

fiserv.



NÚMEROS QUE HABLAN VOLUMEN III

Ganador del Premio **Eikon de Oro**

Argentina, noviembre 2022

Tiempo estimado de lectura: **10 minutos**



Un estudio con
información de valor
para decisiones
inteligentes.



Índice

▶ Presentación institucional	3
▶ Segmento Usuarios/Consumidor final	4-12
Hábitos de uso	5-6
Cambios de hábitos	7
Billeteras virtuales y QR	8
Situaciones de uso	9
Bancos	10
Criptomonedas	11
Seguridad	12
▶ Segmento Comercios	13-17
Aceptación de medios de pago	14
Cambio de hábitos	15
Cambios en la manera de cobrar	16
Seguridad	17
▶ Conclusiones	18
▶ Sobre este estudio	19





Presentación

Fiserv es una compañía global líder en procesamiento de pagos y tecnología de servicios financieros, con más de 35 años de experiencia y presencia en más de 100 países.

Jugamos un importante papel en el movimiento de la economía global, procesando más de 12.000 transacciones por segundo, y nuestro objetivo es ser socios estratégicos de nuestros clientes a través del compromiso con la excelencia.

Ofrecemos soluciones que simplifican los procesos y permiten a los comercios e instituciones financieras crecer más rápido y administrar sus transacciones de manera más eficiente.

Innovamos pensando en las personas, entendiendo la manera en la que viven, trabajan, compran y venden, por eso invertimos en el desarrollo de tecnología a través de nuestros productos, PosNet y Clover®, para que comerciantes y clientes puedan usar su dinero con facilidad.

Fiserv es miembro del Índice S&P500® y de Fortune® 500, y se encuentra entre las compañías “más admiradas del mundo” de FORTUNE®. Además, fue nombrada entre las Empresas Más Innovadoras del Mundo por Fast Company por dos años.

fiserv.

 **clover** **PosNet**
from **fiserv.**

fiserv.



**USUARIOS/
CONSUMIDOR
FINAL**



Hábitos de uso

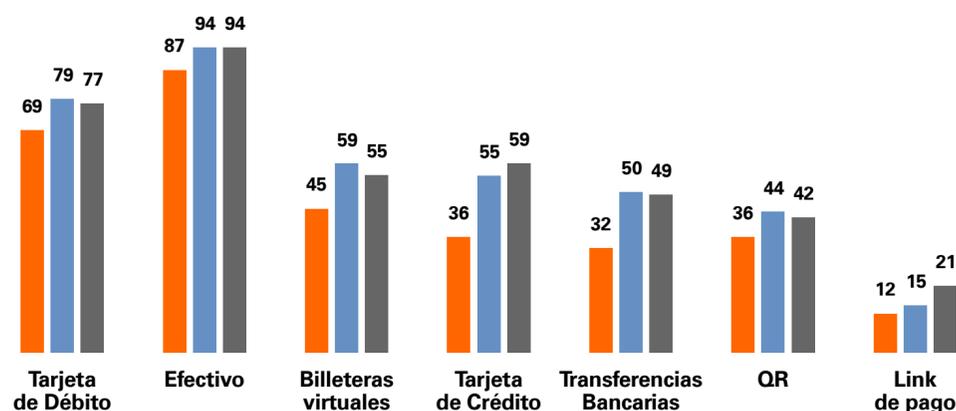


En esta nueva ola de análisis y tras dos años de pandemia, la **tarjeta de débito** continúa posicionándose como el medio de pago más mencionado como **habitual y preferido**. Las **billetteras virtuales y códigos QR**, si bien utilizan tarjetas, se perciben como un medio diferente de cara al consumidor y **consolidan su vínculo con el mismo**: crecen como medio de pago preferido y escalan a la segunda posición, mostrando una continuidad o tendencia creciente versus el 2021. El efectivo pierde importancia en el ranking de los preferidos, pero se mantiene como habitual.

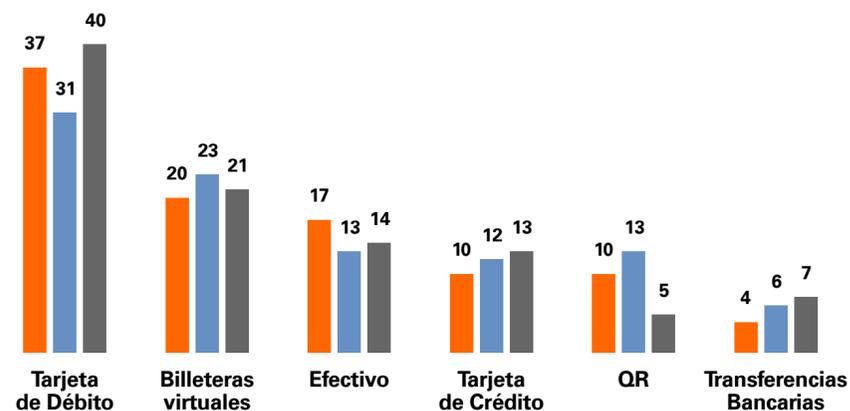
Medio de pago preferido 2021 vs 2022



Medios de pago habitual según rango etario



Medios de pago preferido según rango etario



Base: 600 casos

● 18 a 30 años ● 31 a 45 años ● 46 años y más



Mayor uso de tarjetas en el segmento **+31** en comparación con los jóvenes, aunque las billetteras virtuales registran un menor uso habitual que el efectivo, sí ganan terreno como medio de pago preferido en todos los rangos etarios: **es un producto cross generacional con el beneficio de mayores descuentos.**

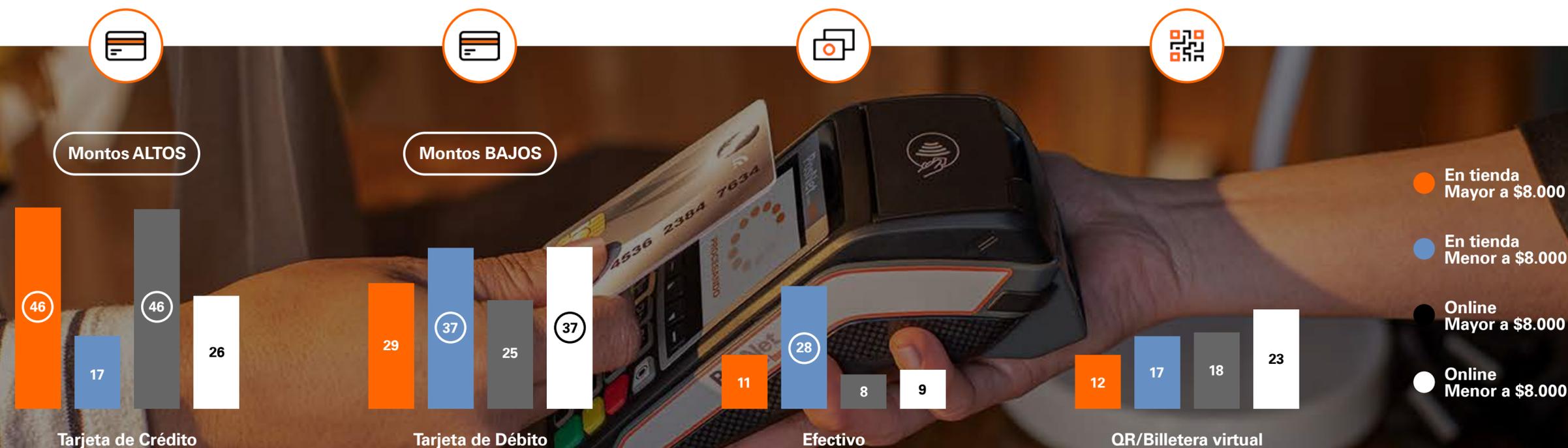
El efectivo recupera niveles de uso como medio habitual.

Hábitos de uso

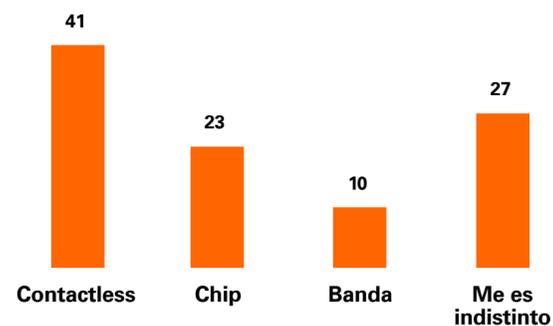


Con la digitalización de los medios de pago, las **tarjetas** adquirieron un papel fundamental para **operaciones más cómodas y rápidas**, sin necesidad de efectivo en el momento, posibilitando el acceso a un **ideal de mayor consumo**. Aunque las preferencias por el tipo de tarjeta varían en función del canal y del importe de la compra, siguen siendo las protagonistas a la hora de realizar una transacción.

Preferencia de uso de acuerdo a diferentes casos

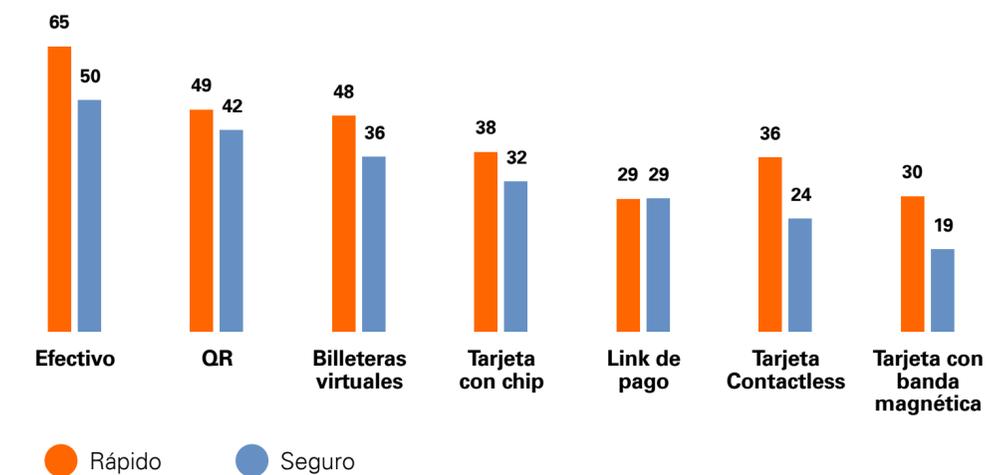


Preferencia de tecnología de pago con tarjetas



Base: 600 casos

Rapidez y seguridad



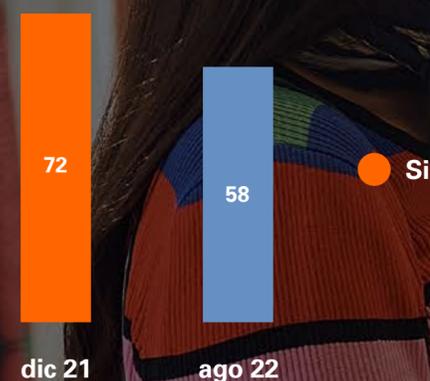
Cambios de hábitos



Esta evolución de la tecnología financiera, en pos de facilitar la gestión del dinero para los usuarios, propició un escenario en el que los cambios vinculados a las nuevas formas de comprar y pagar se van **consolidando**, demostrando que estos hábitos y tendencias llegaron para quedarse. **Crece la compra online y vuelve a verse la compra en formato presencial**, repuntando índices de consumo.

Realizó cambios en sus compras

Base: 600 casos



Cambios experimentados

Base: 348 casos



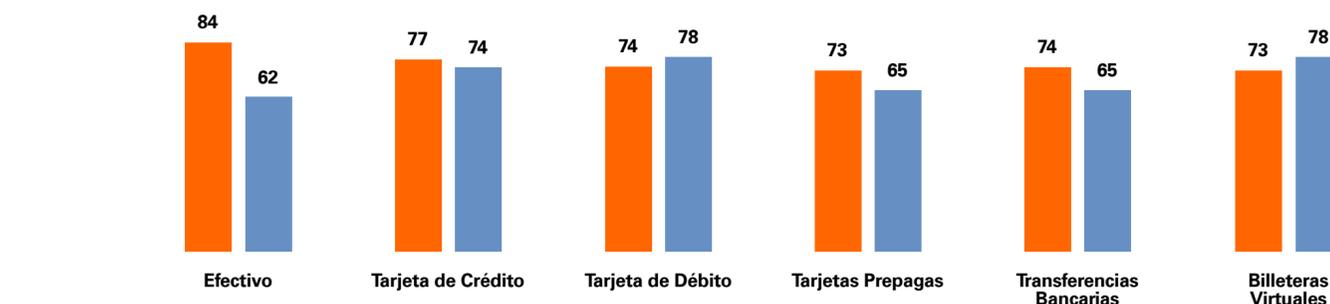
El segmento de **18 a 30 años** es el que ha incorporado cambios en sus compras en un mayor porcentaje.

60%

4 de cada **10** personas

acostumbran a comprar online.

Intención de uso futuro



Base: 600 casos

● 2021 ● 2022

Si bien cae la tasa de intención de uso del efectivo, **se ven porcentajes altos en todos los medios de pago.**

En el caso de **billeteras virtuales**,

8 de cada **10** personas

declaran que van a seguir utilizando este medio de pago.



Billeteras virtuales y QR →

Como mencionamos anteriormente, las billeteras virtuales aparecen en el imaginario social como un medio de pago diferente. En este nuevo estudio vemos cómo crece su adopción, aumentando el caudal de usuarios cross generación, género y región.

Uso de billeteras virtuales



Base: 600 casos

→ Publicidad como principal fuente de descubrimiento o incentivo de uso

→ Rubros más elegidos para pagos con billeteras virtuales

Supermercado

Ropa

Farmacia y perfumería

Gastronomía

Base: 330 casos

Beneficios más destacables:

- Pagar sin usar efectivo ni tarjetas físicas
- Aprovechar descuentos y promociones

Casi la mitad de los encuestados afirma que ha dejado de utilizar billeteras con tanta periodicidad porque aún hay comercios que no aceptan pagos con QR.

→ Porcentaje crecimiento QR Transferencias enero-octubre 2021 vs enero-octubre 2022

+260%
en volumen

+190%
en transacciones

→ Porcentaje crecimiento QR Tarjetas enero-octubre 2021 vs enero-octubre 2022

+860%
en volumen

+600%
en transacciones

30
billeteras virtuales

en total aceptadas en QR de PosNet y Clover, hasta septiembre de 2022.



Fuente: Fiserv



6 de cada **10**

personas cree que, en 10 años, el efectivo dejará de existir y todos los pagos serán

100%

VIRTUALES.

Situaciones de uso



La diversidad de métodos de pago funciona no solo como aliada en contextos de reactivación, sino que también fomenta un entorno de competitividad en la industria, para favorecer a los usuarios finales. De esta manera, puede verse la versatilidad de la tarjeta de débito en situaciones de consumo, la importancia de la posibilidad que representa la tarjeta de crédito, y la habitualidad del efectivo en canales vinculados a gastos diarios y de menor valor.

Tipo de compras por medio

	Pago de servicios	Carnicería/verdulería panadería	Supermercado /Autoservicio	Restaurant	Tecnología	Cine & teatro	Turismo	Indumentaria
Tarjeta de Débito	46	38	52	49	37	47	39	46
Tarjeta de Crédito	15	12	28	26	41	24	41	38
Billeteras virtuales	31	25	29	23	21	23	17	25
Efectivo	24	46	34	34	18	34	23	29
QR	8	15	21	18	11	17	9	14
Transferencias Bancarias	15	4	4	3	9	3	12	7

Base: 600 casos

→ **Top 5** de los rubros que más **crecieron** en volumen de compra con **crédito y débito**, en pesos, hasta **septiembre de 2022**

- 

1
Supermercados e hipermercados
- 

2
Artículos del hogar
- 

3
Ecommerce
- 

4
Indumentaria
- 

5
Combustible

Fuente: Fiserv

Porcentaje de crecimiento en compras con tarjeta de crédito

▶ enero – octubre 2021 vs enero – octubre 2022

+20% en volumen sobre inflación
10% en transacciones



Porcentaje de crecimiento en compras con tarjeta de débito

▶ enero – octubre 2021 vs enero – octubre 2022

+20% en volumen sobre inflación
20% en transacciones



Los tres planes de cuotas más elegidos:

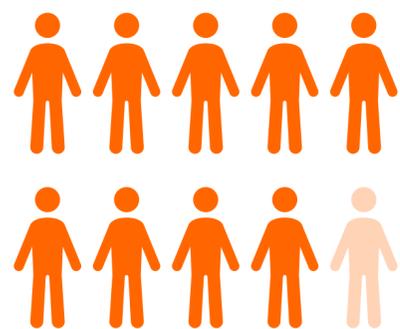
▶ **3 cuotas**
Ticket promedio: \$10.000

▶ **12 cuotas**
Ticket promedio: \$45.000

▶ **6 cuotas**
Ticket promedio: \$20.000

Bancos

Los usuarios se convierten en **protagonistas activos** en el **control de su vida financiera** y demandan más **herramientas digitales** que los ayuden en la tarea de manejar presupuestos y realizar un seguimiento del movimiento de su dinero.

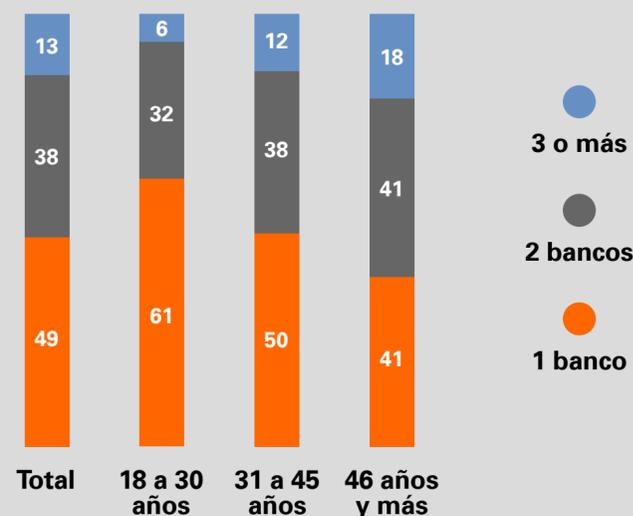


9 de cada 10 personas tienen cuenta bancaria.
El 67% de los encuestados prefiere la atención online por sobre la atención en una sucursal.



Tarjetas de Crédito

Base: 536 casos



La tenencia de más cuentas de bancos o de tarjetas de crédito **crece según la edad**, representando un **mayor porcentaje en el segmento superior a los 41 años.**

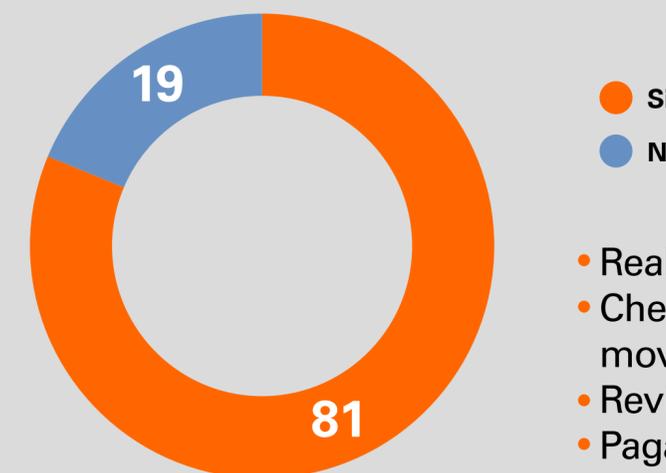
Al **72%** le gustaría contar con un servicio de **asesoramiento financiero personalizado** (consejos sobre inversiones, ahorros, control de cuentas, etc.)

Uso del homebanking

Base: 536 casos



El home banking tiene amplia adopción y se utiliza para fines múltiples



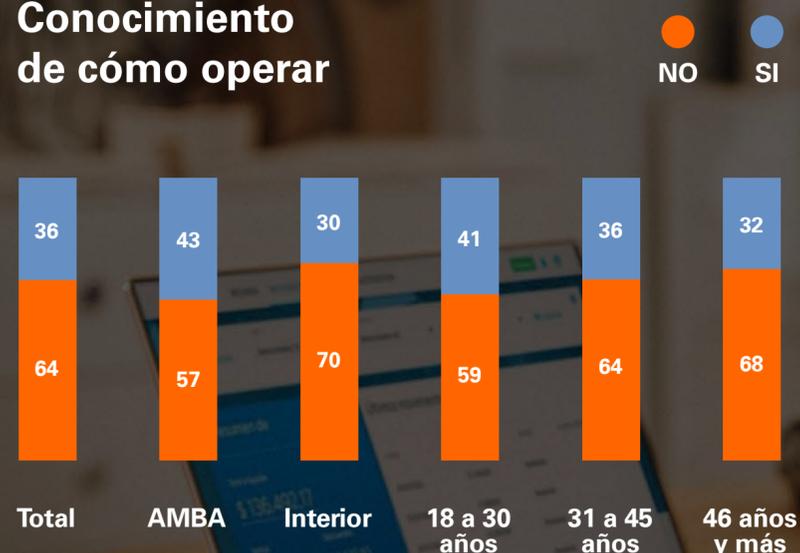
- Si
- No
- Realizar transferencias
- Chequear saldos y movimientos
- Revisar resúmenes
- Pagar servicios



Criptomonedas →

Tanto como para hacer pagos rápidos como para ganar beneficios o anonimato, **las transacciones con criptomonedas adquieren cada vez más espacio**. Al tratarse de una tendencia en todo el mundo, también representa una **nueva alternativa de inversión**. En Argentina, aún se registra un nivel de adopción bajo, pero que promete seguir creciendo.

Conocimiento de cómo operar



3 de cada **10** personas

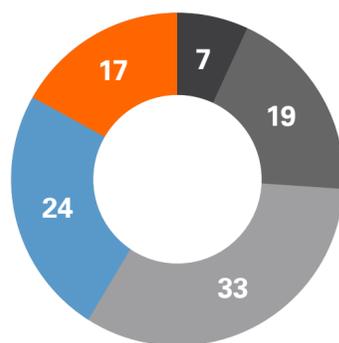
encuestados operaron alguna vez con criptomonedas.

¿Cómo las compran?

Directamente en aplicaciones/billeteras (46%).
 Exchanges (44%).
 Plataformas P2P (25%).
 A través de amigos (13%).

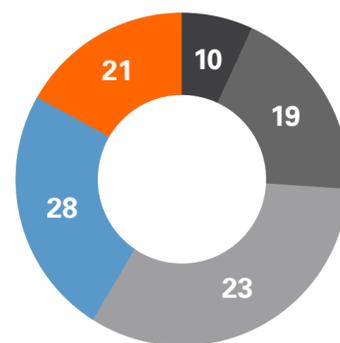
► Confianza en las cripto

- Muy confiable
- Bastante confiable
- Ni muy ni nada confiable
- Poco confiable
- Nada confiable



► Intención de uso futura

- Muy probable
- Bastante probable
- Ni muy ni nada probable
- Poco probable
- Nada probable



Base: 600 casos



Seguridad en medios de pago

Uno de los desafíos más fuertes que nos deja la velocidad que tomó la transformación de los medios de pago es en el ámbito de la seguridad. Así como vemos un profundo interés en los usuarios por tener mayor control en su vida financiera, claramente las estafas y los fraudes constituyen una fuente de preocupación y una de las barreras más nombradas a la hora de adoptar una nueva tecnología.

! El 20% de los usuarios finales sufrió alguna estafa con medios de pago.

! Robo de Tarjetas /datos
60%

! Hackeo de billetera virtual
20%

! Robo de datos del homebanking
15%

! Otros
5%

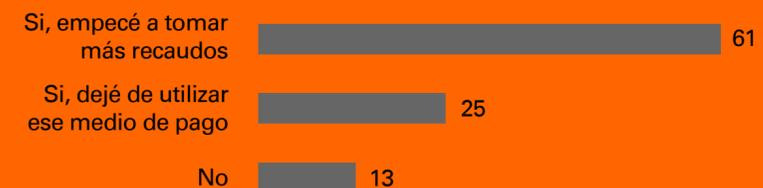
Base: 600 casos



¿Pudiste resolverlo?



A partir del evento, ¿realizaste cambios en tus hábitos?



fiserv.



COMERCIOS



Aceptación de medios de pago



Este contexto de métodos alternativos al efectivo para comprar y pagar, trajo consigo un escenario con múltiples ofertas para los consumidores, una enorme posibilidad para reactivar el consumo y un gran desafío para todos los comercios: estar preparados para aceptar el medio de pago que su cliente elija.



Si bien el efectivo y las tarjetas de débito son los medios más aceptados por los comerciantes, se registra un crecimiento en la aceptación de pagos a través de billeteras virtuales frente a la ola anterior.

El efectivo sigue siendo el preferido por **5 de cada 10 comerciantes**

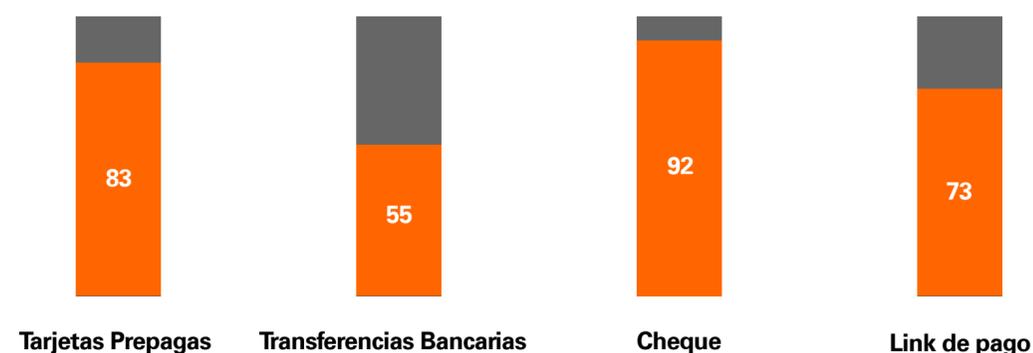


► ¿Cuál es el medio de pago que más eligen en tu comercio?



Base: 400 casos

► El cheque, las transferencias bancarias, las tarjetas prepagas y link de pago **son las herramientas más distantes** y que presentan dificultades o incomodidades para este segmento.



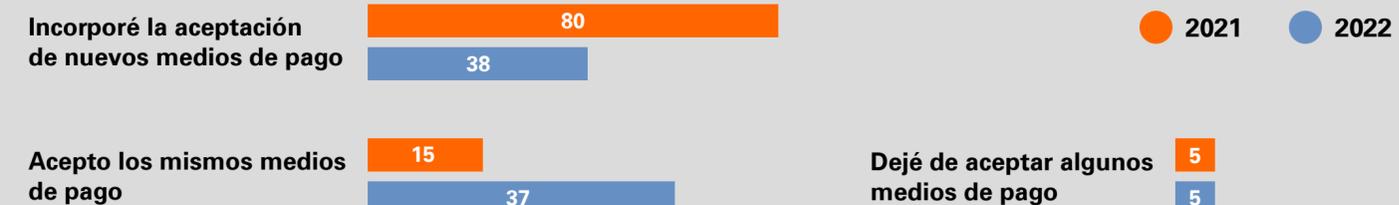
Cambio de hábitos

En esta última medición y en línea con lo que vemos en el segmento de usuarios, baja la cantidad de cambios realizados por los comercios, entendiendo esto como que **se consolida la adopción de los medios de pago incorporados durante el último año**. Sigue bajando el uso del efectivo con respecto al 2021 que, si bien es el medio de cobro más inmediato para los comercios, ya es catalogado como poco higiénico e incómodo.



► Cambios experimentados

Base: 400 casos



► Medios que disminuyeron su uso de acuerdo con los comercios



Atributos diferenciales



Tarjeta Débito



Seguridad



Innovación



Tarjeta Crédito



Promociones



Acreditación



QR/Billeteras Virtuales



Modernidad



Operatoria



Efectivo



Inmediatez



Higiene



Transferencias bancarias



Sin contacto



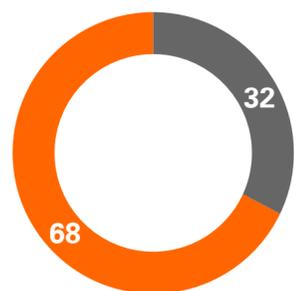
Utilidad

Cambios en la manera de cobrar →

Una de las capacidades que tanto los usuarios como los comercios han tenido que desarrollar durante estos años fue la flexibilidad. En el caso de los comerciantes, el **poder buscar opciones para continuar vendiendo** pese a las restricciones, los alentó a incursionar en nuevos medios de cobros para reinventarse, atraer a más clientes y proyectar sus negocios.



► ¿Sabía que, desde noviembre del año pasado, gracias a la iniciativa de Transferencias 3.0, un mismo código de QR es apto para todas las billeteras virtuales?



3 de cada 10 de los encuestados sabe de la iniciativa de Transferencias 3.0 y conoce los beneficios para su comercio.

● Si
● No

Base: 400 casos



Al igual que en el segmento usuarios,

6 de cada **10** 

personas cree que, en 10 años, el efectivo dejará de existir y todos los pagos serán 100% virtuales.



Seguridad en medios de pago

A la hora de elegir un proveedor de terminales y servicios financieros, los comercios destacan que, además de contar con una terminal fácil de usar, el **elemento de la seguridad es el más importante**. En un contexto en el que vuelve a verse el uso del efectivo, este aspecto resulta de peculiar interés para la industria, con un gran desafío en común: continuar desalentando su uso y proteger a los comercios, impulsando los beneficios de la digitalización de los medios de pago.



El **18%** de los comercios encuestados sufrió alguna estafa o fraude vinculados con medios de pago.



El **94%** de los comercios destaca a la **seguridad como uno de los aspectos más importantes** para elegir a un proveedor de medios de pago.



La **tarjeta de débito** aparece como el **medio más seguro** para los comerciantes, mientras que el **cheque**, que registra un bajo porcentaje de uso y alto rechazo, el **más inseguro**.

68%
recibió billetes falsos

18%
tuvo problemas de seguridad con link de pago

36%
han intentado pagarle con una tarjeta falsa

5%
otros

Base: 400 casos

¿Pudo resolverlo?

Si, pero perdí dinero **46**

No lo resolví, perdí dinero **49**

Si, me devolvieron el dinero **5**



Recap

- ▶ El efectivo pierde importancia en el ranking de los preferidos, pero se mantiene como el método de pago habitual. Las billeteras virtuales y el QR crecen como medio de pago preferido, después de las tarjetas de débito.

- ▶ El cambio que se impuso en la pandemia en materia de compras se va consolidando. Si bien se retoma el formato presencial, se sigue incorporando la compra online.

- ▶ Crece la adopción de billeteras virtuales, con la publicidad como principal fuente de descubrimiento o incentivo. El uso ya es cross generación, género y región.

- ▶ 9 de cada 10 personas tiene cuenta bancaria y la tenencia de cierta cantidad de tarjetas de crédito crece según la edad. En cuanto a la atención, se prefiere lo digital y nace una necesidad de contar con más herramientas para el manejo de las cuentas personales.

- ▶ Con respecto a las operaciones con criptomonedas, 3 de cada 10 encuestados conoce cómo operar y operó alguna vez con esta modalidad. Hay un bajo porcentaje de confiabilidad, en gran parte por desconocimiento.

- ▶ En materia de seguridad, un 20% de usuarios ha sufrido estafas alguna vez. Lo más usual fue el robo de datos de la tarjeta de crédito. Un 43% pudo resolverlo exitosamente con el reintegro del dinero. A raíz de estos hechos, 6 de cada 10 cambiaron sus hábitos para tomar recaudos.

- ▶ Efectivo y tarjetas de débito son los medios de pago más aceptados en los comercios y aumenta la aceptación de billeteras virtuales por la demanda de los clientes. De todos modos, aún sigue viéndose una preferencia del efectivo por los dueños de comercios por tratarse de un medio de acreditación inmediata.

- ▶ Baja la cantidad de cambios realizados por los comercios, entendiendo esto como que se consolida la adopción de los medios de pago incorporados durante el último año.

- ▶ Aún persiste cierto desconocimiento de la iniciativa Transferencias 3.0 en el segmento comercios.

- ▶ En cuanto a venta online, sólo un 20% vende por E-commerce. Por otra parte, 4 de cada 10 utiliza link de pago, por ser rápido, sencillo, permite llegar a más clientes y es seguro.

- ▶ 18% de los comercios se vieron afectados por fraude, en su mayoría por recibir billetes falsos, por este motivo, afirman perder el dinero de esa transacción.



Sobre este estudio:

Números que hablan es un estudio de mercado basado en un análisis cuantitativo considerando 1000 casos de usuarios finales y comercios en total (600 usuarios – 400 comercios), entre hombres y mujeres de 20 a 65 años de Argentina (AMBA e interior), con información referida a medios de pago, hábitos de compra y tendencias de usos, realizado por El 5to Elemento, en combinación con datos con los que cuenta la compañía.

→ Acerca de Fiserv

Fiserv, Inc. (NASDAQ: FISV) aspira a mover dinero e información en una manera que mueva al mundo. Como un líder mundial en pagos y tecnología financiera, la compañía ayuda a los clientes a lograr los mejores resultados a través de un compromiso con la innovación y la excelencia en áreas que incluyen procesamiento de cuentas y soluciones de banca digital; procesamiento emisor de tarjetas y servicios de red; pagos; comercio electrónico; la adquisición y procesamiento de comercios; y la solución de punto de venta basada en la nube Clover®. Fiserv es miembro del Índice S&P500® y FORTUNE 500®, y ha sido reconocida como una de las Compañías Más Admiradas del Mundo de FORTUNE® en 11 de los pasados 14 años y nombrada entre las Empresas Mas Innovadoras del Mundo por Fast Company por dos años consecutivos. Visite fiserv.com y síganos en las redes sociales para obtener más información y las últimas noticias de la compañía.



Contacto de Prensa
comunicacionymarketing@fiserv.com

El logo de Fiserv, con la palabra "fiserv." en una tipografía blanca, minúscula y sans-serif, sobre un fondo naranja sólido.Una fotografía de un profesional en un escritorio, con un ordenador, un bolígrafo y un vaso de agua, superpuesta sobre el fondo naranja de la parte superior derecha del documento.