



# Índice

---

1. Introducción

---

2. Quiénes participaron

---

3. Comportamiento de usuarios de bancos tradicionales

---

4. Comportamiento de usuarios fintech

---

5. Conclusiones

---





1

# Introducción



# Introducción

Les presentamos la 5° Edición del estudio Banking & Fintech elaborado por PwC Argentina. Este **tiene como propósito relevar temas de tendencia entre los clientes y usuarios de entidades bancarias, fintech y aquellos que aún les representa un desafío para vincularse en el ecosistema del no uso de efectivo.**

Se analizó el relacionamiento y los atributos que se valoran de las entidades. Adicionalmente, este año se preguntaron temas vinculados al pago de transporte público.

Asimismo, y por tercer 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, **más del 50%** de las personas **valora la atención presencial que un banco tradicional ofrece.**

Por otro lado, se destaca que el **51%** de los clientes, **utiliza la aplicación móvil diariamente como canal de atención**, fenómeno que evidencia el crecimiento de la digitalización y su penetración a nivel general.

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. Tal es así que, de los encuestados que operan con bancos tradicionales, el **58%** ha utilizado el **pago con QR más de una vez por semana** y el **19% más de una vez al día**, y la gran mayoría elige las aplicaciones móviles y el home banking, como canales de atención primarios.

La necesidad de realizar transacciones u operaciones más veloces 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 que les genere confianza, si la entidad con la que operan no les brinda una buena experiencia.

Se observa una tendencia en aumento del uso de fintech en sus diferentes verticales.

El **63%** de los encuestados opina que **las aplicaciones digitales son menos burocráticas a la hora de pedir financiación** y el **68%** que encuentra **funcionalidades tecnológicas y mayor rapidez que no tiene un banco tradicional.** Aun así, el **64%** 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.

La clave del éxito radica en la **capacidad de adaptación e integración de las tecnologías por parte de todos los actores involucrados.**

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

2

Quiénes  
participaron



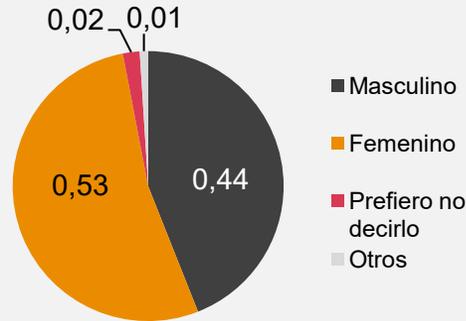
# Información general sobre la muestra

PwC Argentina realizó la 5° Edición del estudio Banking & Fintech que tuvo 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 estas y, se suma este año, temas vinculados a transporte. Asimismo, y por tercer año, participó PwC Paraguay y Uruguay, lo cual nos da un reflejo de la situación a nivel regional.

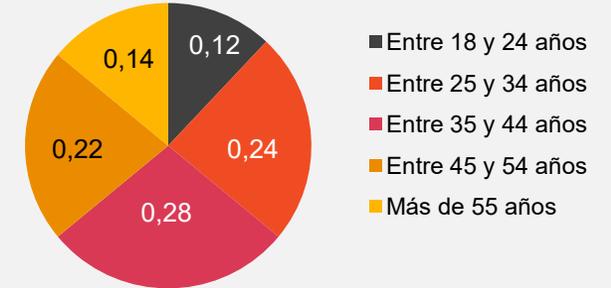
En la muestra participaron más de **4.000 usuarios** del país, 7.000 usuarios a nivel regional, y se llevó a cabo entre agosto y septiembre 2024.

BANCOS

Género

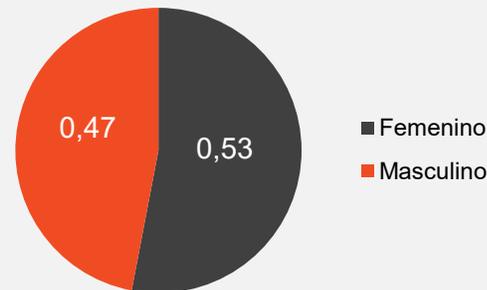


Rango etario

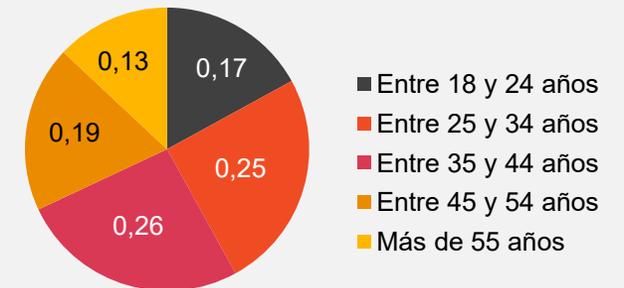


FINTECH

Género



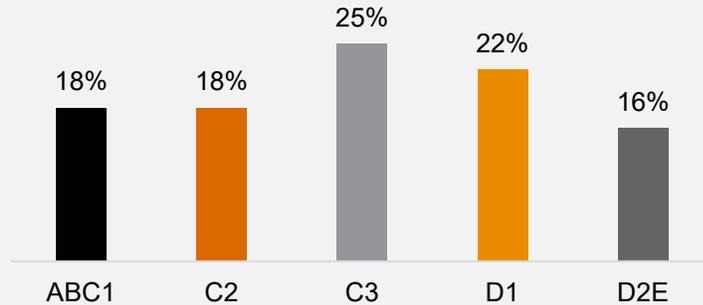
Rango etario



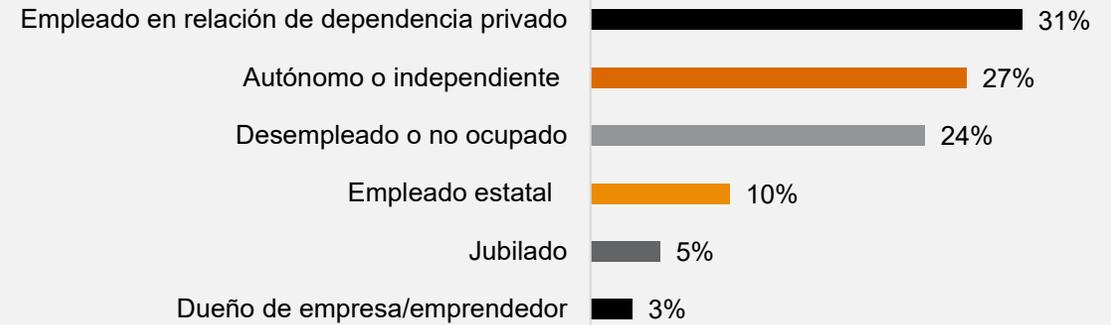
# Información general sobre la muestra

B  
A  
N  
C  
O  
S

### Nivel socioeconómico

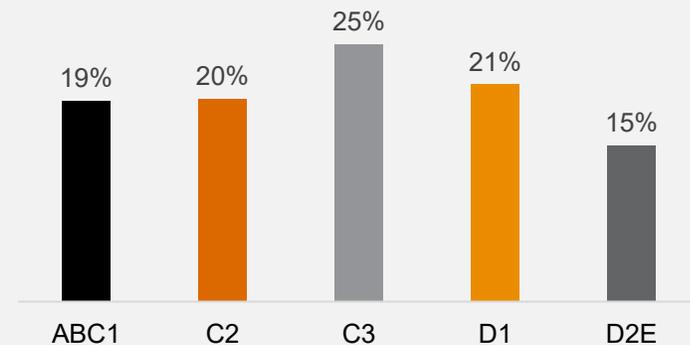


### Situación laboral

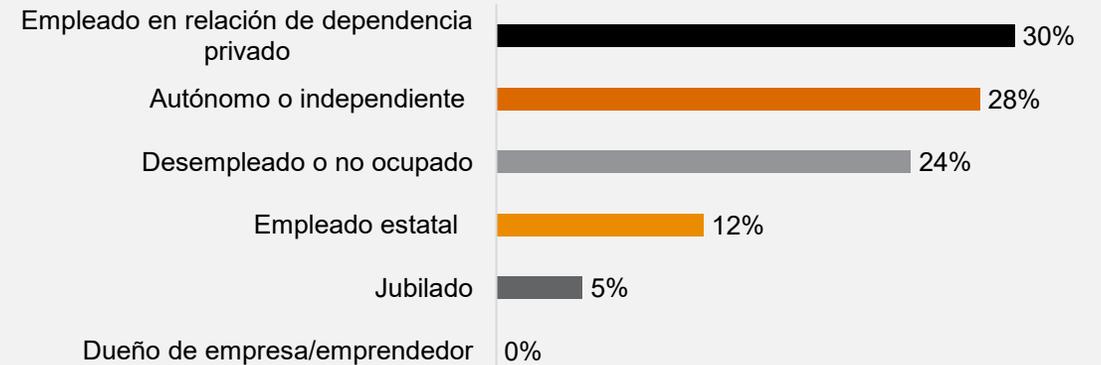


F  
I  
N  
T  
E  
C  
H

### Nivel socioeconómico



### Situación laboral





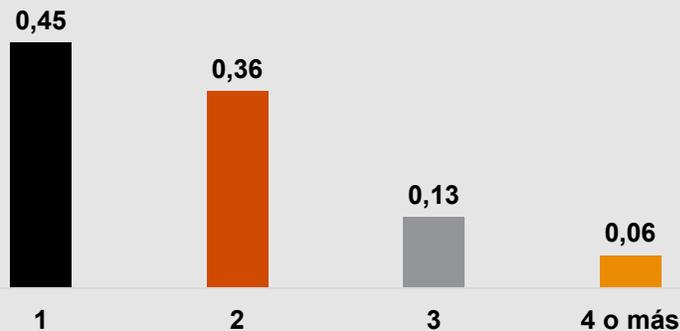
# Comportamiento de usuarios de bancos tradicionales

# Uso de bancos y principalidad

## 82%

de los encuestados dice utilizar bancos tradicionales para realizar transacciones financieras.

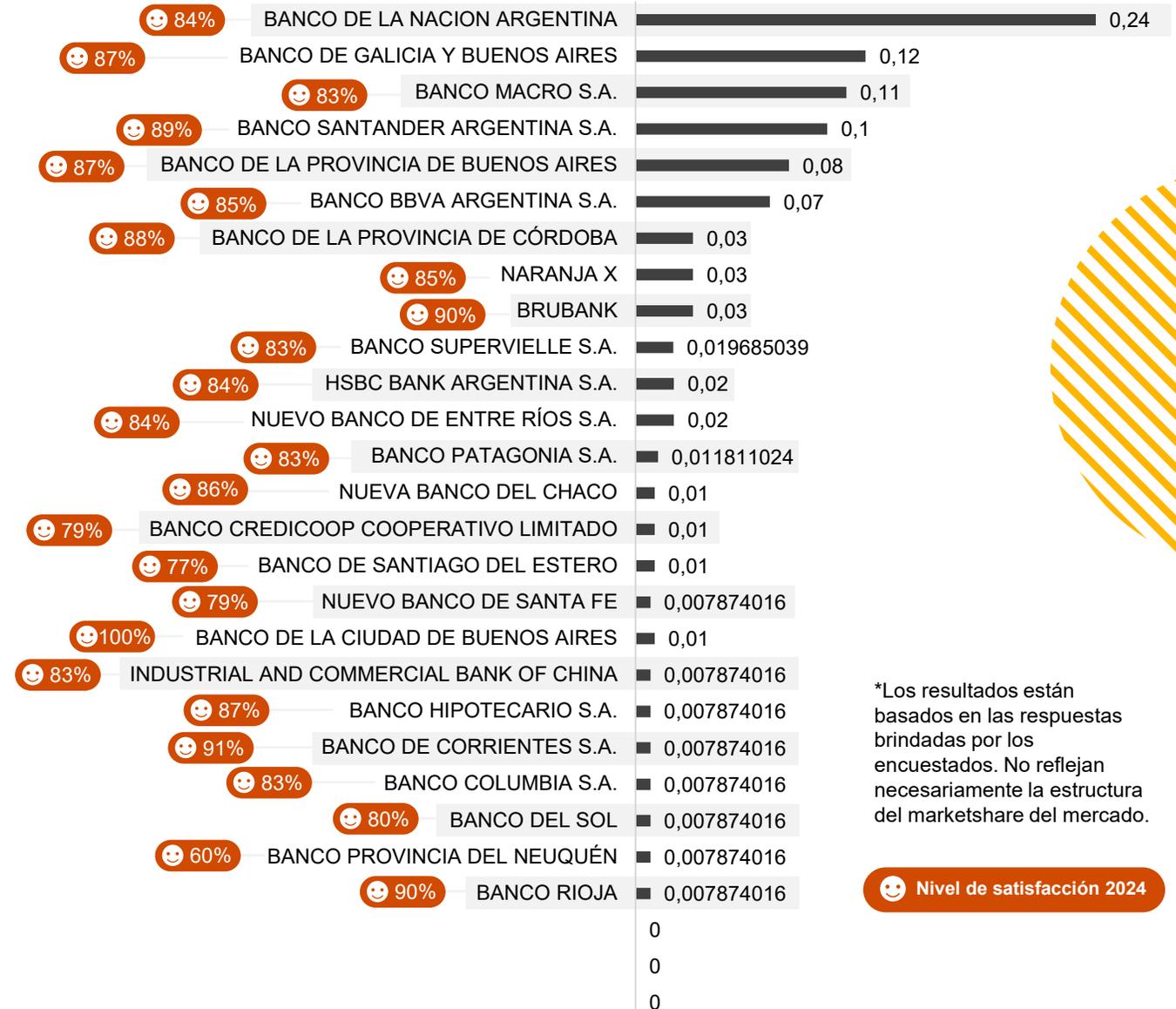
¿Con cuántos bancos operan los argentinos?



Dentro de la muestra, el 45% manifestó operar con un solo banco durante el 2024, frente al último informe esto implicó una disminución del indicador del 3%.

La anterior edición del estudio (2022) mostró que el 39% de las personas encuestadas prefería operar con dos entidades, mientras que el 9% prefería hacerlo con tres entidades. **Este año, podemos observar que las personas tienden a operar con mayor cantidad de bancos.**

## Seleccioná tu banco principal

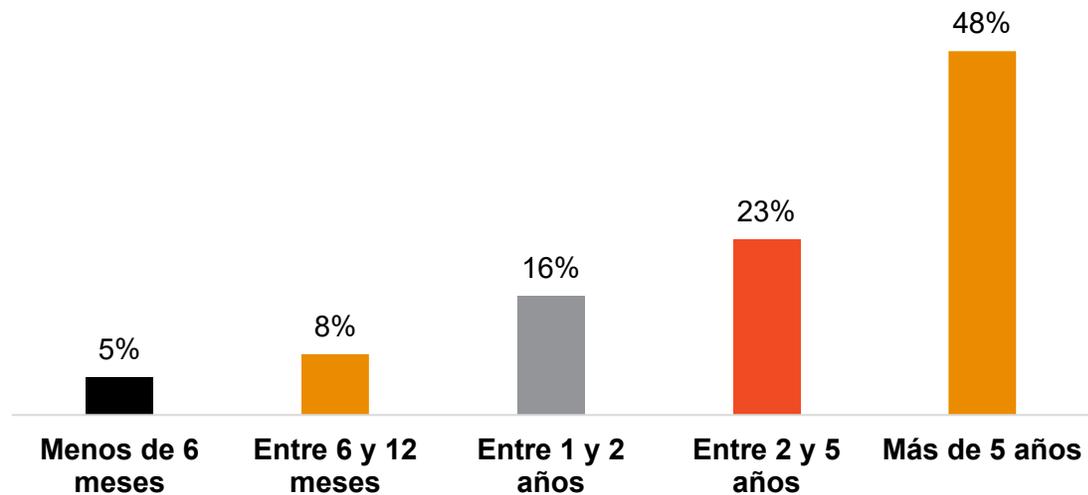


\*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.

😊 Nivel de satisfacción 2024

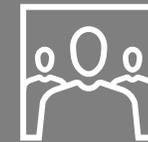
# Antigüedad de los clientes

## Antigüedad como clientes de su banco principal



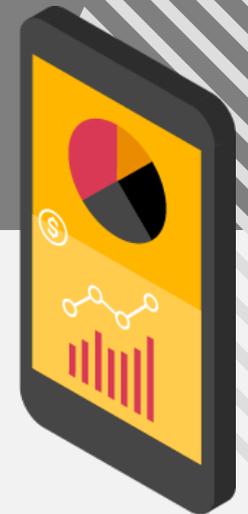
Al analizar la antigüedad en la relación entre los clientes y su banco principal, se observa que el 48% opera con su banco hace más de cinco años.

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



# 48%

de los encuestados es cliente de su banco principal hace más de cinco años



# ¿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, de las respuestas podemos observar que:

**73%**

de los encuestados manifestó la importancia de que se pueda operar sin necesidad de recurrir a la sucursal

**48%**

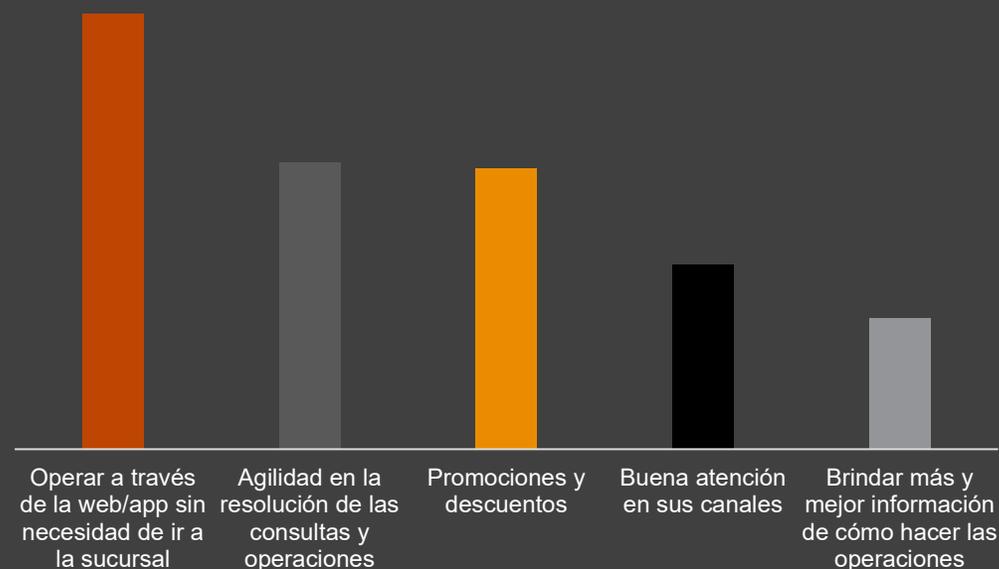
de los clientes bancarios considera importante la agilidad en la resolución de las consultas y operaciones

**47%**

de los encuestados valora las promociones y descuentos, el 25% de los mismos se encuentran entre los 35 y los 54 años.

## Los atributos que más valoran de una entidad bancaria los argentinos

¿Qué cosas son las que más valoras de una entidad bancaria?



# Los productos bancarios y la principalidad

A lo largo del 2024, los principales productos bancarios con los que los encuestados se relacionaron fueron transferencias bancarias (82%), débitos automáticos (58%) y, en tercer lugar, tarjetas de crédito (50%). Al igual que en 2022, se mantienen en los mismos puestos, pero con incrementos del 24%, 9% y 8% respectivamente.

**51%**

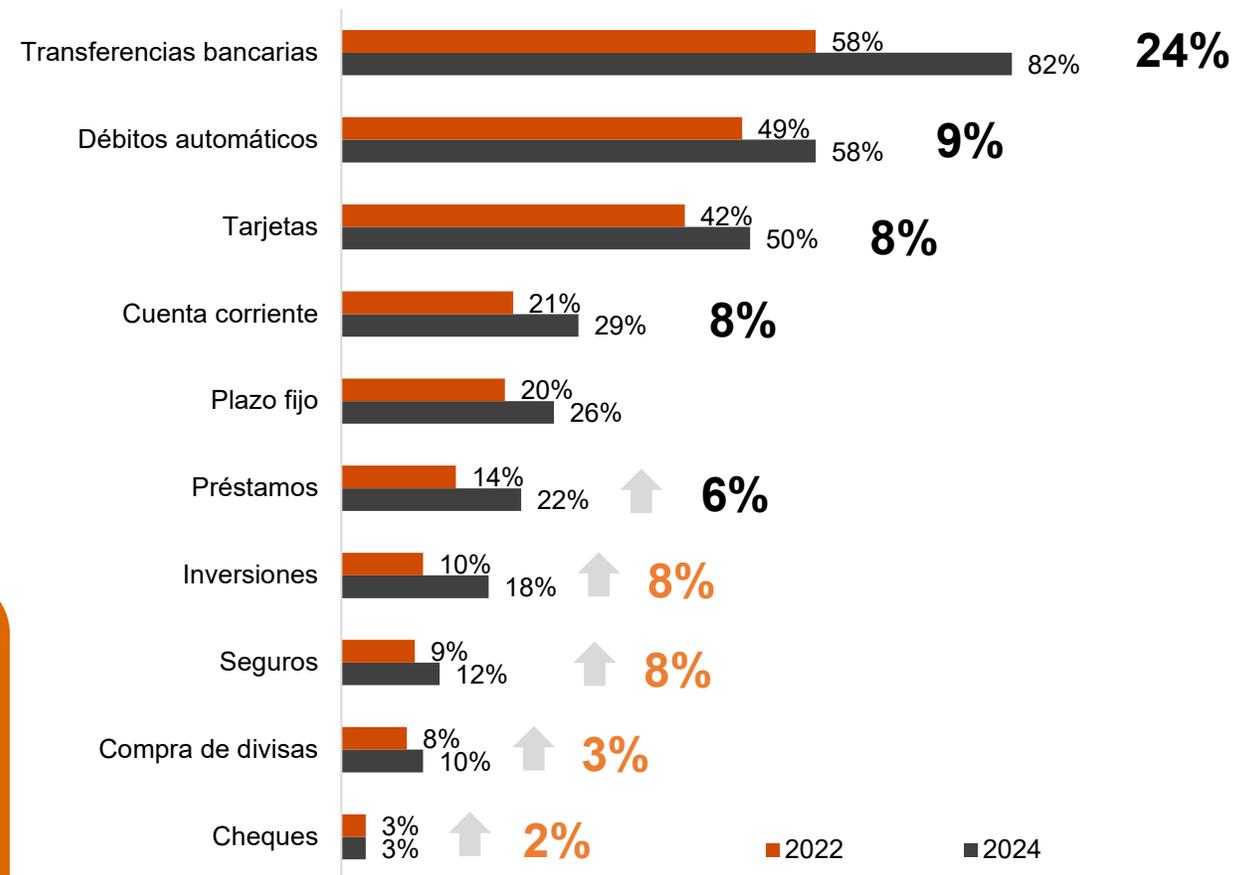
De los encuestados que realizan transferencias bancarias informó que hacen más de ocho transferencias mensuales, mientras que el 45% declara realizar menos de ocho transferencias al mes.

**65%**

De las personas que dicen haber operado con transferencias bancarias durante el último año son mayores de 35 años. El 51% de este grupo manifestaron haber realizado más de ocho transferencias mensuales.

## Cuáles son los productos con los que más se relacionan en su banco principal los argentinos

¿Con qué productos de tu banco principal te relacionás?



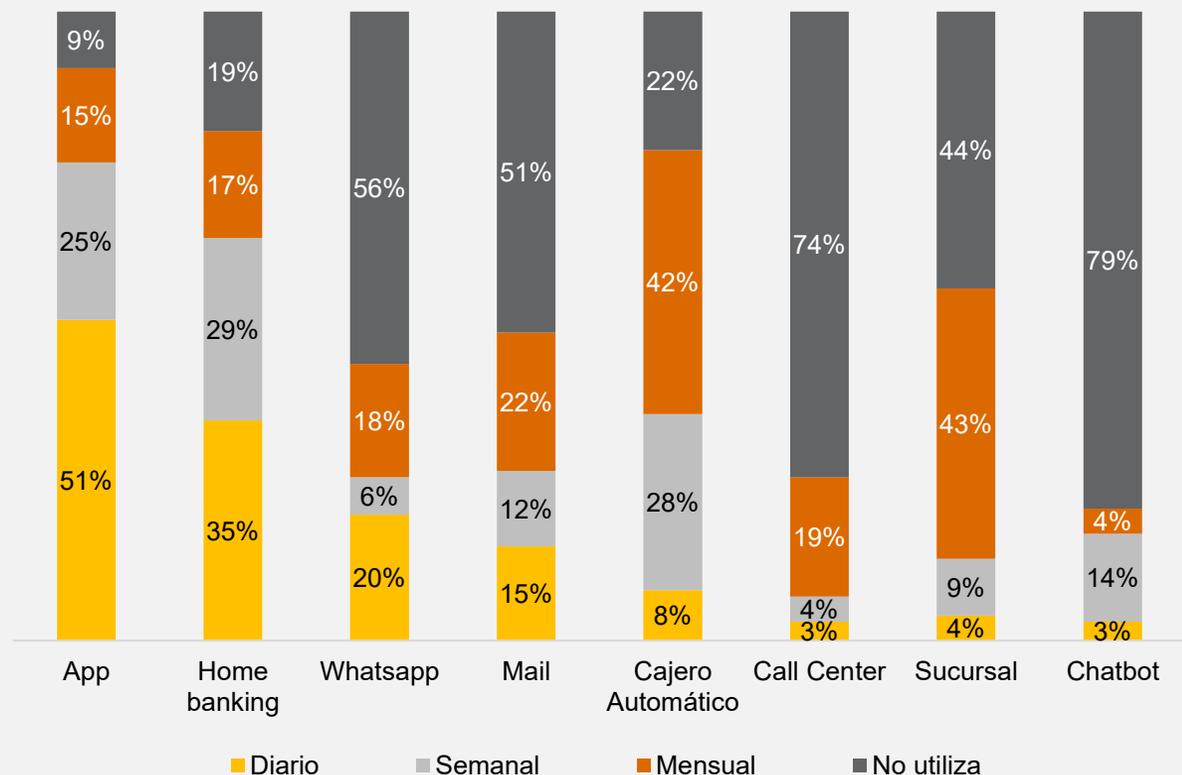
\*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.

El **37%** de las personas que realizan transferencias son empleados en relación de dependencia del sector privado, el **26%** son autónomos o independientes, el **15%** se encuentran desempleados y el **11%** trabaja para el Estado. Finalmente, **5%** de los encuestados que movilizan su dinero a través de transferencias son jubilados y el **4%** restante son emprendedores o dueños de pequeñas empresas.



# Canales de atención

Frecuencia en el uso de canales



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

La aplicación móvil y el home banking siguen siendo los canales más elegidos por los encuestados para operar diariamente. El uso diario de la app se incrementó 14% y el de home banking 7%, respecto al análisis realizado en 2022.

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%.

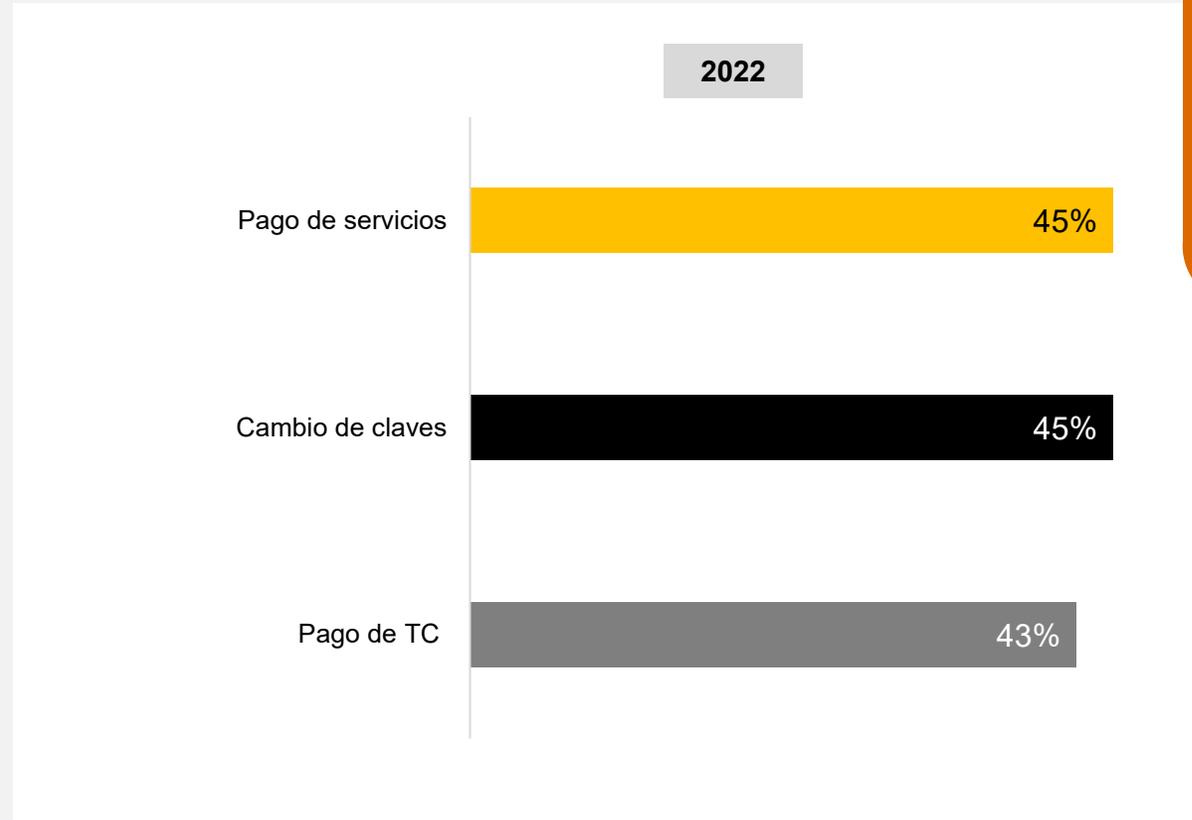
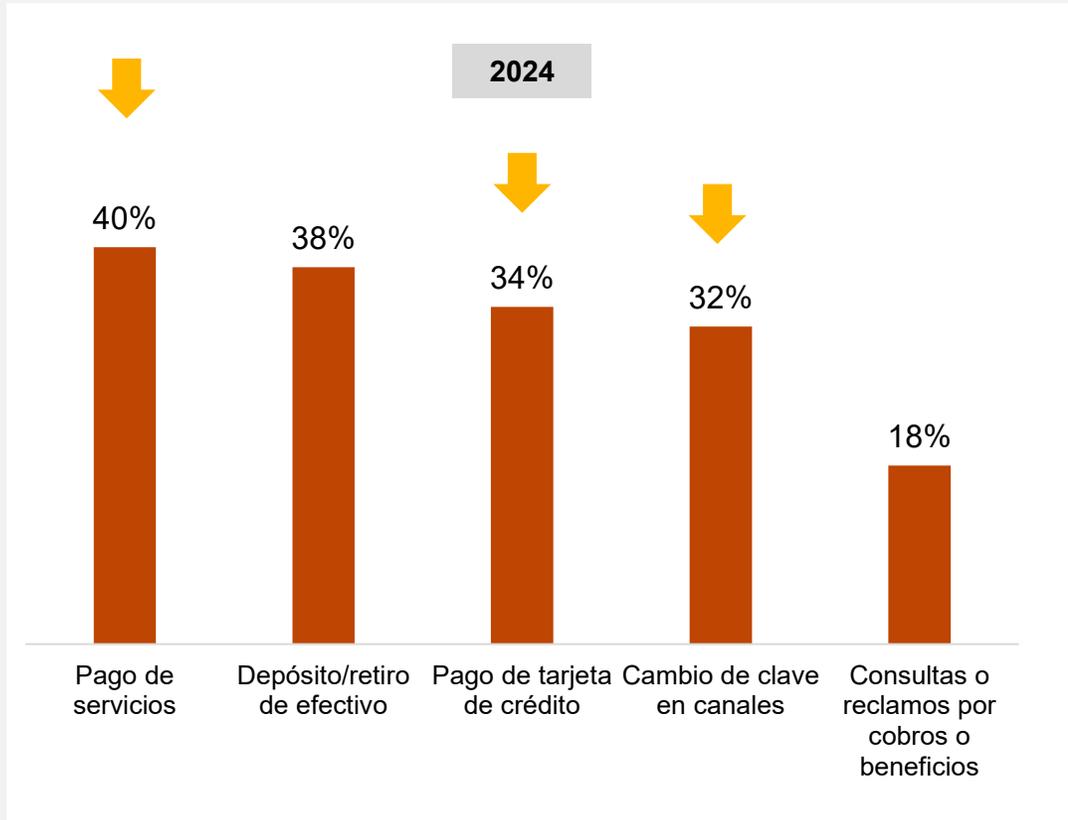
Hay un incremento en el uso de las sucursales respecto a 2022, lo que se refleja en un incremento del 6% de manera mensual, 2% de manera diaria y del 1% en manera semanal.

Además, aumentó 5% el uso mensual del call center y 11% el uso semanal de chatbot.

Se observa un aumento en el uso de las sucursales respecto a 2022, lo que se refleja en un incremento del 6% de manera mensual, 2% de manera diaria y del 1% en manera semanal.

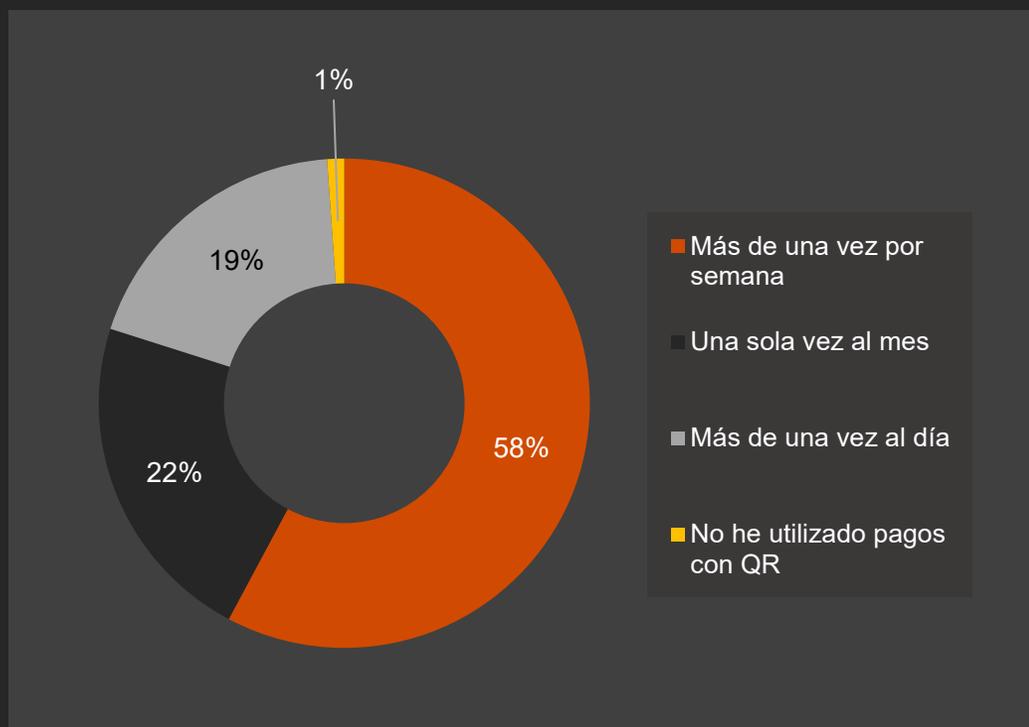
Se considera importante tener en cuenta la experiencia del usuario en la app digital, teniendo en cuenta que la mitad de los encuestados la usa diariamente.

# ¿Con qué objetivo se dirigen los argentinos a las sucursales físicas?



Si bien los argentinos siguen asistiendo a las sucursales a solucionar operaciones tales como realizar pagos de servicios, resúmenes, transacciones con efectivo, cambio de claves y consultas o reclamos no comerciales, lo cierto es que las mismas han disminuído en promedio de cinco puntos.

# Pagos con QR: una costumbre argentina



# 19%

Utiliza más de una vez por día

▲ 10% VS 2022

# 22%

Utiliza solo una vez al mes

▼ 6% VS 2022

# 58%

Utiliza más de una vez por semana

▼ 5% VS 2022

4

# Comportamiento de usuarios fintech



# Comportamiento de usuarios fintech

Analizando comparativamente los **resultados** obtenidos en **2022** y los del **2024** se observa los siguientes aspectos:

- **Clientes bancarios:** el 80% de usuarios fintech también son clientes de bancos tradicionales, mostrando que las soluciones digitales complementan los servicios convencionales.

## Algunos cambios clave han sido:

- **Transacciones y pagos:** crecimiento de 85% a 86%. Herramientas esenciales para finanzas diarias.
- **Préstamos:** aumento de 43% a 63%, reflejando demanda de crédito accesible.
- **Bancos digitales:** incremento de 40% a 51%, destacando la preferencia por comodidad digital.

## Oportunidades



### Inversiones

crecimiento de 23% a 26%.



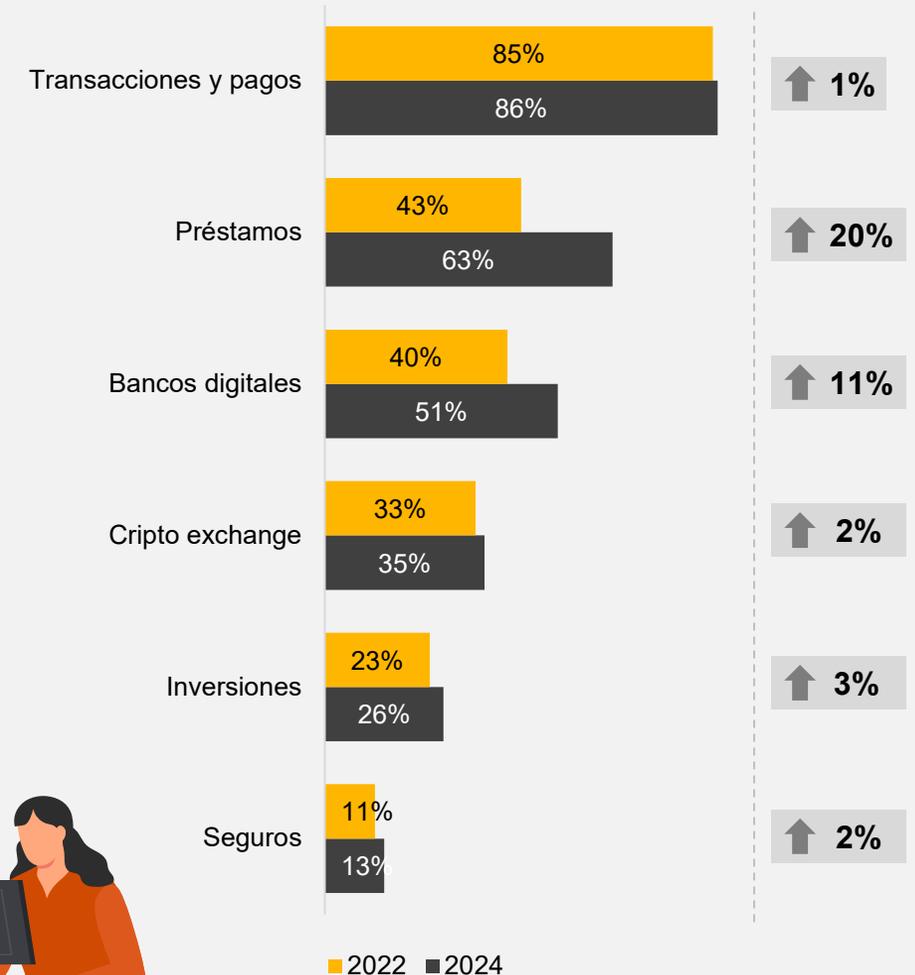
### Seguros

aumento de 11% a 13%. Áreas con gran potencial para el futuro.

## Conclusiones

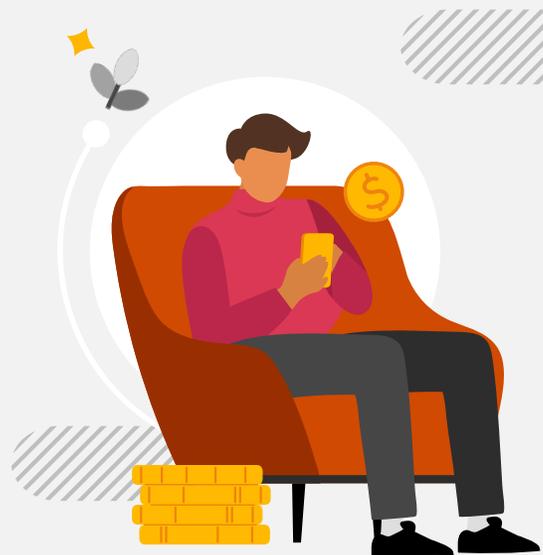
- Crecimiento sostenido en todas las categorías fintech.
- Préstamos y bancos digitales en auge; inversiones y seguros emergentes.
- Oportunidades para expandir servicios en un sector dinámico.

## Tipo de aplicaciones digitales 2024 vs 2022



# Operaciones

Dentro de las operaciones financieras realizadas a través de aplicaciones digitales no vinculadas a bancos tradicionales, hubo un **incremento de 9% en las transferencias de fondos** respecto al 2022. Por otro lado, **se sumó el ingreso de fondos con un 37% y la compra de dólares con un 9%**.

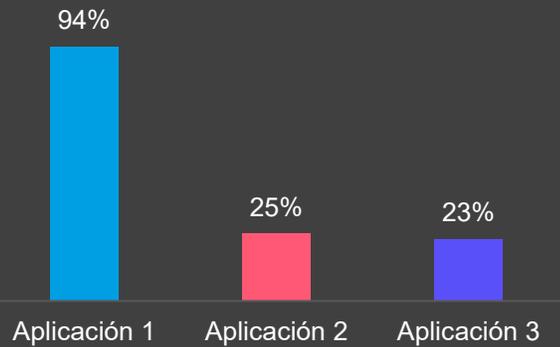


\*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del marketshare del mercado.

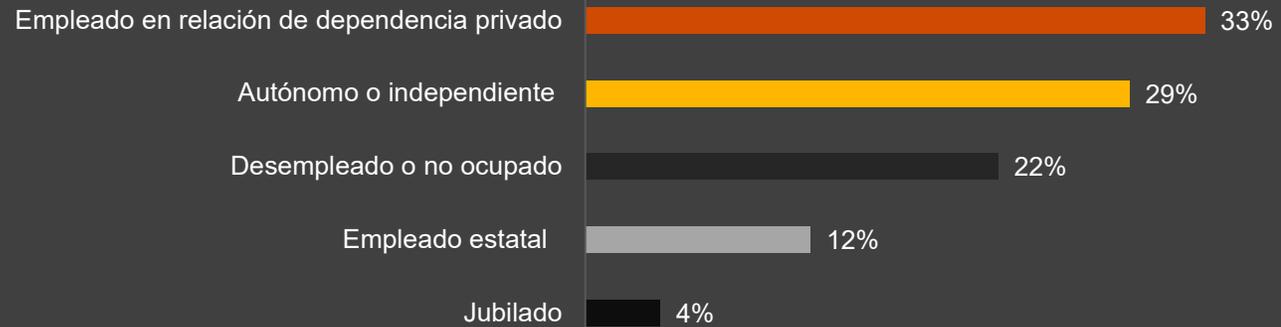
# Transacciones y pagos

**86%** de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de transacciones y pagos.

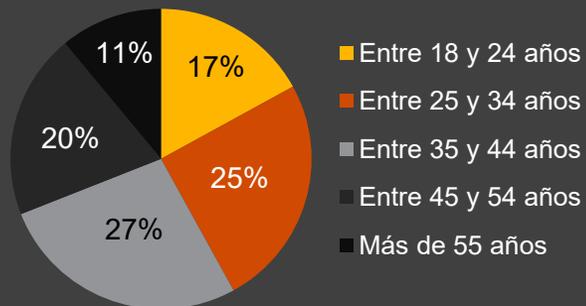
## Top 3 Apps "Transacciones y pagos"



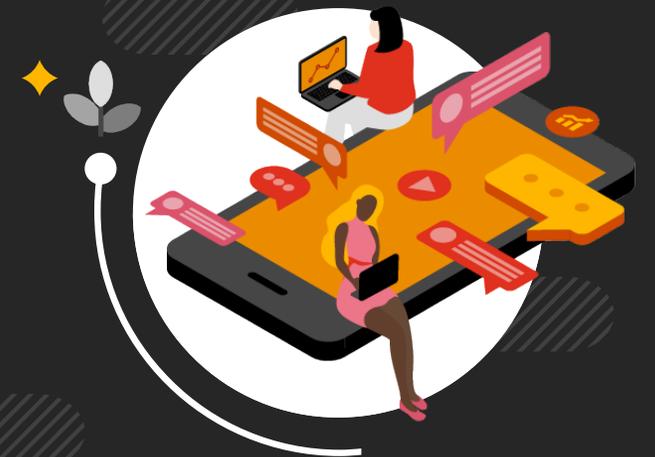
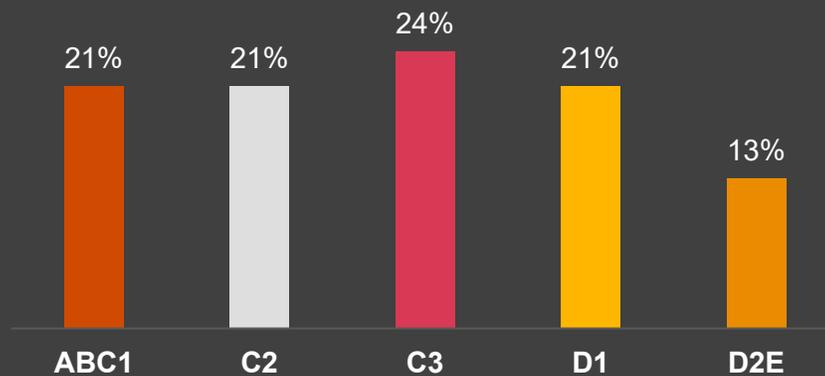
## Situación Laboral



## Rango etario



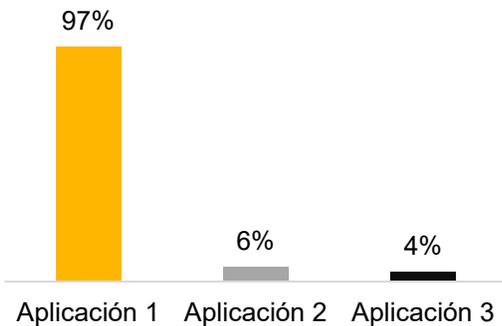
## Nivel Socioeconómico



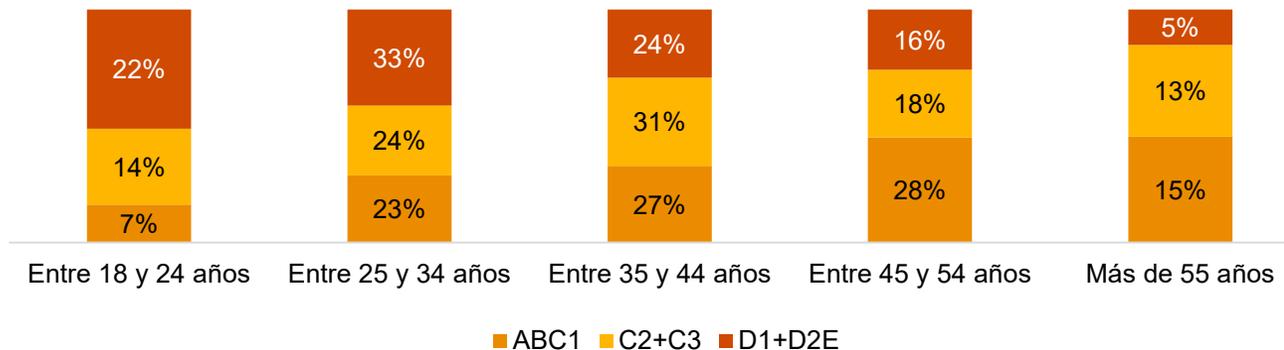
# Préstamos

**63%** de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de préstamos.

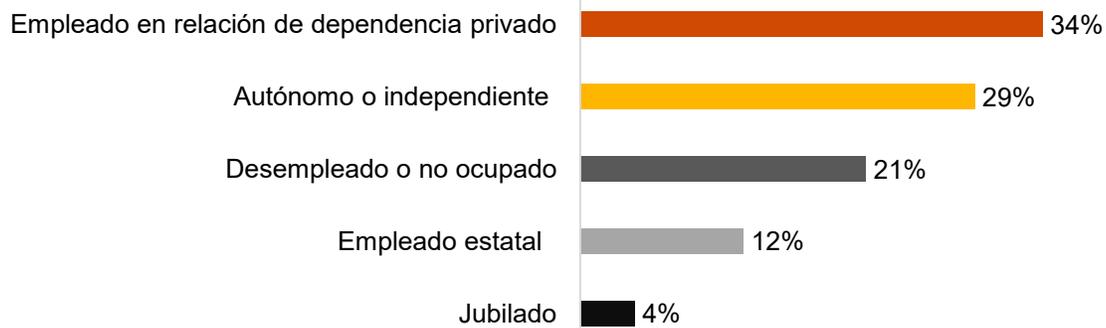
## Top 3 Apps de "Préstamos"



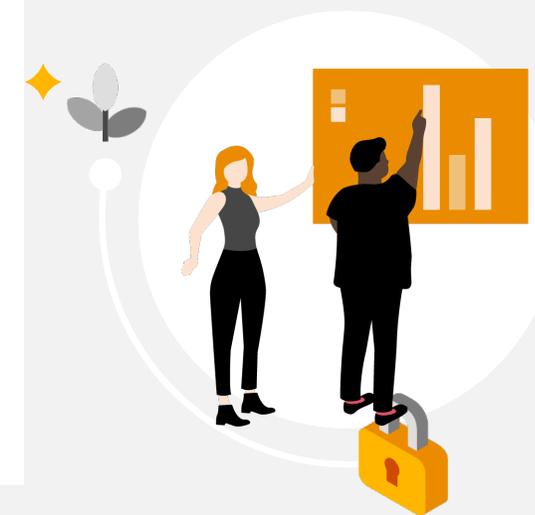
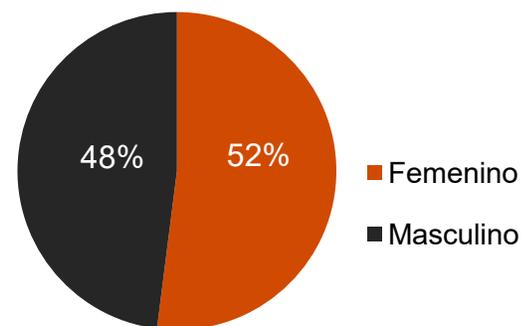
## NSE u Rango etario



## Situación laboral



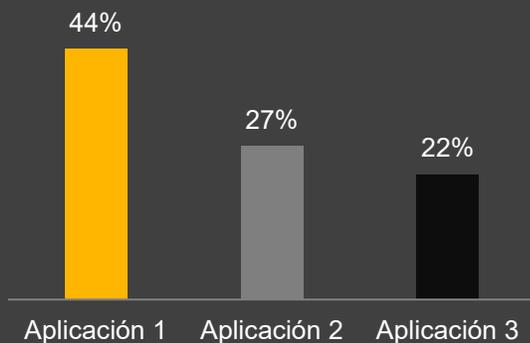
## Género



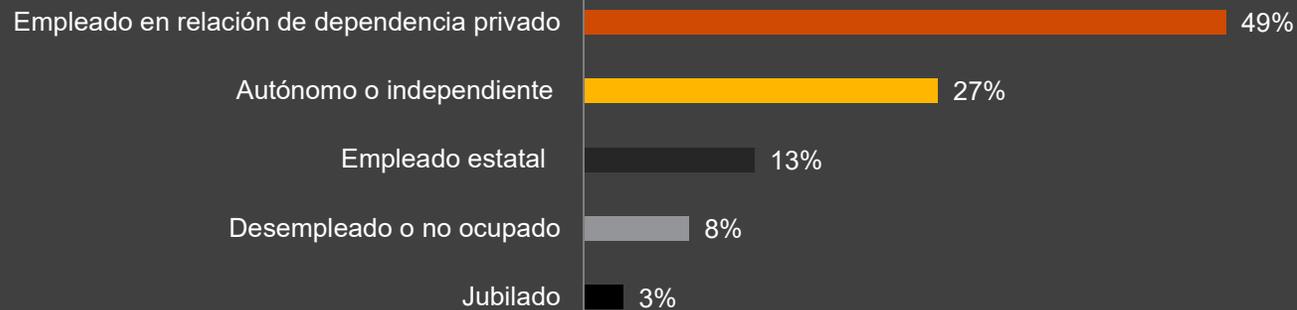
# Inversiones

**23%** de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de inversiones.

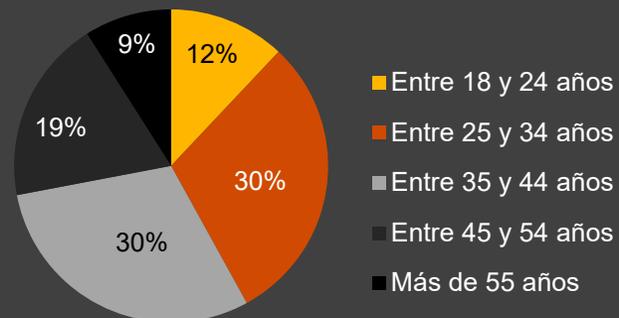
## Top 3 Apps de "Inversiones"



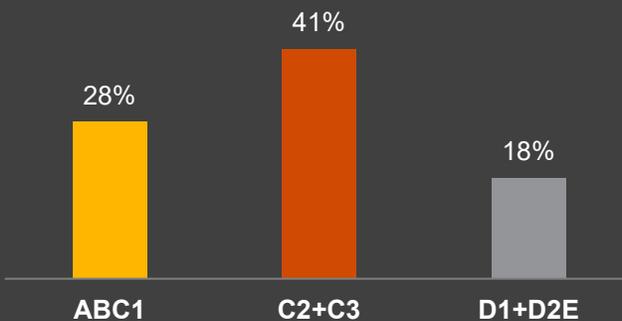
## Situación Laboral



## Rango etario



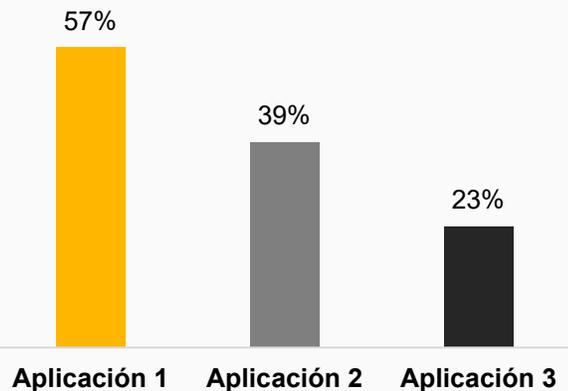
## Nivel Socioeconómico



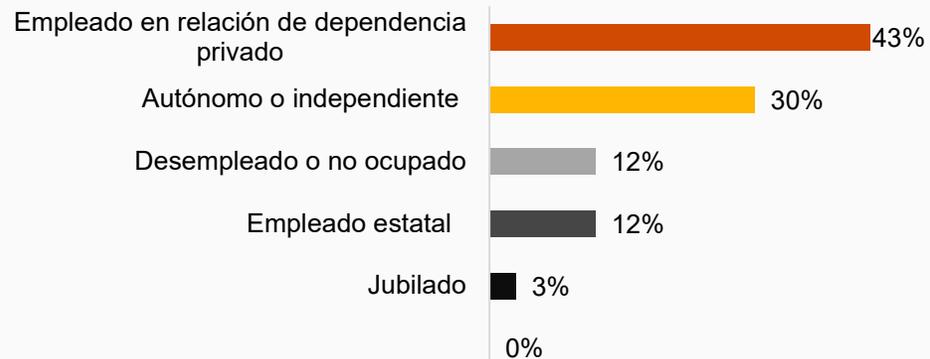
# Cripto Exchange

**35%** de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de Cripto Exchange

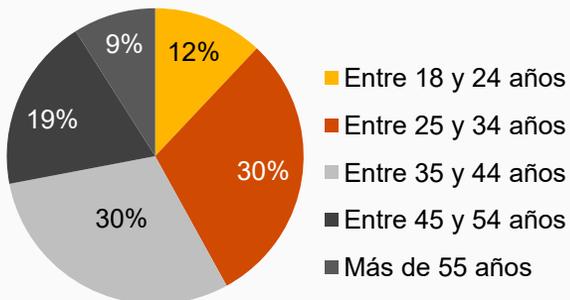
Principales app "Cripto Exchange"



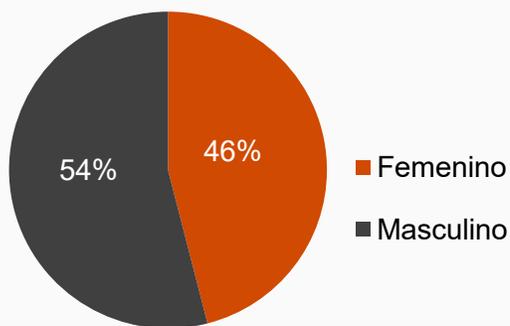
Situación laboral



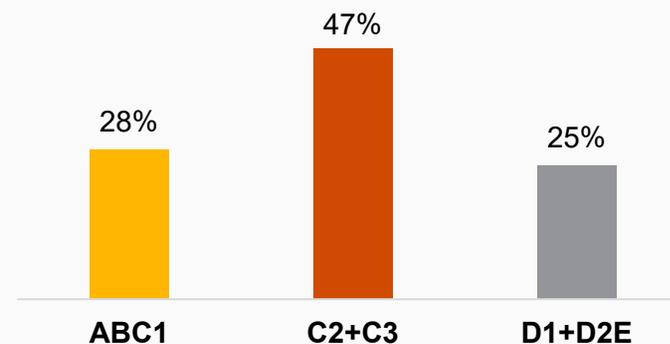
Rango etario



Género



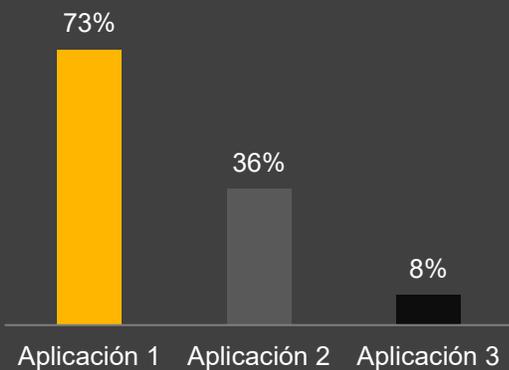
Nivel socioeconómico



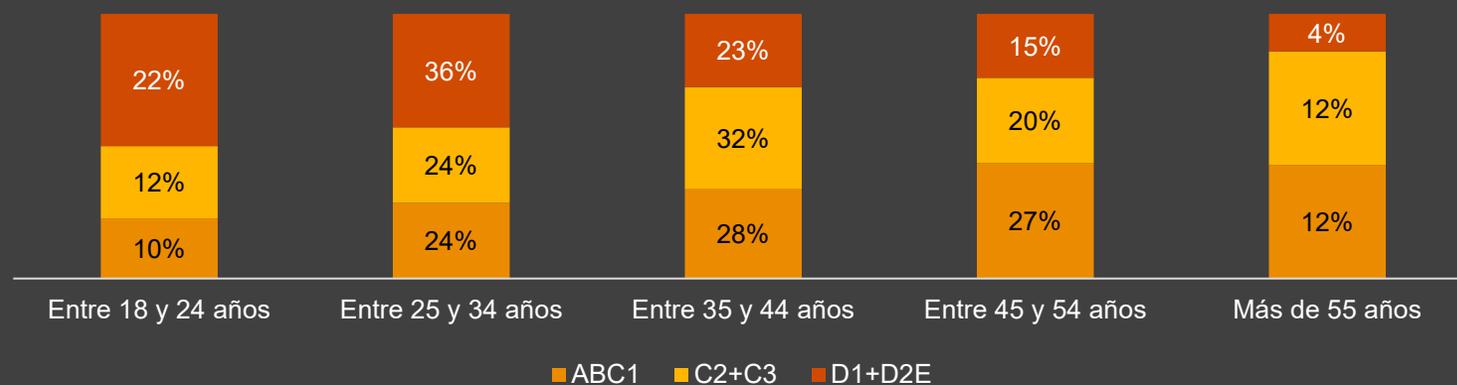
# Banco Digital

**51%** de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de Préstamos.

## Top 3 Apps de "Banco Digital"



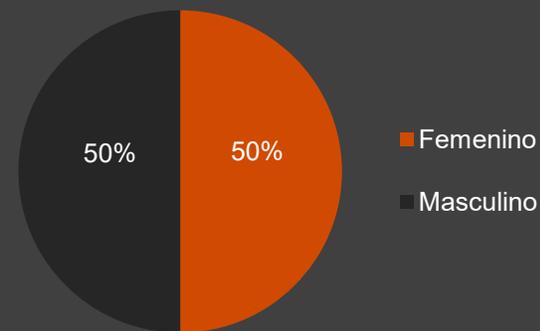
## NSE u Rango etario



## Situación laboral



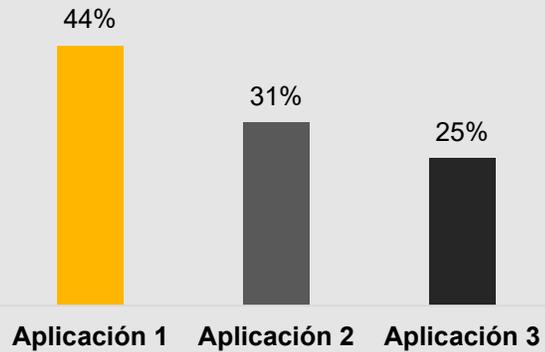
## Género



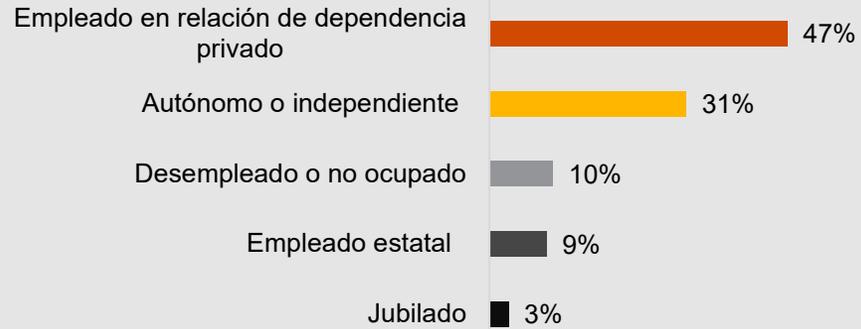
# Seguros

**13%** de los usuarios fintech utiliza aplicaciones de seguros.

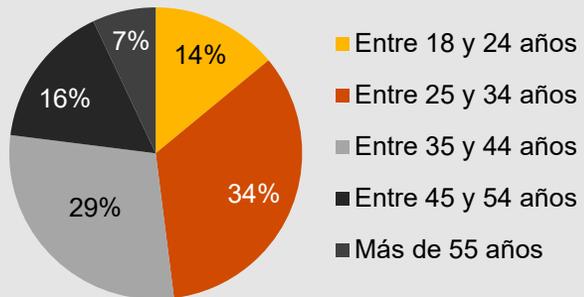
Top 3 Apps "Seguros"



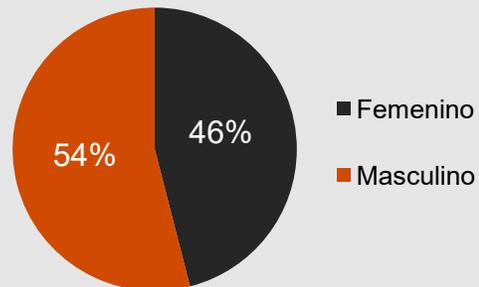
Situación laboral



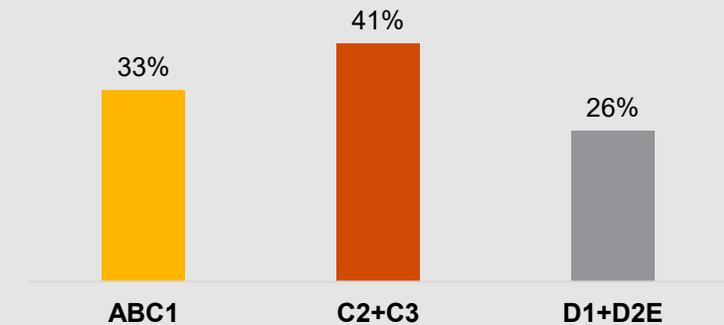
Rango etario



Género



Nivel socioeconómico

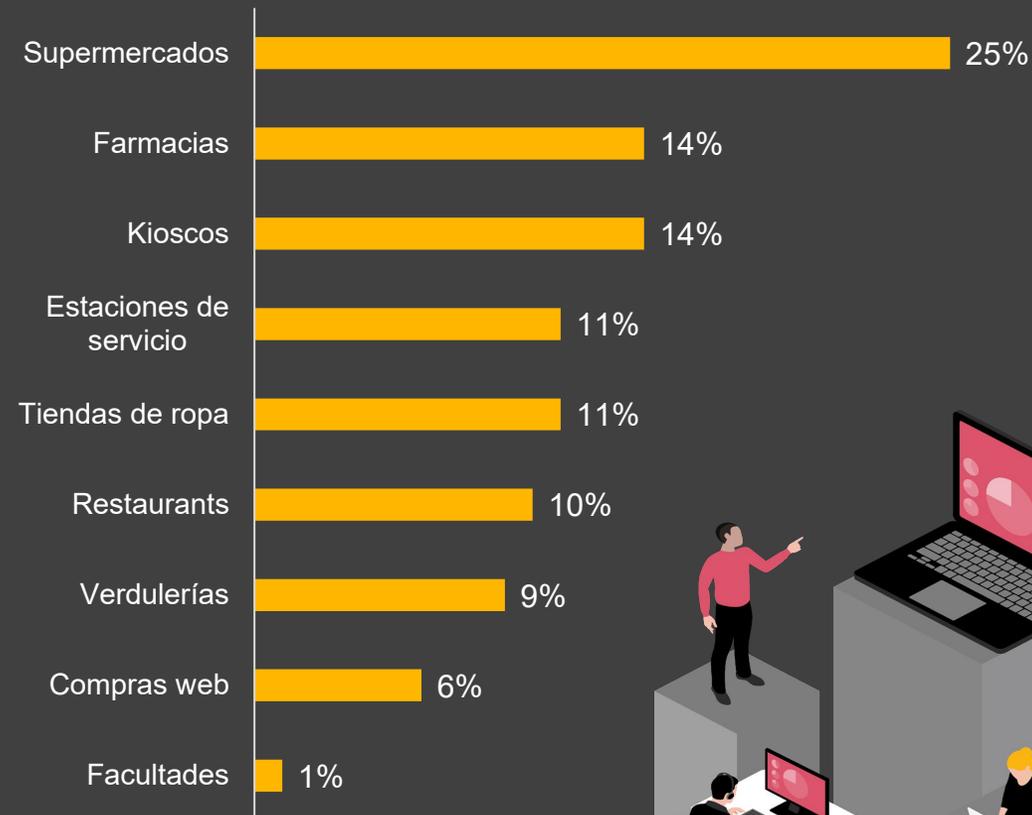


# Dónde prefieren pagar los argentinos con QR

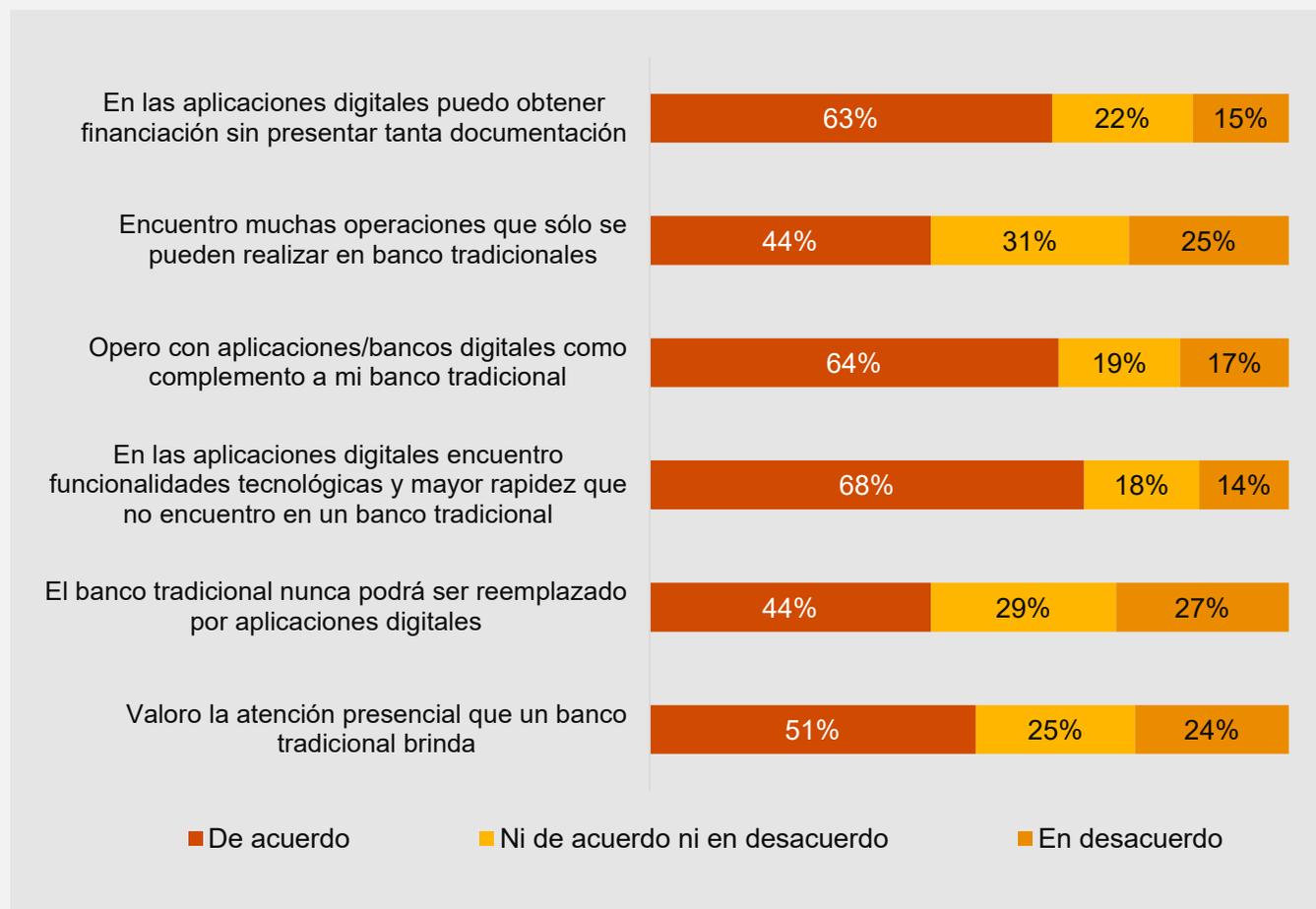
El **79%** de las personas encuestadas ha realizado pagos con QR en el último año, esta modalidad tuvo un incremento del **12%** respecto al 2022.

A su vez, el **25%** lo hace en supermercados, el **13%** en farmacias y kioscos, el **11%** en estaciones de servicio y tiendas de ropa, estos son sólo algunos de los sitios donde más se utilizan dicho medio de pago.

Pagos con QR 2024



# Bancos tradicionales vs. aplicaciones digitales no bancarias



**63%**

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

**44%**

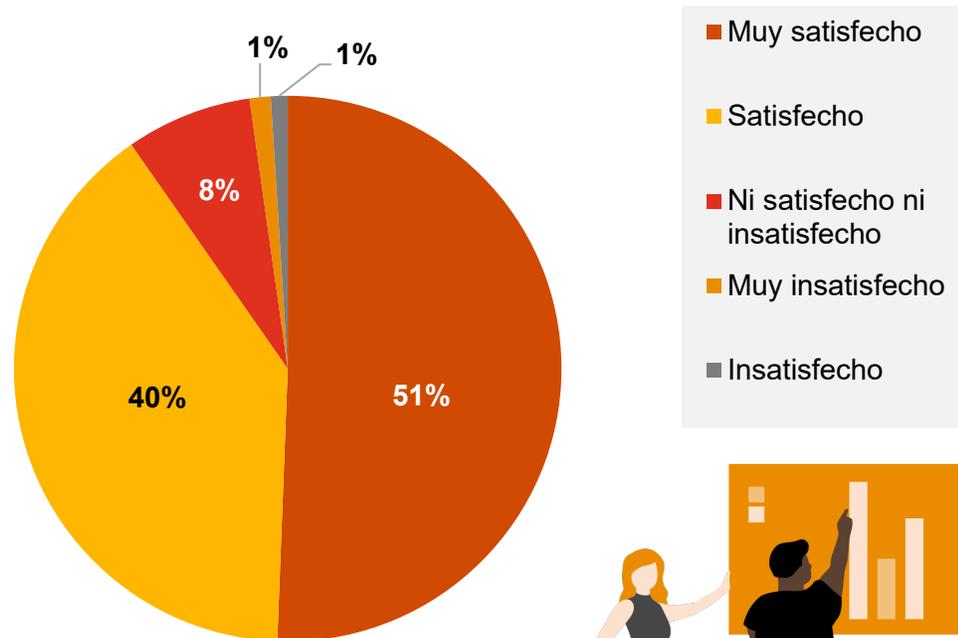
opina que el banco tradicional no podrá ser reemplazado por las aplicaciones digitales.

**51%**

valora la atención presencial que brinda un banco tradicional.



# ¿Cómo evaluarías el nivel de satisfacción a nivel general de la aplicación digital no vinculada a bancos tradicionales que utilizás para operaciones financieras?



**51%**

de los usuarios evaluaron su satisfacción como 'satisfecho' con aplicaciones digitales no vinculadas a bancos tradicionales.

**40%**

de los usuarios reportaron estar 'muy satisfechos' con estas aplicaciones financieras.

Dadas las opiniones de las personas encuestadas, se considera que a nivel regional, los clientes de Fintech se encuentran con alto grado de satisfacción.

# ¿Qué aspectos son los más valorados en las aplicaciones digitales por los clientes?

18%

afirma que es **agilidad en las operaciones** el aspecto más valorado en las aplicaciones digitales no vinculadas a bancos tradicionales.

La **rapidez** es el segundo aspecto más valorado con un

16%

en cada uno.

En el tercer y cuarto lugar en los tres países se encuentra **facilidad de uso y navegación y acceso 24x7**.

## Fintech 2024



# ¿Qué esperan los clientes?



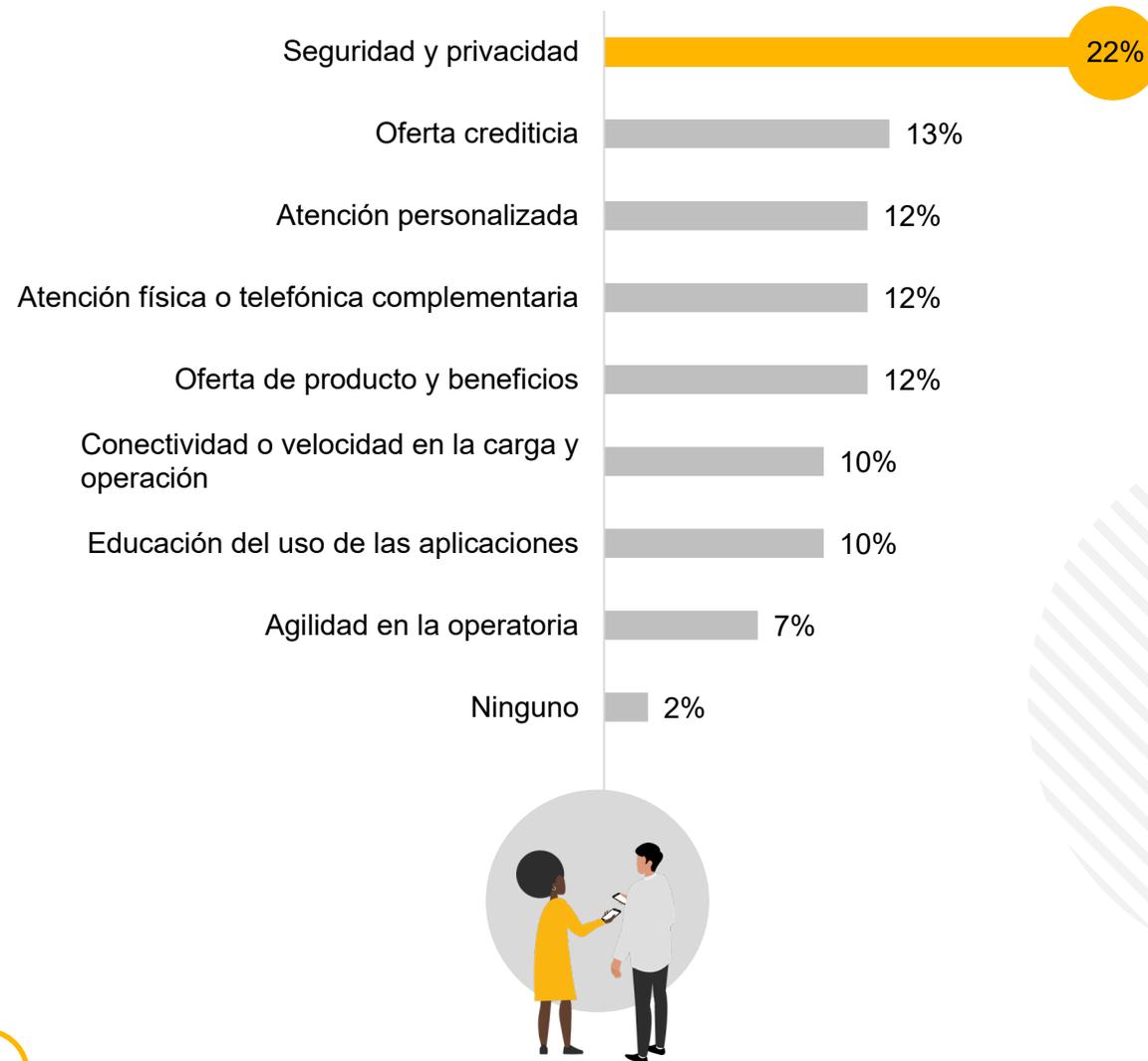
**Seguridad y privacidad** es el aspecto más votado.



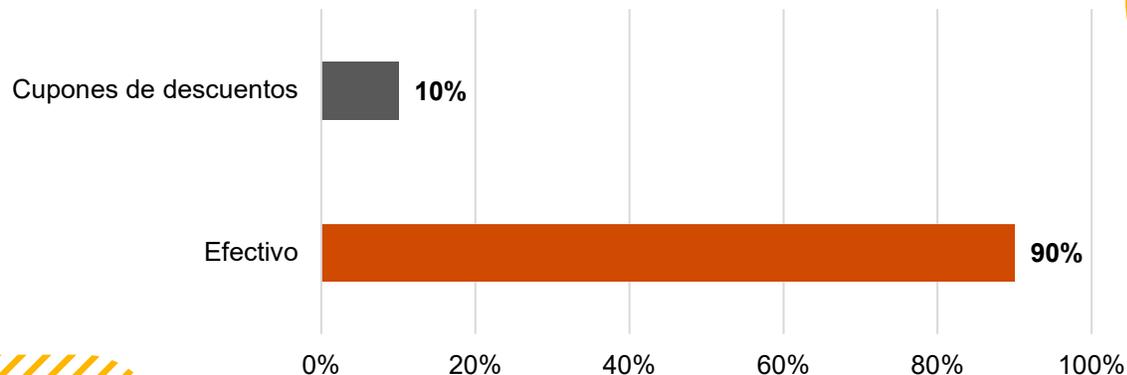
**La oferta crediticia** es en los tres países el segundo aspecto más votado.



## Aspectos a mejorar en las aplicaciones digitales



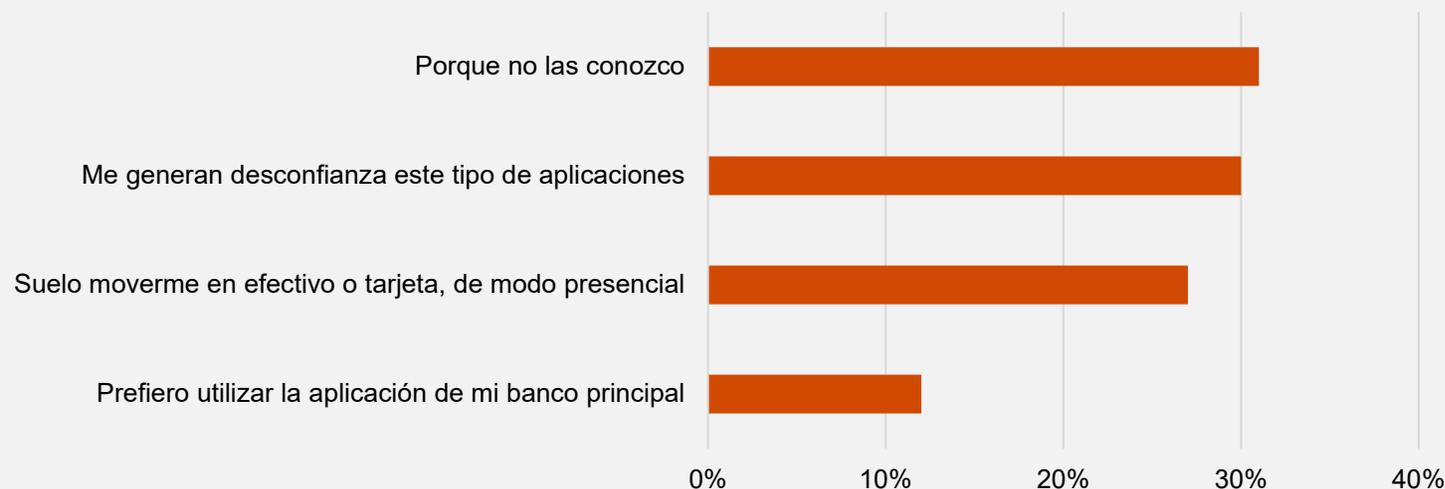
# ¿Qué medios utilizan las personas que no son clientes fintech?



**90%**

de las personas en Argentina que no usa fintech utiliza efectivo

# ¿Cuáles son los motivos por los que estas personas no utilizan aplicaciones digitales?



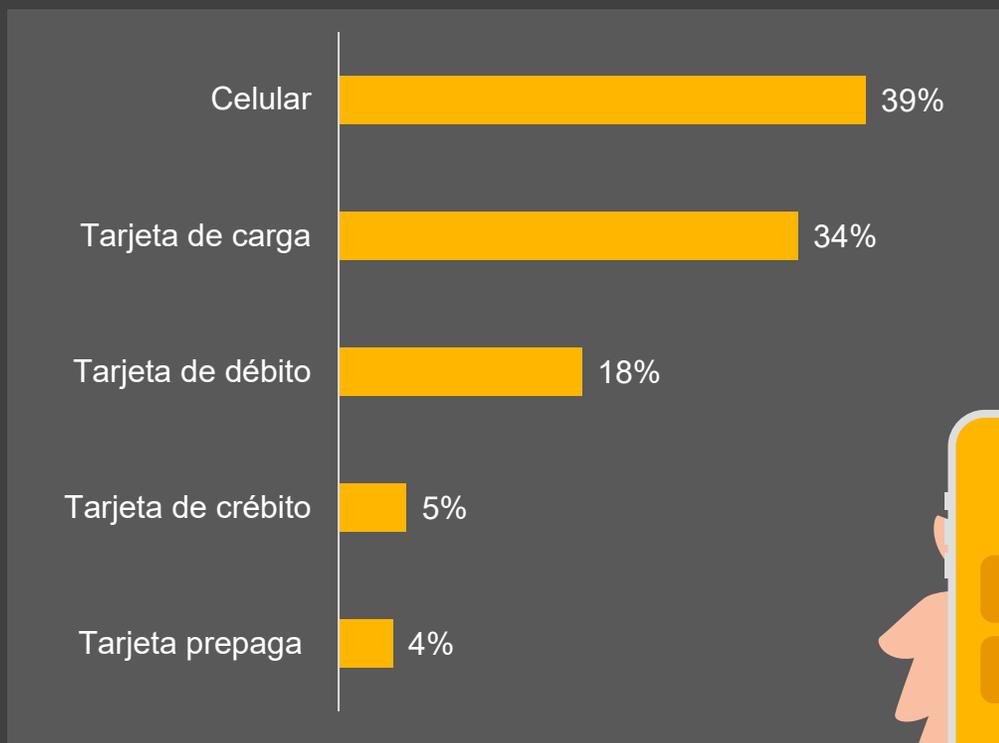
# Cómo preferirían pagar los argentinos el transporte público

El 71% viaja en transporte público

El 88% de los usuarios encuestados afirma que utiliza la tarjeta de carga como principal método de pago

El 55% ha tenido alguna vez problemas para acreditar la carga de su tarjeta

Medios de pago que les gustaría utilizar a los usuarios



En Argentina el principal método de pago del transporte público es con un 88% la tarjeta de carga (sube, saeta, red bus, etc.) seguido por un 12% del boleto único.



5

Conclusiones

# Conclusiones | Clientes bancarios

Existe una tendencia del usuario bancario a experimentar y/o **vincularse con más bancos más allá de su banco principal**. Esto podría darse por múltiples factores, como la propuesta de valor ofrecida, el tipo de comportamiento del argentino, quien en su génesis tiende a ser más curioso, hábdos de reinventarse para hacer rendir más su dinero en situaciones coyunturales de la economía.

Operar a través de la **web o la aplicación móvil** sin ir a la sucursal es un atributo destacado por los argentinos que participaron durante esta encuesta. Este atributo, que se acentuó luego de la pandemia por COVID-19, no obstante no significa que no necesiten o requieran una atención personalizada para resolver sus reclamos o consultas. El argentino prefiere tener y saber que si bien puede operar por los canales digitales, la sucursal sigue ahí a disposición, pero prefiere ir por temas más trascendentales. En síntesis el usuario prefiere relacionarse con los **canales de atención presenciales de manera mensual** y con el uso de los **canales digitales** como el home banking o la aplicación web **dentro de sus hábitos diarios**.

La **usabilidad** de todos los productos bancarios subió, de acuerdo a las respuestas de los argentinos en la encuesta. Sobretodo el uso de las **transferencias y productos crediticios**. Importante destacar en este aspecto el grado de madurez del usuario en momentos de coyuntura económica y pandémica, traccionado por un push de las instituciones del ecosistema por educar a la población argentina en los beneficios del uso de los productos transaccionales y servicios a disposición. En este sentido las transferencias fueron las que más crecieron respecto de nuestro informe del 2022, un 24%. Esto también se reflejó en el informe de pagos minoristas del Banco Central de la República Argentina, quienes informaron que durante 2023 los pagos con transferencias fueron mayores al los realizados con tarjeta de débito versus 2022 en un 153%, particularmente los pagos realizados intra PSPCP (Proveedores de servicios de pago que ofrecen cuentas de pago), mientras que el 15.7% restante fueron pagos interoperables.

Como **desafío**, el sector debe seguir realizando acciones para lograr incluir mayor porcentaje de argentinos bancarizados y seguir **disminuyendo el uso de dinero en efectivo**. La clave del éxito sin dudas hasta ahora, fue la **educación financiera y sistemas de atención** a disposición para dar soporte a los usuarios de manera **personalizada** con el fin de migrarlos a la digitalización de sus operaciones, la erradicación del miedo en el uso de estas tecnologías y el aprovechamiento de las promociones y mayor rendimiento de su dinero con los nuevos servicios sobre sus cuentas y productos.



# Conclusiones | Clientes Fintech

La usabilidad de las **aplicaciones digitales** de todas las verticales (transferencias y pagos, seguros, cripto exchange, préstamos, inversiones, etc), subieron. Mayormente las verticales de préstamos y bancos digitales. Esto tiene que ver con que el argentino prefiere trámites menos burocráticos para obtener financiamiento y poder solucionar su economía personal y doméstica. También se valora la rapidez de las gestiones, ya que esto les permite aprovechar mejor su tiempo, sobretodo en las grandes ciudades donde los factores como el tránsito y la densidad poblacional, pueden hacer que un trámite presencial insuma mayor tiempo.

Los respondientes manifestaron además su preferencia por los **bancos digitales**, como complemento a su banco tradicional, ya que un 44% de ellos considera que aún existen muchas operaciones que sólo pueden resolverse con la banca tradicional. Esto nos brinda un panorama de la perspectiva de la oferta de valor de las aplicaciones de cara al futuro inmediato.

Asimismo, es importante destacar que el argentino utiliza estas aplicaciones ya que entiende que por funcionalidades tecnológicas y la rapidez en la operación no las encuentra dentro de los atributos de un banco tradicional. No obstante esto un 44% entiende que un banco tradicional jamás podrá ser reemplazado en su totalidad por las aplicaciones digitales y un 51% aún valora la atención presencial y personalizada que brinda un banco tradicional, un desafío para los modelos de atención de las aplicaciones fintech. Es por ello que, brindar más educación financiera y garantizar mayor seguridad, son los principales desafíos a los que se enfrentan este tipo de aplicaciones.

Un dato a destacar de este informe es el crecimiento exponencial de los **pagos con QR**, donde el 79% de los que respondieron que utilizaban aplicaciones digitales, optaban por el QR para el pago de sus operaciones. La adopción de esta tecnología de manera diaria, se fue transformando en hábito con un crecimiento del 12% respecto a nuestro informe del 2022, principalmente para consumir en el mercado retail.

Otro aspecto que podemos mencionar es el pago de **transporte**, de los que respondieron esta encuesta el 71% utiliza transporte público y de ellos un 39% hoy preferiría utilizar el celular para poder realizar el pago del mismo, ya que el 55% de estos dijo haber tenido problemas para poder realizar la carga de su tarjeta o para poder utilizarla.



Muchas gracias



[www.pwc.com.ar](http://www.pwc.com.ar)

