



LOS ARGENTINOS Y LOS MEDIOS DE PAGO

ESTUDIO NACIONAL REALIZADO POR VOICES! 2022



A lo largo de los últimos dos años, Voices ha realizado distintas investigaciones que dan cuenta de como el escenario de la pandemia impactó en múltiples dimensiones de la vida de los individuos, incluyendo hábitos de trabajo, educación, ánimo, relaciones sociales, salud mental y física, hábitos saludables, percepción sobre las empresas, etc.

En esta oportunidad compartimos un Informe sobre bancarización y uso de medios de pago, que cuenta con algunos datos de tendencia pre pandemia, confirmando como este contexto ha potenciado la apertura de cuentas bancarias y el uso de nuevas modalidades de pago, sobretodo los digitales.

El estudio de opinión pública fue realizado a nivel nacional con el objetivo de identificar la evolución de la bancarización de la sociedad, conocer la confianza de la población en bancos, en las apps de pago móvil y en las criptomonedas, y detectar los cambios en la frecuencia de uso de distintos medios de pago.

METODOLOGÍA



ESTUDIO NACIONAL

UNIVERSO

Hombres y mujeres de 18 años y más.

COBERTURA GEOGRÁFICA

Nacional.

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN

Encuestas online.

TAMAÑO MUESTRAL

834 casos.

FECHA DE CAMPO

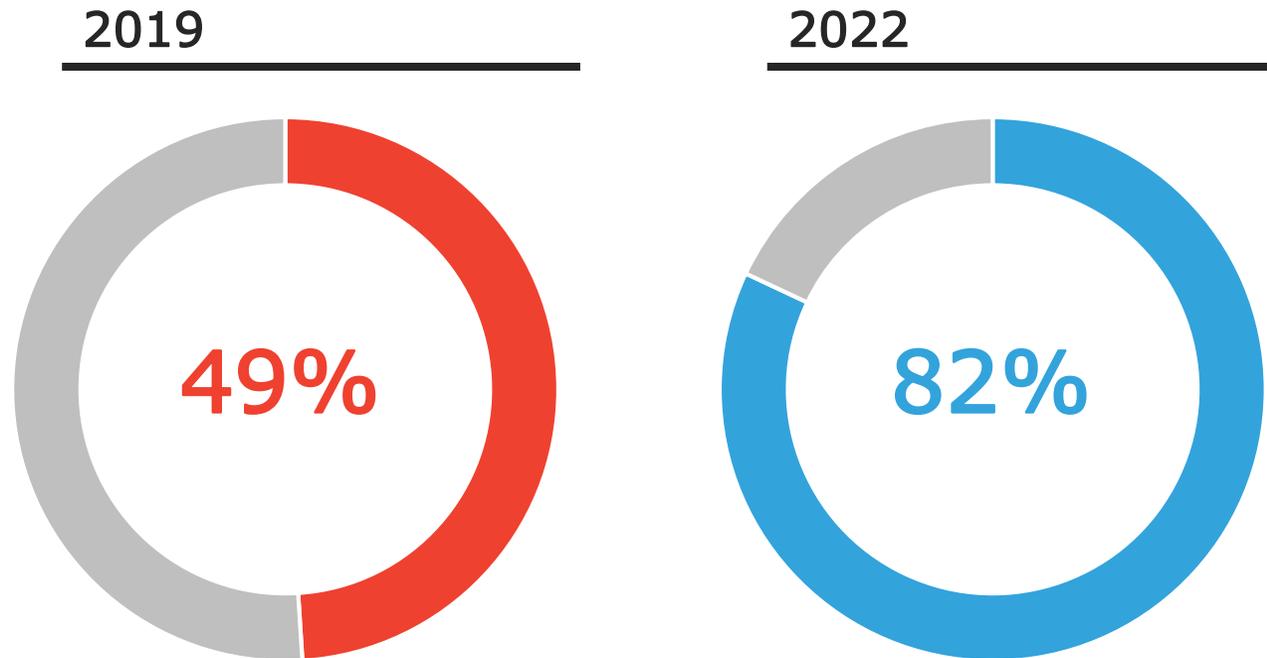
Abril 2022.

NOTA: los gráficos pueden no sumar 100% por redondeo de decimales

EN LA PANDEMIA SE ACELERÓ EL PROCESO DE BANCARIZACIÓN

A raíz de la pandemia y las restricciones para circular, se produjo una aceleración del crecimiento de la cantidad de tarjetas de débito y de cuentas bancarias, utilizadas para realizar pagos y para el cobro de programas sociales.

En este contexto el nivel de bancarización registrado en 2019 crece más de un 60%, pasando de 5 de cada 10 argentinos entonces hasta a alcanzar a 8 de cada 10 argentinos actualmente.



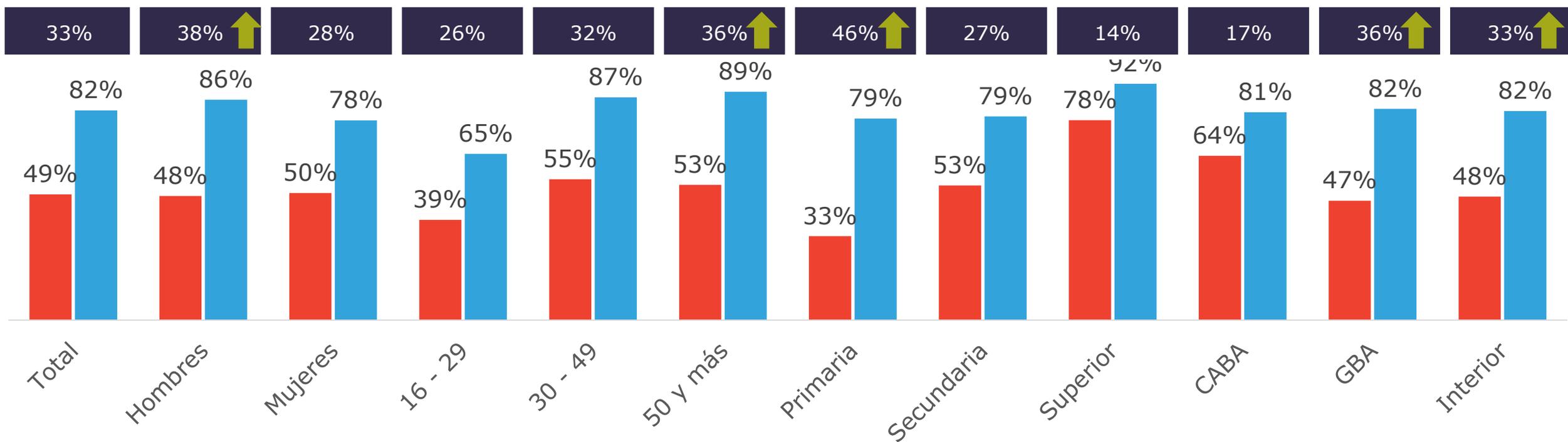
Los que declaran en mayor medida operar con bancos son los varones (86%), los de 30 años y más, y el nivel educativo universitario (92%) contra 79% del nivel primario.

EL NIVEL EDUCATIVO BAJO EMPUJA EN MAYOR MEDIDA EL CRECIMIENTO DE LA BANCARIZACIÓN DECLARADA EN 2019 VS 2022

También éste es más impulsado por los hombres (crece 38 puntos porcentuales en 2022 vs 2019) y aumenta junto con la edad.

Asimismo, el crecimiento es mayor en GBA e INTERIOR (+36pp y +33pp) que en CABA (17pp).

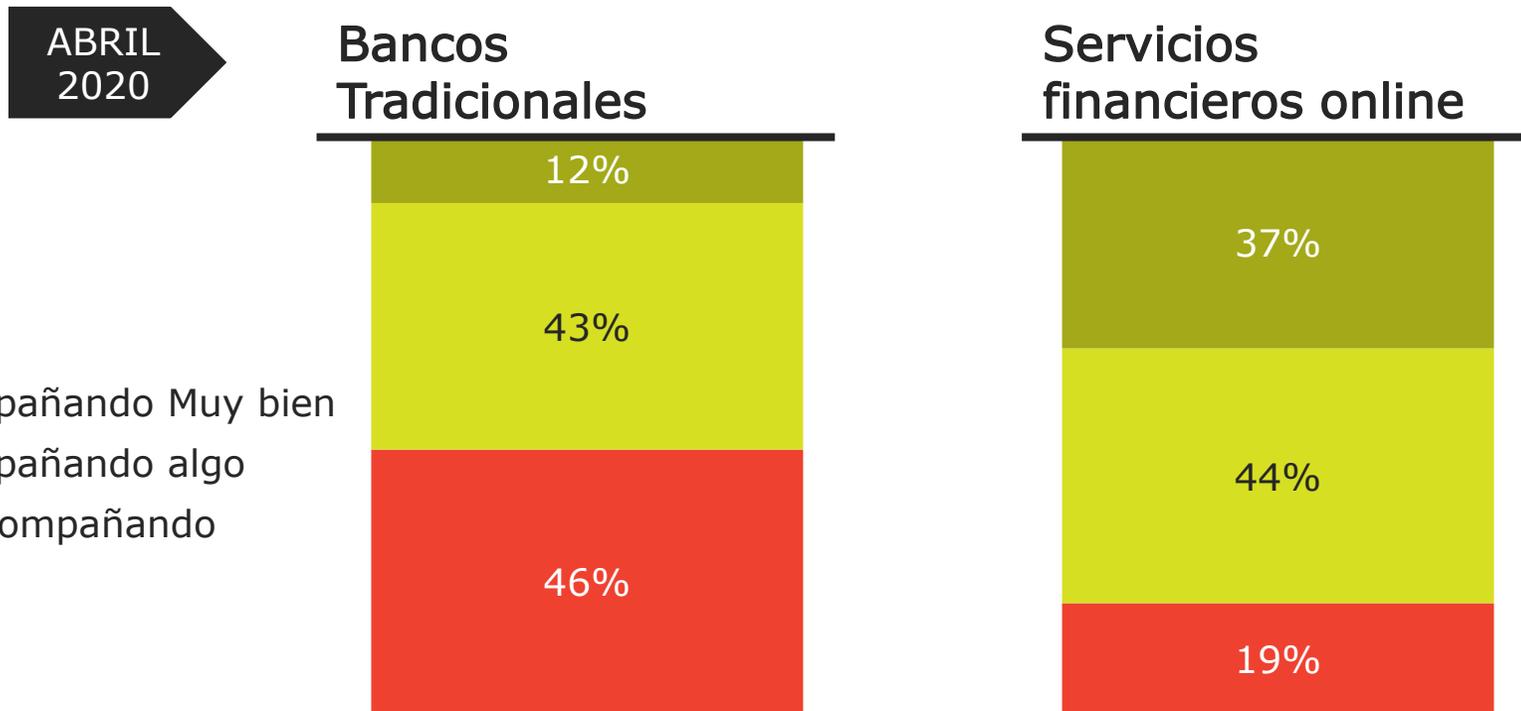
■ 2019 ■ 2022 ■ Diferencia 2019 vs 2022



LOS BANCOS SE PERCIBIERON LEJANOS DURANTE LA PANDEMIA MIENTRAS QUE POR EL CONTRARIO HAY UNA ALTA SATISFACCIÓN CON EL ACOMPAÑAMIENTO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS ONLINE

A pesar de la reconfiguración del funcionamiento de los bancos (a través la transformación digital) casi la mitad de los argentinos, durante la pandemia, no se sintieron acompañados por los bancos.

Diferente es la percepción acerca de los servicios financieros online, que sí lograron estar más cerca de la población.

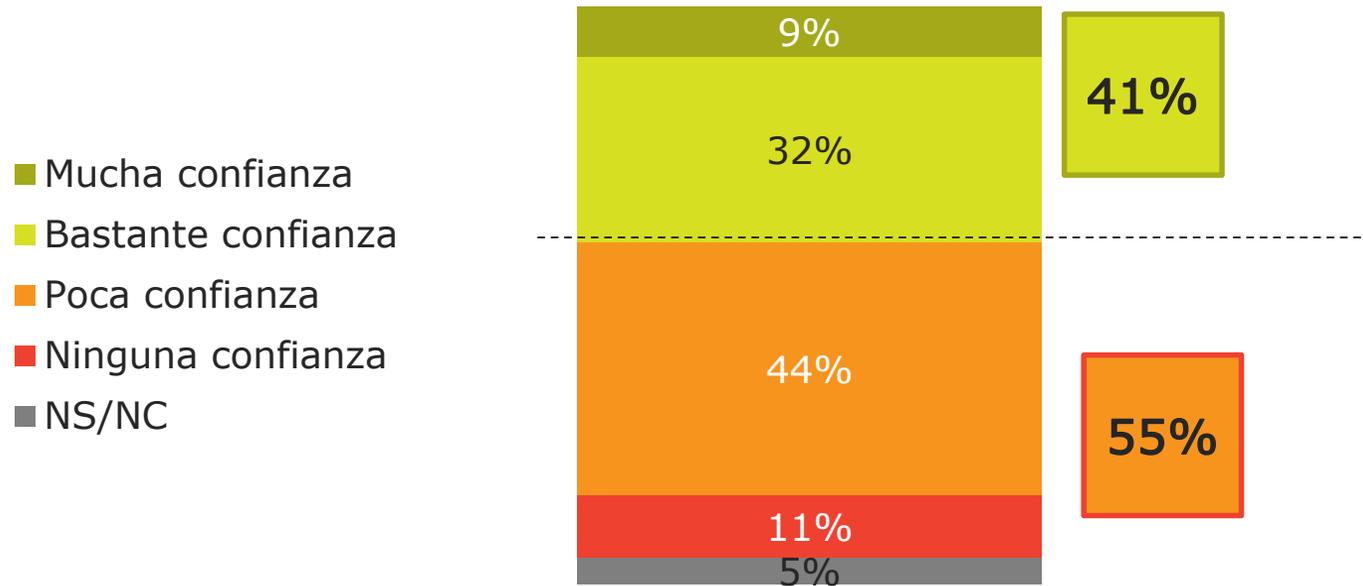


- Están acompañando Muy bien
- Están acompañando algo
- No están acompañando

Durante la pandemia, casi la mitad de los argentinos (46%) no se sintieron acompañados por los bancos y solamente un 12% consideró que los bancos tomaron medidas y acompañaron a clientes y empleados durante el Coronavirus.

En este sentido, los servicios financieros online hicieron un mejor trabajo: 8 de cada 10 (81%) se sintieron muy bien acompañados o algo acompañados.

EN LA ACTUALIDAD, CASI 6 DE CADA 10 DECLARAN QUE NO CONFIAN EN LOS BANCOS. LOS JOVENES SON EL UNICO SEGMENTO QUE DETENTA UNA CONFIANZA MAYORITARIA EN ESTAS INSTITUCIONES



Mientras que 4 de cada 10 (41%) tienen mucha o bastante confianza en los bancos, algo más de la mitad (el 55%) tiene poca o ninguna confianza en las instituciones bancarias que operan en Argentina.

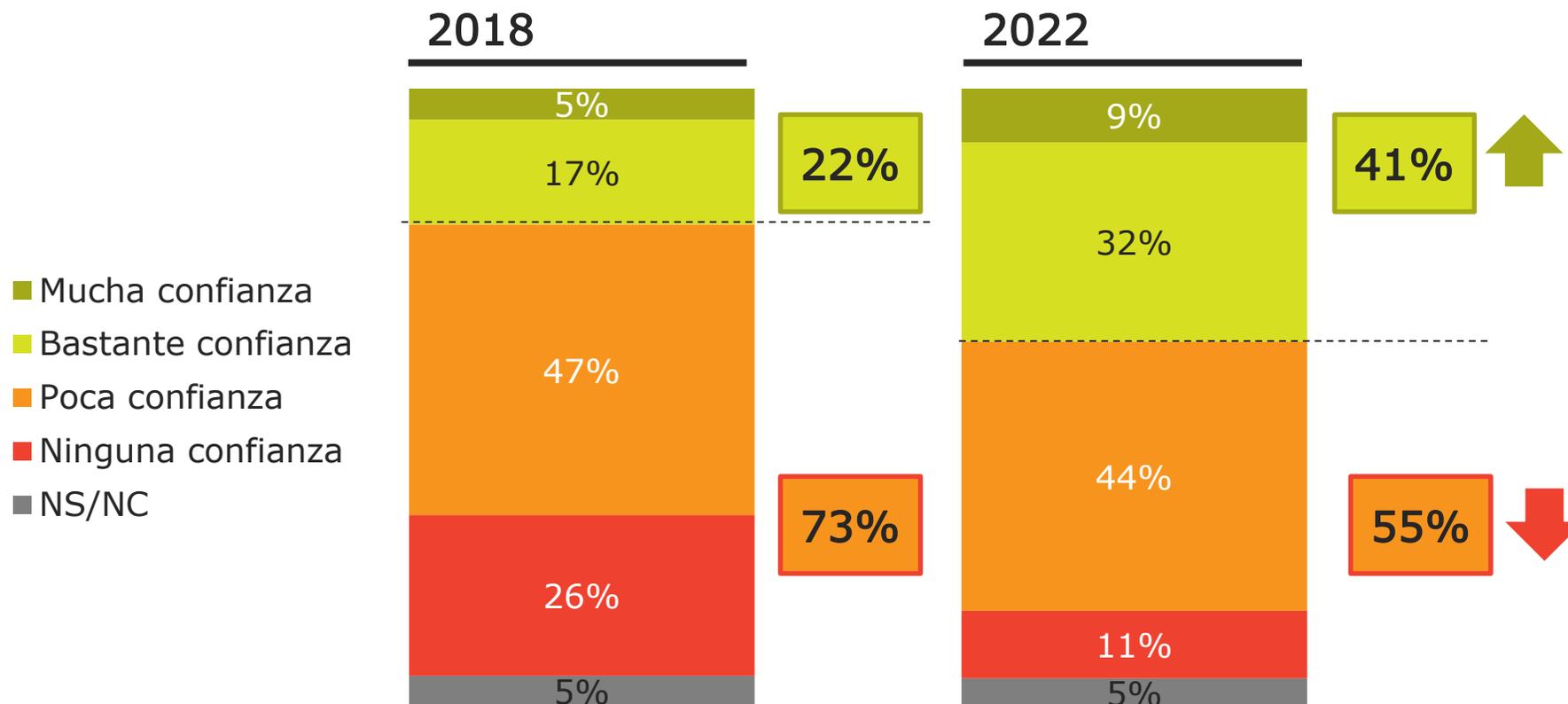
La confianza es mayor entre las mujeres (49%) y los más jóvenes (57%), y también tiende a aumentar a medida que decrece el nivel educativo.

El segmento de 50 a 64 años pareciera ser el más escéptico con respecto a los bancos.

| | TOTAL | Hombres | Mujeres | 18 - 29 | 30 - 49 | 50 - 64 | 65 y más | Primaria | Secundaria | Superior | CABA | GBA | Interior |
|------------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|------------|----------|------|-----|----------|
| Mucha + bastante | 41% | 32% | 49% | 57% | 35% | 27% | 45% | 47% | 40% | 33% | 43% | 42% | 40% |
| Poca + Ninguna | 55% | 64% | 46% | 39% | 61% | 65% | 52% | 47% | 55% | 65% | 53% | 54% | 55% |
| Ns/Nc | 5% | 4% | 6% | 4% | 4% | 8% | 3% | 6% | 5% | 2% | 4% | 4% | 5% |

SIN EMBARGO, LA CONFIANZA EN LOS BANCOS MUESTRA UNA TENDENCIA POSITIVA

A pesar de ser relativamente baja, la confianza presenta una tendencia creciente con respecto al 2018, cuando sólo 2 de cada 10 evaluaban positivamente a los bancos.



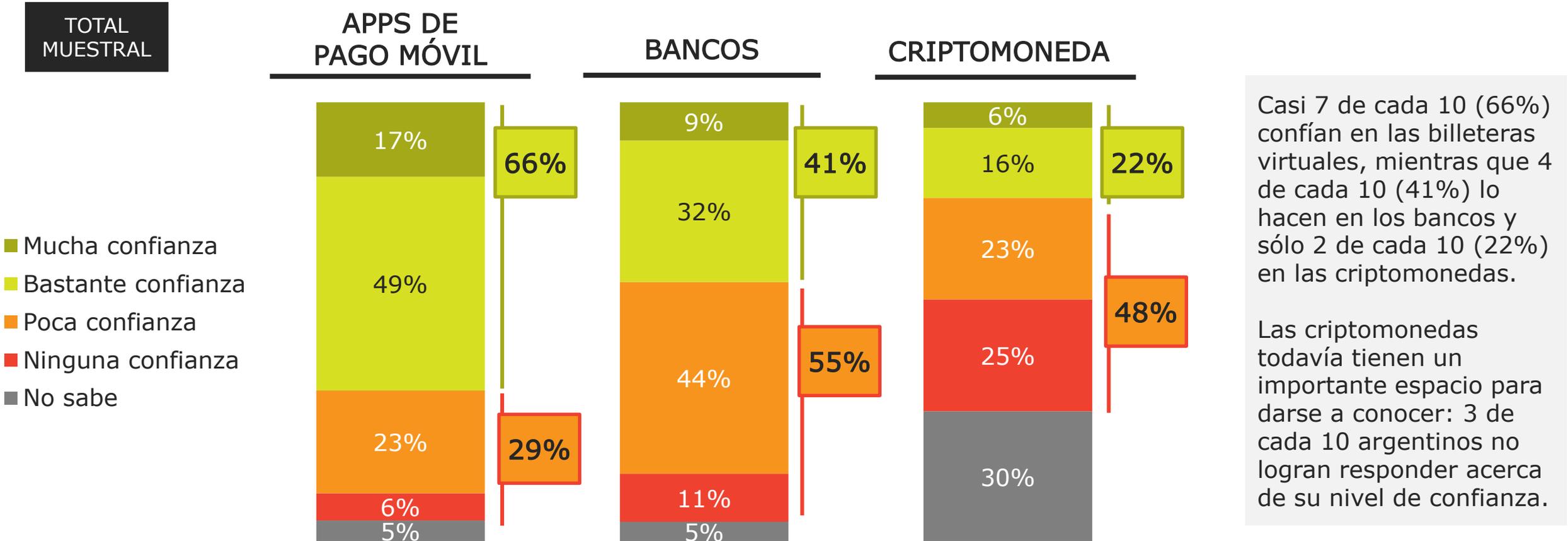
La confianza en los bancos crece casi 20 puntos con respecto al 2018.

Mientras que en 2018 sólo 2 de cada 10 (un 22%) consideraba confiables a las instituciones bancarias en Argentina, en 2022 esta percepción prácticamente se duplica alcanzando a 4 de cada 10 (41%).

Al interior de quienes evalúan de forma negativa a los bancos, decrece el porcentaje de quienes no tienen ninguna confianza en los bancos (26% a 11%).

LAS APPS DE PAGO MÓVIL SON LAS QUE GENERAN MÁS CONFIANZA

En línea con un crecimiento general del ecosistema fintech -que explotó en los últimos años-, las billeteras virtuales se encuentran entre los servicios financieros más confiables para los argentinos.



LOS JÓVENES CONFÍAN MÁS EN TODOS LOS SERVICIOS FINANCIEROS

La confianza en las criptomonedas crece entre los hombres, los más jóvenes, de educación secundaria y en el Interior. Entre mujeres, en los más adultos y en el nivel educativo más bajo hay mayor desconocimiento de las criptomonedas.

APPS DE PAGO MÓVIL

| | TOTAL | Hombres | Mujeres | 18 - 29 | 30 - 49 | 50 - 64 | 65 y más | Primaria | Secundaria | Universitaria | CABA | GBA | Interior |
|------------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|------------|---------------|------|-----|----------|
| Mucha + bastante | 66% | 66% | 65% | 72% | 67% | 57% | 60% | 55% | 73% | 63% | 62% | 67% | 65% |
| Poca + Ninguna | 30% | 28% | 31% | 25% | 29% | 39% | 29% | 37% | 23% | 34% | 34% | 30% | 29% |
| Ns/Nc | 5% | 6% | 4% | 2% | 4% | 5% | 11% | 8% | 4% | 3% | 4% | 3% | 6% |

BANCOS

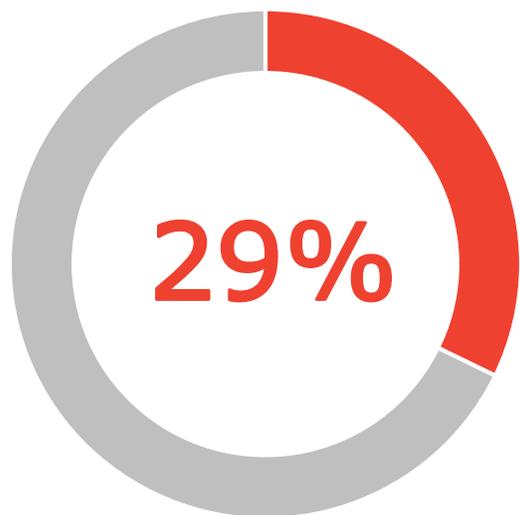
| | TOTAL | Hombres | Mujeres | 18 - 29 | 30 - 49 | 50 - 64 | 65 y más | Primaria | Secundaria | Universitaria | CABA | GBA | Interior |
|------------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|------------|---------------|------|-----|----------|
| Mucha + bastante | 41% | 32% | 49% | 57% | 35% | 27% | 45% | 47% | 40% | 33% | 43% | 42% | 40% |
| Poca + Ninguna | 55% | 64% | 46% | 39% | 61% | 65% | 52% | 47% | 55% | 65% | 53% | 54% | 55% |
| Ns/Nc | 5% | 4% | 6% | 4% | 4% | 8% | 3% | 6% | 5% | 2% | 4% | 4% | 5% |

CRIPTOMONEDA

| | TOTAL | Hombres | Mujeres | 18 - 29 | 30 - 49 | 50 - 64 | 65 y más | Primaria | Secundaria | Universitaria | CABA | GBA | Interior |
|------------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|------------|---------------|------|-----|----------|
| Mucha + bastante | 22% | 26% | 18% | 34% | 21% | 15% | 9% | 17% | 26% | 19% | 13% | 20% | 24% |
| Poca + Ninguna | 49% | 57% | 41% | 39% | 51% | 52% | 54% | 48% | 46% | 56% | 61% | 56% | 44% |
| Ns/Nc | 30% | 17% | 41% | 27% | 28% | 34% | 37% | 35% | 28% | 25% | 26% | 25% | 32% |

LA INSEGURIDAD Y EL TEMOR A HACKEOS O ESTAFAS SON LOS PRINCIPALES MOTIVOS POR LOS QUE NO CONFÍAN EN LAS APPS DE PAGO MÓVIL

Vinculado con la inseguridad, se menciona también la falta de confianza/ transparencia y el temor a la fuga de datos personales.



DESCONFÍA DE
LAS APPS DE
PAGO MÓVIL

MOTIVOS DE DESCONFIANZA



El 44% de los argentinos que desconfían de las apps de pago móvil, las perciben inseguras y le temen a los hackeos o estafas.

En segundo lugar, 2 de cada 10 (un 20%) se refieren a la falta de confianza y transparencia.

Uno de cada 10 (8%) las vinculan con la fuga de datos personales y un porcentaje similar (7%) mencionan fallas en el funcionamiento.

EL MIEDO AL HACKEO CRECE ENTRE LOS MÁS JÓVENES Y EN GBA

A medida que decrece la edad, aumenta el temor al hackeo o estafas como principal detractor de las apps de pago móvil: entre los más jóvenes (18-29 años) es mencionado por casi 6 de cada 10 (59%) mientras que entre los más adultos sólo 3 de cada 10 (31%). Es interesante destacar que los jóvenes se concentran en un menor número de barreras.

En este segmento (65 años y más) aumenta el temor a la fuga de datos personales (29%) que se menciona casi en la misma medida que los hackeos o estafas. En este segmento, aumenta la preferencia por el uso de efectivo.

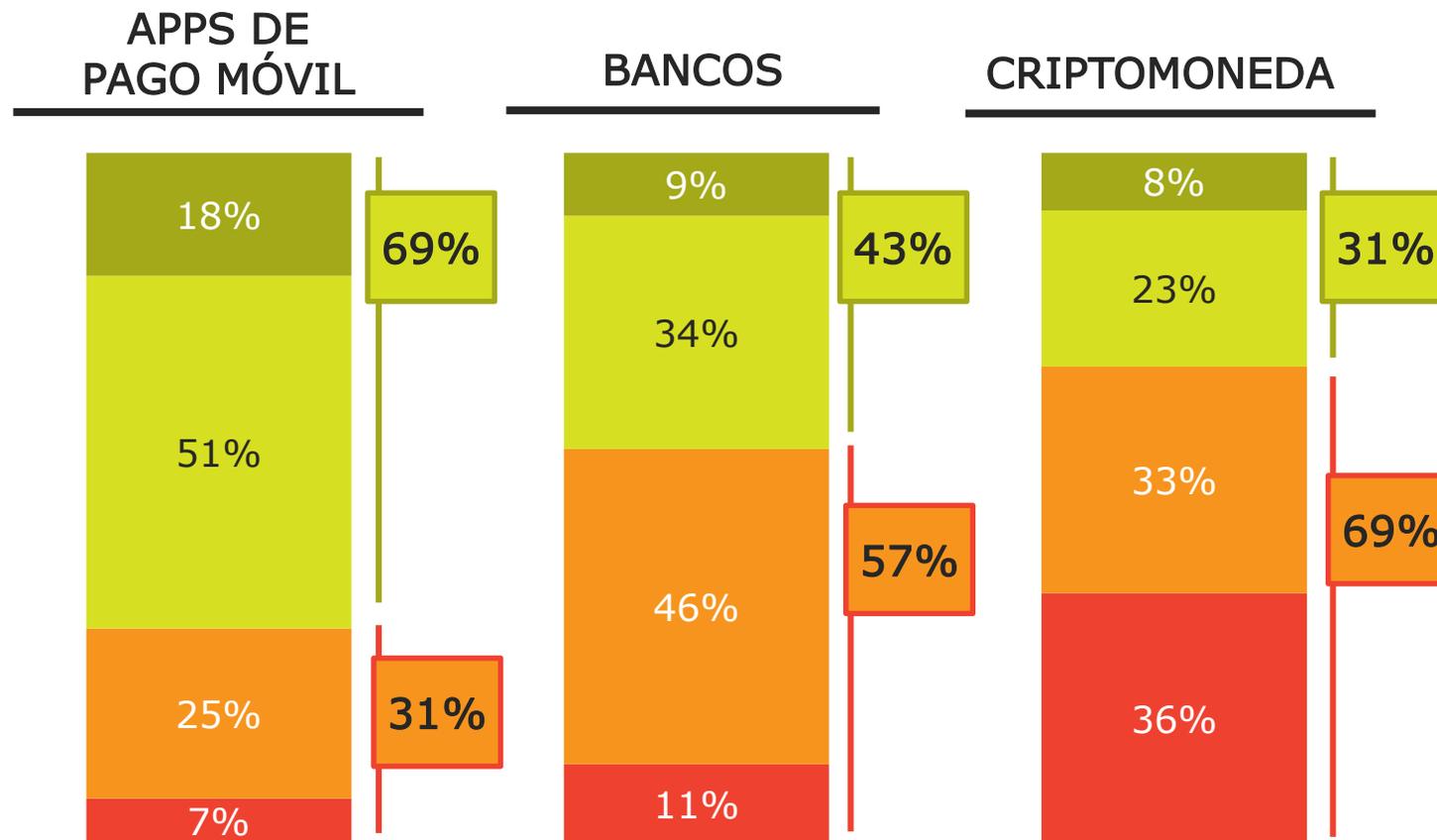
La falta de confianza o transparencia crece entre los de 30-49 años (26%) y a medida que baja el nivel educativo. Entre los que tienen nivel educativo primario es mencionado por un 25% vs los de nivel medio 19% y los de nivel universitario 13%.

| | TOTAL | Hombres | Mujeres | 18 - 29 | 30 - 49 | 50 - 64 | 65 y más | Primaria | Secundaria | Universitaria | CABA | GBA | Interior |
|-----------------------------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|------------|---------------|------|-----|----------|
| Estafas o hackeos, son inseguras | 44% | 46% | 43% | 59% | 45% | 38% | 31% | 47% | 43% | 43% | 45% | 56% | 40% |
| Falta de confianza, transparencia | 20% | 22% | 18% | 11% | 26% | 22% | 14% | 25% | 19% | 13% | 17% | 16% | 22% |
| Fuga de datos personales | 8% | 5% | 11% | 5% | 5% | 5% | 29% | 10% | 5% | 10% | 3% | 4% | 10% |
| Por fallas en su funcionamiento | 7% | 5% | 10% | 16% | 4% | 7% | 1% | 9% | 4% | 8% | 8% | 5% | 8% |
| No las uso, prefiero efectivo | 4% | 6% | 2% | - | 5% | 1% | 9% | 2% | 6% | 3% | 8% | - | 4% |
| No sé como usarlas | 4% | 3% | 4% | - | 3% | 10% | 2% | - | 5% | 6% | 4% | 5% | 3% |
| Falta de atención al cliente | 3% | 4% | 1% | - | 5% | 2% | 1% | 3% | 3% | 1% | 10% | 5% | 1% |
| Falta de regulación, control | 1% | 1% | 1% | - | 1% | 2% | - | - | 1% | 3% | 1% | 2% | 1% |
| Generan gastos, intereses | 1% | 1% | 1% | - | - | 2% | 3% | 1% | - | 1% | - | 2% | 0% |
| Ns/Nc | 12% | 12% | 12% | 9% | 10% | 17% | 12% | 4% | 15% | 20% | 11% | 7% | 14% |

LAS CRIPTOMONEDAS SON LAS QUE TIENEN MÁS DETRACTORES

Haciendo foco en quienes respondieron efectivamente sobre su confianza en cada uno de los servicios financieros, se consolidan los altos niveles de desconfianza hacia las criptomonedas.

EXCLUYE
NS/NC

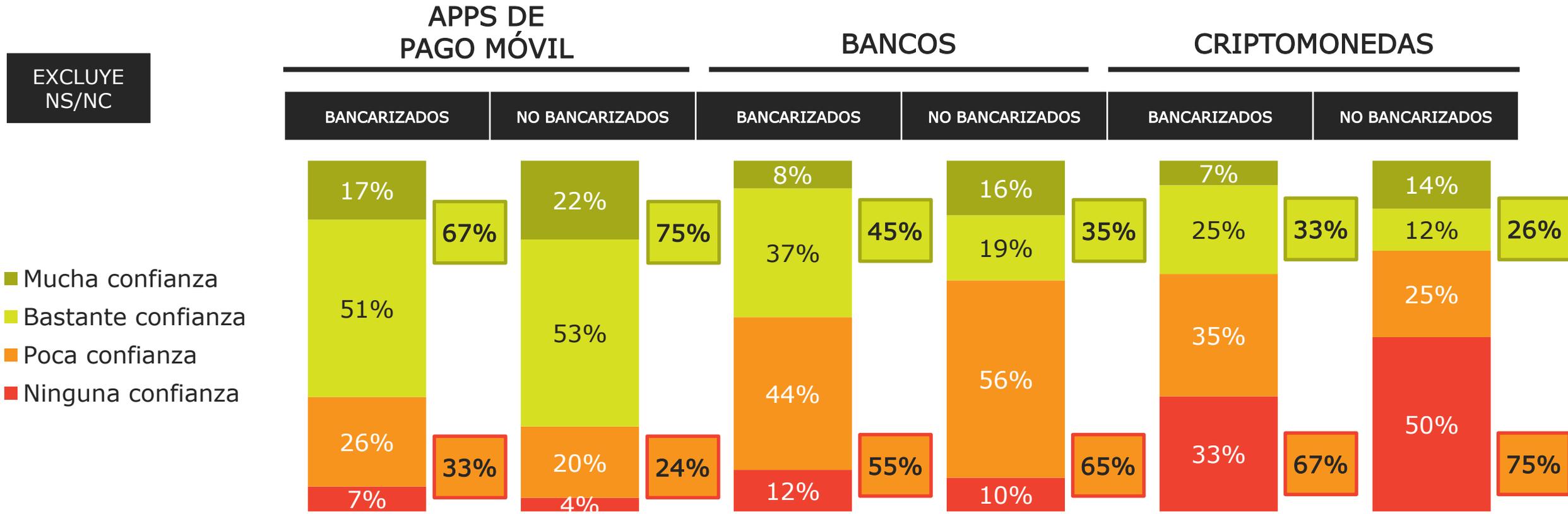


Las criptomonedas, son no sólo las que mayor porcentaje de desconfianza tienen (69% vs 57% de los bancos y 31% de las apps de pago móvil) sino también son las que muestran una construcción interna de la desconfianza más negativa (crece la declaración ninguna confianza).

TANTO BANCARIZADOS COMO NO BANCARIZADOS CONFÍAN MÁS EN LAS APPS DE PAGO MÓVIL QUE EN LOS BANCOS

Aquellos que no operan con bancos tienen mayor confianza en las apps de pago móvil (75%) pero menor hacia las criptomonedas (75% poca o ninguna confianza).

Entre aquellos que están bancarizados, la confianza en los bancos es mayor que entre quienes no tienen vínculo con este tipo de instituciones (45 vs 35%).



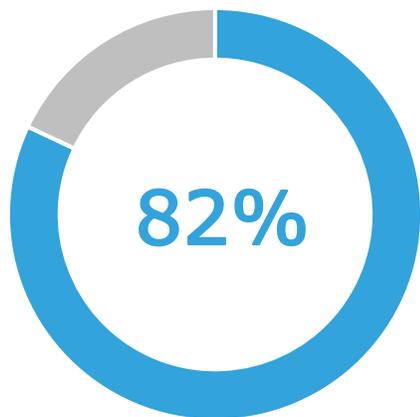
EL EFECTIVO ES EL MEDIO DE PAGO DE MAYOR INCIDENCIA EN ARGENTINA

Casi la totalidad lo utiliza con alguna frecuencia para realizar sus compras. En segundo lugar, la tarjeta de débito es elegida por 8 de cada 10 argentinos, seguida por Mercado Pago, utilizado por 7 de cada 10 con alguna frecuencia.

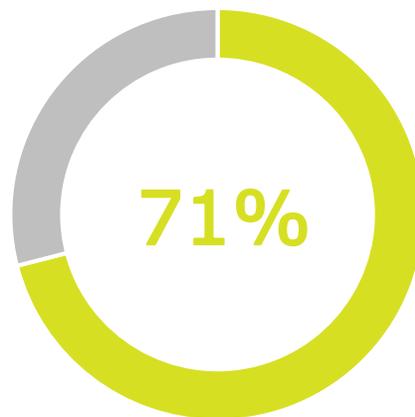
MEDIOS DE PAGO QUE UTILIZA



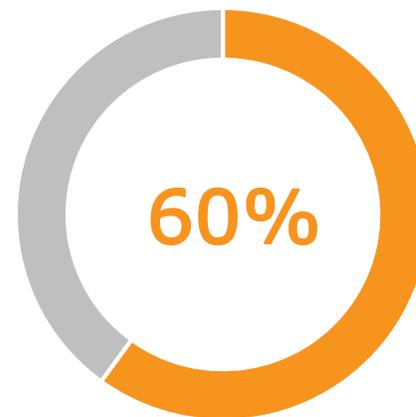
UTILIZA EFECTIVO



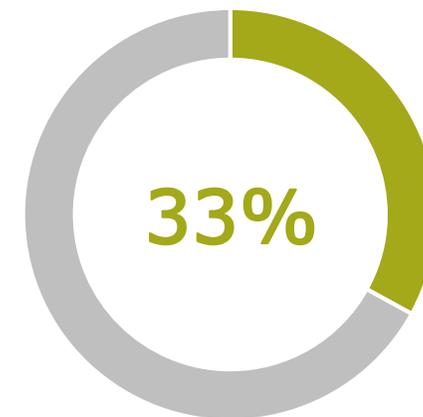
UTILIZA DÉBITO



UTILIZA MERCADO PAGO



UTILIZA CRÉDITO



UTILIZA OTRAS APPS DE PAGO MÓVIL

Las tarjetas de débito y crédito crecen junto con la edad. El débito alcanza un 95% entre los mayores de 65 años vs un 62% de uso de los más jóvenes 18-29 años. Las tarjetas de crédito alcanzan a 8 de cada 10 mayores de 50 años, mientras que entre los más jóvenes sólo están presentes en casi 4 de cada 10 (38%). Mercado Pago y las Apps de pago móvil aumentan su uso a medida que decrece la edad. Mercado Pago es utilizado por casi 8 de cada 10 (76%) jóvenes mientras que entre los más adultos alcanza un 54%.

Menciones principales:
Cuenta DNI
MODO
UALÁ
Billetera Santa Fé

EL EFECTIVO LIDERA EN CASI TODOS LOS SEGMENTOS

Su uso es mayoritario en todos los estratos excepto en CABA donde su incidencia es similar a la del débito.

Las tarjetas de débito son el segundo medio de pago más utilizado. El 82% dice utilizarlas con alguna frecuencia. Su uso está más extendido entre las personas de mayor nivel educativo (87% contra un 83% de los ciudadanos de nivel educativo medio y 77% de nivel educativo bajo).

Asimismo, las tarjetas de débito son más utilizadas a medida que se eleva la edad (95% entre los de 65 años y más contra 62% de los más jóvenes).

| | TOTAL | Hombres | Mujeres | 18 - 29 | 30 - 49 | 50 - 64 | 65 y más | Primaria | Secundaria | Universitaria | CABA | GBA | Interior |
|--------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|------------|---------------|------|-----|----------|
| Efectivo | 94% | 94% | 94% | 95% | 94% | 95% | 90% | 96% | 93% | 93% | 81% | 95% | 95% |
| Débito | 82% | 85% | 79% | 62% | 87% | 87% | 95% | 77% | 83% | 87% | 81% | 84% | 81% |
| Mercado Pago | 71% | 74% | 69% | 76% | 75% | 69% | 54% | 66% | 76% | 68% | 65% | 75% | 71% |
| Crédito | 60% | 67% | 53% | 38% | 61% | 76% | 77% | 44% | 62% | 78% | 68% | 54% | 61% |
| Otras Apps | 33% | 37% | 29% | 36% | 37% | 31% | 19% | 25% | 36% | 38% | 30% | 29% | 35% |

Mercado Pago tiene un perfil de uso más joven, crece entre quienes tienen un nivel educativo medio y en GBA.

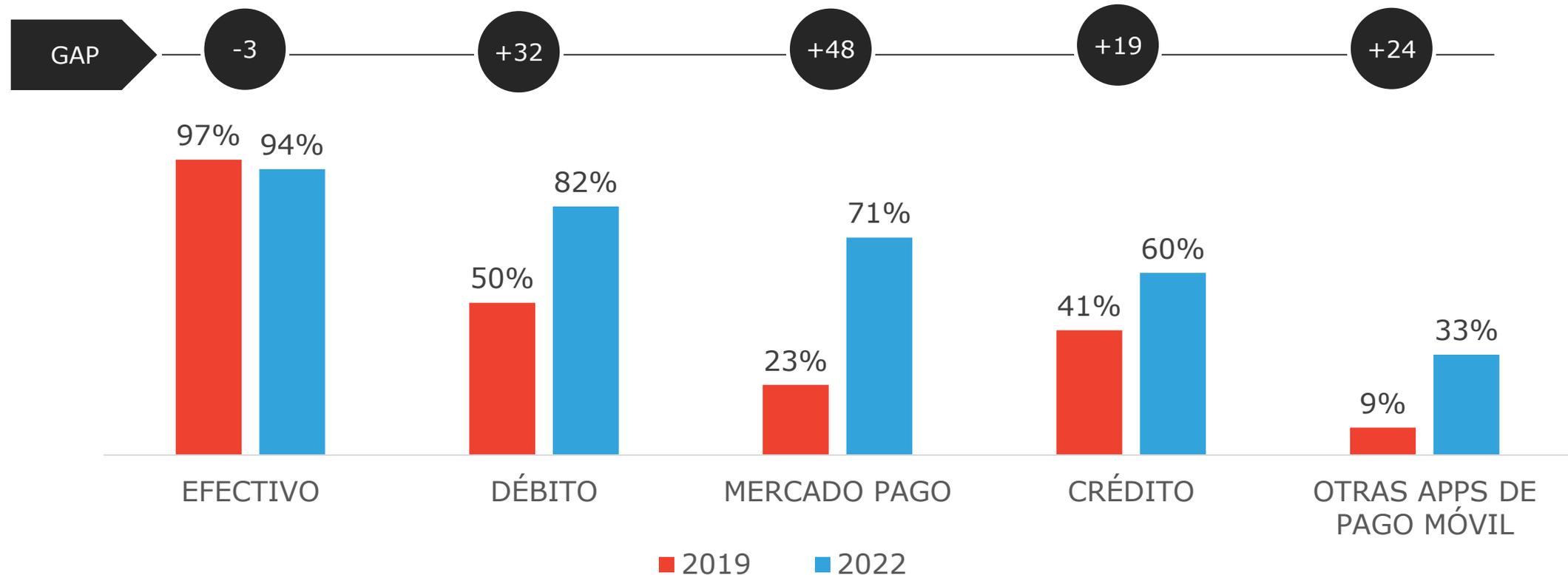
Las tarjetas de crédito aumentan su penetración entre los hombres (67% contra 53% de las mujeres), a medida que aumenta la edad y junto con el nivel educativo (44% de entre quienes poseen únicamente educación primaria, frente a un 62% de quienes cuentan con nivel secundario y 78% con algún nivel de educación superior).

Asimismo, tienen más presencia en CABA (68%) que en GBA (54%).

DURANTE LA PANDEMIA COVID-19 Y EL DISTANCIAMIENTO SOCIAL SE IMPULSÓ EL USO DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS

El efectivo sigue siendo el de mayor incidencia pero se suman nuevos medios de pago. En este contexto, destaca Mercado Pago como el servicio financiero que muestra mayor crecimiento desde el 2019.

MEDIOS DE PAGO QUE UTILIZA

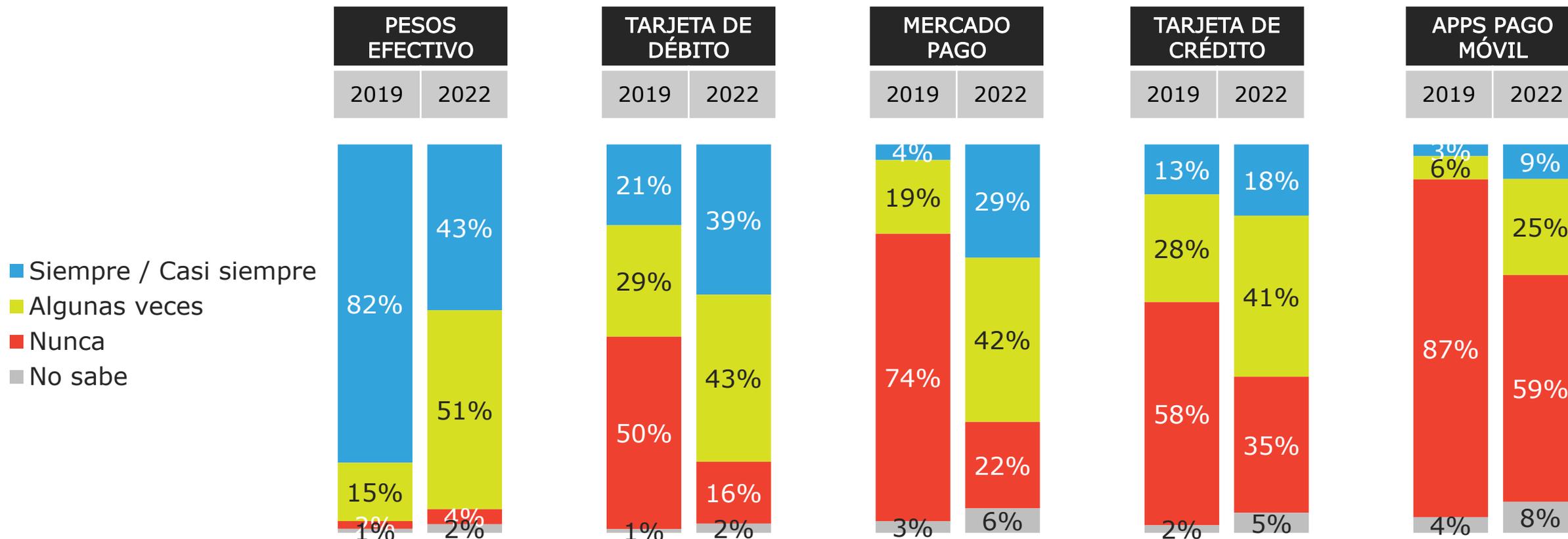


EL USO DE EFECTIVO SE VUELVE UN MEDIO DE PAGO MENOS FRECUENTE

Mientras que en 2019 eran algo más de 8 de cada 10 los que declaraban usar efectivo siempre o casi siempre para pagar sus compras, en 2022 son 4 de cada 10 (43%) los señalan que lo usan con alta frecuencia.

En este contexto aumenta la frecuencia de uso de los otros medios de pago, especialmente el débito y Mercado Pago.

FRECUENCIA DE USO

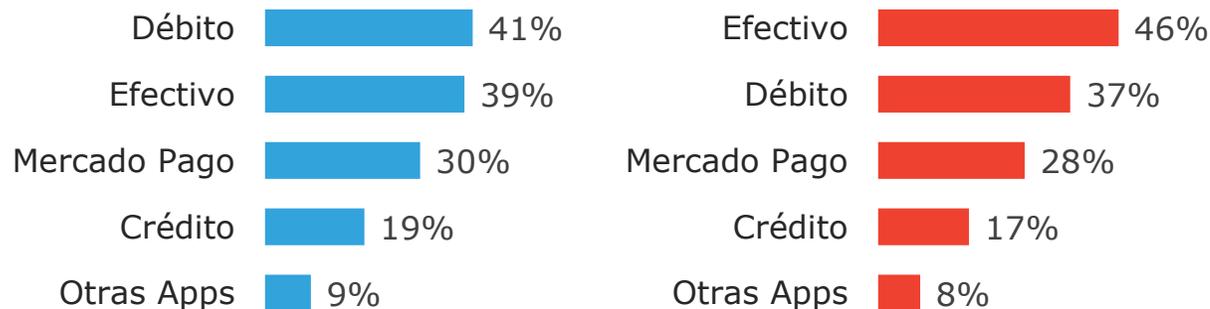


CON LA EDAD PIERDEN PESO EL EFECTIVO Y LOS MEDIOS DIGITALES

MEDIOS DE PAGO QUE SIEMPRE O CASI SIEMPRE

HOMBRES

MUJERES



Mientras que entre mujeres el ranking de medios de pago más frecuentes lo lidera el efectivo (46%), entre los hombres el débito y el efectivo tienen un desempeño similar (41% y 39% respectivamente).

Si bien entre los jóvenes 18-29 años, el efectivo es el medio utilizado más frecuentemente, en segundo lugar se ubica Mercado Pago (con un gap importante vs el débito).

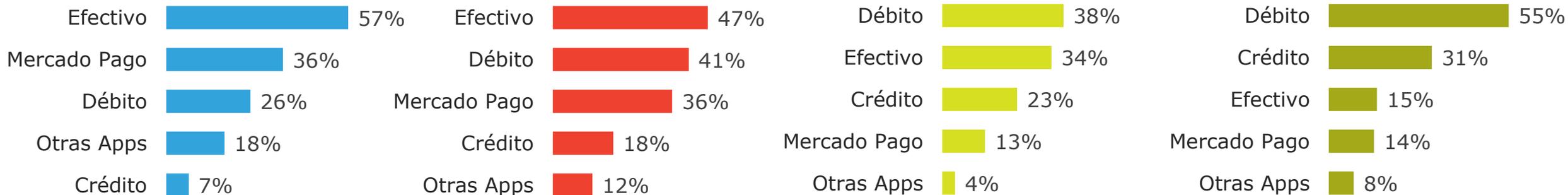
Entre los más adultos (65 y más) el débito es el medio de pago que usan con mayor frecuencia (55%), liderando el ranking con un importante gap vs el crédito que se ubica en segundo lugar (31%).

18-29 años

30-49 años

50-64 años

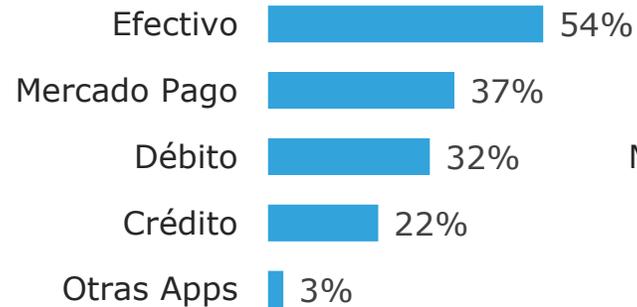
65 y más



CON EL NIVEL EDUCATIVO AUMENTA EL USO FRECUENTE DEL DÉBITO

MEDIOS DE PAGO QUE SIEMPRE O CASI SIEMPRE

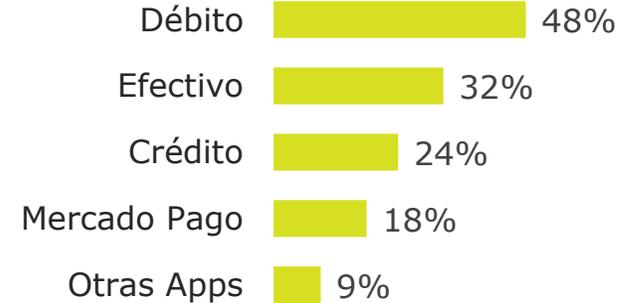
PRIMARIA



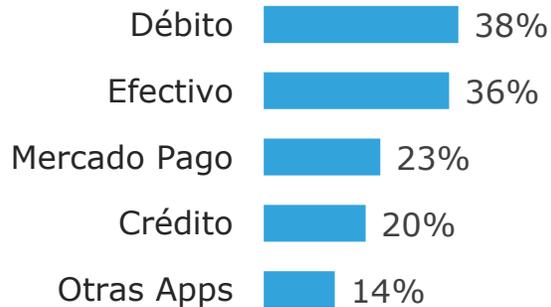
SECUNDARIA



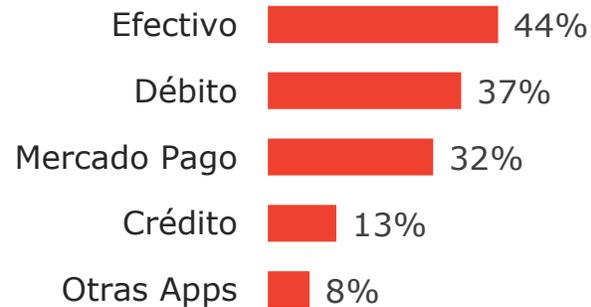
Universitaria



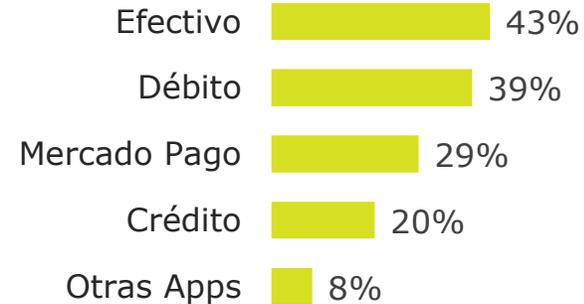
CABA



GBA



INTERIOR



Mientras que en los argentinos de nivel educativo primario el efectivo lidera el uso frecuente (54%), en el nivel secundario comparte el liderazgo con el débito (40% y 39% respectivamente) y en el nivel universitario el débito queda en el tope del ranking.

EL ESTUDIO EN UNA DIAPOSITIVA

La pandemia de COVID-19 generó un aumento de la bancarización y de la inclusión en el sistema financiero. Un estudio sobre finanzas personales realizado en 2019 por UADE y Voices, mostraba que la **proporción de argentinos que declaraban operar con bancos alcanzaba a casi la mitad de la población (49%), cifra que crece hoy al 82%**, según los resultados del presente informe de Voices.

A pesar de este crecimiento en la bancarización, casi la mitad de los argentinos (46%) declararon en la pandemia no haberse sentido acompañados por los bancos; mientras que sólo un 19% mencionó eso con respecto a los servicios financieros online.

En la actualidad, **mientras que 41% se muestra confiado en los bancos, el 55% señala no confiar en las instituciones bancarias que operan en Argentina**. Sin embargo, si analizamos el nivel de confianza hacia los bancos en 2018, **se observa una importante mejora: aumentando de 22% en 2018 a 41% en 2022**.

Actualmente, la confianza en los bancos es mayor entre las mujeres (49%) y los más jóvenes (57%) y tiende a aumentar a medida que decrece el nivel educativo. El segmento de 50 a 64 años pareciera ser el más escéptico y menos confiado.

En línea con un mayor acompañamiento percibido, durante la pandemia, de los servicios financieros online, **las apps de pago móvil muestran niveles de confianza muy superiores a los bancos tradicionales**: mientras que un 41% de los argentinos confía en los bancos, un 66% lo hace en las apps de pago móvil.

Entre aquellos que no confían en las apps (29%), los principales **motivos son el miedo de hackeos y estafas (44%) y la falta de confianza o transparencia (20%)**. El temor a los hackeos aumenta entre los más jóvenes (59%) y en GBA (56%).

El **efectivo** continúa siendo el medio de pago más usado por los argentinos (94%), seguido del **débito (82%)**, Mercado Pago (71%) y las tarjetas de crédito (60%). Sin embargo, el uso de efectivo se vuelve menos frecuente (en 2018 el 82% lo usaba siempre o casi siempre, mientras que en 2022 sólo el 43% lo utiliza frecuentemente) y aumentan el débito, Mercado Pago y otras apps móviles.

CONTACTO

CONSTANZA CILLEY

Directora Ejecutiva
constanzacilley@voicesconsultancy.com
+54 9 11 6572-4467

DELFINA ROSELL

Marketing & Client Innovation
delfinarosell@voicesconsultancy.com
+54 9 11 3493-5758

VOICES!

Av Alvear 1807 9no "2" C1129AAA-CABA
t. +54 (11) 48 07 62 56
www.voicesconsultancy.com





VOICES!

RESEARCH & CONSULTANCY