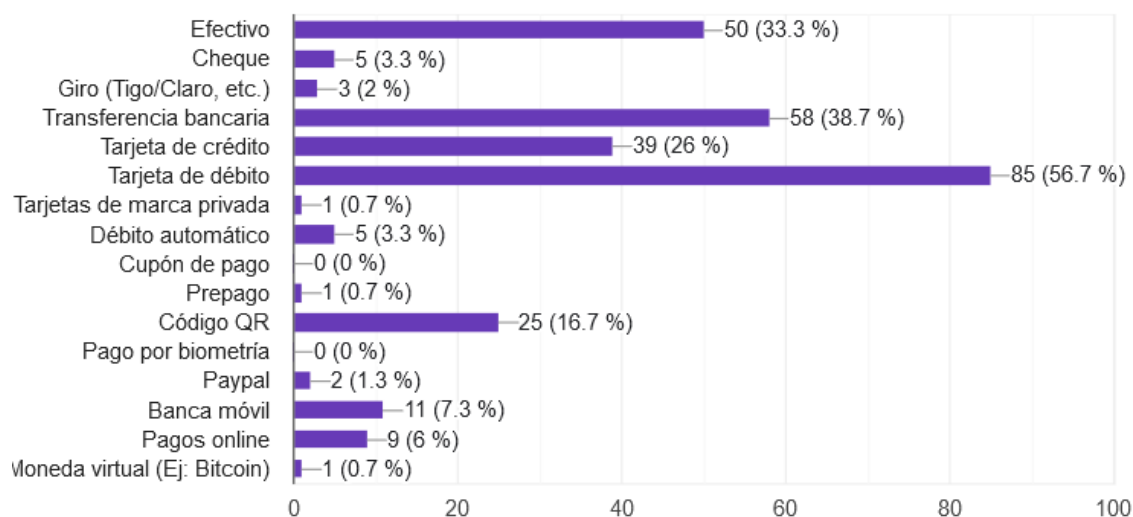
Figura 8. Medios de pago preferidos por los encuestados en compras mínimas de 20.000 gs



Fuente: elaboración propia

En la Figura 9 revela los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar compras igual o mayor a 1.000.000 gs. Un 56,7% prefieren por tarjeta de débito, 38,7% con transferencia bancaria y 33,3% en efectivo.

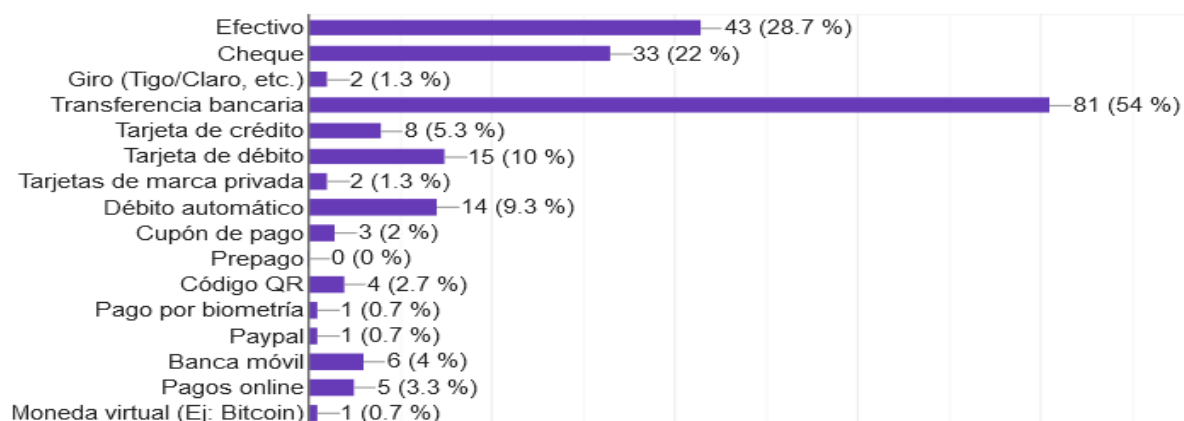
Figura 9. Medios de pago preferidos por los encuestados en compras igual o mayor a 1.000.000 gs



Fuente: elaboración propia

En la Figura 10 presenta los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de comprar una casa y/o departamento. Se visualiza que 54% prefieren la transferencia bancaria y 28,7% en efectivo.

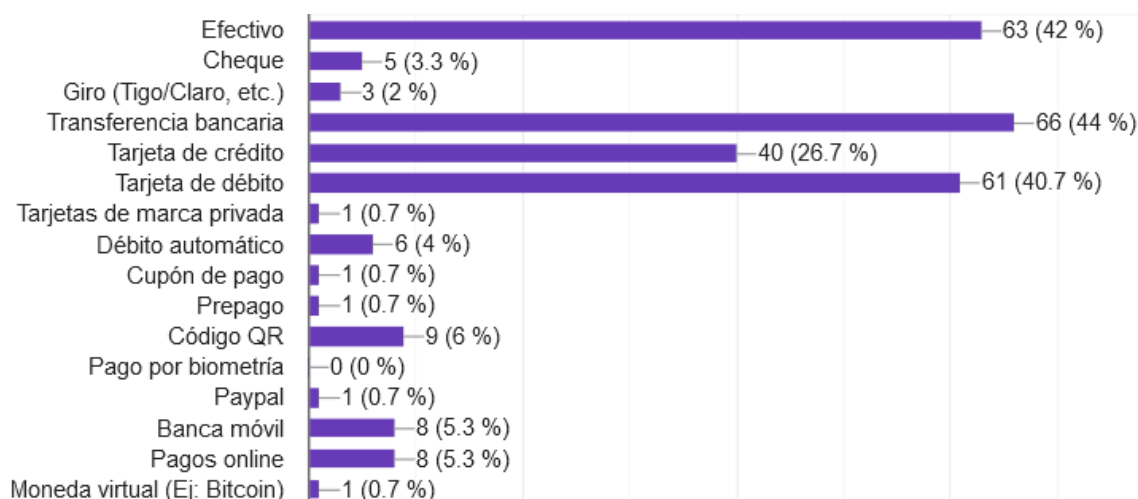
Figura 10. Medios de pago preferidos por los encuestados en compra de una casa y/o departamento



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 11 muestra los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar una compra de pasaje en una agencia de viajes. Se visualiza que 44% prefieren la transferencia bancaria, 42% en efectivo y 40,7% con tarjeta de débito.

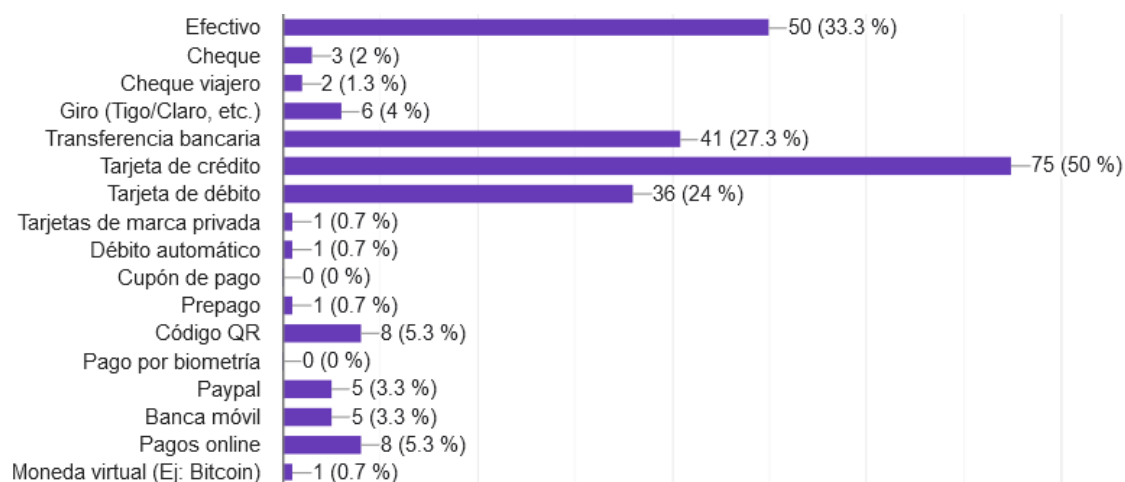
Figura 11. Medios de pago preferidos por los encuestados en compras de pasaje en una agencia de viajes



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 12 presenta los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar compras del exterior. Un 50% prefiere la tarjeta de crédito, 33,3% en efectivo y 27,3% con transferencia bancaria.

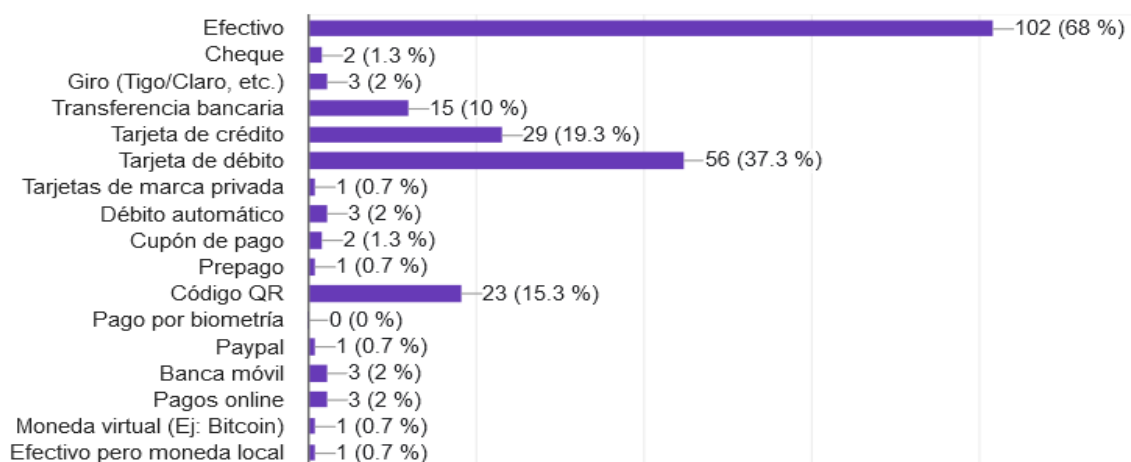
Figura 12. Medios de pago preferidos por los encuestados en compras del exterior



Fuente: elaboración propia

En la Figura 13 presenta los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de ir a un parque de diversiones. Se visualiza que 68% prefieren el efectivo y 37,3% con tarjeta de débito.

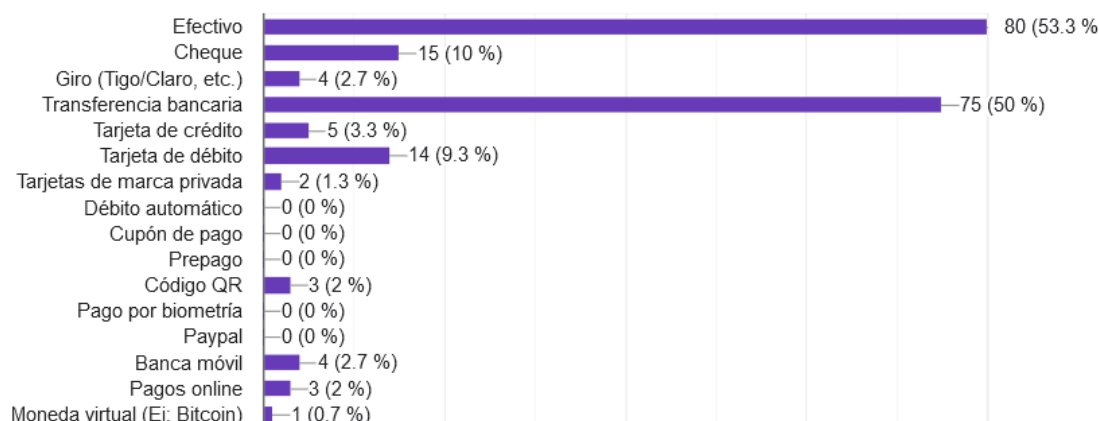
Figura 13. Medios de pago preferidos por los encuestados cuando va a un parque de diversiones



Fuente: elaboración propia

En la figura 14 presenta los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de pagar salarios. Se visualiza que 53,3% prefieren en efectivo, 50% con transferencia bancaria y 10% en cheque.

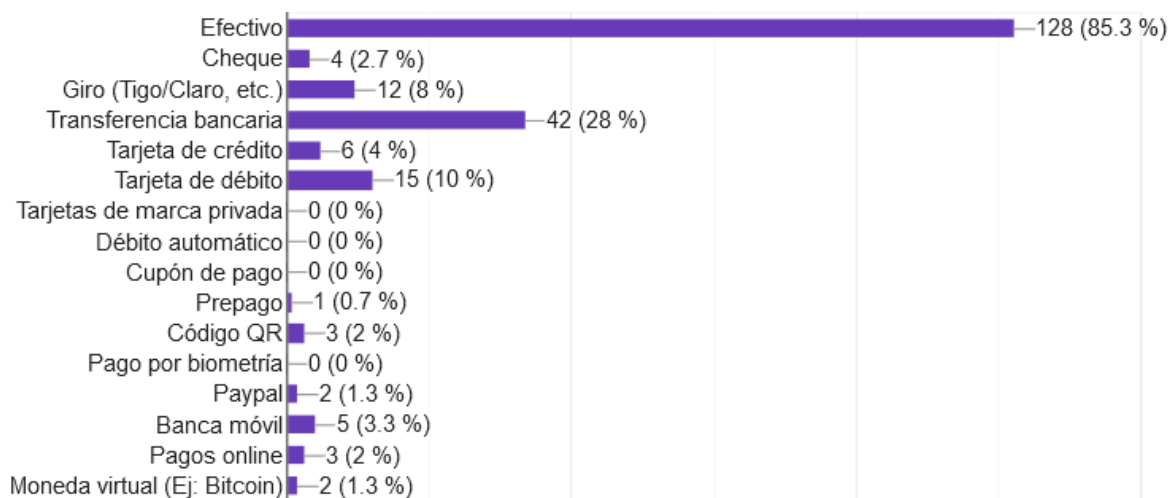
Figura 14. Medios de pago preferidos por los encuestados en pago de salarios



Fuente: elaboración propia

En la Figura 15 muestra los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de pagar servicios domiciliarios a electricista/plomero/albañil, etc. Se visualiza que 85,3% prefieren en efectivo y 28% transferencia bancaria.

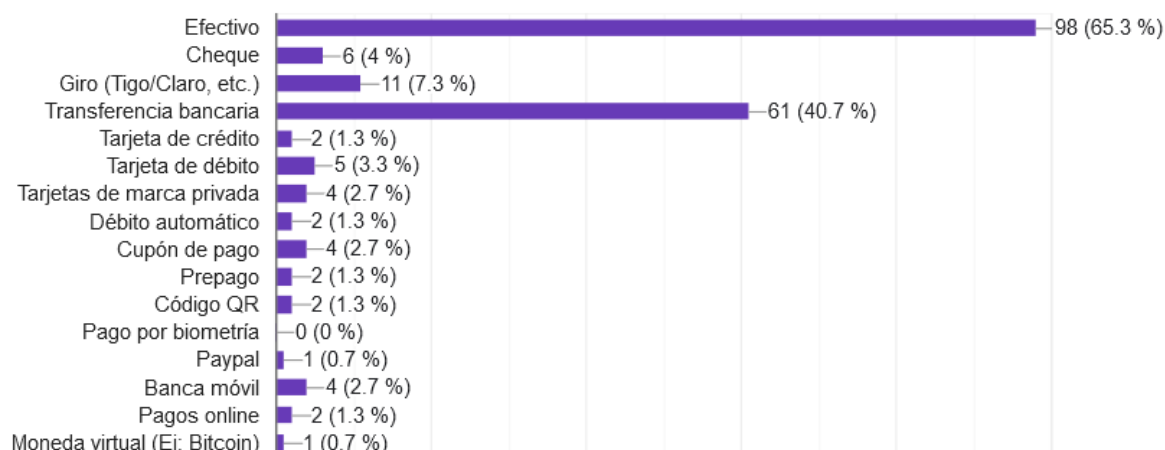
Figura 15. Medios de pago preferidos por los encuestados en pago de servicios domiciliarios a electricista/plomero/albañil, etc.



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 16 presenta los medios de pago preferidos por los participantes a la hora de realizar regalos monetarios. Se visualiza que 65,3% prefieren en efectivo, 40,7% en transferencia bancaria y 7,3% por Giro.

Figura 16. Medios de pago preferidos por los encuestados en regalos monetarios



Fuente: elaboración propia

El uso del dinero en efectivo ha sido uno de principales medios de pago elegido por los agentes económicos al momento de realizar transacciones a lo largo del tiempo, pero con la llegada de la revolución tecnológica, haciendo hincapié en el comercio electrónico, éste ha marcado un antes y un después sobre la aparición y preferencias de los consumidores a la hora de elegir el medio de pago favorito, sin intervenir de este modo el pago en efectivo o cash.

En cuanto a la preferencia de los medios de pago de los usuarios, se refleja que en lugares de compras de primera necesidad como despensas (83,3%), mercados municipales (80,7%) y supermercados (61,3%) optan hacerlo en efectivo. Esto se debe quizás al comportamiento de compra del consumidor, a la cultura del lugar y el acceso de cobro de los locales comerciales. Existen aún lugares y/o locales comerciales que no poseen la máquina del post como para cobrar con tarjetas varias, probablemente la causa principal se deba a la comisión que los locales deben pagar a la empresa proveedora de los servicios de cobros, que estarían oscilando entre 5% al 9% de interés por cada transacción. Además de lo mencionado, se le suma también las compras mínimas de 20.000 Gs. (81,3%) y los pagos de servicios domiciliarios (85,3%), apreciando de este modo que los consumidores prefieren utilizar el cash para pagos de importes pequeños. No obstante, los medios de pago que con frecuencia lo hacen mediante transferencia bancaria se encuentran en compras de casa (54%) y compras de pasajes (44%). Aunque la mayoría hayan seleccionado la transferencia bancaria para compras de inmuebles, existen aún clientes que prefieren pagarlo con Cheque de gerencia, esto ya estará sujeto según negociaciones entre el vendedor y comprador. Sin duda alguna, las tarjetas de créditos y débitos son usados comúnmente en la mayoría de los casos, y los pagos por biometría, paypal y cupones han tenido una elección mínima, puesto que su uso aún no se pone de moda en el mercado local.

Cabe destacar que cuando hacemos regalos en términos monetarios, un 65,3% prefieren hacerlo en efectivo y otros con transferencia bancaria (40,7%). En algunos países asiáticos, la cultura de obsequiar un regalo a alguien, ya sea en cumpleaños de un amigo, una boda, festejo de año nuevo chino, etc. la mejor opción es colocar efectivos (billetes) dentro de un sobre rojo, puesto que el color rojo es considerado como símbolo de energía, felicidad y buena suerte para los orientales. Por último, el uso de moneda virtual como el Bitcoin es el que menos se utiliza de todos los sistemas de pago mencionados.

En concordancia con las investigaciones de Au y Kauffman (2008) y Dahlberg et al. (2003), se encontró que el consumidor decide en base a sus intereses y preferencias qué método de pago es más útil según el lugar y tipo de transacciones realizadas. Otro aspecto relevante a considerar como medio de pago digital es el uso de las tarjetas bancarias mencionado por De la Lastra (2021) y específicamente las tarjetas de débito como resultados de la investigación realizada por Zmijewska et al. (2004), donde muestra que los consumidores prefieren sistemas de pago seguro, gratuito y simple según la ocasión. Sin embargo, en el presente estudio se encuentra que la preferencia del usuario es además de las tarjetas, el efectivo.

En el contexto nacional, el sector financiero cuenta con el sistema de pago electrónico SIPAP que permite transferir dinero directamente de una cuenta, física o jurídica, a otra (Trinidad, 2022), este crecimiento se encuentra en su auge o popularidad y, se considera como una alternativa o disponibilidad de los métodos de pago electrónico entre los consumidores de todo el mundo. Por lo tanto, diferentes métodos de pago están ganando popularidad entre la población paraguaya y en el mundo, adaptándose a las tendencias de consumo. En los últimos años, los tipos de pagos en nuestro país se han vuelto cada vez más diversos, más allá del pago en efectivo. Actualmente, las personas pueden elegir entre usar tarjetas de débito o crédito, transferencias bancarias, cheques, giros, débito automático, cupón de pago, sistema de prepago, código QR, pago por biometría, PayPal, banca móvil, pago online, monedas digitales entre otros medios.

CONCLUSIÓN

Los sistemas de pago utilizados por los residentes en el Paraguay, según los resultados obtenidos en la presente investigación, mantienen las preferencias según la ocasión (compras en el supermercado, mercado municipal, despensas, shopping, servicios médicos, compras online, compras mínimas y máximas, compras de inmuebles, compras en el exterior, recreaciones, pago de salarios, servicios domiciliarios y regalos monetarios). Sin embargo, los medios de pagos preferidos hasta el momento para los diversos escenarios son las tarjetas bancarias de débito y crédito, las transferencias bancarias, el efectivo y en menor grado las monedas digitales. Es evidente que el efectivo es usado en situación o lugares donde las compras son en menores importes, puesto que se denota en este caso la comodidad y rapidez en la cobranza. Actualmente, el uso del Código QR también se encuentra instalada en la cultura de los usuarios, especialmente en la generación más joven, aunque su utilización aun no genera gran furor entre los clientes y la cobertura tampoco se ha llegado a lugares como el mercado municipal, o quizás, compras de gran valor. Sin embargo, este método de pago ya no es una novedad en el extranjero, donde la difusión de su uso va desde lo mínimo de importe.

Finalmente, la aceptación y el fortalecimiento de los medios de pago online depende del grado en que los consumidores las perciban como seguras, de fácil uso y al alcance de sus manos.

Algunas de las debilidades encontradas en el presente estudio son: 1. Bajo porcentaje de nivel de confianza en el cálculo de la muestra, como se trata de una población general, sería correcto elevar el nivel a más del 95% y, 2. No se realizó el muestreo por extracto puesto que sería interesante conocer mejor los hábitos de pagos de las distintas generaciones.

Se sugiere que para los próximos trabajos de investigación se puede incluir variables que no fueron contemplados en este estudio, o bien, utilizar la técnica de la entrevista profunda u observación para la recolección de datos.

REFERENCIAS

- AFP (Association for Financial Professionals). (2010). Impacto de los medios electrónicos de pago sobre la demanda de dinero. Payments Fraud and Control Survey. Report of Survey Results.
- AFP (Association for Financial Professionals). (2015). Impacto de los medios electrónicos de pago sobre la demanda de dinero. Payments Fraud and Control Survey. Report of Survey Results.
- Au, Y. A., & Kauffman , R. J. (2008). «The economics of mobile payments: Understanding stakeholder issues for an emerging financial technology application» Science Direct, 2007. Investigación y aplicaciones de comercio electrónico, 7(2), 141-160. doi:<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2006.12.004>.
- Avendaño, E., Pérez Lázaro, D., & Queizán, B. (2016). Papeles de economía española. Medios de pago, seguridad e identidad digital(149), 127-143. Madrid.
- BBVA. (25 de noviembre de 2015). ¿Qué es una transferencia bancaria y cuál es su clasificación?. <https://www.bbva.com/es/transferencias-bancarias-clasificacion-y-comisiones-mas-usuales/>
- BBVA. (15 de enero de 2023). ¿Qué es una tarjeta de débito?. <https://www.bbva.es/personas/productos/tarjetas/debito.html#:~:text=La%20tarjeta%20de%20d%C3%A9bito%20es,que%20permite%20autorizar%20dichas%20transacciones.>
- Cabezas, L., & Jara, A. (diciembre de 2021). Demanda de dinero en efectivo: hechos estilizados y sustitución por medios de pago electrónicos. Revista de la CEPAL(135). <https://hdl.handle.net/11362/47708>
- CPSS. (marzo de 2003). Policy issues for Central Bank in retail payments. Committee on Payment and Settlement Systems. Basel, Suiza: BIS. <https://www.bis.org/cpmi/publ/d52.pdf>
- Cronin, D. (enero de 2011). Large value payment system design and risk management. Central Bank of Ireland Quarterly Bulletin, Q1, 78-87.
- Dahlberg, T., Mallat, N., & Öörni, A. (23-24 de junio de 2003). Aceptación del consumidor de las soluciones de pago móvil: facilidad de uso, utilidad y confianza. En ICMB Segunda Conferencia Internacional sobre Negocios Móviles. Viena, Austria: IEEE.
- De la Lastra, J. (2021). Medios de Pago en Época de Pandemia: del Recelo Inicial a la Confianza en la Digitalización. [Tesis de Grado]. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/51595>
- De Ramos Arahetes, J. A. (2015). Revisión de los Sistemas de Pagos Online en e-commerce. [Tesis de Grado]. Universidad de Alcalá. Escuela Politécnica Superior. <http://hdl.handle.net/10017/23237>
- Dock.tech. (2022). Medios de pago: qué son, cuáles tipos existen y las oportunidades de mercado en América Latina. <https://dock.tech/es/blog/medios-de-pago/>
- FOCO. (2021). Ranking de las formas de pago en Paraguay. <https://foco.lanacion.com.py/2021/07/03/ranking-de-las-formas-de-pago-en-paraguay/>
- Franco, F. (2020). Tendencia en medios de pago y la pertinencia del dinero en efectivo. MODUM: Revista Divulgativa Multidisciplinar de Ciencia, Tecnología e Innovación, 2, 148–156. http://revistas.sena.edu.co/index.php/Re_Mo/article/view/3027
- Gil, S. (31 de enero de 2016). Diferencia entre tarjeta de débito y crédito. Economipedia.com. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/diferencia-entre-tarjeta-de-credito-y-debito.html>
- Greene, C., Rysman, M., Schuh, S., & Shy, O. (2014). Costs and Benefits of Building Faster Payment Systems: The U.K. Experience and Implications for the United States. Federal Reserve Bank of Boston. Boston. <http://www.bostonfed.org/economic/current-policy-perspectives/2014/cpp1405.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2022). Proyecciones de población nacional, áreas urbanas y rural, por sexo y edad 2022 en Paraguay. https://www.ine.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/documento/4e2a_TRIPTICO2022.pdf
- Isern-Deyà, A. P., Hinarejos, M. F., Ferrer-Gomila, J. L., Payeras-Capellà, M., Gañán, C., Muñoz, J. L., Forné, J., & Esparza, O. (2012). Un Esquema de Pago Seguro mediante Multicupones para Escenarios Multi-Comerciante. XII Reunión Española sobre Criptología y Seguridad de la Información. http://repsi2012.mondragon.edu/es/programa/repsi2012_submission_08.pdf
- Jallath , E., & Negrín, J. L. (Agosto de 2001). Evolución y estructura de los medios de pago distintos al efectivo en México. Documento de Investigación No.2001-04 Dirección General de Investigación Económica BANCO DE MÉXICO.
- Santomá Juncadella, J. (2004). Nuevos medios de pago electrónicos: hacia la desintermediación bancaria. ICE, Revista De Economía, 1(813). Recuperado a partir de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/616>
- Kwan Chung, C. K., Torres Galeano, S. M., Benítez Duarte, D. L., Ramírez Girett, V. A., & Duarte Sánchez, D. D. (2022) Adopción del código QR en el sector de servicios. Caso de locales gastronómicos en los shoppings del Paraguay, 2022. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(3), 4191-4205. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2550

- Kwan Chung, C. K., Torres Galeano, S. M., & Benítez Duarte, D. L. (2023). Grado de utilización del código QR en locales gastronómicos de tres shoppings ubicados en Asunción-Paraguay, 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 633. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4418
- Ley N° 805/96 Cheque Bancario Artículo 1°.- Modificase el artículo 1.696 de la Ley N° 1.183/85. (s.f.). Código Civil. <http://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/694/ley-n-805-modifica-varios-articulos-del-capitulo-xxvi-titulo-ii-libro-iii-del-codigo-civil-y-crea-la-figura-del-cheque-bancario-de-pago-diferido-deroga-la-ley-n-94164-y-despenaliza-el-cheque-con-fecha-adelantada>.
- López, A. (21 de junio de 2018). La biometría es el futuro de los medios de pago. *HOSTELVENDING.com*. <https://www.hostelvending.com/noticias-vending/la-biometria-es-el-futuro-de-los-medios-de-pago>
- MARKETDATA. (15 de septiembre de 2022). Pagos digitales alcanzan penetración de 59% en el mercado paraguay. <https://marketdata.com.py/noticias/nacionales/pagos-digitales-alcanzan-penetracion-de-59-en-el-mercado-paraguay-en-el-2022-87537/#:~:text=La%20presencia%20de%20los%20pagos,de%2072%25%20a%2041%25>
- Martín, A. (2005). Recent evolution of large-value payment systems: Balancing liquidity and risk. *FRB Kansas City Economic Review*, 90(1), 33-57.
- Morales, R. (2011). Situación actual de los sistemas de pagos de bajo valor en América Latina y el Caribe. *CEMLA*, 57(3), 107-116.
- Pastor, C. (2020). La digitalización del dinero y los pagos en la economía de mercado digital pos-COVID. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*(98), 297-321. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7694321>
- PAYPAL. (15 de enero de 2023). ¿Qué es PayPal?. PayPal. <https://www.paypal.com/es/webapps/mpp/paypal-popup>
- Pérez, C., Pacheco, B. H., & Salazar Bogotá, N. (Abril de 2016). Beneficios potenciales de un incremento en el uso de los medios de pago electrónicos en Colombia. *FEDESARROLLO Centro de Investigación Económica y Social*. https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/2947/Repór_Abril_2016_Perez_y_Pacheco.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Real Academia Española (enero de 2023). Sistema de Prepago. <https://dle.rae.es/prepago>
- Real Academia Española (enero de 2023). Giro. <https://dle.rae.es/giro>
- Rus Arias, E. (9 de febrero de 2020). Medios de pago. <https://economipedia.com/definiciones/medios-de-pago.html>
- Soto Pacheco, G. M. & Botía Martínez, M.T. (2020). La revolución fintech en los medios de pago: situación actual y perspectivas. *Revista de Estudios Empresariales*, (2), 112-133. <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/5101>
- Trinidad, A. (9 de octubre de 2022). Dinero en efectivo o medios electrónicos: La evolución de la preferencia en Paraguay, con el paso de los años. *MARKETDATA*. <https://marketdata.com.py/educacion/economia-facil/dinero-en-efectivo-o-medios-electronicos-la-evolucion-de-la-preferencia-en-paraguay-con-el-paso-de-los-anos-89575/>
- Valencia, F. (enero-marzo de 2015). Sistema de dinero electrónico, un medio de pago al alcance de todos. *CEMA Bulletin*. 255-269. https://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LX04-02.pdf
- Valverde, S., & Fernández, F. (2016). Digitalización y preferencias por los medios de pago en España. *Papeles de economía española*(149), 115. <https://www.proquest.com/openview/0c0fff8f2f91932a2c2b935073a2258f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2032638>
- Westreicher, G. (10 de septiembre de 2018). Cheque de viaje. <https://economipedia.com/definiciones/cheque-de-viaje.html>
- Zmijewska, A., Lawrence, E., & Steele, R. (2004). Hacia la Comprensión de los Factores que Influyen en la Aceptación de los Usuarios de los Sistemas de Pago Móvil. *Icwi*, 2004, 270-277.