

XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

NÍVEL DE CONHECIMENTO E USO DE MEIOS DE PAGAMENTO DIGITAL NO PARAGUAI

LEVEL OF KNOWLEDGE AND USE OF DIGITAL PAYMENT METHODS IN PARAGUAY

NIVEL DE CONOCIMIENTO Y USO DE LOS MEDIOS DE PAGOS DIGITALES EN PARAGUAY

José Edmundo Dávalos von Eckstein¹
Diego Fernando Valenzuela Ortega²
(Expositora) Sophia Sugastti Siva³
(Expositora) Karina Alexandra Pérez Alcaraz⁴

Área Temática: Economia Internacional e Finanças

JEL Code: G

Resumo: Através do estudo foi possível identificar: Existe uma percepção heterogênea sobre os meios de pagamento digital; 46,5% utilizam meios de pagamento digitais; 60,2% dos que utilizam meios de pagamento digitais possuem banco digital; 70,8% dos métodos de pagamento digital são utilizados para pagar serviços de água, luz e telefone; 83,6% dos métodos de pagamento digital são utilizados para efetuar pagamentos ou transferências; 23,5% dos entrevistados fizeram compras online. Além disso, confirmou-se que não existe relação significativa entre sexo, idade, nível de rendimento, estudos concluídos ou local de residência e a utilização de meios de pagamento digitais.
Palavras-chave: comércio eletrônico; meios digitais de pagamentos; transferências; Banco móvel; educação digital.

Abstract: Through the study it was possible to identify: There is a heterogeneous perception about the methods of digital payment; 46.5% use digital payment methods; 60.2% two who use digital payment methods have a digital bank; 70.8% two digital payment methods are used to pay for water, electricity and telephone services; 83.6% two digital payment methods are used to make payments or transfers; 23.5% two interviewees made online purchases. Furthermore, we confirmed that there is no significant relationship between sex, age, level of performance, completed studies or place of residence and the use of digital payment methods.

Key-words: electronic commerce; meios digitais of payments; transfers; Mobile bank; digital education.

Resumen: A través del estudio se pudo identificar lo siguiente: Existe una percepción heterogênea sobre los medios digitales de pago; 46,5% utiliza los medios digitales de pagos; 60,2% los que utilizan medios digitales de pagos, cuentan con banca digital; 70,8% los medios digitales de pagos se utilizan para pagar los servicios de agua, luz y telefonía; 83,6% los medios digitales de pagos son utilizados para realizar pagos o transferencias; 23,5% los encuestados realizó compras por internet.

¹ Universidad Nacional de Canindeyú, FACEM, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6281-9770>, e-mail: josedavalosvk@gmail.com

² Universidad Nacional de Canindeyú, FACEM, ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4826-9482>, e-mail: diegofernandovalenzuela2108@gmail.com

³ Universidad Nacional de Canindeyú, FACEM, sophia.sugasttisilva@gmail.com

⁴ Universidad Nacional de Canindeyú, FACEM, aledigital8@gmail.com



XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

Además, se confirmó que no existe una relación significativa entre sexo, edad, nivel de ingreso, estudios realizados ni lugar de residencia y el uso de los medios digitales de pagos.

Palabras-clave: comercio electrónico; medios digitales de pagos; transferencias; banca móvil; educación digital.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, con la revolución digital y el avance constante de la tecnología, los medios de pagos han ido evolucionando muy rápidamente a través de la internet. El posicionamiento y aceptación masiva de la tecnología contactless; y, su aplicabilidad a través de diversos dispositivos como tarjetas, smartphones y los denominados wearables hacen posible realizar pagos desde cualquier lugar y modo (Pérez, 2016).

(Guersent, 2016) menciona que:

Pese a la llegada de nuevos competidores al mercado, los bancos siguen manteniendo una posición de dominio, intermediando en la mayor parte del total de los pagos; en consecuencia, jugarán un papel esencial en el éxito de la revolución digital y en su penetración y adopción masiva por parte de los consumidores (p. 58).

Entonces, el pago y cobro sin mediar efectivo va en aumento; impulsado por el incremento de operaciones financieras en la modalidad contactless, con una amplia gama de aplicativos que permiten realizar el pago digital.

METODOLOGÍA

En esta investigación se utiliza el enfoque **cuantitativo**, de alcance **descriptivo** y con diseño **no experimental** (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

En el alcance temporal es de **corte transversal** dado que se recolectaron datos en un tiempo determinado (año 2.024) con el fin de conocer el problema únicamente, así como, las variables que intervienen y los sujetos involucrados (Campoy Aranda, 2019).

Muestra y Técnica de Muestreo

La muestra no probabilística utilizada en el estudio, según (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018) es: En la investigación se aplica la **muestra no probabilística o dirigida**. Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación (p.200).

Técnicas e Instrumentos para la Recogida de Datos

Para la realización del presente trabajo de investigación se utilizó la **encuesta**, con un “**cuestionario**” diseñado en Formularios de Google con preguntas estructuradas en escala de Likert. Para el análisis de los datos se utilizó la aplicación IBM SPSS Statistics, un análisis estadístico avanzado, una amplia biblioteca de algoritmos de aprendizaje automático, análisis de texto, extensibilidad de código abierto, integración con big data y una implementación fluida en aplicaciones.

Descripción del ambiente



XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

El Paraguay está dividido en 17 departamentos y una capital (Asunción). Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE, 2024), el país cuenta con 6.109.644 de habitantes; de los cuales 3.078.000 son varones y 3.030.650 son mujeres. En cuanto a la educación de cada 100 personas, 84 tienen concluido al menos el segundo grado de la Educación Escolar Básica (EEB). (p. 190).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Primeramente, se muestra el perfil sociodemográfico de los 724 encuestados que participaron en el estudio.

Perfil sociodemográfico de los encuestados

Tabla 2 - Datos sociodemográficos de los participantes del estudio.

Indicador	Subindicador	Nº	Acum.	%	Acum.
Sexo	Hombre	332	332	45,9	45,9
	Mujer	392	724	54,1	100
Edad	Entre 18 y 29 años	322	322	44,4	44,4
	Entre 30 y 39 años	132	454	18,2	62,6
	Entre 40 y 49 años	138	592	19,1	81,7
	Entre 50 y 59 años	117	709	16,2	97,9
	60 años o más	15	724	2,1	100
	Lugar de residencia	Capital (Asunción)	131	131	18,1
I Dpto. (Concepción)		51	182	7,0	25,1
II Dpto. (San Pedro)		38	220	5,2	30,3
III Dpto. (Cordillera)		30	250	4,1	34,4
IV Dpto. (Guairá)		29	279	4,0	38,4
V Dpto. (Caaguazú)		31	310	4,3	42,7
VI Dpto. (Caazapá)		7	317	1,0	43,7
VII Dpto. (Itapúa)		38	355	5,3	49,0
VIII Dpto. (Misiones)		15	370	2,1	51,1
IX Dpto. (Paraguari)		40	410	5,5	56,6
X Dpto. (Alto Paraná)		75	485	10,4	67,0
XI Dpto. (Central)		131	616	18,1	85,1
XII Dpto. (Ñeembucú)		9	625	1,2	86,3
XIII Dpto. (Amambay)		26	651	3,6	89,9
XIV Dpto. (Canindeyú)		52	703	7,2	97,1
XV Dpto. (Presidente Hayes)		13	716	1,8	98,9
XVI Dpto. (Alto Paraguay)		3	719	0,4	99,3
XVII Dpto. (Boquerón)	5	724	0,7	100	
Vinculación laboral	Sector público	281	281	38,8	38,8
	Sector privado	395	676	54,6	93,4
	Alianza público-privada	24	700	3,3	96,7
	Desempleado/Jubilado	24	724	3,3	100
Nivel de ingreso	Menos del salario mínimo	168	168	23,2	23,2
	Equivalente a un salario mín.	117	285	16,2	39,4
	Más de 1 salario mín. y hasta 4 mill.	126	411	17,4	56,8
	Entre 4 mill. y 8 mill. de Gs.	141	552	19,5	76,3
	Más de 8 millones de Gs.	168	720	23,2	99,5
	Sin ingreso alguno	4	724	0,5	100
Nivel de estudio concluido	EEB (Escolar básica)	15	15	2,1	2,1
	Secundaria	107	122	14,8	16,9
	Universitaria	285	407	39,3	56,2
	Posgrado	317	724	43,8	100
	Ninguno	0	724	0	100

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos paraguayos, en todo su territorio.



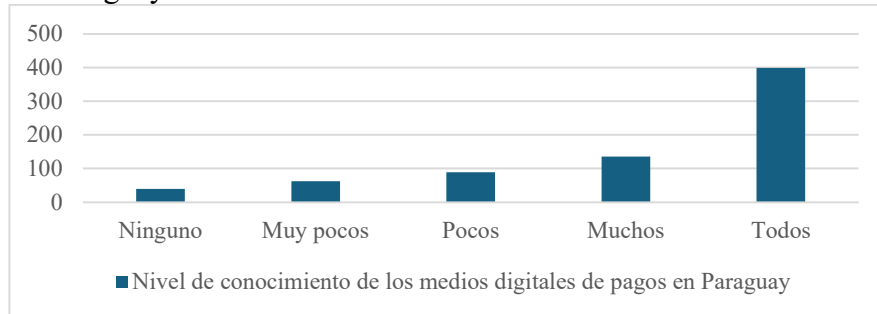
XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

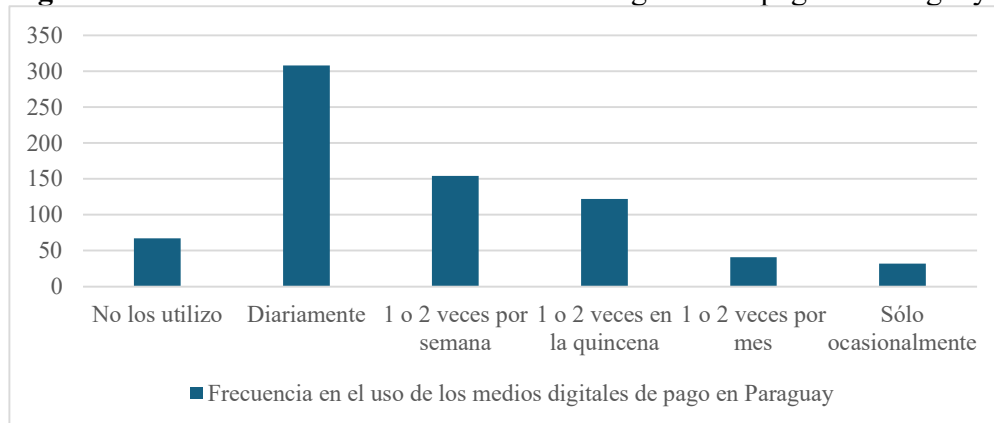
Figura 1 - Nivel de conocimiento de algún medio digital de pago para realizar transacciones de dinero en Paraguay



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos paraguayos, en todo su territorio.

En Paraguay, el panorama del conocimiento y uso de medios de pago digitales es un tema bastante complejo. A pesar de ello, (534) personas manifestaron que conocen “muchos y todos” los medios digitales de pago disponibles en el país, que representa un 73,8%; otro grupo compuesto por (151) personas han respondido “pocos y muy pocos”, representando el 20,9%; y, tan solo (39) personas han respondido que no conocen “ninguno”, el 5,3%.

Figura 2 - Frecuencia en el uso de los medios digitales de pago en Paraguay



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos paraguayos, en todo su territorio.

La frecuencia de uso manifestada por los encuestados es: (308) personas utilizan “diariamente” los medios digitales de pago, siendo el 42,5%; (154) personas los utilizan en promedio “1 a 2 veces por semana”, que es el 21,3%; (122) personas los usan “1 o 2 veces en la quincena”, que es el 16,9%; (41) personas manifestaron utilizarlos “1 o 2 veces por mes”, que es el 5,7%; (32) personas dicen utilizarlos “sólo ocasionalmente”, que son un 4,3%; y, por último, (67) personas manifestaron “no utilizar” los medios digitales de pago, que representa el 9,3%.

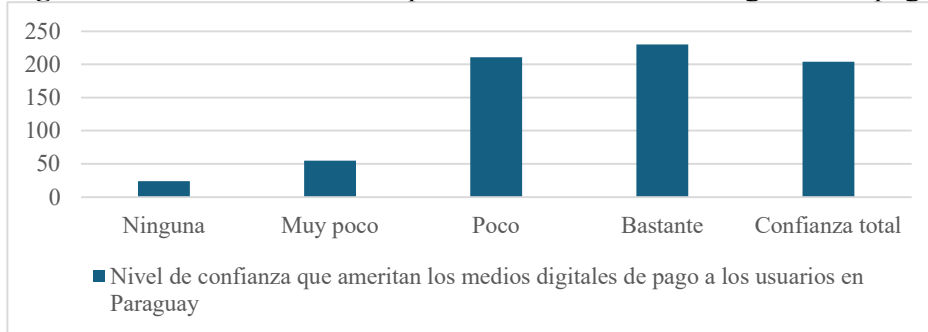
XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

Figura 4 - Nivel de confianza que ameritan los medios digitales de pago a los usuarios en Paraguay



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos paraguayos, en todo su territorio.

La confianza que expresan los encuestados se da en el siguiente orden; en primer lugar, “bastante” con 31,8%; en segundo lugar, “poco” con 29,1%; en tercer lugar, “confianza total” con 28,2%; en cuarto lugar, “muy poco” con 7,6%; en quinto y último lugar, “ninguna” con 3,3%.

Tabla 3 - Nivel de significancia entre la variable confianza en los medios digitales de pago y el nivel de ingresos

	Confianza total en los medios digitales de pago.
H de Kruskal-Wallis	17,886
gl	3
Sig. asin.	,000

Nota: Prueba de Kruskal Wallis, variable de agrupación: Nivel de ingreso alto.

Se aplica la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis; la cual arroja como resultado que existe una relación significativa entre la variable confianza total y el indicador nivel alto de ingresos.

Tabla 4 - Nivel de significancia de la variable confianza en los medios digitales de pago y el nivel de ingresos

Indicador*Nivel de ingreso alto	Prueba Chi Cuadrado
Nivel de confianza total * Nivel de Ingreso alto	,034

Nota: Nivel de significancia igual o menor a .05; Prueba de Chi Cuadrado; Variable Confianza.

Al aplicar la prueba de chi-cuadrado, se comprueba que existe relación significativa de la variable confianza total en relación con el nivel de ingreso alto de los participantes.

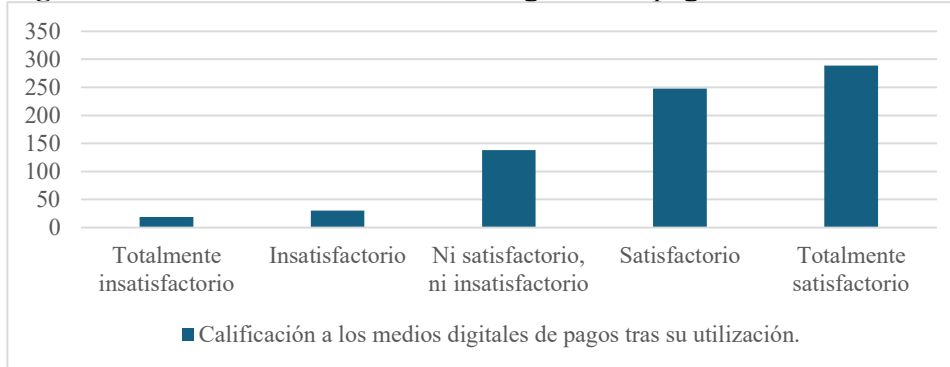
XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

Figura 13 - Calificación a los medios digitales de pagos tras su utilización



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos paraguayos, en todo su territorio.

Como se observa en la figura que antecede, la mayoría representada por el 74,2% de los encuestados se siente satisfecho tras utilizar los medios digitales de pago; otro 19,1% se manifiesta neutral; en cambio que, el 6,8% de los encuestados se siente insatisfecho.

Tabla 5 - Correlación de Spearman entre la variable utilización de medios digitales de pago y la variable satisfacción manifestada por los usuarios de medios digitales de pago

		V1: Uso de medios digitales de pago		V2: Satisfacción percibida por el cliente	
Rho de Spearman	V1: Uso de medios digitales de pago	Coeficiente de correlación	1,000	0,423	
		Sig. (bilateral)		0,000	
		N	724	724	
	V2: Satisfacción percibida por el cliente	Coeficiente de correlación	0,423	1,000	
Sig. (bilateral)		0,000		0,000	
	N	724	724		

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla se muestra una significancia de 0,000. La cual es inferior al nivel de significancia de 0,05; lo que indica que el nivel de utilización de los medios digitales de pago guarda relación con la satisfacción experimentada por los usuarios de medios digitales de pago. Además, se pudo determinar que la variable uso de medios digitales de pago tienen un coeficiente de correlación de $r = 0.423$ y un nivel de significancia $= 0.000 < 0.05$, por lo que los medios digitales de pago tienen una correlación positiva moderada con la satisfacción experimentada por los usuarios de medios digitales de pago.

4. CONCLUSIÓN

A través del estudio se pudo identificar lo siguiente: Existe una percepción heterogénea sobre los medios digitales de pago; 46,5% utiliza los medios digitales de pagos; 60,2% de los que utilizan medios digitales de pagos, cuentan con banca digital; 70,8% de los medios digitales de pagos se utilizan para pagar los servicios de agua, luz y telefonía; 83,6% de los medios digitales de pagos son utilizados para realizar pagos o transferencias; 23,5% de los encuestados realizó compras por internet.

XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

Además, se confirmó que no existe una relación significativa entre sexo, edad, nivel de ingreso, estudios realizados ni lugar de residencia y el uso de los medios digitales de pagos. Pero, si existe una relación significativa entre el nivel de ingreso, lugar de residencia y estudios realizados con el grado de confianza en los medios digitales de pago.

REFERENCIAS

- Campoy Aranda, T. J. (2019). Metodología de la investigación científica. Asunción: Marben Editora & Gráfica S.A. BENMAR.
- Guersent, O. (2016). La transformación digital de los instrumentos de pago. Papeles de Economía Española, (149), 58.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. 6a. Edición. México, D.F.: Mc Graw Hill Educación.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México: Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C. V.
- INE. (22 de 07 de 2024). Censo de Paraguay. Obtenido de Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos: <https://www.ine.gov.py/news/news-contenido.php?cod-news=989>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestro sobre una Población a Estudio. Int. J. Morphol., 35(1), 227-232.
- Pérez, J. (2016). La nueva era digital de los medios de pago. Papeles de economía española, (149), 111.

