

4° Edición

Banking & Fintech 2022





Índice

Introducción

1. La visión de los clientes fintech **04**

- 1.1. Comportamiento del usuario fintech
- 1.2. Verticales de servicios financieros digitales
- 1.3. Multi-operación
- 1.4. ¿Qué valoran los clientes en las aplicaciones fintech?
- 1.5. Bancos tradicionales versus aplicaciones digitales no bancarias. Percepciones de usuarios fintech.

2. La visión de los clientes de bancos **08**

- 2.1. Comportamiento del usuario bancarizado
- 2.2. ¿Con qué productos y operaciones del banco principal se relacionan los clientes?
- 2.3. Canales de atención
- 2.4. Niveles de satisfacción

3. Medios de Pago en clientes de bancos y fintechs **12**

- 3.1. Innovaciones en el sistema de pagos minorista
- 3.2. Medios de pago
- 3.3. Uruguay en camino al pago con transferencia

4. Conclusiones **16**

Acerca de la encuesta

Introducción

PwC Uruguay se incorpora por segundo año consecutivo a la edición del estudio Banking & Fintech elaborado de forma conjunta con PwC Argentina y PwC Paraguay. El propósito es relevar las tendencias del ecosistema financiero y la experiencia de los clientes de la banca tradicional y de las aplicaciones digitales que brindan servicios financieros, en cada país y la región en su conjunto. Este año se incorpora el análisis de medios de pago, con el objetivo de conocer los avances de la región y el uso que experimentan los consumidores, detectando las diferentes oportunidades de negocio y desafíos que se presentan.

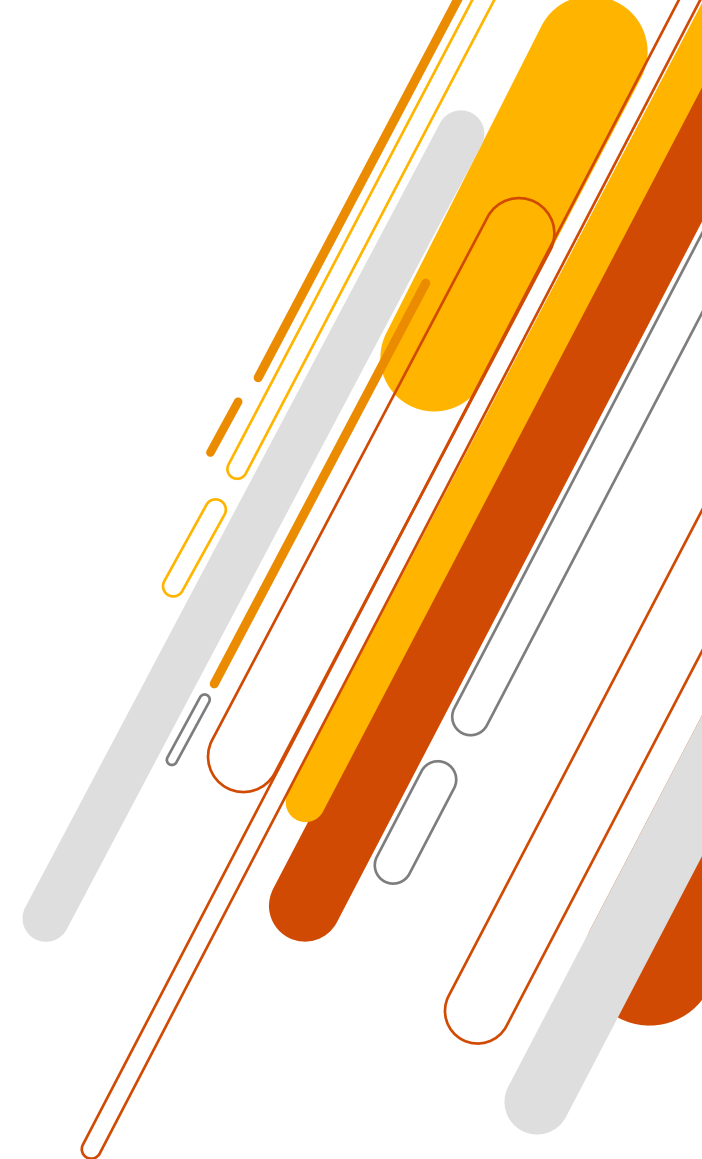
El ecosistema financiero uruguayo enmarcado en un contexto económico estable, continúa adaptándose a las nuevas tecnologías acompañando de a poco los avances que se presentan en otros países de la región. Se ha tornado colaborativo a nivel la industria, particularmente por la complementariedad en los negocios B2B (Business to Business) entre la banca y las empresas tecnológicas del sector financiero; y actualmente más cercano al Banco Central del Uruguay (en adelante, BCU), que en su rol de regulador no se limita solamente a acompañar los avances desde

los parámetros tecnológicos sino que está en continuo diálogo y trabaja en conjunto con las empresas a través de diferentes iniciativas como por el ejemplo el Nodo de Innovación.

El mercado financiero local se adapta a las nuevas tecnologías y se embarca en cambios disruptivos vinculados a la banca abierta, los sistemas de pagos rápidos y los activos virtuales, entre otros. Los bancos continúan desarrollando sus plataformas digitales, invirtiendo en mejoras en sus aplicativos digitales e incursionan en nuevas funcionalidades que robustecen su seguridad así como también en productos como los pagos con código QR. Por otro lado, se presentan cada vez más empresas fintech que operan dentro del mercado local ofreciendo productos innovadores que atienden a las necesidades tanto de empresas como del consumidor final.

En este contexto, les presentamos a continuación la voz del cliente financiero, cómo se comporta en relación a su banco principal y/o a los aplicativos digitales que utiliza, cómo opera, qué valora en cada sector. Sumándole un segmento donde podrán conocer los

avances en el sistema de pagos y cuáles son los métodos de pago más utilizados en Uruguay y la región.

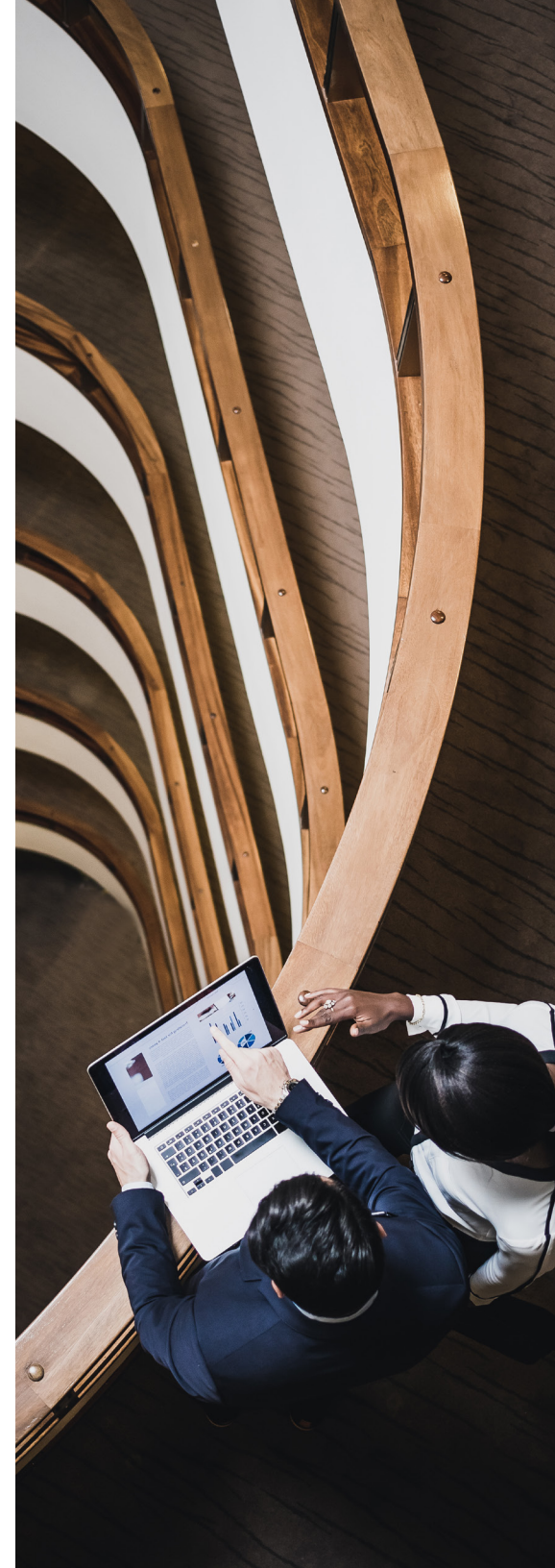


01

La visión de los clientes fintech

Comportamiento del usuario fintech

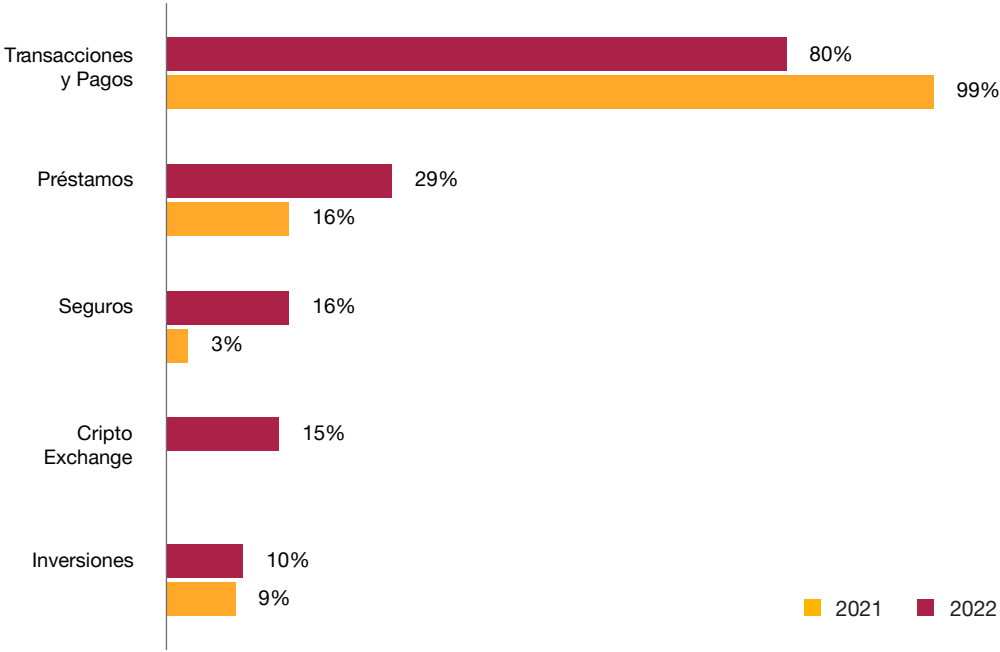
La Cámara Uruguaya de Fintech (CUF) fundada en 2017, nuclea a unas 30 empresas: fintech de servicios (B2B) y fintech de productos dirigidos directamente al consumidor final. Este sector vivenció un gran impulso en tiempos de pandemia por la demanda de tecnología vinculada a medios de pago debido al incremento del uso de canales digitales y pagos electrónicos, que continúa en expansión a partir de los cambios regulatorios y la innovación en el ecosistema de pagos que generan nuevas oportunidades de negocio y principalmente, por la propuesta de transformar al Uruguay en un hub tecnológico fintech que parte de la CUF y es impulsada y acompañada por el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM) y el BCU.



En esta oportunidad PwC relevó el comportamiento de los consumidores finales de aplicaciones fintech en Uruguay con el objetivo de conocer la perspectiva en base a la experiencia del cliente y detectar, a través de ella, las oportunidades de crecimiento que se pueden presentar para las empresas del ecosistema.

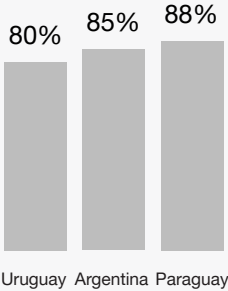
En términos generales, más de la mitad de los encuestados utiliza aplicaciones fintech hace más de 1 año. El 69% de las personas declaran utilizar a las fintech como complemento de su banco tradicional. Aún así, el 48% de los encuestados que no utilizan bancos ni aplicativos digitales de servicios financieros, considera probable comenzar a utilizar aplicaciones fintech en el futuro.

Tipos de aplicaciones digitales 2022 vs 2021



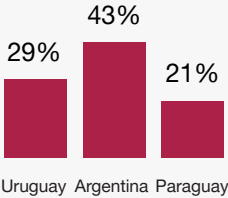
Las aplicaciones digitales a través de las cuales se realizan transacciones y pagos vienen representando más del 80% durante los últimos dos años. En el caso de las aplicaciones de préstamos y seguros el comportamiento de los usuarios cambió, aumentaron considerablemente su uso durante el 2022. Las inversiones se mantienen similares. Este año se incorpora para Uruguay el análisis de la vertical de activos virtuales y se observa una buena posición con un 15% de uso.

Transacciones y pagos



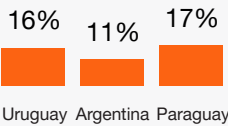
En Uruguay, la edad promedio de los encuestados que operan en esta vertical es de 41 años. Se concentra mayormente en sectores medios (53%) y bajos (41%). Este tipo de aplicaciones digitales no bancarias son utilizadas en igual medida por empleados en relación de dependencia privados y autónomos/independientes.

Préstamos



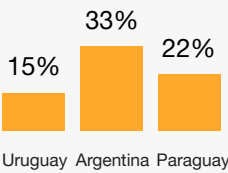
La edad promedio de los encuestados uruguayos que operan en esta vertical es de 44 años. Son utilizadas en gran parte por usuarios que se auto-perciben de sectores medios (54%) y bajos (37%). En lo que refiere a la ocupación, se destaca que las aplicaciones digitales de esta vertical son utilizadas en igual medida (17%) por personas que se encuentran desempleadas y/o están jubiladas.

Seguros



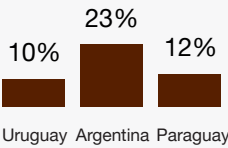
Para el caso de Uruguay, la edad promedio de los encuestados que operan en esta vertical es de 40 años. El 60% de los encuestados que operan aplicaciones digitales de seguros se autopercibe en sectores medios. Este tipo de aplicaciones son utilizadas en igual medida por empleados en relación de dependencia privados y autónomos/independientes.

Activos virtuales



Casi el 50% de los usuarios uruguayos que operan en esta vertical tienen entre 18 y 34 años y se concentran en su mayoría en sectores medios. Esta vertical recientemente incorporada al estudio, es utilizada en un 34% por empleados en relación de dependencia privados y en un 30% por autónomos/independientes.

Inversiones



La edad promedio de los usuarios uruguayos que operan en esta vertical es de 36 años. Más de la mitad de encuestados se autopercibe de sectores medios. Sin embargo, esta vertical presenta el porcentaje más elevado (16%) de encuestados de sectores altos. Estas aplicaciones son utilizadas en igual proporción (30%) por trabajadores autónomos/independientes y empleados públicos.

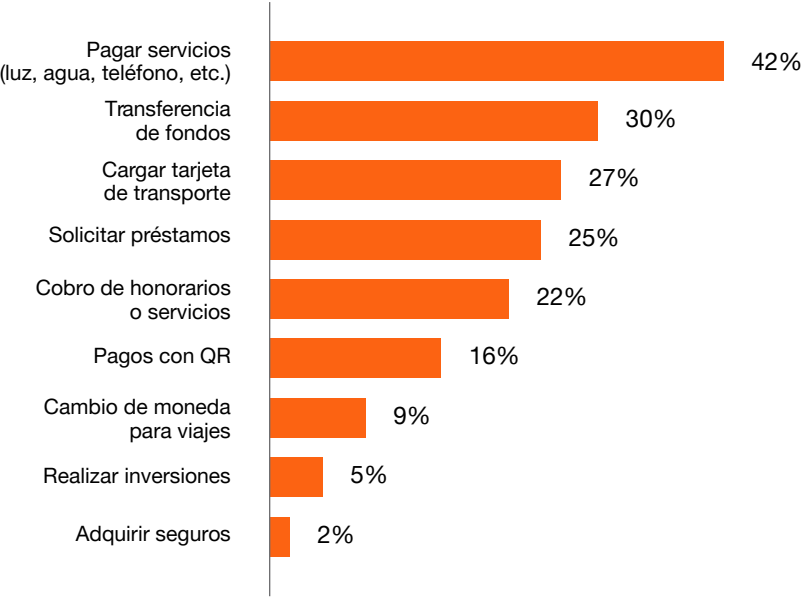
Multi-operación

Las principales operaciones que los usuarios uruguayos realizan a través de las aplicaciones digitales no bancarias son el pago de servicios (42%), las transferencias de fondos (30%) y la carga de la tarjeta de transporte (27%).

años, el pago con QR se menciona en un 55%, seguido de las transferencias de fondos (52%) y el pago de servicios (50%). Paraguay presenta resultados similares a Uruguay en las principales operaciones con fintech: pago de servicios (44%), transferencias de fondos (37%) y carga de tarjeta de transporte (32%).

Por el contrario en Argentina, donde el sistema Transferencias 3.0 con QR interoperable funciona hace algunos

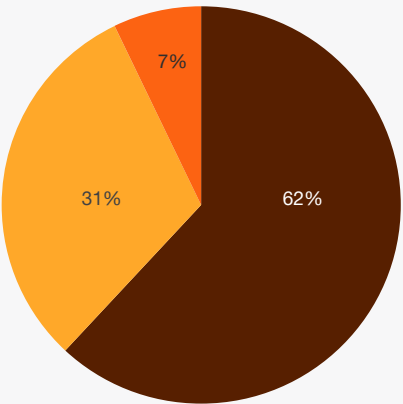
Operaciones realizadas con fintech 2022



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

En Uruguay nos encontramos con un usuario de servicios financieros digitales que no ha alcanzado aún altos niveles de madurez. Si bien la oferta de aplicativos ha aumentado en este último tiempo y la experiencia de usuario apunta a la simplicidad, los riesgos asociados al fraude y la falta de educación financiera pueden generar cierta barrera que limita al usuario a participar en más de una vertical del sector. En este sentido, el aumento de gestiones remotas y atención online han facilitado la posibilidad de phishing, principalmente para los usuarios bancarios. A nivel local únicamente el 31% admite utilizar entre dos y tres tipos de aplicaciones digitales para gestionar operaciones financieras.

¿En cuántas verticales operan los usuarios encuestados?



■ 1 ■ 2 a 3 ■ Más de 4

¿Qué valoran los clientes en las aplicaciones fintech?

En cuanto al monitoreo de la satisfacción del cliente, el 56% de los encuestados se encuentran satisfechos con la operatoria de las aplicaciones fintech en Uruguay.

Los aspectos más valorados son la agilidad en las operaciones (50%), la facilidad de uso y navegación (34%) y la seguridad (26%). En menor medida se presentan los beneficios y descuentos ofrecidos, la atención al cliente y los costos. Aquí se evidencia una fortaleza competitiva de las fintech en atributos como la agilidad, simplicidad, reducción de los tiempos y flexibilidad para adaptarse a los comportamientos cambiantes del usuario. En las entidades bancarias, sin embargo, se capitalizan atributos vinculados a costos y al contacto con los clientes en sus redes físicas, con énfasis en los espacios de atención y asesoramiento personalizados.

Algunos aspectos que a los encuestados insatisfechos les gustaría que mejoraran son la privacidad y seguridad (56%), la oferta crediticia (34%), la atención personalizada (32%) y la oferta de beneficios (28%). Esto demuestra que el consumidor de aplicaciones digitales no bancarias exige atributos más sofisticados, que atiendan a sus necesidades y requerimientos en el tiempo correcto.

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

En general, las aplicaciones digitales son elegidas por sus funcionalidades tecnológicas y rapidez, no solo en la operatoria sino también a nivel burocrático (menos restricciones y controles), a diferencia de lo que sucede con los bancos tradicionales. Sin embargo, aún hay una presencia muy fuerte de los bancos en la vida de los usuarios ya que casi el 50% considera que el banco tradicional no podrá ser reemplazado por las aplicaciones digitales, así como la preferencia del 49% por la atención presencial que aún reciben en la sucursal.

Aún hay un 37% de encuestados que se ubica en el grupo de los indiferentes en cuanto a la satisfacción con la operatoria de las fintech, lo que presenta una gran oportunidad para las entidades del sector de servicios financieros digitales para continuar desarrollando soluciones que permitan cubrir las nuevas necesidades de los usuarios.

53%

de los usuarios destacan a las aplicaciones digitales no bancarias como el espacio donde pueden obtener financiación sin presentar tanta documentación.

44%

de los usuarios fintech sostienen que los Bancos no van a ser reemplazados.

49%

valora la atención presencial que brinda un banco tradicional.

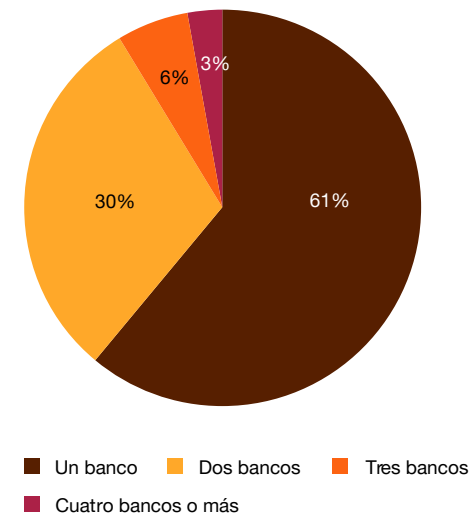
02

La visión de los clientes de bancos

Comportamiento del usuario bancarizado

En Uruguay la bancarización aumenta año a año, según los datos de la encuesta Banca&Fintech 2022 de PwC, el 63% de los encuestados utiliza bancos tradicionales para realizar transacciones financieras.

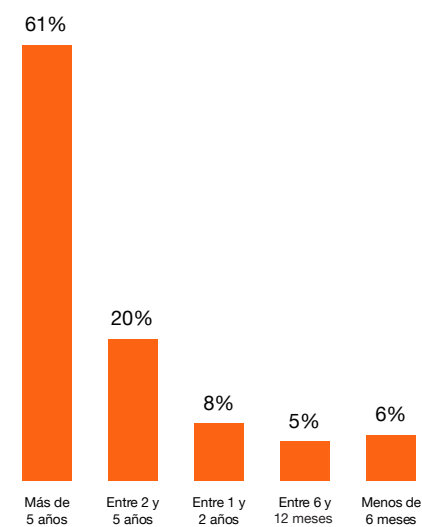
Dentro de la muestra de encuestados que manifestaron ser clientes de bancos, el 61% manifestó operar con un solo banco, esto evidencia una gran principalidad en el sector bancario uruguayo. Esta cifra es seguida por los encuestados que gestionan a través de dos bancos, siendo el 30%. Los usuarios de tres bancos representan el 6% y solamente el 3% opera con cuatro bancos o más.



Sobre el top 3 de los bancos más elegidos, el comportamiento de la muestra se ajusta al market share reportado por BCU de acuerdo a los depósitos del sector no financiero privado para diciembre de 2022.

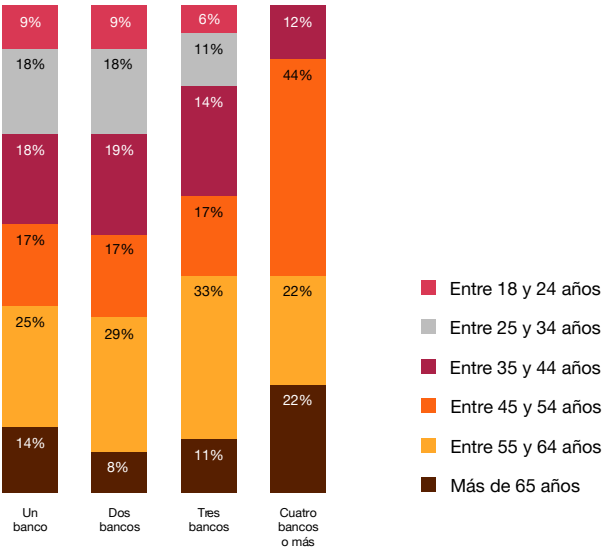
Los resultados denotan un alto nivel de fidelización de los usuarios con su banco principal. Al analizar la antigüedad, el 61% se mantiene operando por más de cinco años con su banco principal y el 20% lo hace desde dos a cinco años.

Antigüedad como cliente de su banco principal





Rango etáreo según cantidad de bancos con los que se relacionan



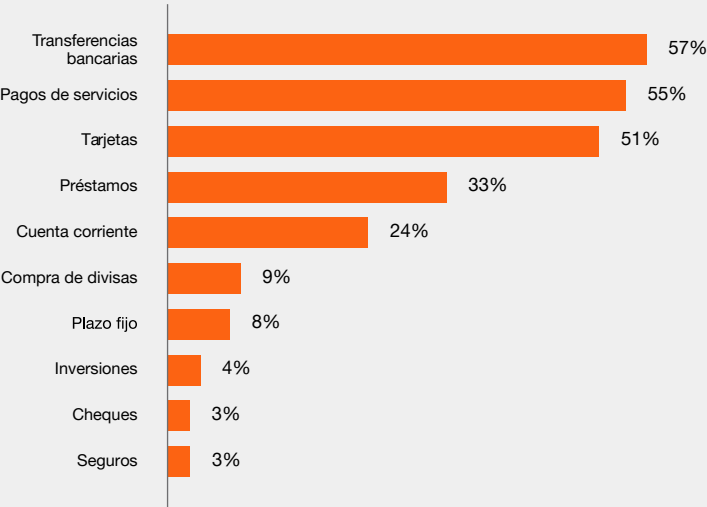
65%

afirma gestionar con dos bancos se encuentran entre los 35 y 64 años de edad. Este rango etáreo da cuenta de que los usuarios probablemente cuenten con una situación formalizada en su trabajo y su economía, pero no se conforman con poseer solamente una cuenta sueldo, se vuelven más exigentes en cuanto a la experiencia de usuario, a los beneficios y productos adaptados a sus necesidades y estilo de vida.

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

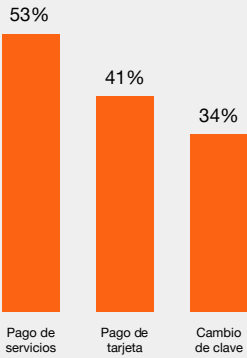
La mayor digitalización y el incentivo a optar por canales digitales a la hora de realizar transacciones, empujado en gran medida por el contexto de la pandemia, queda evidenciado en los resultados al analizar los productos con los que se relacionan los clientes con sus bancos. En base a ello, las transferencias bancarias fueron elegidas en un 57% por los encuestados y el pago de servicios en un 55%. Por otro lado, las tarjetas (51%) continúan siendo un factor de relevancia para los clientes al elegir a su banco principal.

Productos bancarios más utilizados



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

Top 3 de Operaciones realizadas con su banco principal



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

En relación a las operaciones realizadas por los usuarios uruguayos con su banco principal, se invierte con respecto a 2021, posicionándose el pago de servicios (53%) en primer lugar y el pago de tarjeta de crédito en segundo lugar (41%). Este año el cambio de clave se ubica en el top 3, superando a la solicitud de tarjeta de crédito que el año pasado se ubicaba en el tercer puesto. Este último dato se correlaciona con un incremento en el uso de canales digitales.

En Argentina se presentan las mismas operaciones pero en diferente orden, los usuarios operan en igual proporción (45%) realizando cambio de claves y pagos de servicios. Mientras que en Paraguay los clientes bancarios operan a través del pago de servicios (46%), pago de la tarjeta de crédito (39%) y solicitando préstamos (25%).

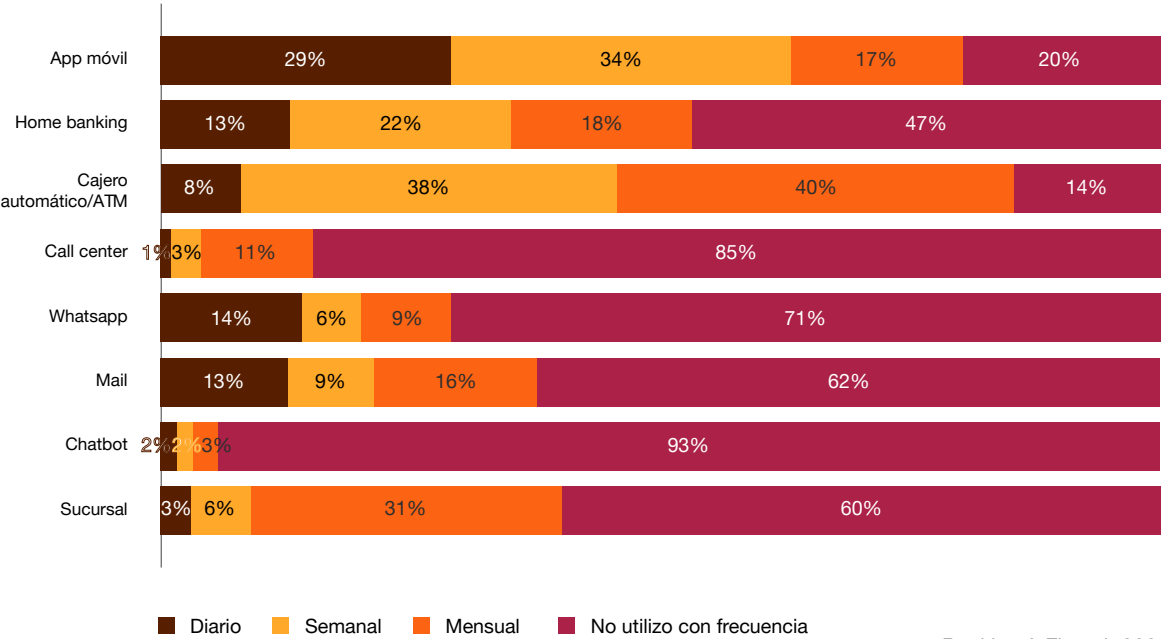


Canales de atención

El nivel de uso de canales demuestra que la asistencia a sucursales se duplicó de un año al otro, debido probablemente a que se levantaron las medidas de restricción de movilidad en el país, ocasionadas por la emergencia sanitaria. En 2021 únicamente el 32% de los usuarios asistía a las sucursales bancarias mientras que en 2022 lo hizo el 64%. Sin embargo, el canal que denota el mayor nivel de uso durante el último año es la aplicación móvil bancaria con un 74% de gestión por parte de los encuestados. El incremento en el uso de canales se situó en un 75% para el último año. Destacando la aplicación móvil y el cajero automático, con un 55% y 36% de incremento respectivamente.

Se observa una tendencia de aumento en el uso de canales digitales por sobre los presenciales tanto a nivel nacional como regional. Los canales digitales por excelencia que percibieron un incremento considerable durante el 2022 son la aplicación móvil y el home banking. Otros canales digitales de atención, utilizados en menor medida por los usuarios uruguayos son el Whatsapp y el correo electrónico. Estos datos se condicen con el cambio en el comportamiento de los clientes que al momento de operar valoran la agilidad obtenida a través de las Fintech y por la derivación hacia canales digitales por parte de los bancos en búsqueda de mejorar la eficiencia. Cabe destacar que en Uruguay el uso del cajero automático y la asistencia a la sucursal bancaria aún presentan alta frecuencia de uso.

Frecuencia en el uso de canales

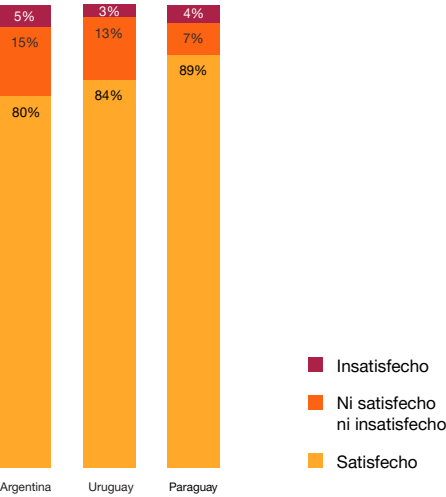


Niveles de satisfacción

84%

de los usuarios de bancos encuestados se encuentran satisfechos en relación a la operatoria con su banco principal durante el año 2022. Todavía hay un 13 % de clientes que pertenece al grupo de los indiferentes y un 2% que indica estar insatisfecho con la operatoria y la atención de su banco. Entre las principales causas de insatisfacción vinculadas a la operatoria se encuentran los tiempos de atención, el hecho de que los canales para operar no estén habilitados 24/7 y las condiciones de financiación de préstamos.

Comparativo regional de satisfacción en relación a la operatoria de su banco principal



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

Si se analiza el nivel de satisfacción de los usuarios encuestados con respecto a la atención del call center de su banco principal, el 77% se encuentra satisfecho. Únicamente el 3% de los encuestados se encuentran insatisfechos e indican que el principal motivo es el tiempo de espera excesivo.

Para el caso de la atención recibida en la sucursal de su banco principal durante el año, el 83% se encuentra satisfecho. Hay un 13% que no se encuentra satisfecho ni insatisfecho y solamente el 2% indica estar insatisfecho. El tiempo de espera excesivo nuevamente se posiciona como el principal motivo de insatisfacción, seguido por el hecho de no poder resolver el reclamo o la operación y el haber sido derivado a otros sectores.

Por el contrario, el funcionamiento del homebanking y de la app móvil presentan niveles de satisfacción mayores al 80% y el nivel de insatisfacción es menor al 1%, indicando únicamente la seguridad y lentitud de las plataformas como motivos para expresar una opinión negativa.

El tiempo es una variable cada vez más importante para el cliente financiero uruguayo y la inclinación hacia los canales digitales puede deberse en gran medida a que les permiten operar con agilidad.

Sin embargo, el usuario uruguayo aún valora la atención en sucursales, poder recibir atención personalizada por oficiales comerciales ya sea para trámites vinculados a las aplicaciones móviles como

solicitud de usuario/cambio de clave, de llave digital/tokens o al momento de adquirir productos financieros (préstamos, tarjetas, etc) y también en líneas de caja para abonar o realizar transacciones. Otras de las operaciones que se destaca, mayormente en los encuestados que residen en el interior del país, es asistir a la sucursal únicamente a utilizar el cajero automático, sobre todo para efectuar retiro de dinero en efectivo.

En concordancia con esto, al analizar los principales factores que tienen en cuenta los clientes a la hora de relacionarse con una entidad bancaria, el 36% considera importante poder realizar retiros de efectivo sin costo. El 24% valora el hecho de no tener que abonar costos de mantenimiento por su cuenta, mientras que el 16% considera importante que su banco cuente con una buena calidad en la atención y en el asesoramiento.

Si se analiza por rangos etáreos, más de la mitad de los clientes bancarios que consideran importante la calidad en la atención recibida corresponden a individuos de más de 55 años. Llama la atención que el 42 % de los encuestados más jóvenes manifiestan la importancia de que un banco ofrezca retiros de efectivo sin costo, esto podría verse como una oportunidad para las entidades de ofrecer productos personalizados que atiendan a este segmento y contribuyan a ganarle espacio al efectivo.



03

Medios de Pago en clientes de bancos y fintechs

Innovaciones en el sistema de pagos minorista

Durante el año, el mercado local se ha embarcado en una serie de innovaciones en el sistema de pagos minorista, impulsados y materializados con trabajo integrado tanto desde el regulador como de la industria en su conjunto. La rendición de cuentas de estos logros fue realizada por el BCU en la presentación de su Hoja de Ruta del Sistema de Pagos 2023 – 2025.

Se implementó el proceso de Multi-adquirencia que venía llevando adelante el BCU en trabajo coordinado con la industria, en agosto de 2021 se realizó la apertura de la adquierencia del sello Mastercard y se completó en septiembre de 2022 con la homologación del sello VISA. Resultando en beneficios como mayor accesibilidad para los usuarios, servicios de mejor calidad y mayor valor agregado, posible reducción de los costos derivado de la mayor competencia y el fomento a la innovación e interoperabilidad de las redes. El regulador destacó el entendimiento de la ampliación de su función de protección del usuario financiero abarcando no solamente a personas físicas sino también a pequeños y medianos comerciantes.

Se continuó en la mejora de los procesos de compensación y de la operativa de las

transferencias instantáneas de crédito, pero aún sin demasiado éxito ya que no han alcanzado el volumen y la usabilidad deseada por el regulador. Las transferencias de débito si bien están listas para funcionar, aún no operan en el mercado. Sumado a la incorporación de la validación de cuentas al momento de transferir, donde el enmascaramiento del titular de la cuenta ha permitido disminuir, en gran medida, los casos de error y los problemas operativos vinculados a ellos.

El proyecto de ley presentado por el BCU sobre la digitalización de cheques y los cheques electrónicos como instrumentos del sistema de pagos, fue aprobado en mayo del 2022 y promulgado en la Ley 20.038. Permitiendo así que un cheque pueda depositarse en el banco enviando una imagen digital del mismo, así como el libramiento de cheques de manera electrónica, a través del uso de firma electrónica avanzada.

En cuanto a la prevención del fraude y la ciberseguridad, el BCU firmó un acuerdo con AGESIC (Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento) para generar protocolos y definir estándares que deben cumplir las



empresas de pagos y abrió un ámbito de trabajo con la industria para avanzar en el tema y generar campañas en redes sociales de concientización y prevención.

Se expandió durante el año 2022, el método contactless en los dispositivos POS y tarjetas, logrando una rápida adopción por comerciantes y usuarios en todo el país.

El BCU anunció la continuidad del trabajo sobre el tratamiento del regulador hacia las entidades reguladas, con cambios en sus procedimientos que permitan mejores tiempos en las autorizaciones y las resoluciones de problemas.

A través del Nodo de Innovación NOVA BCU, se trabajaron temas vinculados a Open Banking, Activos Virtuales y Prevención del fraude. Se han elaborado documentos de trabajo con análisis de la regulación y en el caso de los activos virtuales el BCU envió un proyecto de ley que se encuentra en tratamiento en el parlamento, determinando un marco legal que permita que los ciudadanos uruguayos estén protegidos y tomen conciencia de los riesgos que están asumiendo cuando invierten en activos virtuales.

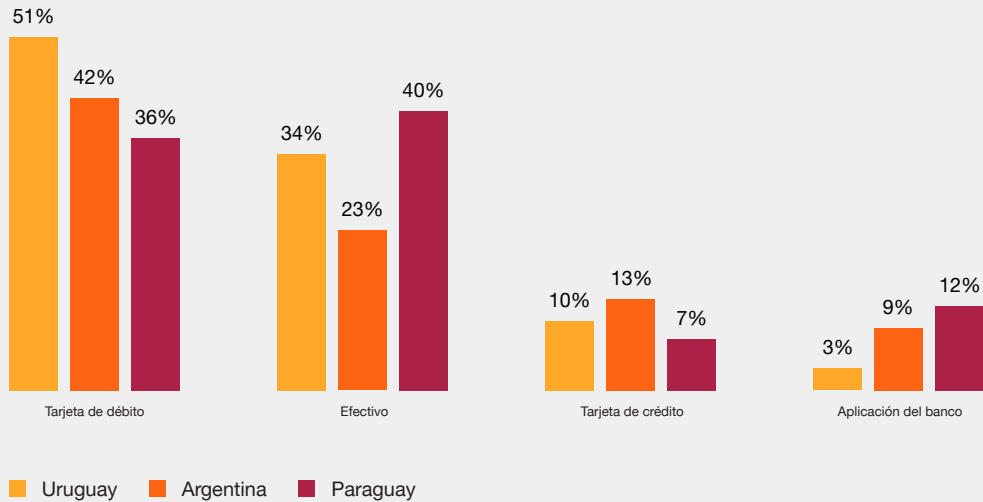
Finalmente, en la Hoja de Ruta del Sistema de Pagos 2023 – 2025 se presentan lineamientos para un sistema sólido, eficiente, innovador y accesible tanto para personas como empresas. Particularmente se promueve la implementación de un Sistema de Pagos Rápidos (Fast Payment System) en el país, así como la elaboración de un marco conceptual y un roadmap para la emisión de una moneda electrónica por parte del Banco Central (CBDC) y la elaboración de un marco jurídico e inicio del funcionamiento de un sistema de finanzas abiertas (Open Finance).

Medios de pago

En dicho contexto es que en esta nueva edición del estudio, se incorpora el análisis vinculado a medios de pago. A través del procesamiento de los datos brindados por más de 4000 encuestados de la región acerca de sus experiencias de uso, de los que se obtuvieron los siguientes resultados.

El 51% de los clientes de bancos encuestados elige la tarjeta de débito como el principal medio de pago al momento de realizar compras y pagar servicios. Mientras que el 34% prefiere utilizar el efectivo y únicamente el 10% la tarjeta de crédito. En Argentina los encuestados responden similar al Uruguay pero en el caso de Paraguay el efectivo aún continúa siendo el principal medio de pago.

Comparativo regional de métodos de pago de preferencia de los encuestados



41%

de los encuestados que operan con bancos declaran que solo abonan en efectivo en situaciones donde el efectivo es el único medio de pago habilitado por el comercio.

Al observar el nivel socioeconómico auto-percibido por los usuarios, en los sectores medios y de mayores recursos más del 55% elige la tarjeta de débito, mientras que en los sectores de más bajos recursos predomina el uso del efectivo.

Según el lugar de residencia de los encuestados, en el Interior del país hay mayor preferencia por el efectivo (62%) y la tarjeta de débito (44%), mientras que en Montevideo eligen mayormente las tarjetas de débito (56%) y crédito (57%).

Uruguay en camino al pago con transferencia

Desde hace algunos años, varios países de América Latina vienen implementando Sistemas de Pagos Rápidos con el objetivo de reducir el uso de efectivo, aumentar la formalización en el marco de la facturación electrónica y mejorar la agilidad y eficiencia de sus sistemas de pagos.

Las transferencias inmediatas entre personas (P2P) representan la base de estos sistemas.

Actualmente las transferencias en Uruguay operan en dos modalidades: las transferencias interbancarias estándar (con demoras de horas y hasta días en su acreditación) y las transferencias instantáneas (con acreditación en menos de 10 segundos en días hábiles y dentro de un horario determinado).

71%

de los encuestados bancarizados realiza menos de 8 transferencias al mes. Este dato se puede explicar por el hecho de que la reglamentación de la Ley de Inclusión Financiera (Ley 19.210) determina en el caso de las cuentas para cobro de sueldo, jubilaciones y pensiones que los bancos y los emisores de dinero electrónico deben permitir que las personas puedan realizar sin costo al menos 5 extracciones de efectivo y 8 transferencias electrónicas a la misma u otra institución de intermediación financiera o IEDE. Probablemente, por el mismo motivo se desprende el dato de que solamente un 38% de los usuarios conoce la tarifa que le cobra su banco por cada transferencia.

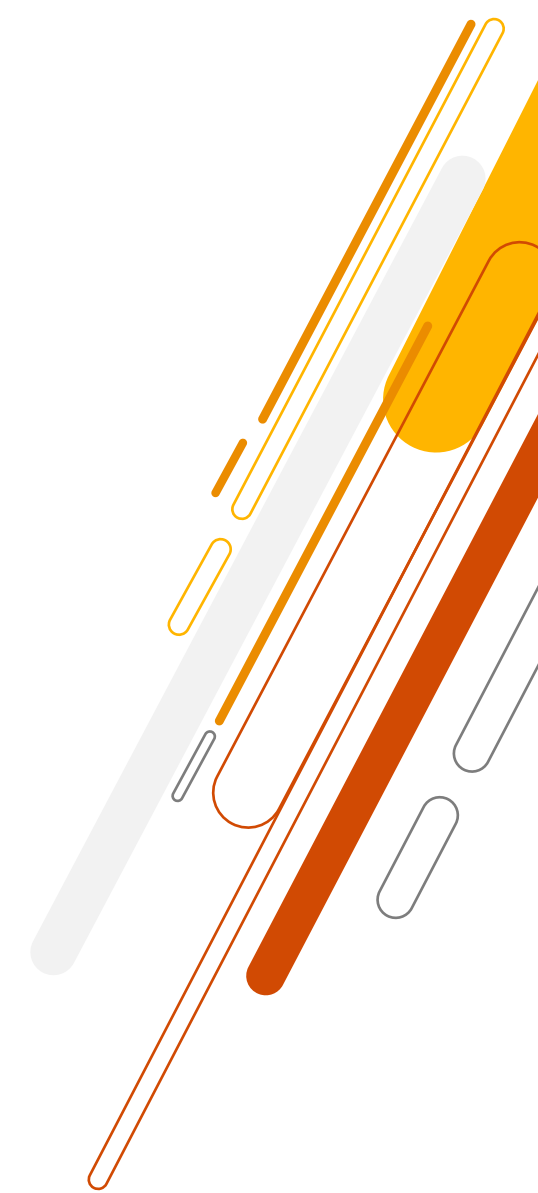
33%

de los encuestados bancarizados que realizan transferencias, no realiza transferencias instantáneas.

En lo que respecta a la frecuencia de uso de las transferencias instantáneas, los resultados arrojan que el 39% de los usuarios bancarizados las utiliza una sola vez al mes. Esto puede deberse a que es una operativa relativamente nueva que funciona únicamente en días hábiles en una ventana horaria de tiempo, presenta límites de monto por moneda y costo adicional y por el momento las cursan únicamente los bancos, las IEDEs aún no las han incorporado.

66%

aumentaría el uso de transferencias si se acreditaran de forma instantánea cualquier día (incluyendo feriados y fines de semana) a cualquier hora.



Desde la Cámara de Compensación Automatizada (CCA) se anunció, a finales de año, el análisis de un mecanismo alternativo que permita la operativa de transferencias instantáneas 24/7 sin tener que adecuar los sistemas core de las instituciones y esperan que estén disponibles para el primer semestre de 2023. Además se comunicó que se encuentran trabajando en la creación de un Alias para las cuentas, en pos de la mejora en la experiencia de usuario, se eligió que sea el número de celular. Este último punto permitiría además la unificación de cuentas que aún no se presenta en Uruguay, a diferencia de Argentina que sí cuentan con lo que se conoce como CBU (Clave Bancaria Uniforme) - CVU (Clave Virtual Uniforme).

También informaron que en una segunda etapa trabajarán en la implementación de un nuevo producto para el 2024, el Pago con Transferencia (PCT). Este se conoce como el producto por excelencia de los Sistemas de Pagos Rápidos y refiere al pago cuenta a cuenta mediante transferencia con acreditación inmediata de los fondos al comercio; el método de captura (de los datos del pago) más utilizado en la región y el mundo es el código QR. La implementación de estas nuevas formas de pago junto con la apertura de la adquirencia, permitirán una mayor interoperabilidad de los medios de pago y nuevas oportunidades de negocio en un ecosistema más abierto que incorpore a todos los bancos, emisores de dinero electrónico,

adquirentes de medios de pago y nuevos jugadores.

En consonancia con estos anuncios pudimos conocer a través de la encuesta que las transferencias se posicionan cada vez más como un método de pago en Uruguay. Según datos del índice IPET elaborado por BCU, las transferencias (79%) y los pagos web (12%) son los productos de mayor monto operado dentro del conjunto de pagos electrónicos en el segundo semestre de 2022.

81%

de los encuestados que realizan transferencias las utiliza para realizar pagos.

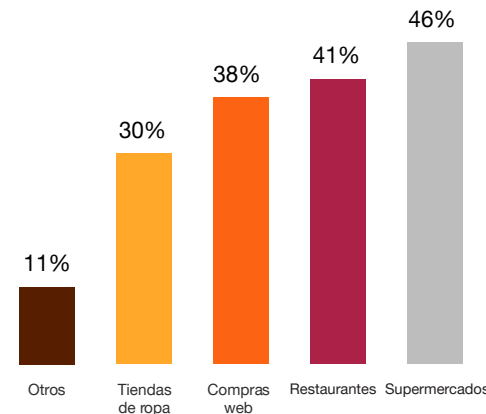
19%

de dicho porcentaje, solamente al comprar por internet.

Hemos preguntado respecto a las modalidades close-loop de pagos con QR que están operativas, para conocer el escenario actual de cara a lo que se viene el próximo año. Al consultar a los usuarios si han realizado pagos con QR durante el año 2022, se observa que en Uruguay los pagos con QR son mayores en usuarios de aplicaciones digitales (25%) que en aplicaciones bancarias (20%).

Si se mira la frecuencia de uso en los encuestados que operan con bancos tradicionales que indican haber utilizado este medio de pago durante el último año, el 72% pagó con QR solamente una vez al mes.

¿Dónde realizan pagos con QR los usuarios fintech?



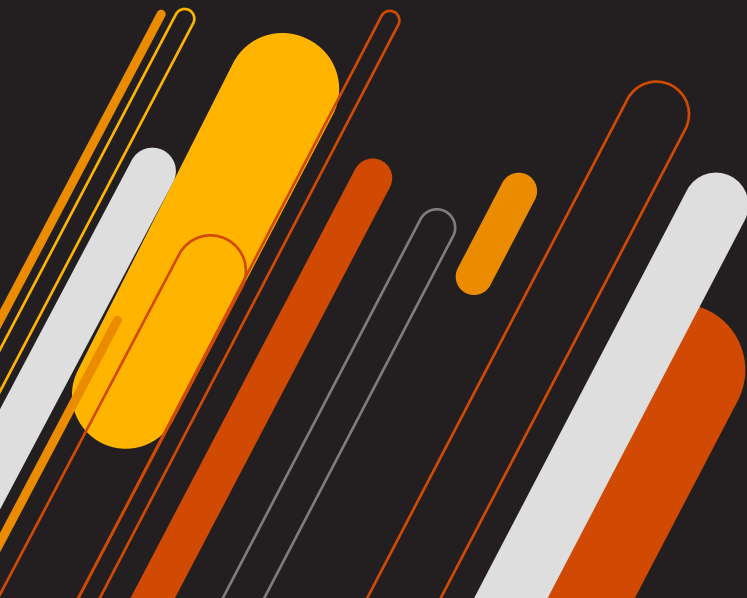
Los pagos con QR son mayoritariamente utilizados por usuarios de entre 18 y 34 años de edad, en ambos segmentos de encuestados. Y en menor medida en el rango de edad de entre 35 y 54 años. En lo que respecta al nivel socioeconómico auto-percibido, son utilizados en su mayoría por sectores medios y bajos. Al analizar la localidad de residencia, se observa que los pagos con QR se usan a lo largo del país en similares proporciones para usuarios bancarizados y usuarios que usan aplicaciones digitales de servicios financieros no bancarias.

Los resultados obtenidos demuestran que en Uruguay hay un uso incipiente de los pagos con QR; probablemente, de a poco, el producto se irá incorporando en mayor medida como medio de pago, de la mano de los avances impulsados por el regulador e implementados por la industria.

Otros lugares donde realizan pagos con QR son en estaciones de servicio, taxis, ferias, ferreterías y discotecas.

04

Conclusiones



En el ecosistema financiero actual de Uruguay, la banca continúa posicionándose como símbolo de trayectoria y se ha tornado más accesible para los usuarios con el correr del tiempo, evidenciando un alto grado de principalidad y fidelización de sus clientes. Las fintech, por su lado, presentan fortalezas competitivas enfocadas en la experiencia del usuario y diseño del producto como la agilidad y la facilidad de uso, resultado de su especialidad tecnológica que permite una rápida adaptación a los comportamientos cambiantes de los clientes.

A nivel regional encontramos que la mayoría de los usuarios se encuentran satisfechos con la operatoria en ambos segmentos. En Uruguay, el atributo que diferencia a los bancos tradicionales del sector de servicios financieros digitales es la atención personalizada recibida en sucursales. Sin embargo, se evidencia un crecimiento de los canales de atención digitales de un 75% para el último año; destacando el incremento en el uso de la aplicación móvil y el homebanking. No obstante, llama la atención el alto nivel de uso de los cajeros automáticos, con una frecuencia de uso semanal del 38% por parte de los usuarios de bancos.

Se observa un espacio de crecimiento en productos de pagos, ya que Uruguay presenta niveles más bajos que la región. Los medios de pago electrónicos continúan creciendo, pero la disminución en el uso del efectivo aún se vislumbra como un desafío para el





sistema financiero. En el interior del país una de las operaciones más realizadas por los usuarios de bancos es asistir a la sucursal únicamente a utilizar el cajero automático, sobre todo para efectuar retiro de dinero en efectivo. La elección del 51% de los encuestados bancarizados de la tarjeta de débito al momento de realizar compras y pagar servicios, destaca al Uruguay en comparación con la región. En lo que respecta a los pagos con QR, se visualiza un uso incipiente posicionando al país en un grado inferior a la región, lo que representa una oportunidad de crecimiento para el sector. El impulso del regulador hacia una sistema de pagos rápidos y el anuncio de la CCA de ponerlo en práctica a través de las transferencias 24/7 y del pago con transferencia, demuestran una detección de esta oportunidad y auguran un escenario que traerá, a través de la innovación, la interoperabilidad y de la mejora en la propuesta de valor, beneficios para los usuarios y las empresas de todo el sistema.

Se constatan desafíos vinculados a la prevención del fraude, que limitan la confianza e inclinación de los usuarios a operar diferentes verticales de aplicaciones digitales de servicios financieros. Resulta clave la promoción y el trabajo por parte de todo el ecosistema, en la educación financiera de los usuarios y las campañas de prevención.

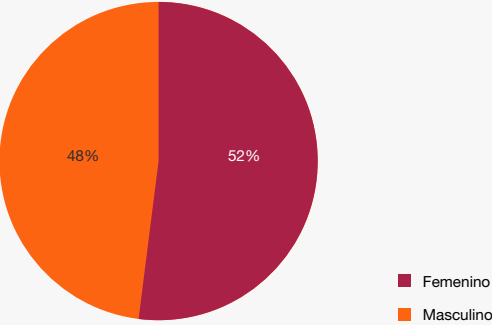
A nivel local y regional encontramos oportunidades de crecimiento y desarrollo de nuevos modelos de negocio en el sector, ya sea por el advenimiento de tendencias como el Open Banking, los Activos Virtuales, los Sistemas de Pagos Instantáneos, las CBDC, los servicios de medios de pago y el ingreso de nuevos jugadores al mercado.

Acerca de la encuesta

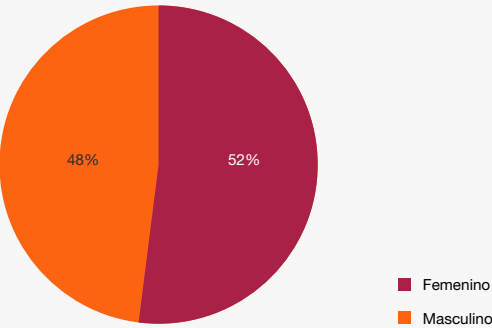
El área de Financial Services Consulting de PwC realizó la cuarta edición del estudio regional Banca&Fintech para relevar el comportamiento de usuarios que son clientes de al menos un banco o utilizan aplicaciones digitales no vinculadas a bancos tradicionales para realizar operaciones financieras, sumándole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

En la muestra participaron más de 1000 personas del país, conformando un total de 4.000 personas a nivel regional. La encuesta se realizó de forma online durante los meses de diciembre de 2022 y febrero de 2023 en Argentina, Uruguay y Paraguay.

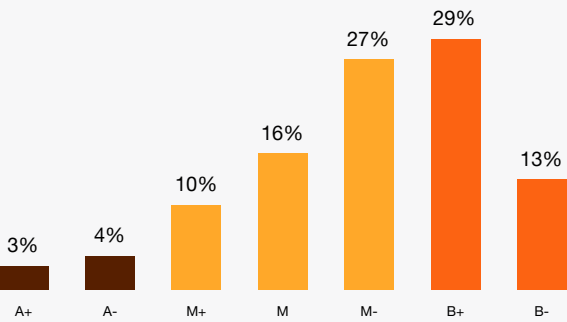
Encuesta clientes bancarios
Género



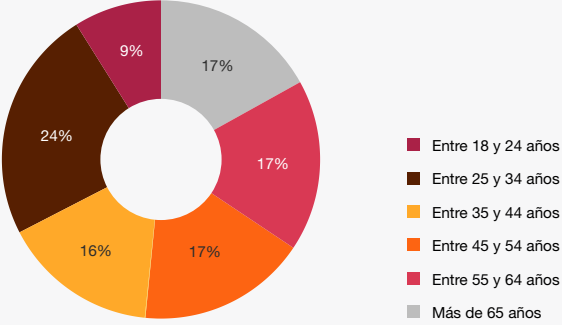
Encuesta clientes Fintech
Género



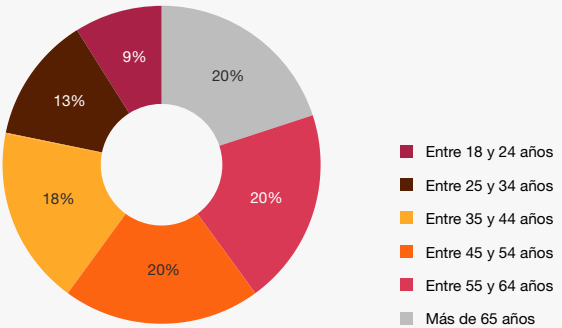
Nivel socioeconómico auto-percibido



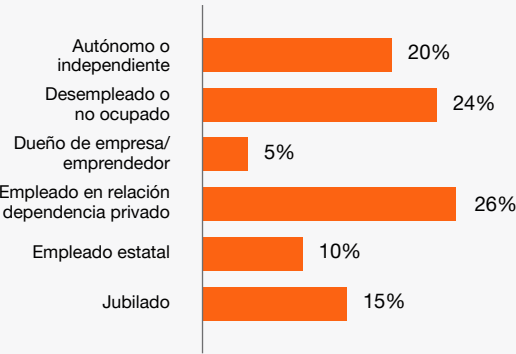
Rango etéreo



Rango etéreo



Ocupación



Contactos

Rosana Mazza

Partner

Especialista en Fintech y Servicios Financieros

rosana.mazza@pwc.com

Richard Moreira

Partner

richard.moreira@pwc.com

Guillermo Ferrari

Financial Services & Management Consulting | Advisory

Senior Manager

guillermo.ferrari@pwc.com

María Laura Chocho

Financial Services & Management Consulting | Advisory

Manager

maria.chocho@pwc.com

Florencia Moraes

Financial Services & Management Consulting | Advisory

Senior Associate

florencia.m.moraes@pwc.com



© 2023 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 para más detalles.