

5.º Edición

# Cómo pagan los clientes de Bancos y Fintech en Uruguay 2024



# Índice

---

Introducción

---

**1. Comportamiento de usuarios de bancos tradicionales**

---

**2. Comportamiento de usuarios de fintechs**

---

**3. Medios de pago en el transporte**

---

**4. Conclusiones**

---

Acerca de la encuesta

---



# Introducción

PwC Uruguay se une por tercer año consecutivo a la edición del estudio Banking & Fintech elaborado junto con PwC Argentina y PwC Paraguay. Este informe tiene como propósito relevar tendencias de comportamiento y experiencias que tienen los clientes y usuarios de la banca tradicional y de las aplicaciones digitales que brindan servicios financieros en cada país y a nivel regional.

Así como en ediciones anteriores hemos destacado algún apartado en temáticas como Open Banking e innovaciones en medios de pago, este año se incorpora el análisis de medios de pago en el transporte público, con el fin de conocer el uso actual y las preferencias de los usuarios en cuanto a la innovación en medios de pago en el transporte.

El ecosistema financiero uruguayo se sigue adaptando a las nuevas tecnologías e incorporándolas tal como sucede en la región a través del desarrollo de billeteras digitales, transferencias instantáneas, modelos de iniciación de pagos con NFC y códigos QR, entre otras, logrando buena adopción por parte del consumidor uruguayo.

Las aplicaciones Fintech, las cuales tienen una creciente popularidad en las nuevas generaciones, brindan productos cada vez más variados, lo que genera una gran aceptación, mientras los bancos tradicionales se hacen fuertes en confianza y fidelidad de sus clientes pudiendo adaptar servicios que eran presenciales a canales digitales para mayor comodidad del cliente.

Bajo este contexto, les presentamos los resultados de la encuesta 2024 de Banking & Fintech, mostrando el comportamiento y preferencias de los consumidores en cuanto a productos y servicios.

**A continuación, presentamos los hallazgos destacados:**

**57%**

de los encuestados bancarizados ha incrementado el uso de las transferencias, desde que son instantáneas.

**El pago con QR**

es mayormente utilizado por encuestados que operan con aplicaciones fintech. En ambos segmentos, encuestados bancarizados y fintech, el principal lugar en que lo utilizan es en el supermercado.

**Los canales digitales de atención son los preferidos.**

**43%**

de los encuestados bancarizados utilizan diariamente la aplicación móvil mientras que el uso de cajeros para extracción de efectivo tiene solamente un 8% de uso diario.

**48%**

de los encuestados indica que le gustaría pagar el transporte público con tarjeta de débito, esto evidencia la necesidad de incorporar nuevos medios de pago.



1

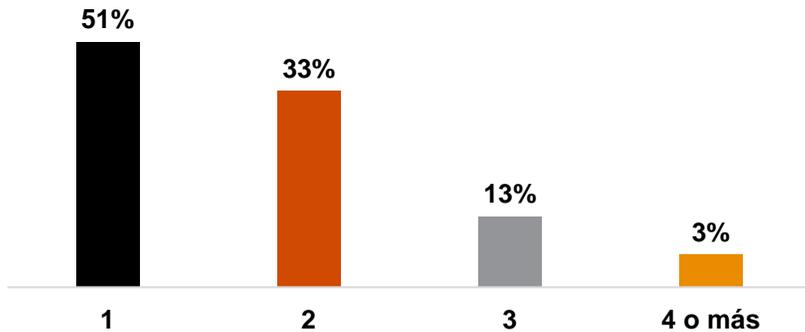
# Comportamiento de usuarios de bancos tradicionales

# Uso de bancos y principalidad

**71%**

de los encuestados utiliza bancos tradicionales para realizar transacciones financieras.

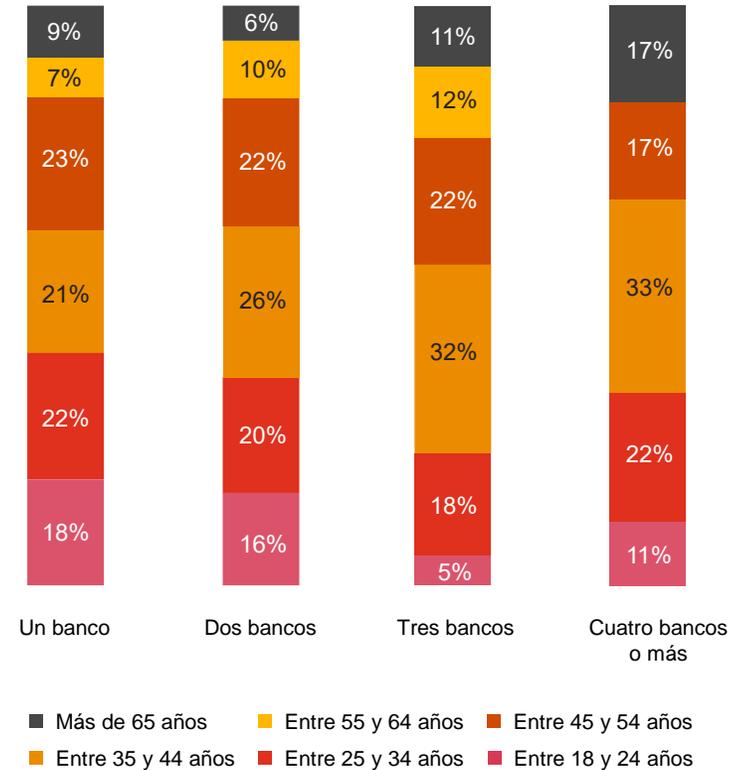
¿Con cuántos bancos operan los uruguayos?



Dentro de la muestra, el 51% indicó operar con un solo banco durante el 2024, lo que evidencia una gran fidelidad de los uruguayos por su banco principal, sin embargo, esta cifra es 10 puntos porcentuales menos respecto a 2022. En contraposición, las personas encuestadas que operan con dos entidades aumentaron 3 puntos en comparación con la edición anterior y los que operan con tres bancos aumentaron 7 puntos en comparación al 2022. Este año, podemos observar que las personas tienden a operar con mayor cantidad de bancos.

Sobre el top 3 de los bancos más elegidos, el comportamiento de la muestra se ajusta al market share reportado por BCU de acuerdo con los depósitos del sector no financiero privado para diciembre de 2024.

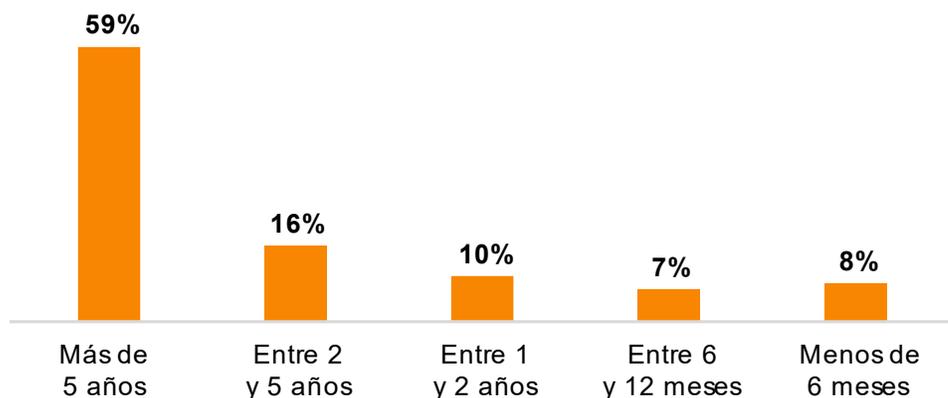
Rango etario según cantidad de bancos con los que se relacionan



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

# Antigüedad

## Antigüedad como clientes de su banco principal



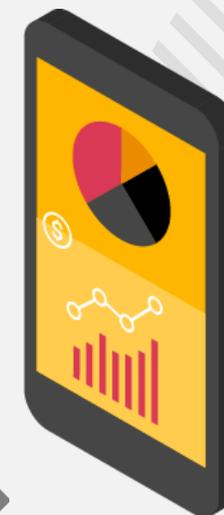
\*Los resultados están basados en las respuestas brindadas por los encuestados. No reflejan necesariamente la estructura del mercado.



# 71%

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

Se observa un alto nivel de fidelización de los usuarios con su banco principal.



# ¿Con qué productos y operaciones del banco se relacionan los clientes?

Las principales operaciones realizadas por los encuestados a través de su banco principal son el pago de servicios (60%), seguido del pago de la tarjeta de crédito (42%) y el cambio de clave en tercer lugar (41%).

## 48%

de los encuestados que realizan transferencias bancarias, utiliza las transferencias instantáneas más de una vez por semana.

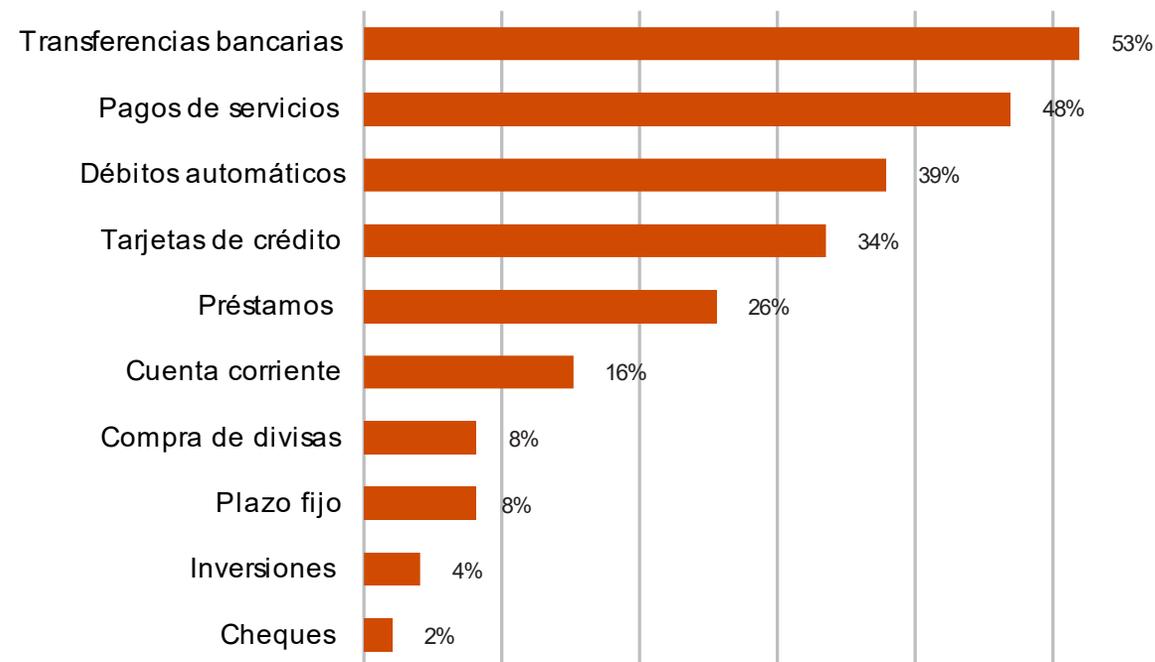
## 32%

de los encuestados que realizan transferencias bancarias, las utiliza para realizar pagos. De ellos 27% solamente al comprar por internet.

## 78%

de los encuestados bancarizados extrae dinero del cajero automático o redes de cobranza menos de 10 veces al mes.

## Productos más utilizados en banco principal



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

# ¿Qué valoran los clientes del 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:

**78%**

de los encuestados manifestó la importancia de que se pueda operar a través de la web/aplicación sin necesidad de recurrir a la sucursal.

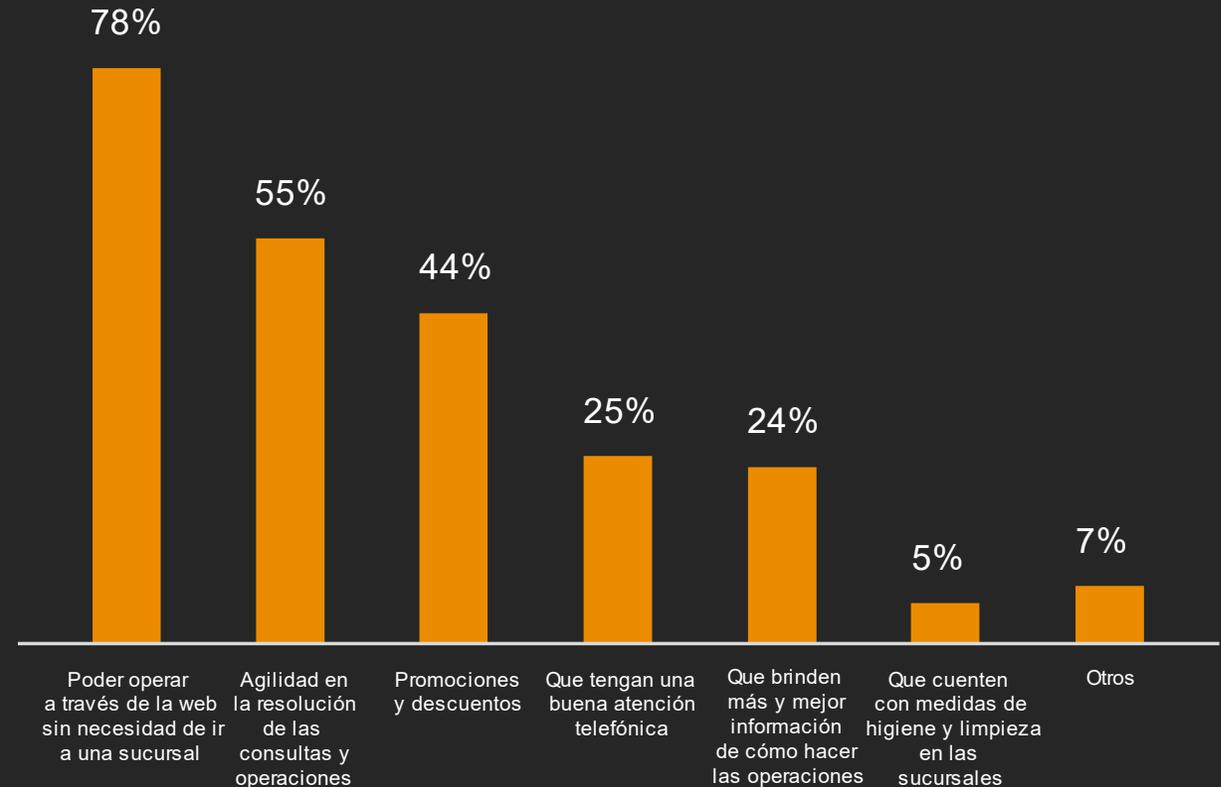
**55%**

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

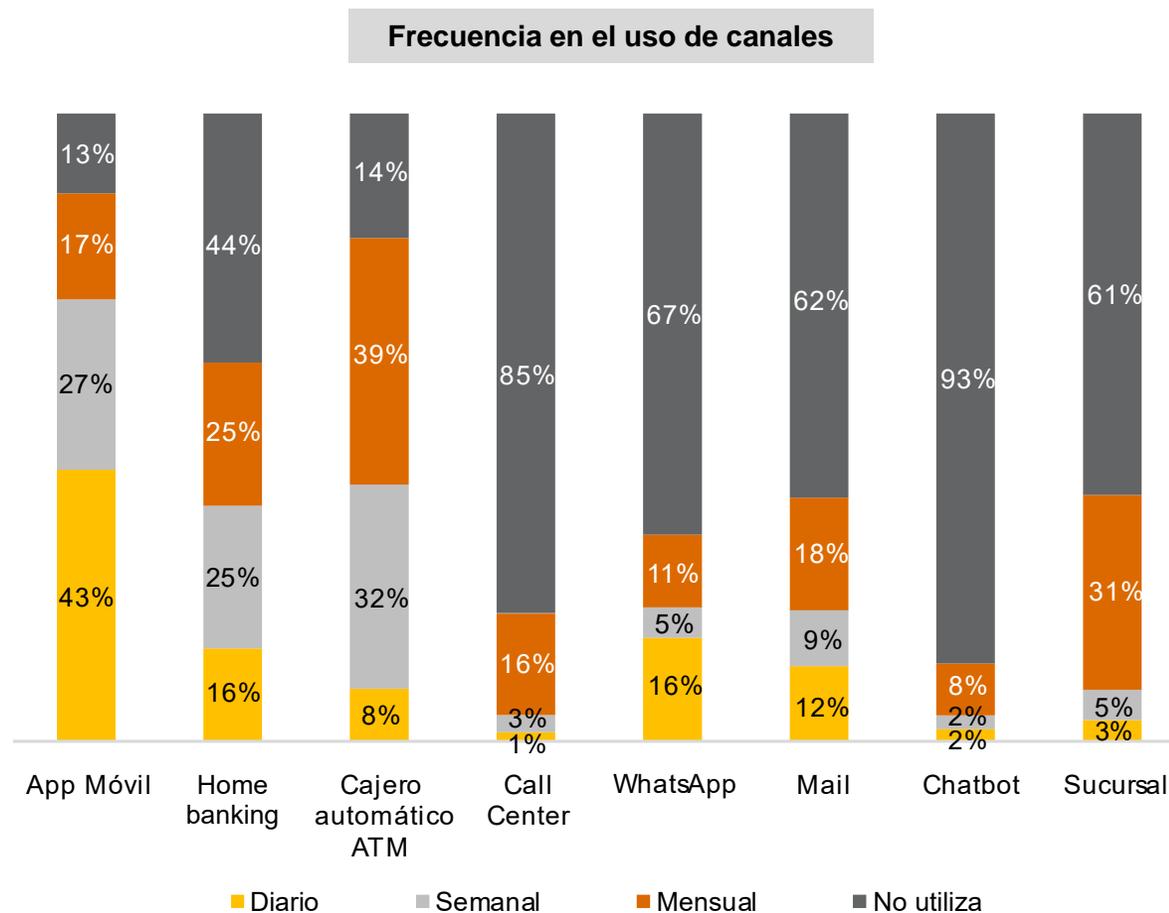
**44%**

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

## Atributos importantes en relación con lo que ofrece el banco



# Canales de atención



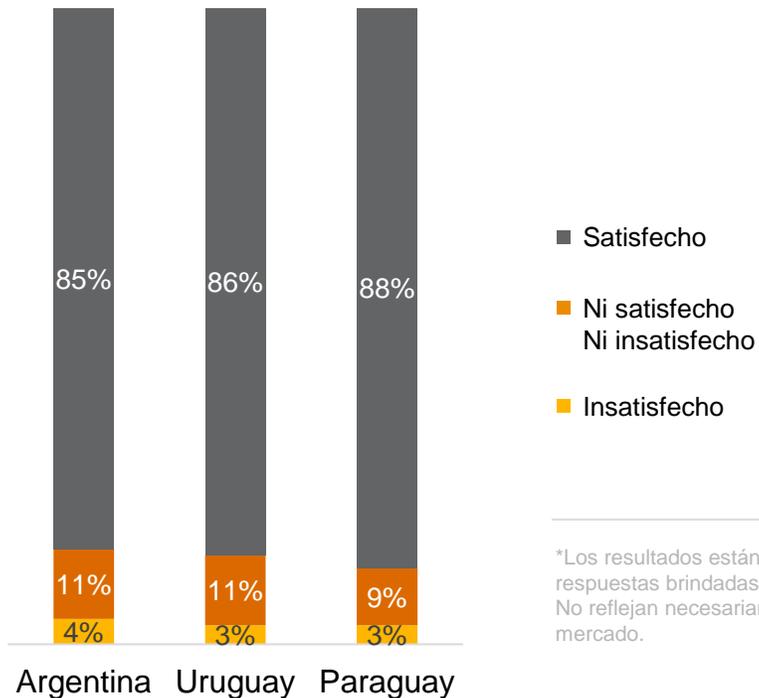
El uso de los canales digitales en los clientes bancarios sigue la tendencia de ir en aumento y ser elegidos por los clientes a la hora de transaccionar con sus productos. La aplicación móvil y el home banking siguen siendo los canales más elegidos por los encuestados para operar diariamente.

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 22%, segundo el grupo etario más joven (18 a 34 años) representando el 15% y por último se encuentra el grupo mayor a 55 años con el 8%.

Teniendo en cuenta este nivel de uso de la app móvil, se considera primordial poner foco en la experiencia del usuario en este canal.

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

# Niveles de satisfacción



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



## 86%

de los encuestados bancarizados en Uruguay se encuentran satisfechos con la operatoria de su banco principal.

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

Si se analiza el nivel de satisfacción de los usuarios encuestados uruguayos con respecto a la atención del call center de su banco principal, el 80% se encuentra satisfecho. Del 5% que se encuentra insatisfecho, los motivos que se destacan son no poder resolver el reclamo o la operación y el tiempo de espera excesivo.

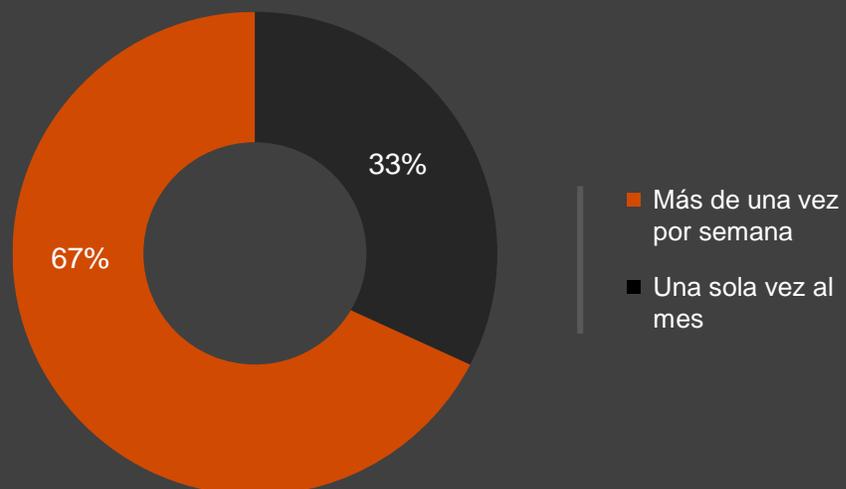
Para el caso de la atención recibida en la sucursal de su banco principal durante el año, el 87% se encuentra satisfecho.

El funcionamiento del homebanking y de la app móvil presentan niveles de satisfacción cercanos al 90% y el nivel de insatisfacción es menor al 2%, indicando únicamente la seguridad y lentitud de las plataformas como motivos para expresar una opinión negativa.



# Pagos con QR en usuarios bancarizados

Frecuencia de uso



# 32%

de los encuestados que operan con bancos tradicionales utilizaron el pago con QR durante el 2024.

Los principales lugares donde los encuestados bancarizados pagan con QR son en:

**47%** | supermercados

**45%** | compras web

**38%** | tiendas de ropa

# 55%

de los encuestados bancarizados que pagan con QR residen en Montevideo y el 45% en el interior del país.

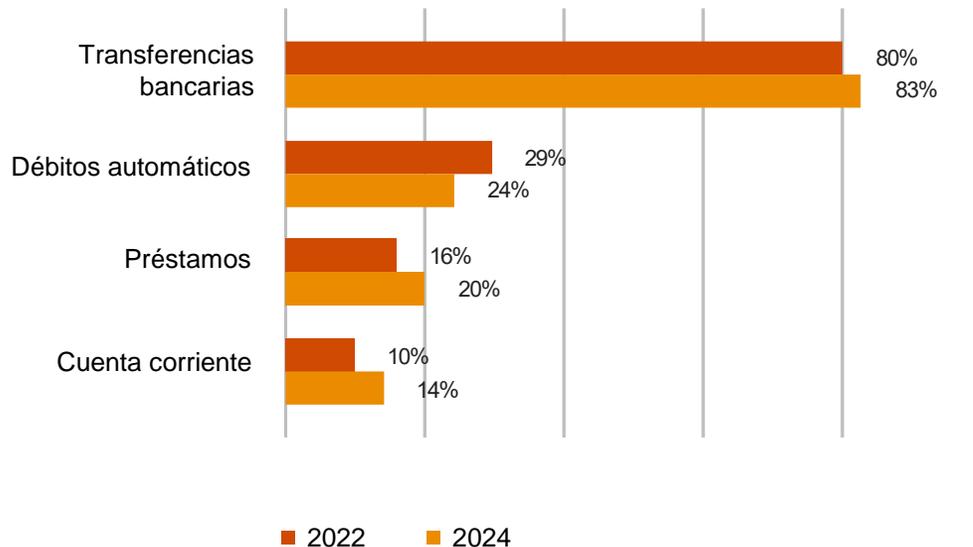
2

# Comportamiento de usuarios de Fintechs



# Relacionamiento con aplicaciones digitales

## Verticales de servicios financieros digitales en las que utilizan aplicaciones 2024 vs 2022



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

**El 41% de los encuestados utiliza aplicaciones Fintech hace más de 2 años.**

- **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:** fortalecimiento en la adopción de las plataformas como uso esencial y diario por parte de los usuarios.
- **Préstamos:** disminución de 5 puntos porcentuales con respecto al 2022. En lo que refiere a ocupación se mantiene en un 17% el uso de esta vertical por personas desempleadas mientras que disminuye el uso en jubilados/as.
- **Seguros e Inversiones:** incremento de 4 puntos porcentuales, destacando uso de la vertical de Inversiones mayormente en encuestados de entre 18 y 24 años.

### Oportunidades



**Inversiones y Seguros:** Si bien se observa un aumento en ambas áreas, representan una oportunidad para su expansión particularmente al interior del país, actualmente son utilizadas mayormente por encuestados que residen en Montevideo.

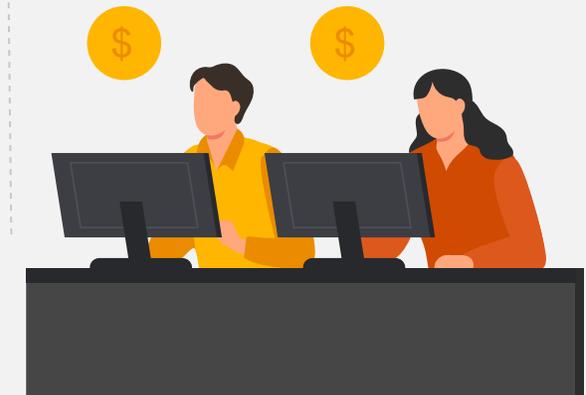


### Conclusiones

▮ **Crecimiento sostenido** en la mayoría de las verticales excepto Préstamos.

▮ Transacciones y Pagos, Seguros e Inversiones en auge; préstamos emergentes.

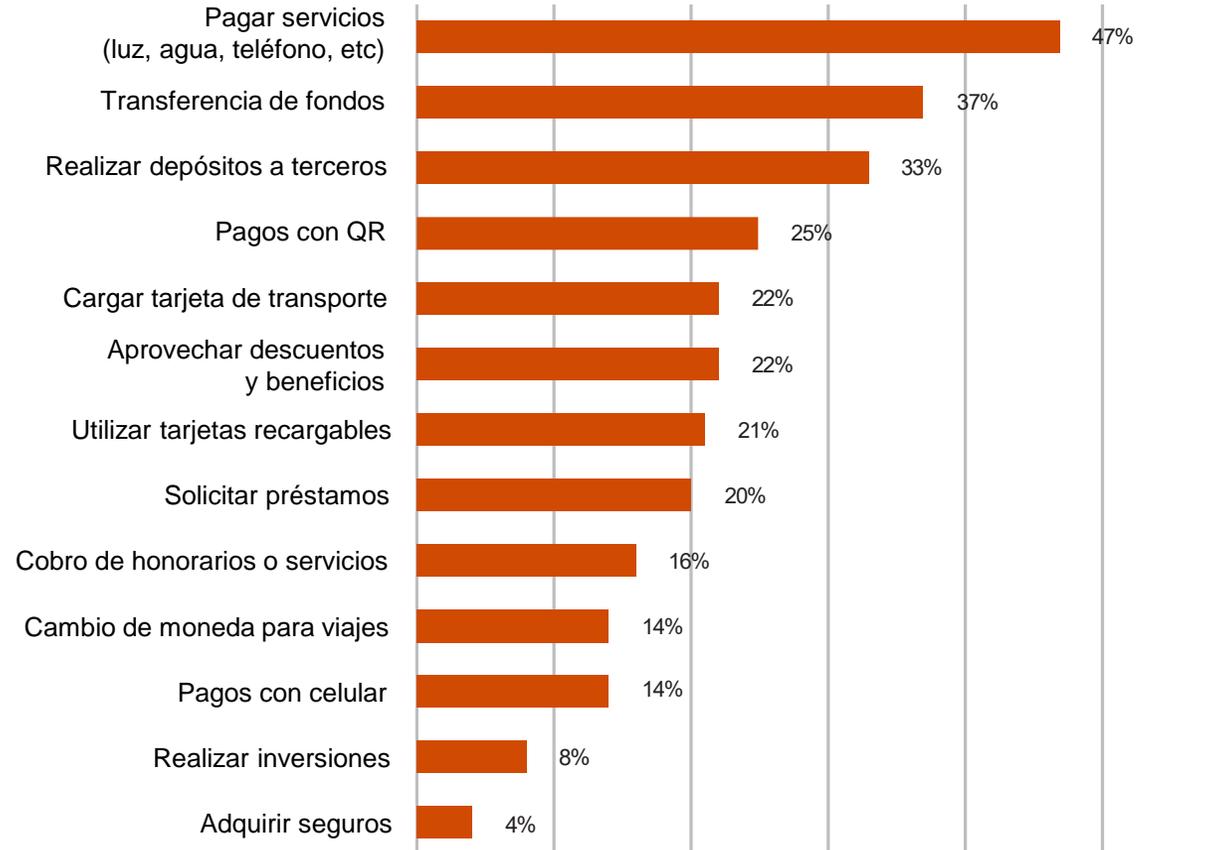
▮ **Oportunidades** para expandir servicios en un sector dinámico.



# Operaciones

Dentro de las operaciones financieras realizadas a través de aplicaciones digitales no vinculadas a bancos tradicionales, se destaca el aumento de las transferencias de fondos con un incremento de 7 puntos porcentuales y el pago con QR en 9 puntos, en comparación con la encuesta del año 2022.

El pago de servicios se mantiene como la principal operación que realizan los encuestados con aplicaciones Fintech.



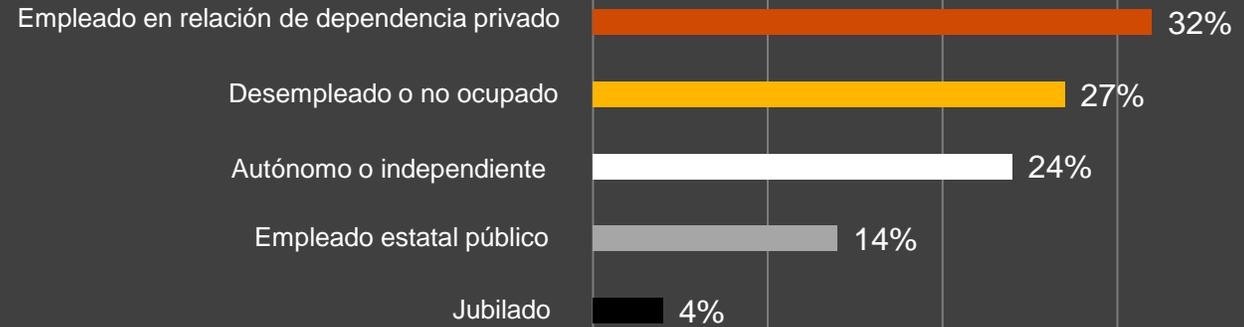
# Transacciones y pagos



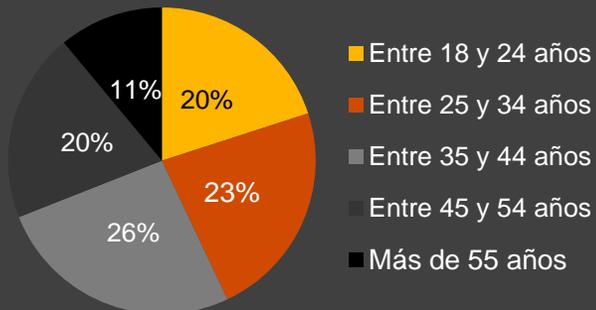
# 83%

de los usuarios Fintech utiliza aplicaciones de transacciones y pagos

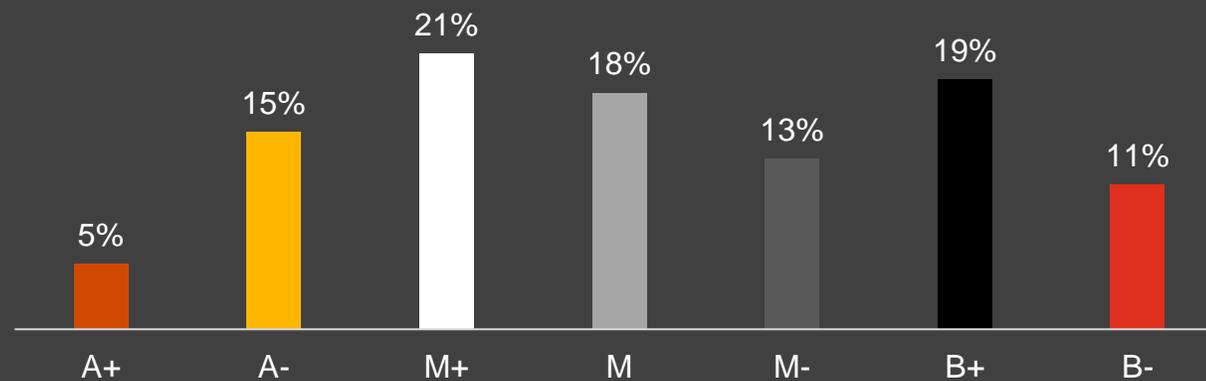
## Ocupación



## Rango etario



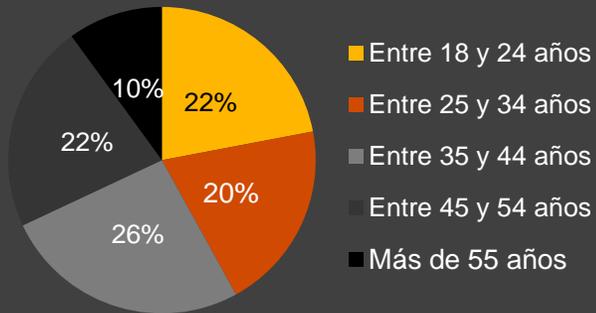
## Nivel Socioeconómico



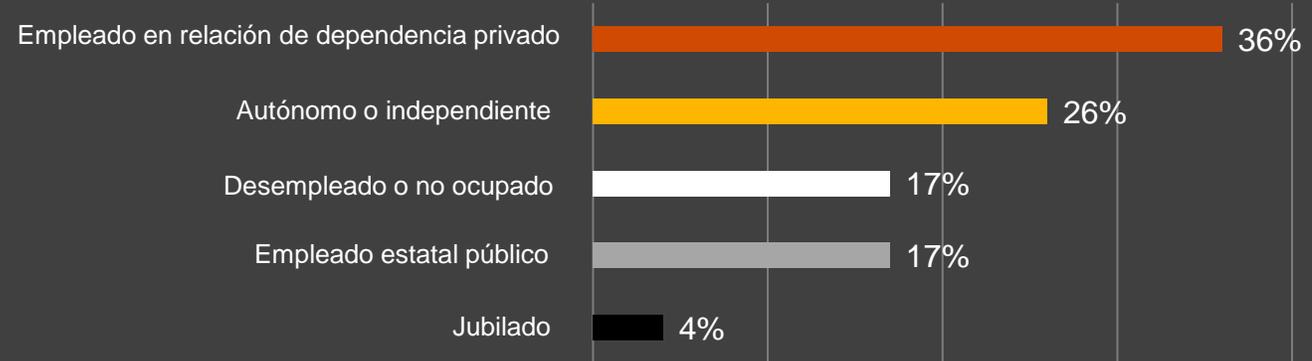
# Préstamos

**24%** de los usuarios Fintech utiliza aplicaciones de préstamos

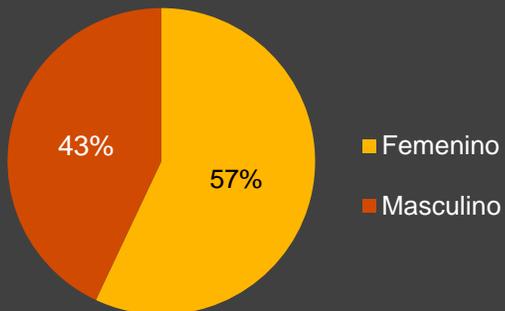
## Rango etario



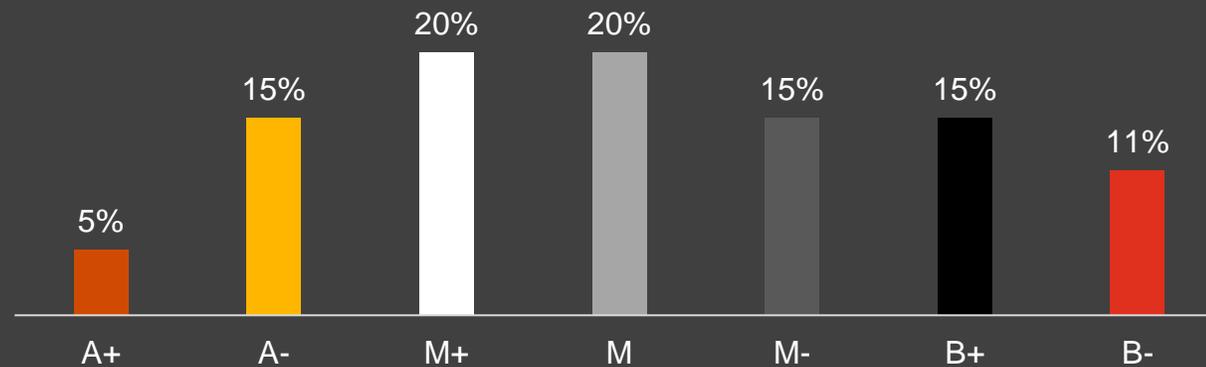
## Situación laboral



## Género



## Nivel Socioeconómico auto-percibido



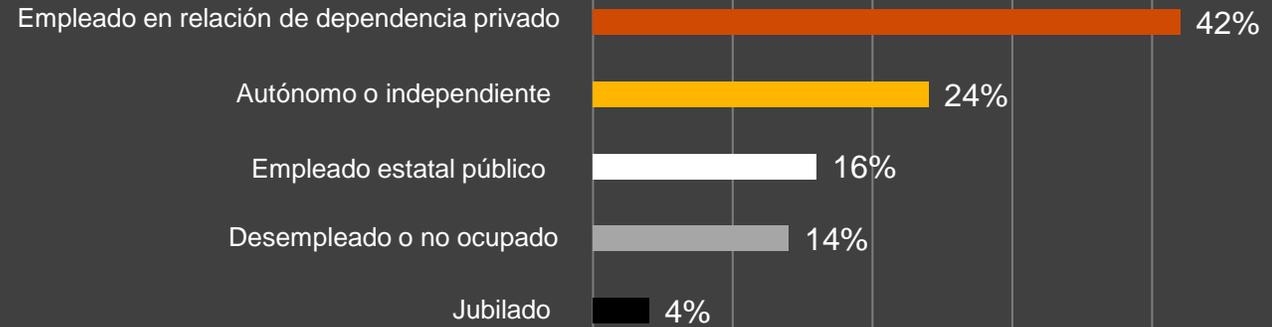
# Seguros



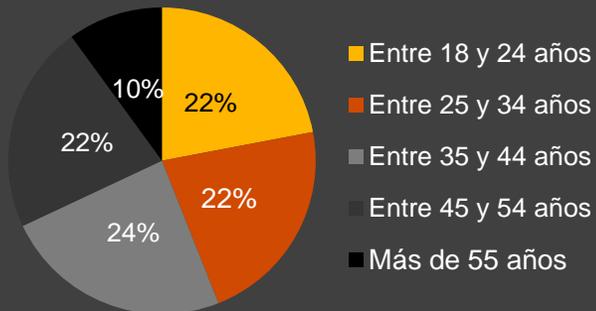
# 20%

de los usuarios Fintech utiliza aplicaciones de seguros

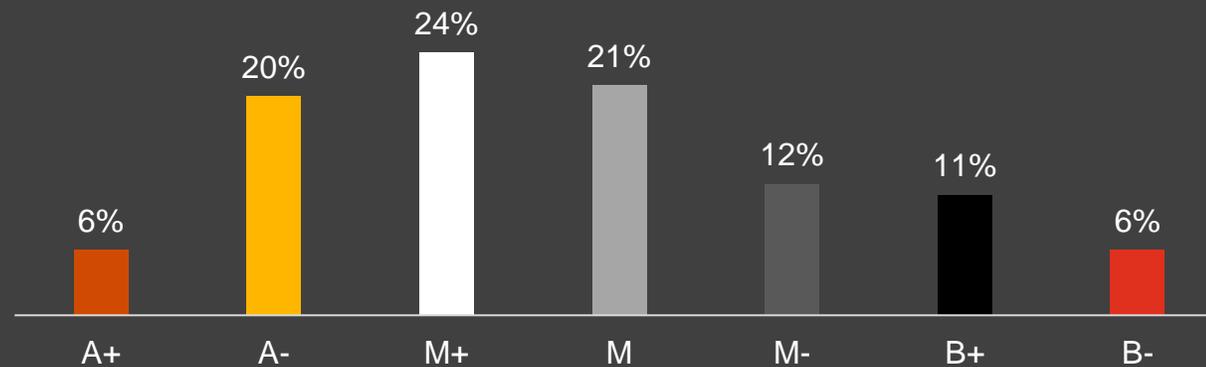
## Ocupación



## Rango etario



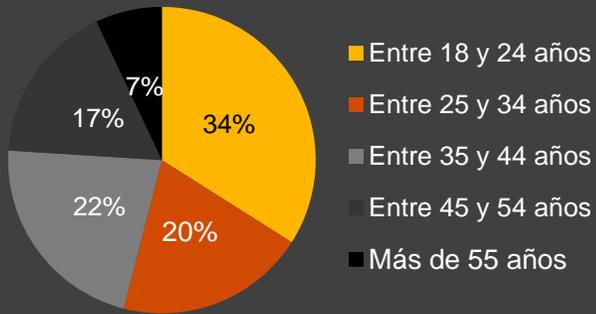
## Nivel Socioeconómico



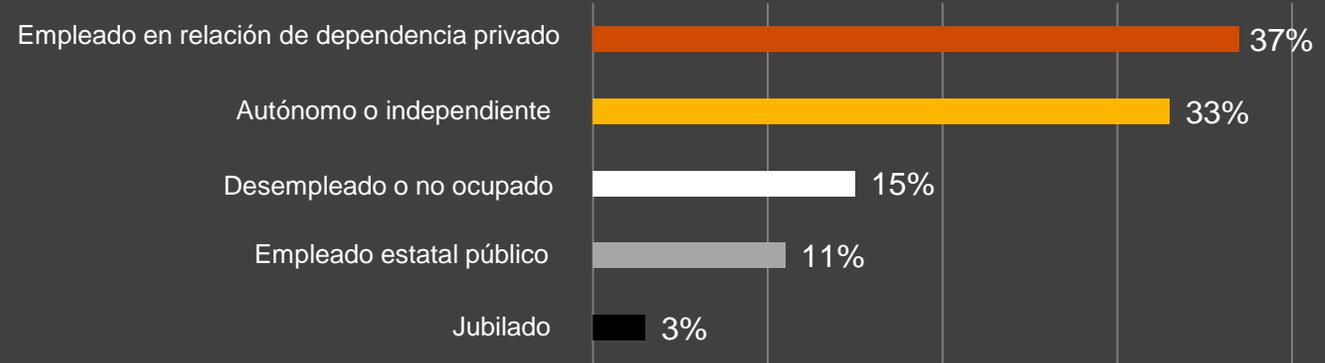
# Inversiones

**14%** de los usuarios Fintech utiliza aplicaciones de inversiones

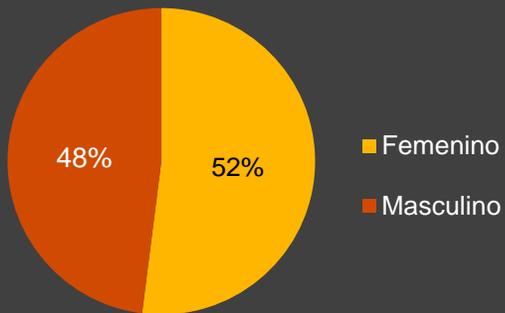
Rango etario



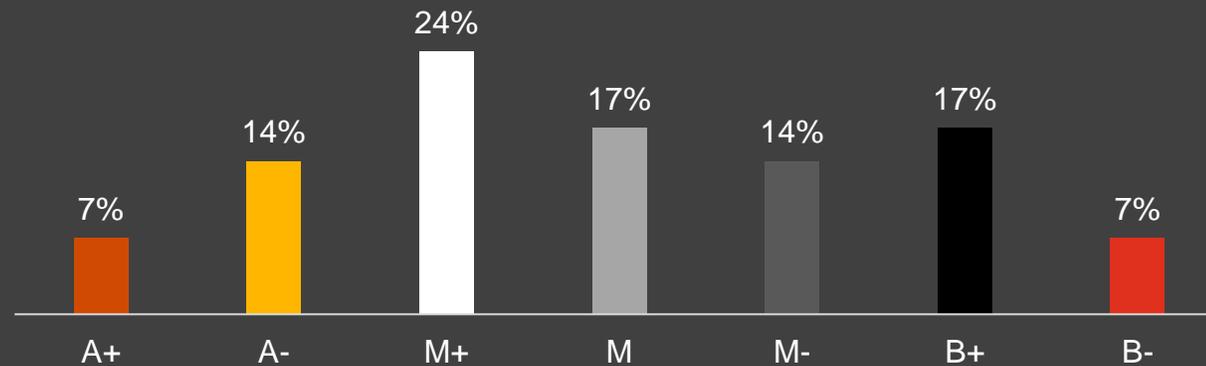
Situación laboral



Género



Nivel Socioeconómico auto-percibido



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

## 58%

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

### ¿Cuáles son los aspectos que más valoras de las fintech?



## 80%

de los encuestados se encuentran satisfechos con la operatoria de las aplicaciones fintech en Uruguay.

Algunos aspectos que a los encuestados insatisfechos les gustaría que mejoraran son la privacidad y seguridad (58%), la oferta crediticia (35%), la atención personalizada (34%) y la oferta de productos y beneficios (32%).

### Bancos tradicionales versus aplicaciones digitales no bancarias. Percepciones de usuarios Fintech



# Bancos tradicionales versus aplicaciones digitales no bancarias. Percepciones de usuarios fintech

**56%**

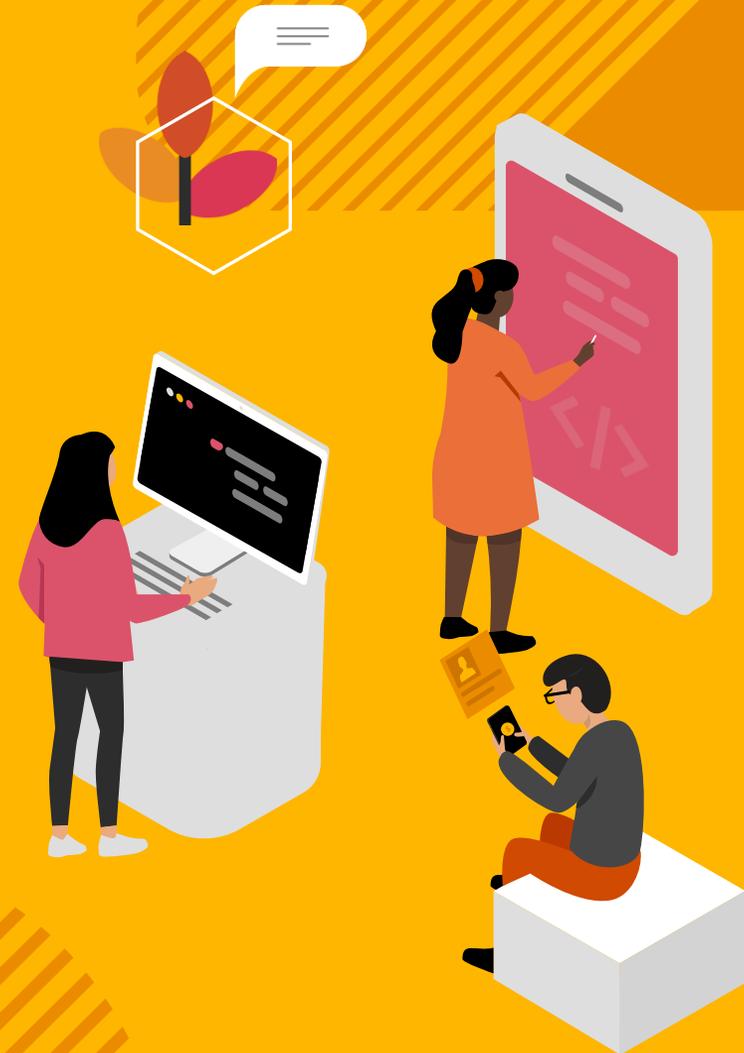
de las personas encuestadas encuentra en las fintech funcionalidades tecnológicas y rapidez, tanto en la operatoria como en las gestiones, que no encuentran en un banco tradicional.

**45%**

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

**50%**

valora la atención presencial que brinda un banco tradicional.



# Pagos con QR en clientes fintech

## 37%

de los encuestados que operan con aplicaciones fintech utilizaron el pago con QR durante el último año, esta modalidad tuvo un incremento del 12 puntos porcentuales respecto de 2022.

A su vez:

**46%** lo hace en supermercados

**38%** lo utiliza en compras web

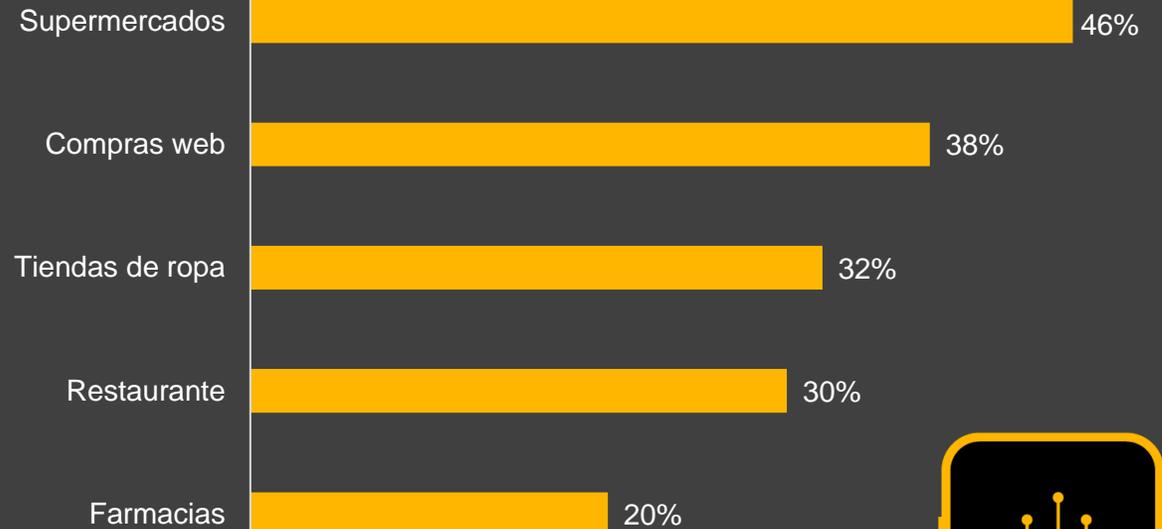
**30%** en restaurantes

**20%** en farmacias

Estos son sólo algunos de los sitios donde más se utilizan dicho medio de pago.

Otros lugares donde los encuestados pagan con QR son estaciones de servicio, kisocos y verdulerías.

¿Dónde realizan pagos con QR los usuarios fintech?





# Medios de pago en el transporte

# ¿Cómo prefieren pagar los uruguayos el transporte público?

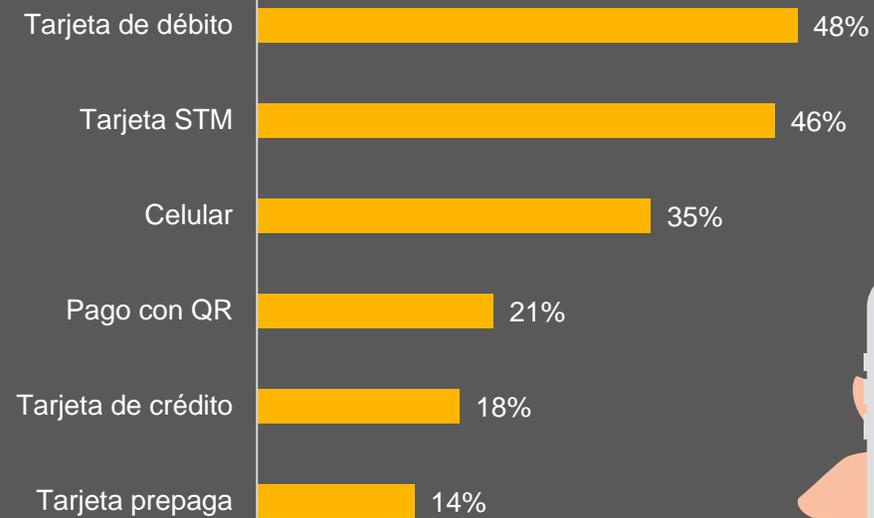
En otras jurisdicciones, un tema que ha sido relevante para evitar fricciones de los usuarios tiene que ver con la incorporación de diferentes medios de pago habilitados para abonar el transporte público.

Si bien en nuestro país, en particular en la zona metropolitana del Departamento de Montevideo, se ha avanzado en la habilitación de medios de pago electrónicos alternativos para la carga de las tarjetas de transporte público (tarjeta STM), aún siguen siendo poco utilizados por los usuarios habituales de estos medios de transporte y el efectivo aún tiene una participación muy relevante por la imposibilidad de abonar directamente en los ómnibus con otros medios de pago como la tarjeta de débito.

**67%** de los encuestados utiliza el transporte público

**50%** de los encuestados que viajan en transporte público pagan con efectivo

## ¿Con qué medio de pago te gustaría pagar el transporte público?



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



4

Conclusiones

# Conclusiones | Clientes bancarios

En esta edición se observa que los encuestados tienen a operar con mayor cantidad de bancos ya que casi la mitad de los usuarios (49%) operan con más de una institución, lo que representa un incremento de 10 puntos porcentuales respecto a encuestas anteriores.

Los canales de atención preferidos por los encuestados son los digitales, la aplicación móvil y el home banking. En particular se destaca el uso diario de la aplicación bancaria (43% de los encuestados). En contraposición, el uso de ATMs para extracción de efectivo tiene solamente un 8% de uso diario.

Al analizar los productos más utilizados por los clientes de bancos, las transferencias bancarias se llevan más de la mitad de la preferencia, impulsadas por la inmediatez y la gratuidad de las transferencias instantáneas de bajo valor; el 57% han incrementado su uso y casi la mitad de los encuestados realizan más de una transferencia semanal (47%).

Por último, en lo que respecta al uso del código QR, solo el 31% de los usuarios de los bancos admite usarlo para realizar operaciones. Entre los lugares más recurrentes de uso se encuentran los supermercados, con 47%, evidenciando la preferencia por el uso cotidiano de esta tecnología, reforzando la idea de la agilidad como recurso más valorado por los uruguayos.

Finalmente, con respecto al transporte público, los resultados de los clientes bancarios fueron similares a los usuarios de Fintech. La tarjeta STM se mantiene como principal medio de pago, y el deseo por utilizar medios de pagos alternativos como la tarjeta de débito, el celular o el QR están de igual manera latentes en estos clientes.



# Conclusiones | Clientes Fintech

La adopción de las aplicaciones digitales que brindan las Fintech sin duda es cada vez mayor. Los productos ofrecidos por las Fintech muestra gran fortaleza en casi todos sus verticales, destacando el mayor uso por parte de los encuestados en las verticales de transacciones y pagos con un 83% y en segundo lugar con 24%, la vertical de préstamos. En comparación con la edición anterior del informe, las verticales de seguros e inversiones son las que presentan mayor crecimiento.

Los aspectos más valorados por los encuestados fueron la agilidad en las operaciones, la velocidad de las aplicaciones y el tener acceso a la misma 24/7. En cuanto a los aspectos que consideran que debería mejorar son la seguridad y privacidad, la oferta crediticia que se encuentran en estas aplicaciones y la atención personalizada.

El 53% de los encuestados que utilizan aplicaciones fintech indican utilizarlas como complemento a su banco tradicional. Sin embargo, 56% de los clientes fintech encuentran en las aplicaciones digitales funcionalidades y mayor rapidez que no encuentran en un banco tradicional.

A pesar de que hay una clara competencia por la oferta de productos financieros, la mayoría (75%) de los encuestados cree que las fintech no podrán reemplazar a los bancos tradicionales.

El uso del código QR para pagos viene en un constante crecimiento, esta modalidad tuvo un incremento de 12 puntos porcentuales respecto de 2022.

El 37% de los encuestados que operan con aplicaciones fintech utilizaron el pago con QR durante el último año; esto debería potenciarse con el lanzamiento de Toke (Sistema de Pagos Rápidos) durante el último trimestre de 2024.

Los usuarios que operan con esta tecnología logran implementarla mayoritariamente en ambientes cotidianos como supermercados, restaurantes o a la hora de realizar compras por internet.

Finalmente, si relacionamos a estas entidades financieras con la facilidad de utilizar los medios de pago en el transporte público, los usuarios de Fintech usan mayoritariamente la tarjeta STM y en general no han tenido problemas con este medio de pago. Sin embargo, indican que si tuvieran posibilidad de elegir prefieren utilizar la tarjeta de débito, el celular y/o código QR, aspecto que resulta clave considerar respecto a la incorporación de tecnologías innovadoras en los medios de pago en el transporte.



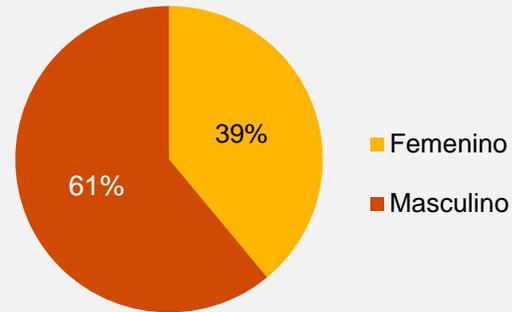
# Acerca de la encuesta

El área de Financial Services Consulting de PwC realizó la quinta edición del estudio regional Banca&Fintech para relevar el comportamiento de usuarios que son clientes de al menos un banco o utilizan aplicaciones digitales no vinculadas a bancos tradicionales para realizar operaciones financieras, sumándole este año temas relacionados a medios de pago en el transporte.

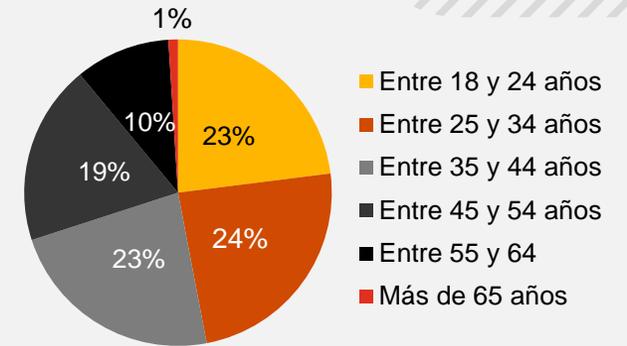
En la muestra participaron más de 1000 personas del país, conformando un total de 7.000 personas a nivel regional. La encuesta se realizó de forma online durante agosto de 2024 en Argentina, Paraguay y Uruguay.

## BANCOS

### Género

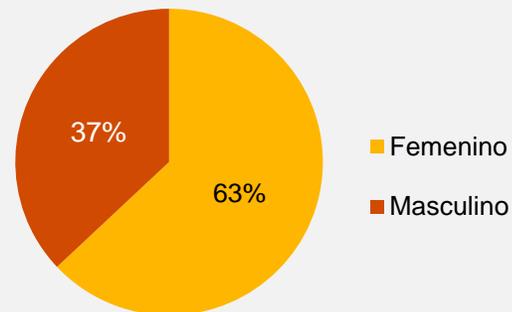


### Rango etario

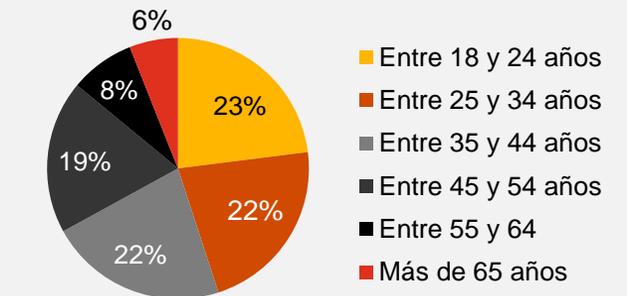


## FINTECH

### Género



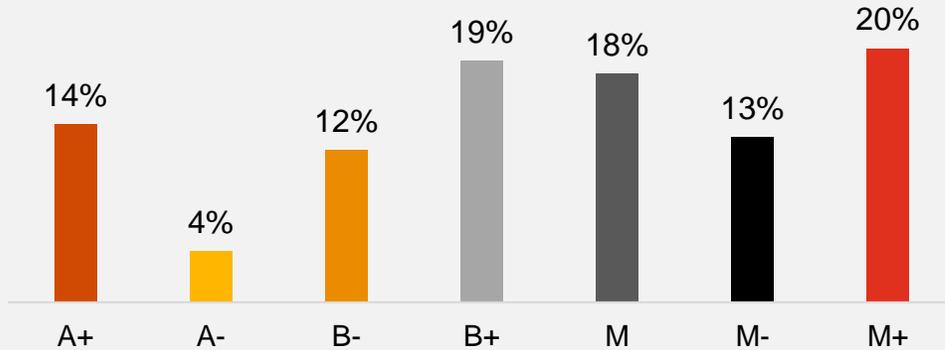
### Rango etario



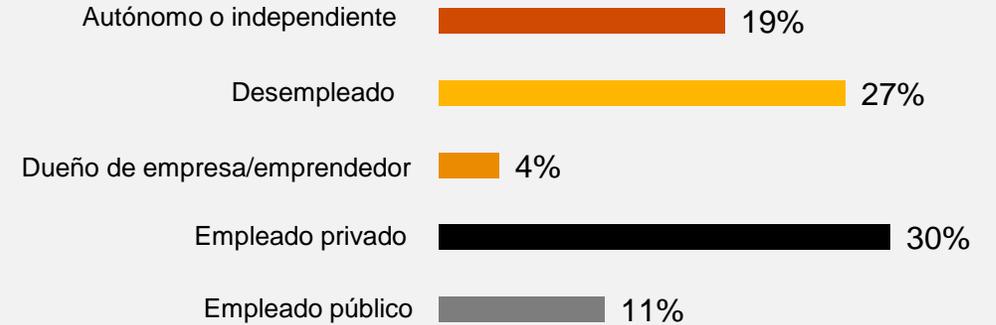
# Información general sobre la muestra

BANCOS

Nivel socioeconómico autopercebido

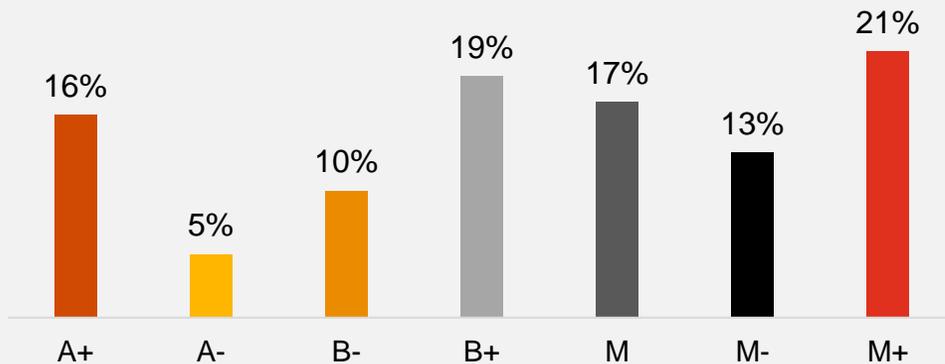


Ocupación

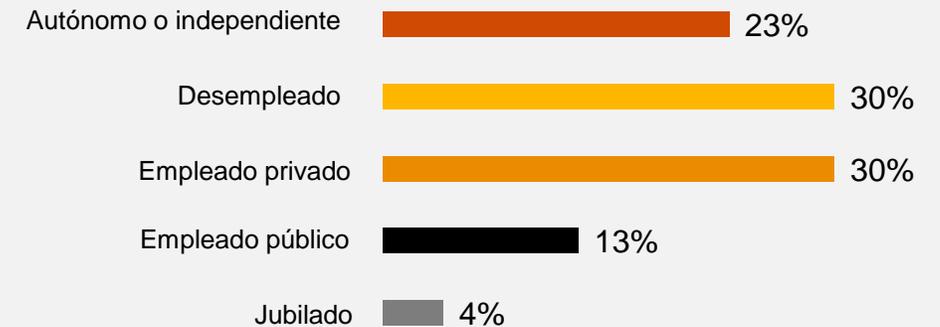


FINTeCH

Nivel socioeconómico autopercebido



Ocupación



# Muchas gracias

## Equipo de trabajo:

**Rosana Mazza,**

Partner | Especialista en Fintech y Servicios Financieros

rosana.mazza@pwc.com

**Richard Moreira,**

Partner

richard.moreira@pwc.com

**Guillermo Ferrari,**

Financial Services - Advisory

Senior Manager

guillermo.ferrari@pwc.com

**María Laura Chocho,**

Financial Services - Advisory

Senior Manager

maria.chocho@pwc.com

**Florencia Moraes,**

Financial Services - Advisory

Manager

florencia.m.moraes@pwc.com



© 2025 PricewaterhouseCoopers Ltda., PricewaterhouseCoopers, PricewaterhouseCoopers Professional Services Ltda. y PricewaterhouseCoopers Software Ltda. Todos los derechos reservados. PwC refiere a la firma miembro de Uruguay y en algunas ocasiones a la red PwC. Cada firma miembro es una entidad legal separada. Por favor visite [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure) para más detalles.

Este documento es solo para fines de información general y no debe utilizarse en reemplazo de consulta y asesoramiento profesional.



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

