

4° Edición

Banking & Fintech 2022

www.pwc.com.ar





Índice

Introducción	03
Sobre la muestra	04
Comportamiento de usuarios de bancos tradicionales	05
Comportamiento de usuarios de fintech	14
Conclusiones	23

Introducción

Les presentamos la cuarta edición del estudio Banking & Fintech elaborado por PwC Argentina. Este tiene como propósito relevar temas de tendencia entre los clientes y usuarios de entidades financieras, tanto las tradicionales como las fintech. Además se analizó el tipo de relacionamiento con estas entidades, cómo valoran diferentes atributos de las mismas y, se suma este año, temas vinculados a medios de pago. Asimismo, y por segundo año, se sumaron PwC Paraguay y PwC Uruguay, lo cual nos brinda un panorama de la situación a nivel regional.

El ecosistema financiero argentino evoluciona y continúa adaptándose a las nuevas tecnologías para brindar una mejor experiencia a los usuarios en el marco de un entorno desafiante donde, pese a que las fintech ganan terreno, el 49% de las personas valora la atención presencial que un banco tradicional ofrece.

Por otro lado, se destaca que el 50% de los clientes utilizó canales electrónicos de su banco principal, fenómeno que evidencia el crecimiento de la digitalización y su penetración a nivel general en todos los rangos etarios. Es así como la banca

tradicional continúa su adaptación a las nuevas tecnologías con el objetivo de brindar más y mejores servicios para los clientes. Una muestra de ello es que el 55% de los encuestados que opera con bancos tradicionales ha utilizado el pago con QR, y la gran mayoría elige las aplicaciones móviles y el home banking, como canales de atención primarios.

La necesidad de resolver consultas o realizar transacciones en tiempo real es un hecho que va a la par del desarrollo tecnológico y el surgimiento de usuarios que cada vez más valoran respuestas hechas a medida y que se atreven a probar alternativas si la entidad con la que operan no les brindan una buena experiencia.

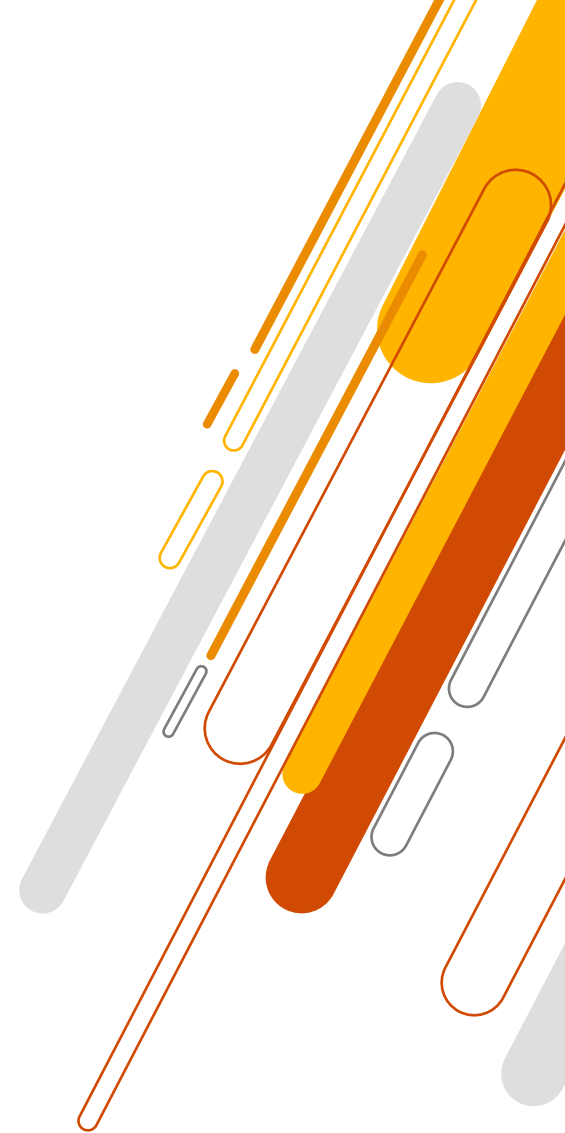
Más de la mitad de los encuestados opina que las aplicaciones digitales son menos burocráticas a la hora de pedir financiación o dar de alta un producto, lo que agiliza el proceso de onboarding y genera una mejor experiencia del usuario. Aún así, el 58% de las personas declara utilizar a las fintech como complemento de su banco tradicional, es decir no digital.

Esto sin duda es una muestra de que la banca tradicional, las fintech y los medios de pago se encuentran ante una tendencia en crecimiento, pero para mantenerla se deberá impulsar la educación financiera, tanto de clientes como de comercios, para reducir el uso de efectivo, y evitar así la informalidad y promover alternativas como la tarjeta de débito, las transferencias o las billeteras virtuales.

El ecosistema financiero local se encuentra en constante adaptación, atravesado por las nuevas tecnologías y la digitalización, en un contexto económico desafiante.

Rosana Mazza

Socia de PwC Argentina de la práctica de Digital Services & FS Consulting



Sobre la muestra

PwC Argentina realizó la cuarta edición del estudio Banking & Fintech que tiene como propósito relevar temas de tendencia entre los clientes y usuarios de entidades financieras, tanto las tradicionales como las fintech. Además se analizó el tipo de relacionamiento con estas entidades, cómo valoran diferentes atributos de las mismas y, se suma este año, temas vinculados a medios de pago. Asimismo, y por segundo año, se sumaron Paraguay y Uruguay, lo cual nos da un reflejo de la situación a nivel regional.

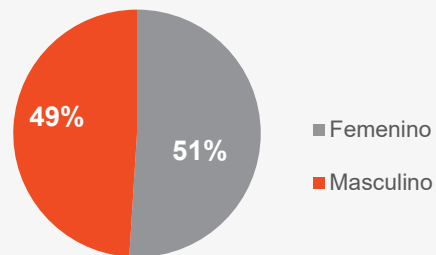
En la muestra participaron más de 2000 usuarios del país, 4000 a nivel regional, y se llevó a cabo entre diciembre 2022 y febrero 2023.



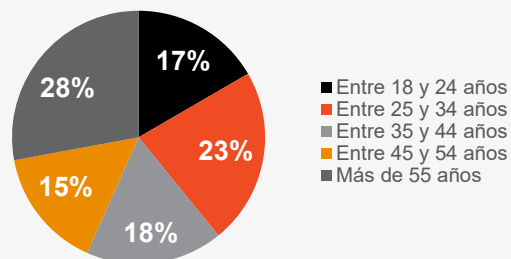
La encuesta tomó como referencia la pirámide poblacional 2021 y el estudio del Mercado de Trabajo publicados por el INDEC. Además abarcó los principales aglomerados urbanos del territorio argentino.

Encuesta bancos

Género

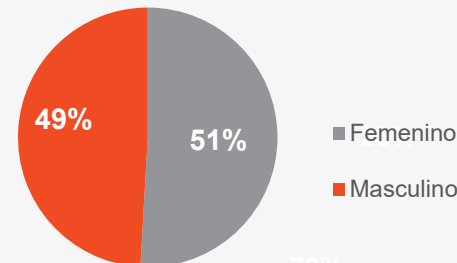


Rango Etario

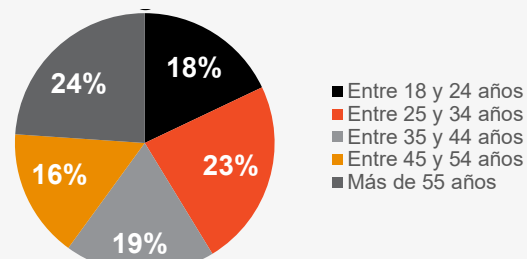


Encuesta fintech

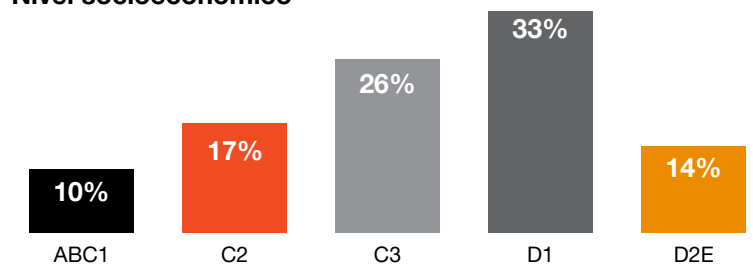
Género



Rango Etario

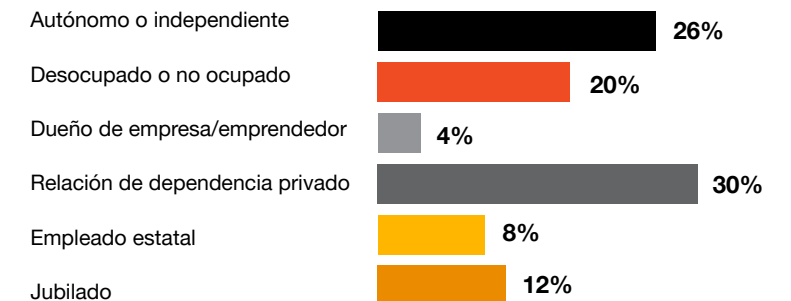


Nivel socioeconómico



ABC1 corresponde a sectores socioeconómicos alto.
C2 y C3 corresponde a sectores medio.
D1 y D2E corresponde a sectores socioeconómicos bajo.

Ocupación



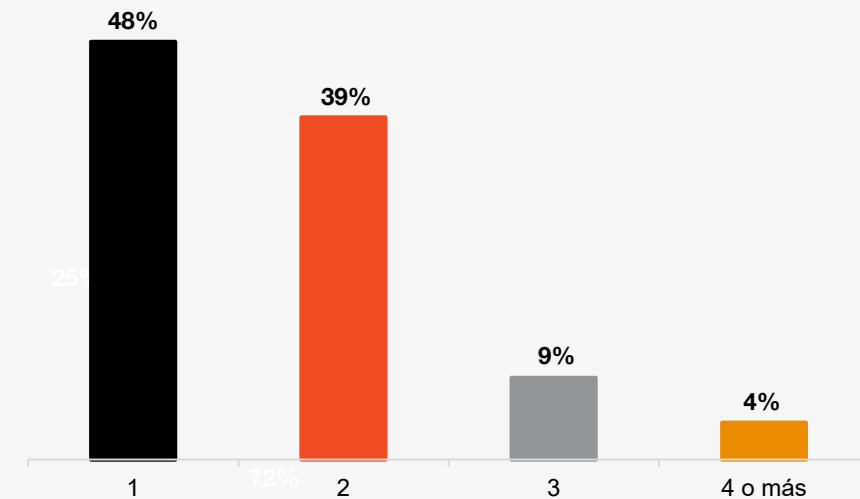
01

Comportamiento de clientes de bancos tradicionales

Uso de bancos y principalidad

El 83% de los encuestados reveló utilizar bancos tradicionales para realizar transacciones financieras, dentro de los cuales, el 48% manifestó operar con un solo banco durante el 2022. Por su parte la edición anterior (2021) mostró que la mayor cantidad de encuestados clientes de bancos elegía operar con dos entidades bancarias (42%), seguido por el 39% que prefería gestionar con un solo banco.

¿Con cuántos bancos operás?

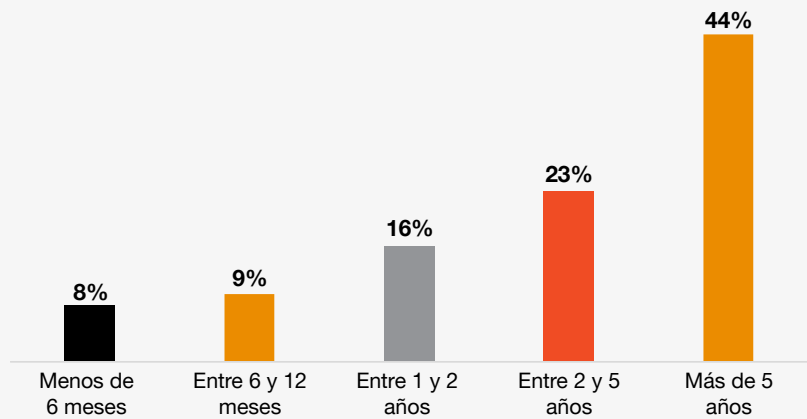


*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.

Antigüedad de clientes

Al analizar la antigüedad entre los clientes y su banco principal, se observa que el 44% opera con su banco hace más de cinco años, a comparación con el 2021 donde el 33% elegía esta opción y el 36% decía operar con su banco en un período que iba entre los dos y cinco años.

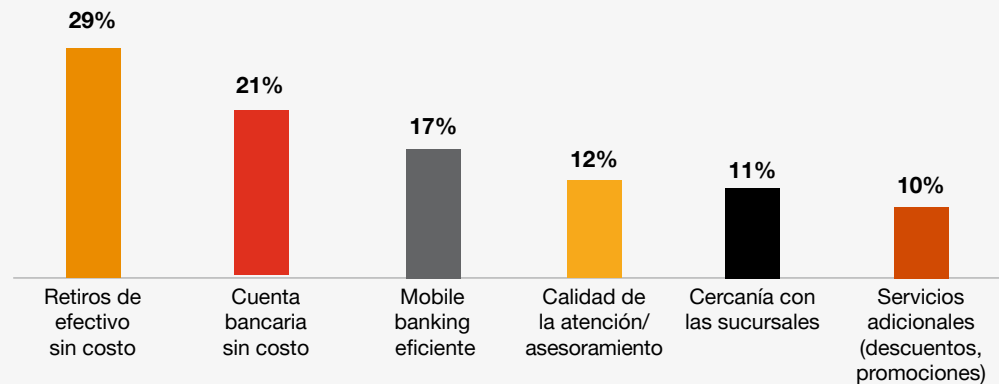
Antigüedad como clientes de su banco principal



¿Qué valoran los clientes de un banco?

Consultamos a los usuarios de bancos, cuál es el factor principal que tienen en cuenta a la hora de relacionarse con una entidad bancaria, y el 29% considera importante realizar retiros de efectivo sin costo. El 21% valora operar con su banco sin tener que abonar costos de mantenimiento por su cuenta, mientras que el 17% valora el funcionamiento eficiente de su aplicación móvil. Los descuentos y promociones quedaron en último lugar de las opciones siendo que solo 10% de los encuestados los considera valiosos.

¿Qué es importante para vos relacionado a lo que ofrece tu banco?



Productos bancarios

A lo largo del 2022, los principales productos bancarios con los que los encuestados se relacionaron fueron transferencias bancarias (58%), débitos automáticos (49%) y, en tercer lugar, tarjetas de crédito (42%).

El 91% de los sectores socioeconómicos altos dice haber realizado transferencias en el último año. En el caso de sectores medios, es el 73% el porcentaje de personas que manifestó haber operado con transferencias y, por último, en los sectores socioeconómicos bajos, el porcentaje de individuos en este caso fue del 62%.

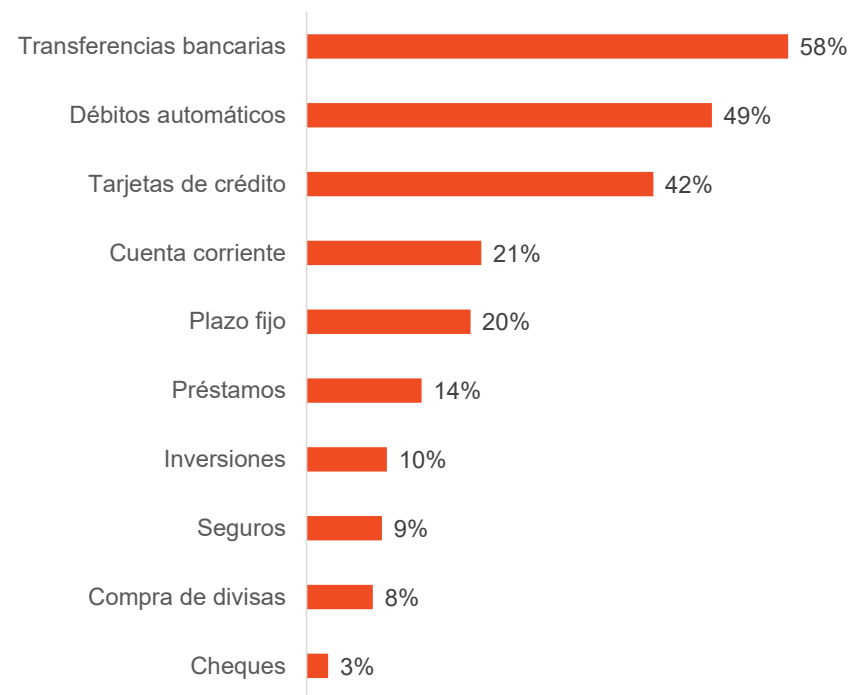
62%

que realiza transferencias bancarias informó que hacen menos de ocho transferencias mensuales

34%

declara realizar más de ocho transferencias al mes.

¿Con qué productos de tu banco principal te relacionás?





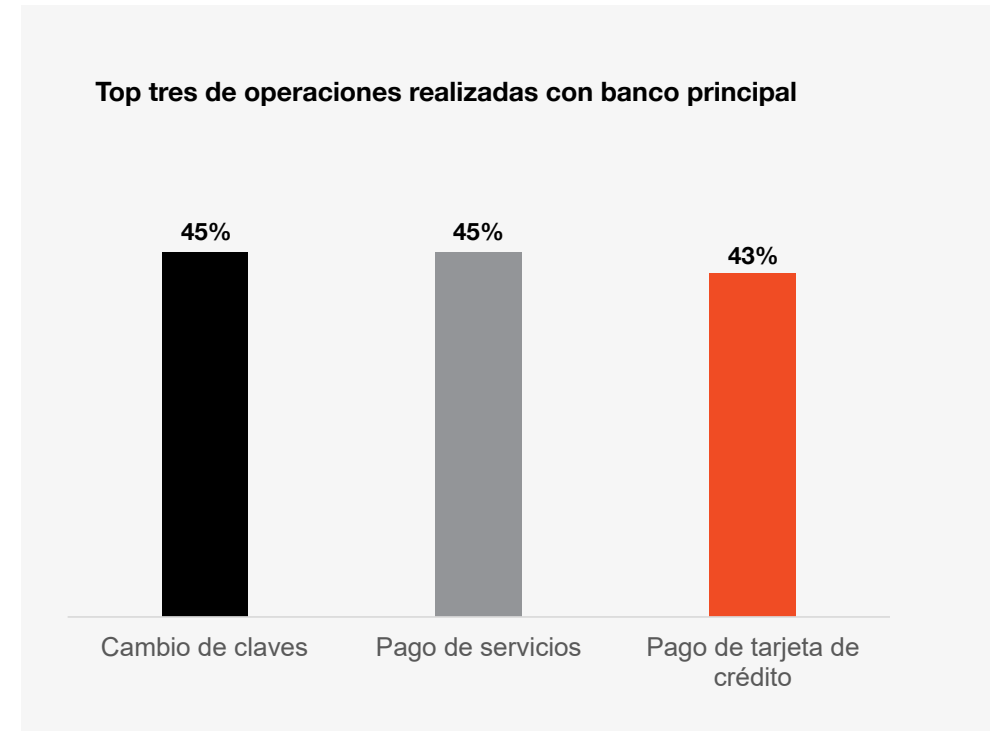
Operaciones bancarias

El 50% de los adultos mayores a 55 años manifestó haber realizado cambio de clave de alguno de los canales electrónicos de su banco principal durante el último año. Este fenómeno evidencia el crecimiento de la digitalización y su penetración a nivel general en todos los rangos etarios.

Si bien el 45% de los clientes bancarios encuestados afirmó haber realizado operaciones de pago de servicios y cambio de claves, el análisis demuestra que estas operaciones fueron relevantes sobre todo en los sectores de mayores ingresos, ya que fueron elegidas por más del 60%.

A diferencia de Argentina, el 53% de los encuestados uruguayos manifestó haber realizado pago de servicios durante el último año, el 41% pagos de tarjeta de crédito, y por último, un 34% dijo haber realizado cambio de claves en alguno de los canales digitales de su banco principal.

En el caso de Paraguay, las tres operaciones más realizadas por los clientes bancarios durante el último año fueron en principio el pago de servicios (46%), pago de tarjeta de crédito (39%) y solicitud de préstamo personal en tercer lugar (25%).



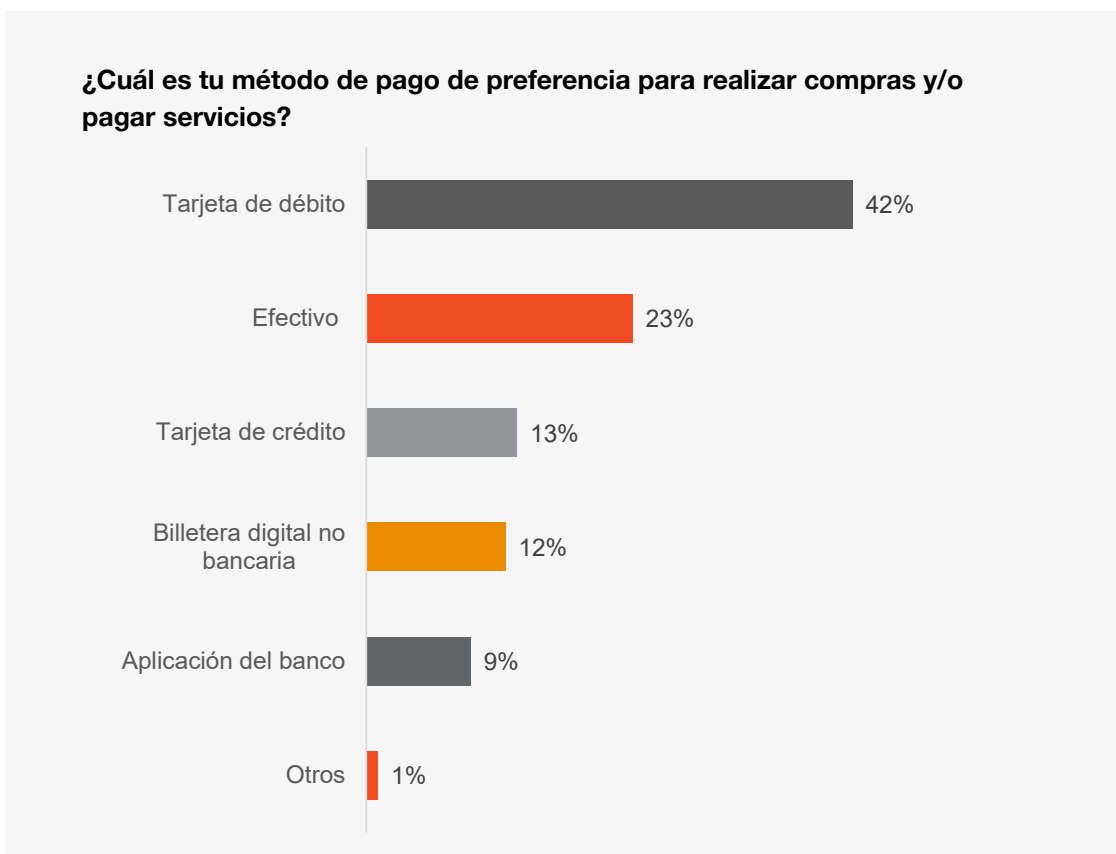
*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.



Métodos de pago

Los medios de pago más elegidos por los encuestados son la tarjeta de débito con un 42% y el efectivo con un 23%.

El 40% de los usuarios consultados prefiere utilizar su tarjeta de débito para compras o pagos de servicios tiene más de 55 años. Por su parte el 48% de los clientes bancarios que opta por el pago en efectivo pertenece a los grupos etarios más jóvenes (entre 18 y 34 años).



*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.

Pagos con QR

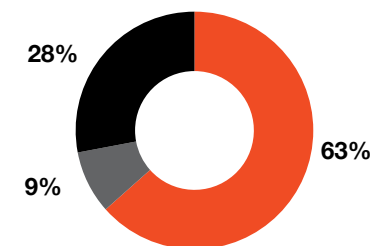
El 55% de los usuarios que opera con bancos tradicionales afirmó haber utilizado el pago con QR durante el último año.

El promedio de edad de los encuestados que realizan pagos con QR es de 42 años.

El 29% de los encuestados que utiliza este método de pago tiene entre 25 y 34 años. Todavía hay hoy en día espacio de crecimiento y desarrollo del pago con QR en los extremos etarios donde el uso es menor, siendo que el 10% que dice utilizar este método de pago se encuentra en el grupo más joven (18 y 24 años) y el 7% es mayor de 65 años.

La mitad de los encuestados que operan con pagos con QR corresponden a sectores medios (49%).

Frecuencia de uso del pago con QR



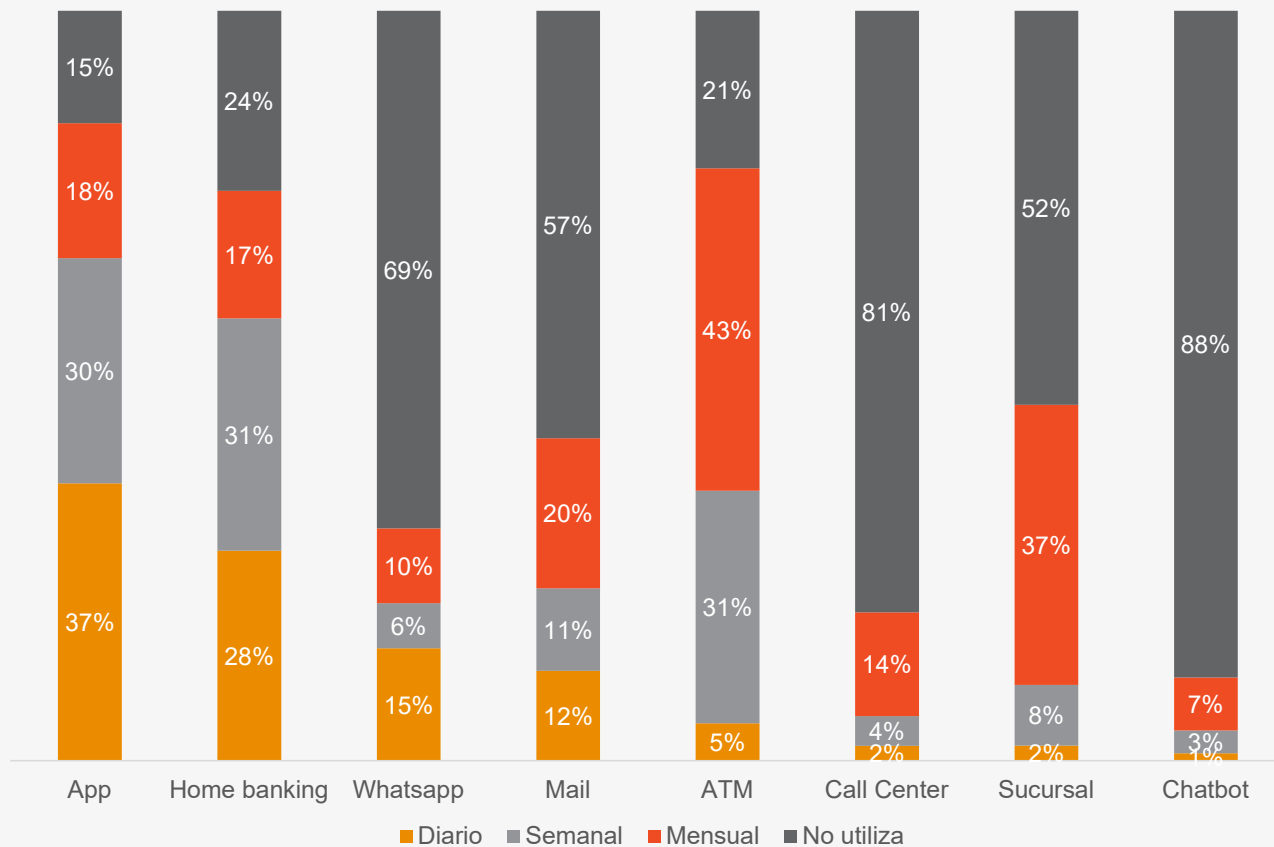
- Más de una vez por semana
- Más de una vez al día
- Una sola vez al mes

*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.



Canales de atención

Frecuencia en el uso de canales



El uso de los canales alternativos en los clientes bancarios sigue la tendencia de ir en aumento y ser elegidos por los clientes a la hora de transaccionar con sus productos. La aplicación móvil y el home banking son los canales más elegidos por los encuestados para operar diariamente. La preferencia por el uso diario de la app se da de forma repartida en todos los rangos encuestados: en primer lugar se encuentra el grupo de 35 a 54 años con el 37%, segundo el grupo que tiene entre 18 y 34 años, representando el 36% y, por último, los mayores de 55 años con un 26%.

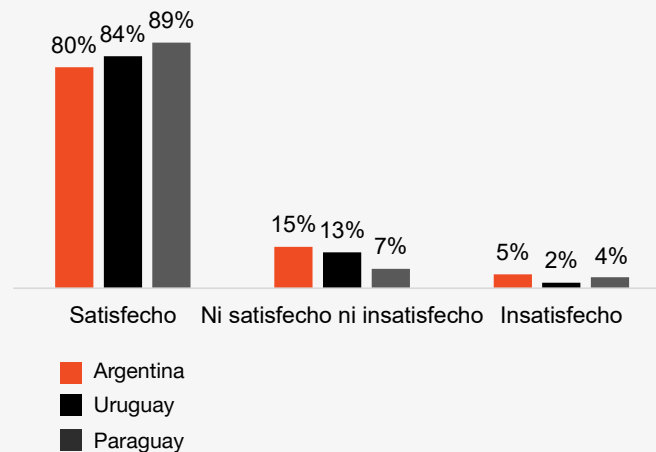
La vuelta a la normalidad y a la disponibilidad de las sucursales sin restricciones pone en evidencia que, si bien los canales alternativos posibilitan gestiones más eficientes, rápidas y remotas, la atención presencial es aún un diferencial para los clientes bancarios. Otros canales más recientes, impulsados sobre todo por la pandemia, como el chatbot y el whatsapp, reflejan un uso incipiente en los clientes, aunque este último se destaca frente al primero.

*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.



Niveles de satisfacción

¿Estás satisfecho con la operatoria de tu banco?



80%

de los usuarios de bancos se encuentra satisfecho con la operatoria de su banco principal en Argentina. Solo el 5% manifestó su disconformidad; entre los principales motivos seleccionados se encuentran los tiempos y calidad en la atención y los costos y comisiones mal cobradas.

El 65% de los encuestados visitaron una sucursal durante el último año. De este porcentaje, el 82% manifestó estar satisfecho con su experiencia en la sucursal, mientras que el 14% se muestra indiferente. El 4% restante declaró encontrarse disconforme luego de haber asistido a la sucursal; dentro de los principales motivos de su disconformidad con el uso se encuentran el tiempo de espera excesivo y no haber podido resolver el reclamo o consulta durante su visita.

En el caso de home banking, el 71% declaró utilizar este canal digital durante el último año. De los usuarios, el 86% informó estar satisfecho con su funcionamiento. El 2% dijo no haber tenido una buena experiencia al utilizar el home banking, principalmente porque la página presentaba demoras en la carga de datos y al momento de realizar una transacción.

Por último, el 78% de los clientes bancarios gestionaron a través de la app móvil de su banco durante el último año. El 87% de estos usuarios manifestó encontrarse satisfecho al haber utilizado la aplicación, mientras que el 3% se encuentra disconforme con su experiencia. El principal motivo de disconformidad es la caída constante de la app y porque la encuentran lenta.

02

Comportamiento de usuarios de fintech

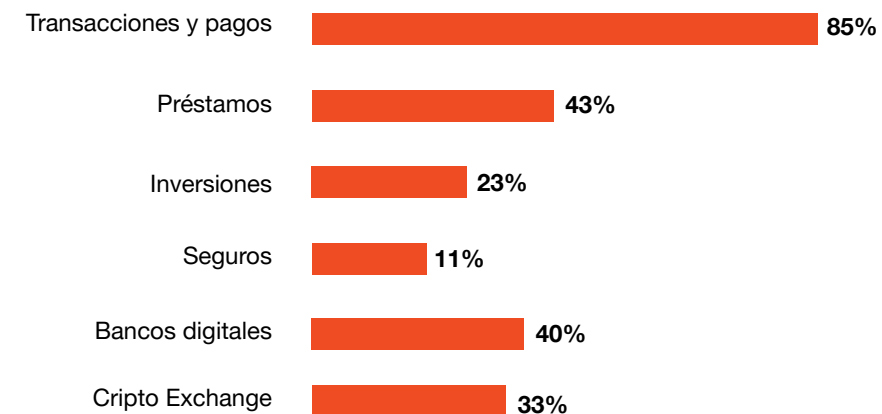
Comportamiento de usuarios de fintech

El 80% de los usuarios fintech son clientes de bancos. De este total, podemos observar que, el 13% pertenece a un sector socioeconómico alto, el 49% a los sectores medios y el 38% a los sectores bajos.

Además, el 37% tiene entre 18 y 34 años, el 42% tiene entre 35 y 54 años y el 21% más de 55 años. El 39% son empleados en relación de dependencia, el 29% trabaja de manera autónoma o independiente, el 12% es empleado público, otro 12% está desempleado y el 9% corresponde a jubilados. Asimismo el 11% de las personas encuestadas usan las aplicaciones digitales relacionadas a seguros. Por otro lado, las que tienen que ver con préstamos fueron utilizadas por el 43%.

Por último, consideramos analizar el dato de las aplicaciones digitales relacionadas a crypto exchange que tienen un uso del 33% en el país. La edad promedio de las personas que utilizan aplicaciones es de 39 años. En comparación con Uruguay y Paraguay, Argentina se encuentra dentro de los países con mayor uso en este tipo de aplicaciones.

Tipo de aplicaciones digitales 2022



Transacciones y pagos

De los encuestados en Argentina el 85% de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de transacciones y pagos. Por su parte Uruguay y Paraguay coinciden en un 83%.

Entre los encuestados en Argentina y Uruguay, el 30% que hace uso de este tipo de aplicaciones son empleados en relación de dependencia. En Paraguay, se destacan, con el 37% y son usuarios que trabajan de manera autónoma o independiente.

Asimismo y siguiendo con la muestra de Argentina, el 40% de las personas que hace uso de este tipo de aplicaciones se encuentra en sectores socioeconómicos altos y tiene entre 25 y 44 años.

En los sectores medios altos, se presentan con el 38% las personas que tienen entre 25 y 44 años y en los sectores medios bajos, se destacan con el 41%. Por otro lado, en los sectores bajos, el rango etario que se encuentra entre 25 y 34 años es del 25%. Particularmente, en el sector más bajo, también es evidente el uso de este tipo de aplicaciones en personas entre 18 y 34 años.

Préstamos

De los encuestados en Argentina el 43% de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de préstamos. Por su parte el 28% corresponde a Uruguay y un 21% a Paraguay.

En Argentina y Uruguay, las personas que utilizan estas aplicaciones son empleados en relación de dependencia; en cambio, en Paraguay se observa que es mayor el porcentaje que trabaja de manera autónoma o independiente. En los tres países, los empleados públicos representan menos del 20%.

Asimismo y siguiendo con la muestra de Argentina, si analizamos el uso de estas aplicaciones por nivel socioeconómico y grupo etario; podemos decir que en los sectores altos más del 30% tienen entre 25 y 34 años, en los sectores medios y bajos se destacan con más del 40% las personas que tienen entre 25 y 44 años, y en el sector socioeconómico medio el 23% solicita préstamos y tiene más de 55 años.

Inversiones

De los encuestados en Argentina el 23% de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de inversiones. Por su parte el 8% corresponde a Uruguay y el 12% a Paraguay.

En Argentina y Uruguay, las personas que utilizan estas aplicaciones son empleados en relación de dependencia; en cambio, en Paraguay se observa que más del 40% trabaja de manera autónoma o independiente. Respecto a los empleados públicos, en Uruguay representan el 30%, en Paraguay el 28% y en Argentina el 11%.

Asimismo y siguiendo con la muestra de Argentina, si analizamos usuarios que utilizan estas aplicaciones por nivel socioeconómico y grupo etario, podemos observar que en los sectores altos el 71% tienen entre 45 y 54 años. En los sectores medios y bajos, se destacan las personas que tienen entre 35 y 44 años. Aquellos que tienen más de 55 años suelen estar en el sector medio bajo.

Cripto exchange

De los encuestados en Argentina el 33% de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de cripto exchange. Por su parte el 15% corresponde a Uruguay y el 22% a Paraguay.

En Argentina, el 28% de las personas que utilizan este tipo de aplicaciones son autónomos o independientes, mientras que más del doble representa la población que trabaja como empleado en relación de dependencia. En Paraguay, en cambio, se ve una proporción inversa siendo el 43% autónomo o independiente y el 22% empleado en relación de dependencia. Por último, en Uruguay no existe una brecha significativa de ambas situaciones laborales.

Si analizamos el uso de estas aplicaciones por nivel socioeconómico y grupo etario encontramos que en los estratos altos, el 57% tienen entre 45 y 54 años. En los estratos medios altos, se destacan con el 57% en promedio las personas que tienen entre 25 y 44 años; mientras que en los estratos medios bajos, se destacan con 69% y en los estratos bajos, encontramos un 61% de usuarios entre 25 y 34 años. Por último podemos decir que el 29% que tiene más de 55 años pertenece a estratos altos y medio altos.

Banco digital

De los encuestados en Argentina, el 40% utiliza aplicaciones de Bancos Digitales. Esta vertical de servicio solo se analizó en el caso de Argentina, dado el volumen de bancos digitales en el país.

En Argentina, el 43% de las personas que utiliza este tipo de aplicaciones son empleados en relación de dependencia, mientras que el 25% representa la población que trabaja de manera autónoma o independiente. Además, el 13% se encuentra desempleado, el 10% corresponde a empleados estatales y el 9% corresponde a jubilados.

Si analizamos las personas que utilizan estas aplicaciones por nivel socioeconómico, podemos observar que en los sectores altos, el 33% tiene entre 25 y 34 años. En los sectores medios altos, se destacan con el 31% las personas que tienen entre 18 y 34 años, mientras que el 38% tienen entre 35 y 54 años y el 31% tienen más de 55 años. Por último, en los sectores bajos, se destacan con el 36% los jóvenes entre 25 y 34 años.

Seguros

En Argentina el 11% de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de seguros. Por su parte el 16% corresponde a Uruguay y un 22% a Paraguay.

En Argentina, el 54% de las personas que utilizan este tipo de aplicaciones son empleados en relación de dependencia, mientras que el 29% representa la población que trabaja de manera autónoma o independiente. En Paraguay, en cambio, se ve una proporción inversa, siendo el 45% autónomo o independiente y el 15% empleado en relación de dependencia; se puede observar que se destacan con el 26% los empleados públicos. Por último, en Uruguay, el 30% representa empleados en relación de dependencia y el mismo porcentaje trabajadores autónomos.

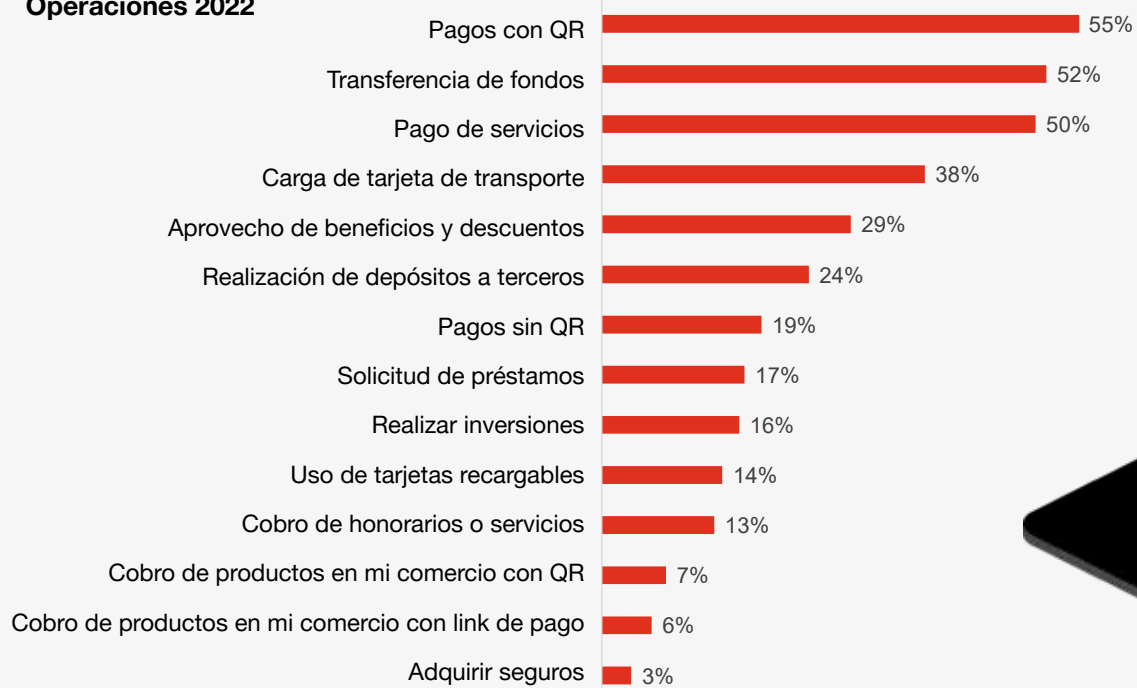
Si analizamos las personas que utilizan estas aplicaciones por nivel socioeconómico, podemos observar que en los sectores altos, el 50% tienen entre 25 y 34 años. En los sectores medios, se destacan con el 50% las personas que tienen entre 18 y 34 años y con el 47% las personas que tienen entre 35 y 54 años. Y en los sectores bajos, se destacan con el 86% los jóvenes entre 18 y 34 años.

Operaciones

El 67% de las personas encuestadas ha realizado pagos con QR en el último año. A su vez, el 87% lo realiza en supermercados, el 40% en tiendas de ropa, el 37% en restaurantes y el 19% en compras online, estos son sólo algunos de los sitios dónde más se utilizan dicho medio de pago.

En Argentina los pagos con QR son utilizados en un 55% y a nivel regional, se observa una disminución considerable (Uruguay 16% y Paraguay el 30%).

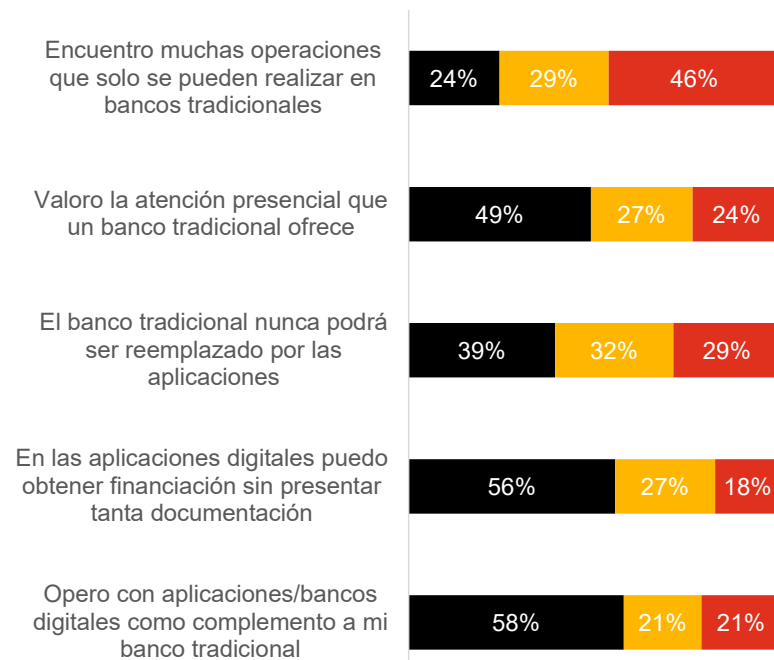
Operaciones 2022



*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.



Bancos tradicionales vs. aplicaciones digitales no bancarias



■ De acuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ En desacuerdo

*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.

56%

encuentra en las fintech funcionalidades tecnológicas y rapidez, tanto en la operatoria como en las gestiones, que no encuentran en un banco tradicional.

39%

opina que el banco tradicional no podrá ser reemplazado por las aplicaciones digitales.

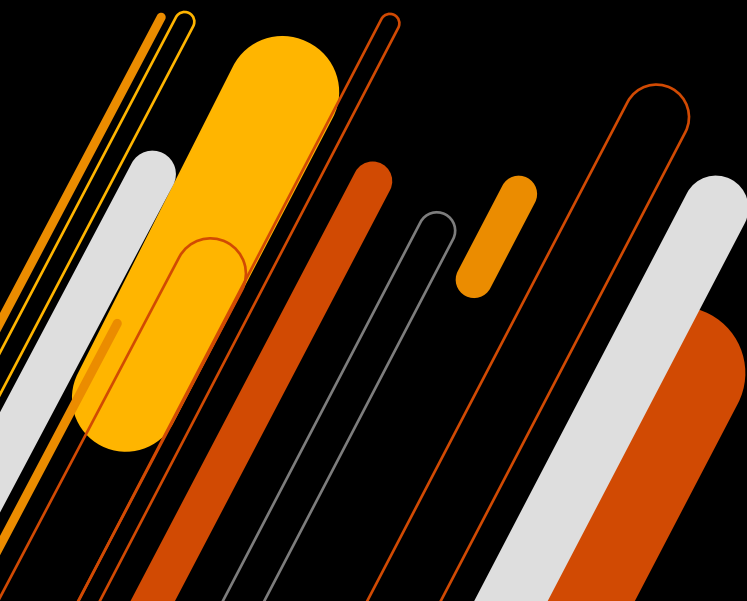
49%

valora la atención presencial que brinda un banco tradicional.



04

Conclusiones



Durante el 2022, fenómeno que se repite al igual que en la edición anterior del estudio, si bien los clientes y usuarios de entidades financieras valoran la rapidez y agilidad de las operaciones financieras que las aplicaciones digitales ofrecen, todavía existe una alta valoración por la atención presencial y personalizada que los bancos tradicionales aún brindan, sobre todo en los segmentos con menor educación financiera.

Los medios de pago poseen espacio para seguir creciendo, se deberá continuar con el trabajo de educar a los clientes (y comercios) para que el uso de efectivo disminuya, evitando así la informalidad, impulsando así el uso de alternativas desde la tarjeta de débito de un banco tradicional como una transferencia 3.0 desde una billetera virtual. Se puede observar la búsqueda de los bancos tradicionales de evolucionar y generar versiones tanto de sus productos como de sus plataformas, que los coloquen como competidores de las fintech.



Contactos

Rosana Mazza

Socia de PwC Argentina
Especialista en Fintech y Servicios financieros
rosana.mazza@pwc.com

Sofia Dubini

Senior Associate Advisory
sofia.dubini@pwc.com

Gisele Torres


Senior Associate Advisory
gisele.torres@pwc.com

 @PwC_Argentina

 /PwCArgentina

 /PwCArgentina

 /PwCArgentina

 /pwcargentina

Esta publicación ha sido preparada para orientación general sobre asuntos de interés solamente, y no constituye asesoramiento profesional. Usted no debe actuar sobre la información contenida en esta publicación sin obtener asesoramiento profesional específico. Ninguna representación o garantía (expresa o implícita) se da en cuanto a la exactitud o integridad de la información contenida en esta publicación y, en la medida permitida por la ley, Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., sus miembros, empleados y agentes no aceptan ni asumen ninguna obligación, responsabilidad o deber de cuidado por cualquier consecuencia de usted o cualquier otro actuante, o abstenerse de actuar, en la confianza en la información contenida en esta publicación o por cualquier decisión basada en ella.

© 2023 Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. Todos los derechos reservados. En Argentina, las firmas miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited son las sociedades Price Waterhouse & Co. S.R.L., Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., PwC Legal S.R.L. y PwC Servicios de Argentina S.R.L., que en forma separada o conjunta son identificadas como PwC Argentina.

