

PERSPECTIVAS DE USO DEL EFECTIVO POST-PANDEMIA COVID-19

ESTUDIO ONLINE EN 4 PAÍSES DE AMÉRICA LATINA

SUMMARY REPORT

PR 02552020

Agosto 2020



OBJETIVOS

→ OH! PANEL realizó un estudio para establecer las perspectivas de uso del dinero en efectivo post-pandemia COVID-19.

→ Una investigación cuantitativa online en 4 países:

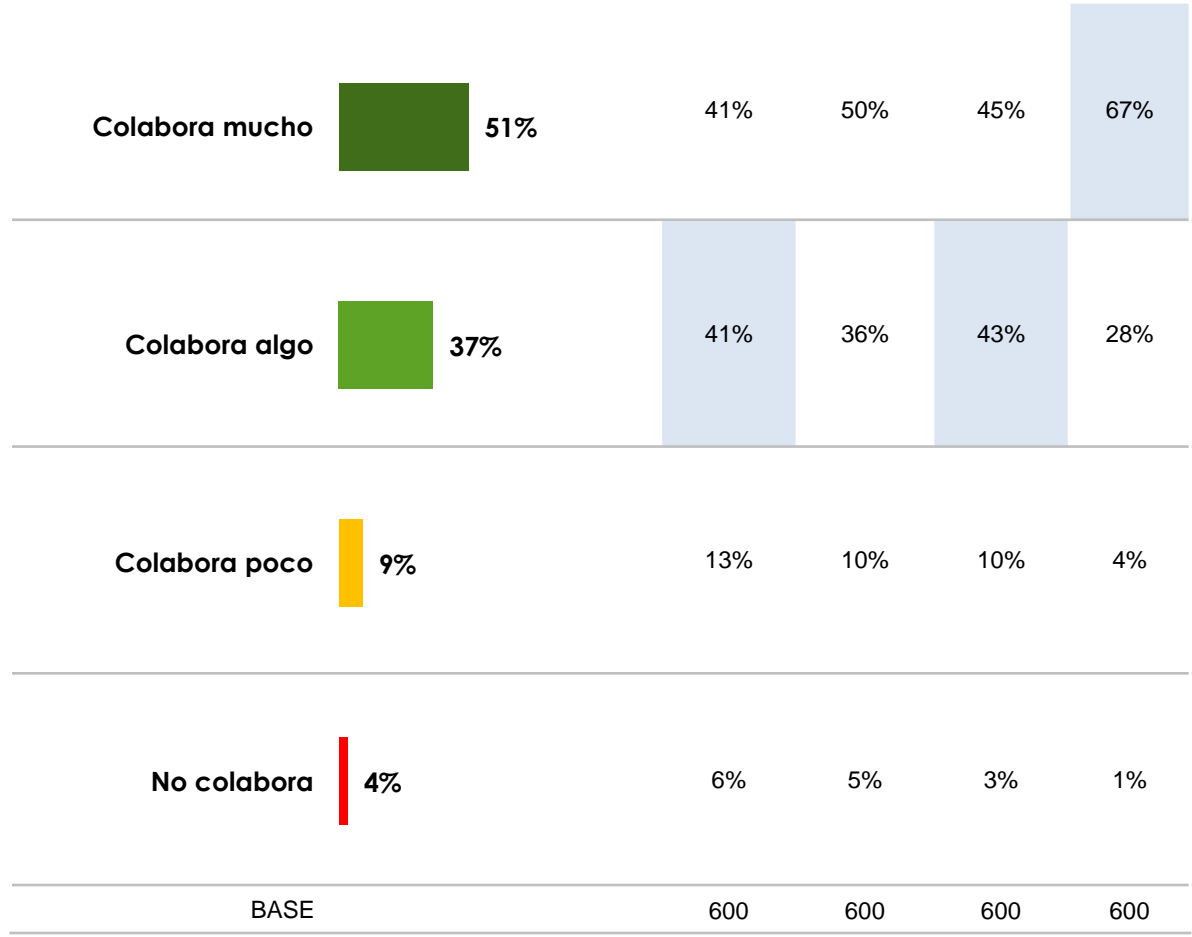


→ Un estudio que operó sobre el siguiente mix de objetivos de indagación:

- APOORTE DEL EFECTIVO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA
- APOORTE DEL EFECTIVO PARA REACTIVAR LA ECONOMÍA
- LOS CONSUMIDORES Y EL ABANDONO DEL EFECTIVO
- LOS COMERCIOS Y EL ABANDONO DEL EFECTIVO
- PROBLEMAS EN EL USO DE MEDIOS DIGITALES DE PAGO
- OPINIONES SOBRE MEDIOS DE PAGO
- APOORTE DEL EFECTIVO PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LOS COMERCIOS
- MEDIO DE PAGO MÁS ECONÓMICO DE UTILIZAR
- MEDIO DE PAGO MÁS CONVENIENTE ECONÓMICAMENTE PARA EL COMERCIO
- MEDIOS DE PAGO UTILIZADOS CON MAYOR FRECUENCIA
- MEDIOS UTILIZADOS PARA COMPRAS Y ACCIONES
- MAPPING DE POSICIONAMIENTO DE MEDIOS DE PAGO
- SENSACIONES QUE GENERA EL TENER Y NO TENER EFECTIVO

APORTE DEL EFECTIVO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA

En tu opinión, ¿cuánto colabora el uso del efectivo para desarrollar la economía del país?



88% sostiene que el efectivo colabora con el desarrollo económico.

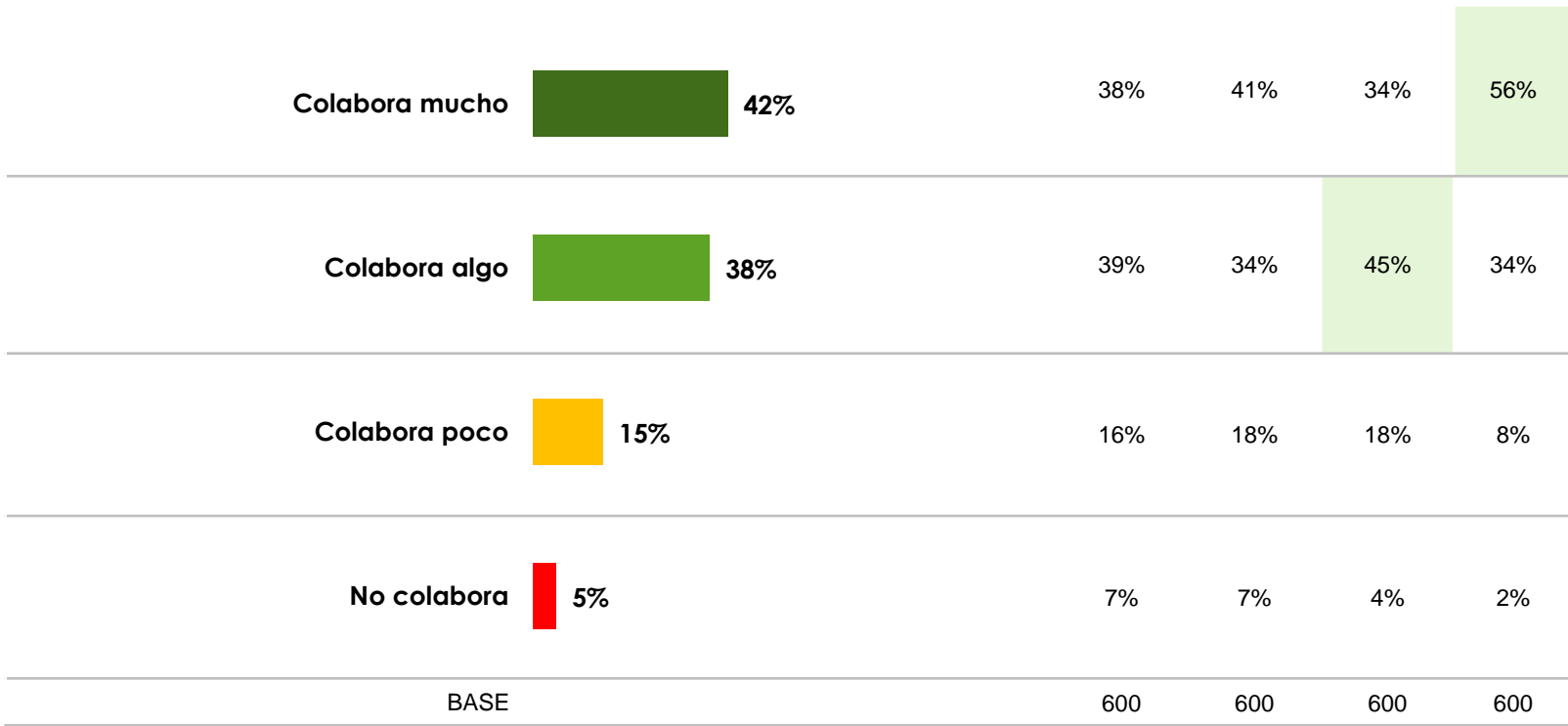
Sobresalen en esta afirmación los residentes en Paraguay.

Los argentinos, en cambio, se posicionan como el público menos optimista en cuanto al aporte del efectivo para el desarrollo de la economía.



APORTE DEL EFECTIVO PARA REACTIVAR LA ECONOMÍA

Luego del COVID-19, en tu opinión:
¿cuánto colabora el uso de efectivo para reactivar la economía del país?



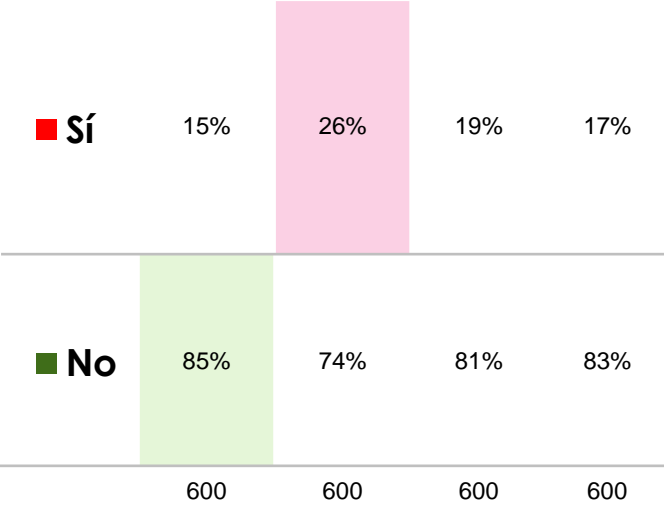
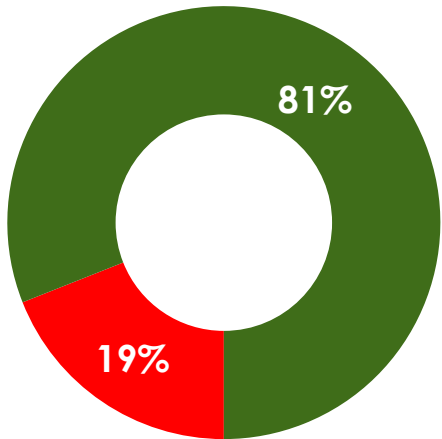
80% considera que el efectivo colabora para reactivar la economía.

En una vista por país, los paraguayos y los chilenos impulsan especialmente el uso del efectivo para la recuperación económica.



LOS CONSUMIDORES Y EL ABANDONO DEL EFECTIVO

Los consumidores, ¿estamos listos en el país para dejar de utilizar el efectivo?

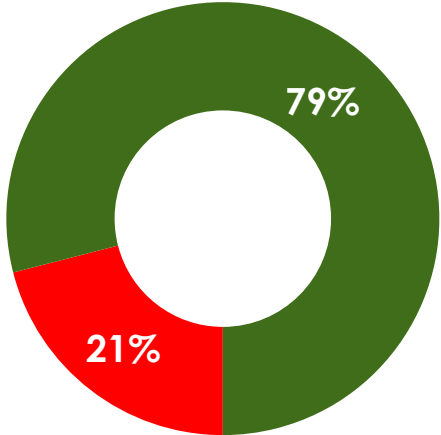


8 de cada 10 entrevistados consideran que los consumidores NO están preparados para dejar el efectivo.



LOS COMERCIOS Y EL ABANDONO DEL EFECTIVO

Los comercios, ¿están listos en el país para dejar de utilizar el efectivo?



■ Sí 16% 23% 24% 20%

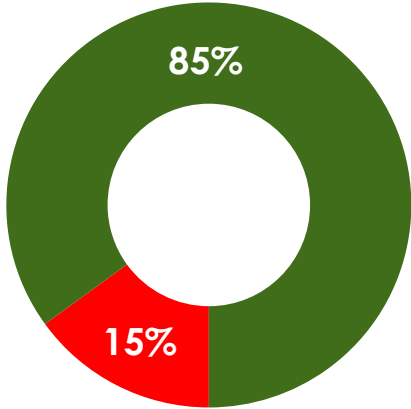
■ No 84% 77% 76% 80%

BASE	600	600	600	600
------	-----	-----	-----	-----

8 de cada 10 afirman que los comercios NO están listos para dejar de utilizar el efectivo.

PROBLEMAS EN EL USO DE MEDIOS DIGITALES DE PAGO

¿Sufriste situaciones de hackeo, estafas, phishing, fishing o algún otro incidente asociado al uso de pagos electrónicos o digitales?



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Sí	16%	14%	19%	12%
No	84%	86%	81%	88%
BASE	600	600	600	600

15% de los entrevistados padecieron situaciones desagradables en el uso de medios electrónicos.

Una situación que se agudiza en Chile, donde 2 de cada 10 han sufrido este tipo de situaciones.

OPINIONES SOBRE MEDIOS DE PAGO

Siempre pensando en medios de pago, comentanos tu grado de acuerdo o de desacuerdo con las siguientes frases:

Las billeteras virtuales no son para todos. Son para una parte reducida de la población



Total acuerdo	22%	19%	23%	21%	24%
Parcial acuerdo	29%	34%	28%	31%	25%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	20%	22%	21%	23%	16%
Parcial desacuerdo	12%	10%	10%	14%	13%
Total desacuerdo	12%	8%	11%	10%	21%
No sé	5%	7%	8%	2%	2%
BASE		600	600	600	600

Una economía sin efectivo dejaría afuera del sistema a algún sector importante de la población



Total acuerdo	45%	39%	47%	45%	48%
Parcial acuerdo	29%	30%	28%	34%	25%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14%	17%	11%	12%	15%
Parcial desacuerdo	6%	8%	7%	5%	6%
Total desacuerdo	4%	3%	6%	4%	4%
No sé	2%	4%	2%	2%	2%
BASE		600	600	600	600

ACUERDO (51%)

DESACUERDO (24%)

5 de cada 10 consideran que las billeteras virtuales NO son para todos.

3 de cada 4 afirman que una economía sin efectivo dejaría afuera del sistema a gran parte de la población.

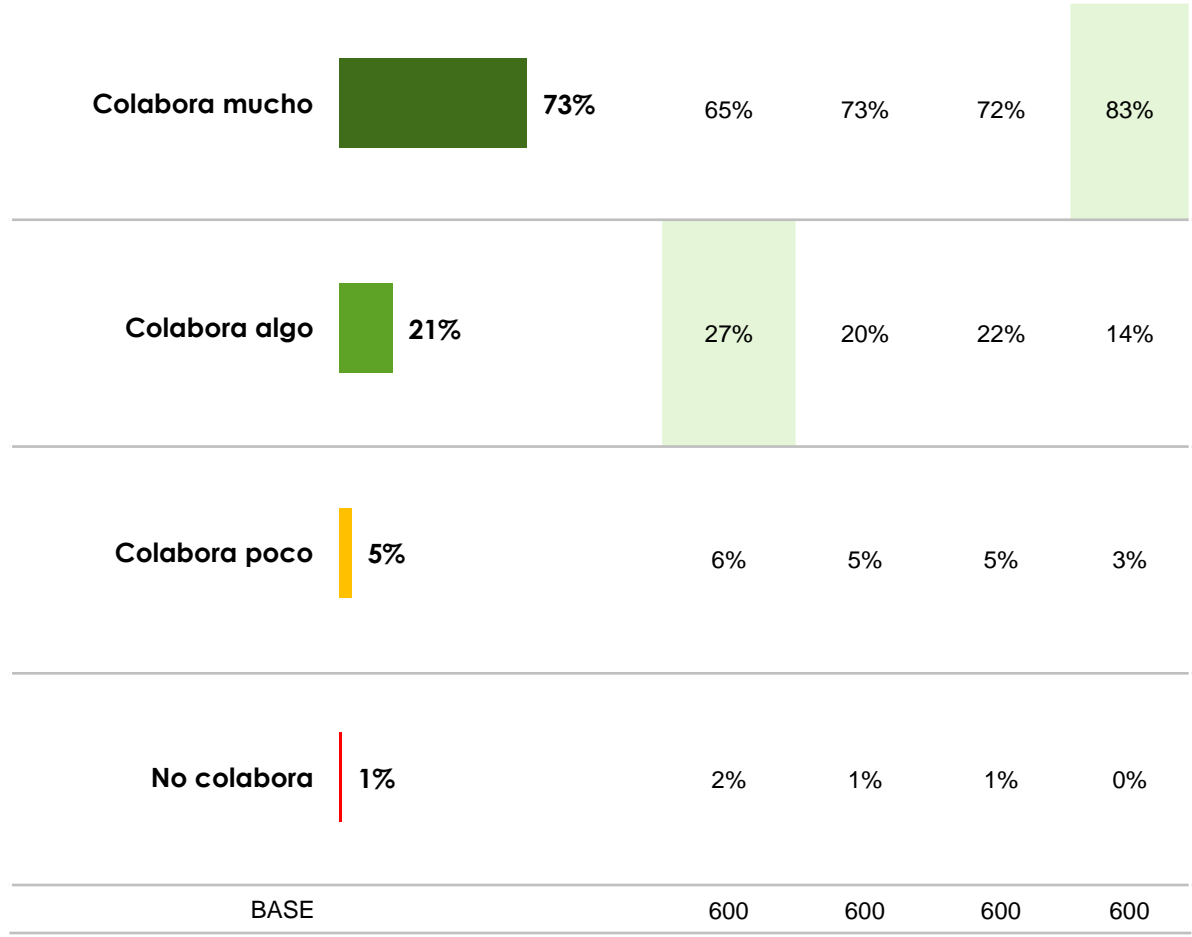
ACUERDO (74%)

DESACUERDO (10%)



APORTE DEL EFECTIVO PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LOS COMERCIOS

¿Y cuánto colabora el uso del efectivo para incrementar las ventas de los pequeños comercios?



94% afirma que el efectivo colabora para incrementar las ventas de los pequeños comercios.






Sobresalen aquí los residentes en Paraguay.



MEDIO DE PAGO MÁS ECONÓMICO DE UTILIZAR

Cada medio de pago tiene un costo. Por ejemplo: el costo de mantenimiento de una caja de ahorros, de una cuenta corriente, una chequera, el costo de envío de resúmenes, el seguro de vida por saldos en tarjetas, las comisiones, impuestos al débito / crédito, entre otros. En este sentido, queríamos preguntarte: ¿cuál es en tu opinión el medio de pago más “económico” de utilizar?



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Efectivo  61%	60%	57%	62%	64%
Tarjeta de débito  22%	16%	32%	26%	16%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales (como MercadoPago, entre otros)  9%	10%	7%	6%	14%
Tarjeta de crédito  5%	9%	3%	5%	4%
Homebanking  3%	7%	1%	1%	3%
BASE	600	600	600	600

El efectivo representa el medio de pago más económico de utilizar.






En un segundo plano se posiciona la tarjeta de débito, destacada por uruguayos y chilenos.



MEDIO DE PAGO MÁS ECONÓMICO DE UTILIZAR

Algunos entrevistados mencionaron que el efectivo es el medio de pago más económico ya que no requiere, como ejemplo, pagar gastos de mantenimiento de cuentas o tarjetas, ó tener un celular desde donde instalarse la app de una billetera digital. ¿Cuál es tu grado de acuerdo o desacuerdo con esta frase?



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Estoy totalmente de acuerdo  52%	48%	47%	53%	59%
Estoy parcialmente de acuerdo  28%	29%	28%	29%	27%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  12%	14%	14%	11%	10%
Estoy parcialmente en desacuerdo  5%	5%	7%	4%	4%
Estoy totalmente en desacuerdo  3%	4%	5%	3%	1%
BASE	600	600	600	600







80% considera que el efectivo es el medio de pago más económico de utilizar. Los residentes en Paraguay impulsan especialmente esta afirmación.



MEDIO DE PAGO MÁS CONVENIENTE ECONÓMICAMENTE PARA EL COMERCIO

Como comerciante y teniendo en cuenta los costos fijos de algunos sistemas de pago, ¿cuál es el medio de pago que te resulta más conveniente económicamente?



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Efectivo  57%	60%	67%	41%	63%
Tarjeta de débito  17%	7%	16%	34%	8%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales (como MercadoPago, entre otros)  15%	17%	10%	16%	16%
Homebanking  6%	15%	2%	1%	8%
Tarjeta de crédito  4%	2%	5%	5%	3%
Cheques  2%	0%	2%	2%	3%
BASE	60	63	128	177

En opinión de los comerciantes, el EFECTIVO es el medio de pago más económico de utilizar.

Los comerciantes uruguayos sobresalen como el público "más pro efectivo", en tanto los chilenos destacan especialmente la tarjeta de débito.



MEDIOS DE PAGO UTILIZADOS CON MAYOR FRECUENCIA

¿Cuál/es de los siguientes medios de pago utilizas con mayor frecuencia?. Podés marcar una o varias respuestas:



Medio de Pago	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Tarjeta de débito	67%	84%	88%	50%
Efectivo	61%	72%	72%	77%
Tarjeta de crédito	60%	49%	50%	33%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	46%	40%	36%	51%
Homebanking	55%	8%	5%	22%
Cheques	2%	2%	5%	3%
Otros medios de pago	2%	2%	3%	3%
BASE	600	600	600	600

El efectivo y la tarjeta de débito son los medios de pago más utilizados.

En una lectura por país:

- Los paraguayos se destacan en el uso del efectivo y de los medios electrónicos
- Los uruguayos y los chilenos remarcan el uso de la tarjeta de débito
- Los argentinos sobresalen en el uso de la tarjeta de crédito y el homebanking



MEDIOS UTILIZADOS PARA COMPRAS Y ACCIONES

Comentan os cuál/es medio/s utilizas actualmente para las siguientes compras y acciones.
Puedes marcar uno o varios medios de pago en cada compra:

COMPRA / ACCIÓN	MEDIO DE PAGO						
	Efectivo	Tarjeta de crédito	Tarjeta de débito	Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	Cheques	Otros medios de pago	No lo realizo
Compra de combustible para el vehículo	43%	23%	46%	6%	0%	1%	20%
Pago de impuestos	38%	13%	34%	26%	1%	3%	11%
Compra de artículos importantes para el hogar	33%	48%	43%	14%	1%	2%	4%
Ir a cenar a un restaurante	46%	26%	51%	5%	0%	0%	10%
Hacer una compra en el kiosco/despensa	86%	6%	20%	4%	0%	0%	3%
Compra de alimentos y bebidas para el hogar en despensas / pequeños comercios / comercios de cercanía	68%	17%	47%	6%	0%	1%	1%
Compra de alimentos y bebidas para el hogar en supermercados / grandes comercios	43%	34%	63%	10%	0%	1%	1%
Compra de ropa e indumentaria	42%	45%	50%	10%	0%	1%	3%
Compra de autos, motos, viviendas, materiales de construcción (*)	18%	22%	15%	11%	2%	5%	45%
Pago de servicios del hogar	40%	15%	40%	33%	0%	3%	2%
Recarga de la tarjeta del transporte público	52%	8%	19%	13%	0%	1%	24%
Recarga de tarjetas de telefonía celular	37%	10%	27%	23%	0%	1%	24%
Envíos de dinero a un amigo, conocido, cliente, comercio o familiar	24%	7%	24%	39%	1%	6%	19%

El EFECTIVO es, junto a la tarjeta de débito, el principal medio de pago utilizado por los entrevistados.

MEDIOS UTILIZADOS PARA COMPRAS Y ACCIONES

Comentan os cuál/es medio/s utilizas actualmente para las siguientes compras y acciones.
Puedes marcar uno o varios medios de pago en cada compra:

Compra de combustible para el vehículo



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Tarjeta de débito	36%	51%	59%	38%
Efectivo	23%	38%	39%	71%
Tarjeta de crédito	31%	22%	22%	19%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	8%	4%	4%	9%
Otros medios de pago	1%	1%	1%	1%
No lo realizo	26%	23%	20%	12%
BASE	600	600	600	600

Sobresalen la tarjeta de débito y el EFECTIVO, especialmente en Paraguay.

Pago de impuestos



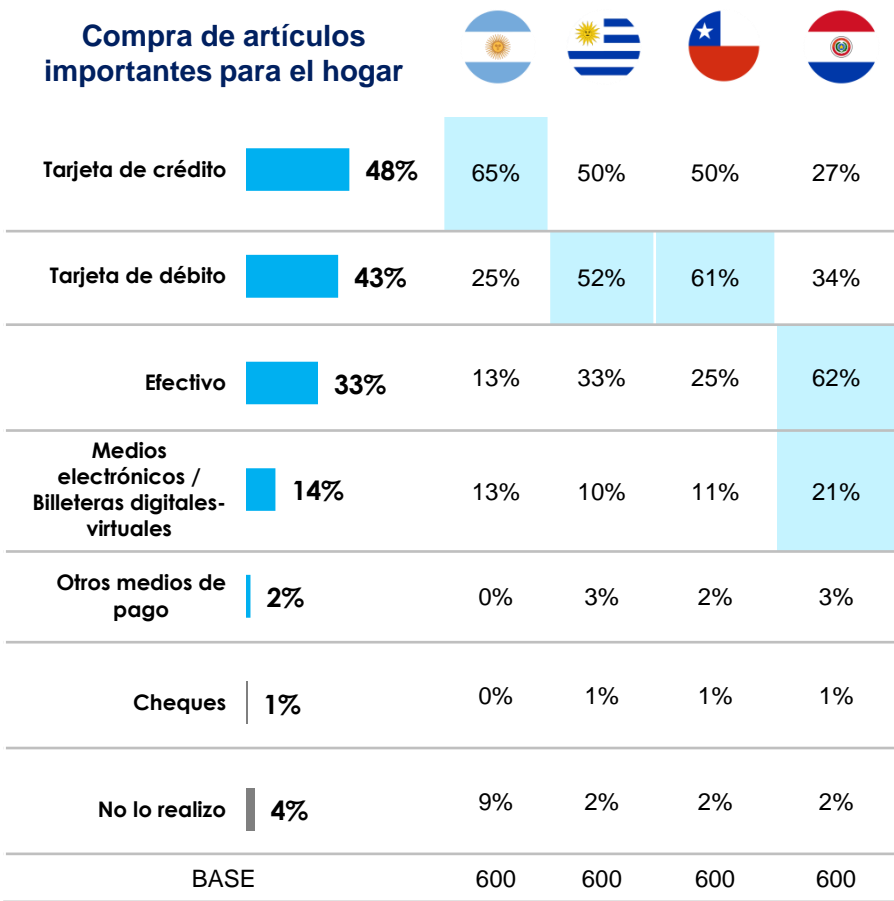
	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Efectivo	25%	42%	17%	67%
Tarjeta de débito	24%	49%	48%	14%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	48%	18%	15%	25%
Tarjeta de crédito	18%	10%	17%	7%
Otros medios de pago	6%	2%	4%	2%
Cheques	0%	0%	2%	1%
No lo realizo	3%	6%	22%	12%
BASE	600	600	600	600

Particularmente entre los uruguayos y los paraguayos, el EFECTIVO es el primer medio utilizado.

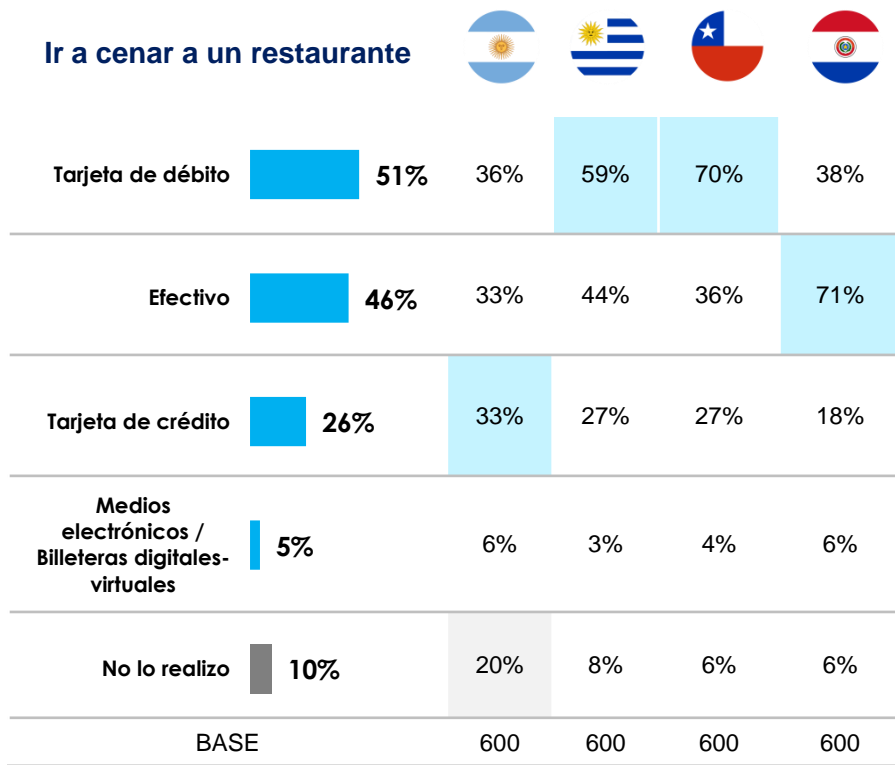


MEDIOS UTILIZADOS PARA COMPRAS Y ACCIONES

Comentanos cuál/es medio/s utilizas actualmente para las siguientes compras y acciones.
Puedes marcar uno o varios medios de pago en cada compra:



El EFECTIVO es relegado por las tarjetas en la compra de artículos para el hogar.



El EFECTIVO es uno de los medios más utilizados, especialmente en Paraguay.



MEDIOS UTILIZADOS PARA COMPRAS Y ACCIONES

Comentanos cuál/es medio/s utilizas actualmente para las siguientes compras y acciones.
Puedes marcar uno o varios medios de pago en cada compra:

Hacer una compra en el kiosco/despensa



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Efectivo 86%	81%	84%	84%	94%
Tarjeta de débito 20%	10%	30%	32%	7%
Tarjeta de crédito 6%	7%	6%	6%	3%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales 4%	5%	2%	2%	6%
No lo realizo 3%	7%	1%	1%	2%
BASE	600	600	600	600

Compra de alimentos y bebidas para el hogar en despensas / pequeños comercios / comercios de cercanía



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Efectivo 68%	57%	67%	64%	84%
Tarjeta de débito 47%	43%	59%	62%	23%
Tarjeta de crédito 17%	22%	14%	19%	11%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales 6%	9%	3%	3%	11%
Otros medios de pago 1%	0%	1%	1%	1%
No lo realizo 1%	3%	1%	1%	1%
BASE	600	600	600	600

Las compras de alimentos y bebidas para el hogar y las efectuadas en kioscos/despensas se abonan en EFECTIVO.



MEDIOS UTILIZADOS PARA COMPRAS Y ACCIONES

Comentanos cuál/es medio/s utilizas actualmente para las siguientes compras y acciones.
Puedes marcar uno o varios medios de pago en cada compra:

Compra de alimentos y bebidas para el hogar en supermercados / grandes comercios



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Tarjeta de débito	63%	54%	74%	76%
Efectivo	43%	24%	41%	41%
Tarjeta de crédito	34%	47%	30%	34%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	10%	8%	4%	4%
Otros medios de pago	1%	1%	1%	2%
No lo realizo	1%	3%	1%	1%
BASE	600	600	600	600

La tarjeta de débito supera al EFECTIVO en la compra en supermercados.

Compra de ropa e indumentaria



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Tarjeta de débito	50%	35%	60%	67%
Tarjeta de crédito	45%	56%	52%	44%
Efectivo	42%	27%	37%	32%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	10%	13%	8%	9%
Otros medios de pago	1%	1%	3%	1%
No lo realizo	3%	9%	1%	2%
BASE	600	600	600	600

Con la excepción de Paraguay, las tarjetas se consolidan como los principales medios utilizados.



MEDIOS UTILIZADOS PARA COMPRAS Y ACCIONES

Comentanos cuál/es medio/s utilizas actualmente para las siguientes compras y acciones.
Puedes marcar uno o varios medios de pago en cada compra:

Pago de servicios del hogar (luz, energía eléctrica, gas, telefonía, otros)



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Tarjeta de débito	40%	24%	56%	61%
Efectivo	40%	25%	41%	28%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	33%	48%	22%	24%
Tarjeta de crédito	15%	22%	13%	16%
Otros medios de pago	3%	6%	2%	3%
No lo realizo	2%	2%	3%	2%
BASE	600	600	600	600

Recarga de la tarjeta del transporte público



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Efectivo	52%	47%	47%	56%
Tarjeta de débito	19%	12%	29%	29%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	13%	27%	4%	10%
Tarjeta de crédito	8%	8%	11%	7%
Otros medios de pago	1%	1%	1%	2%
No lo realizo	24%	18%	26%	19%
BASE	600	600	600	600

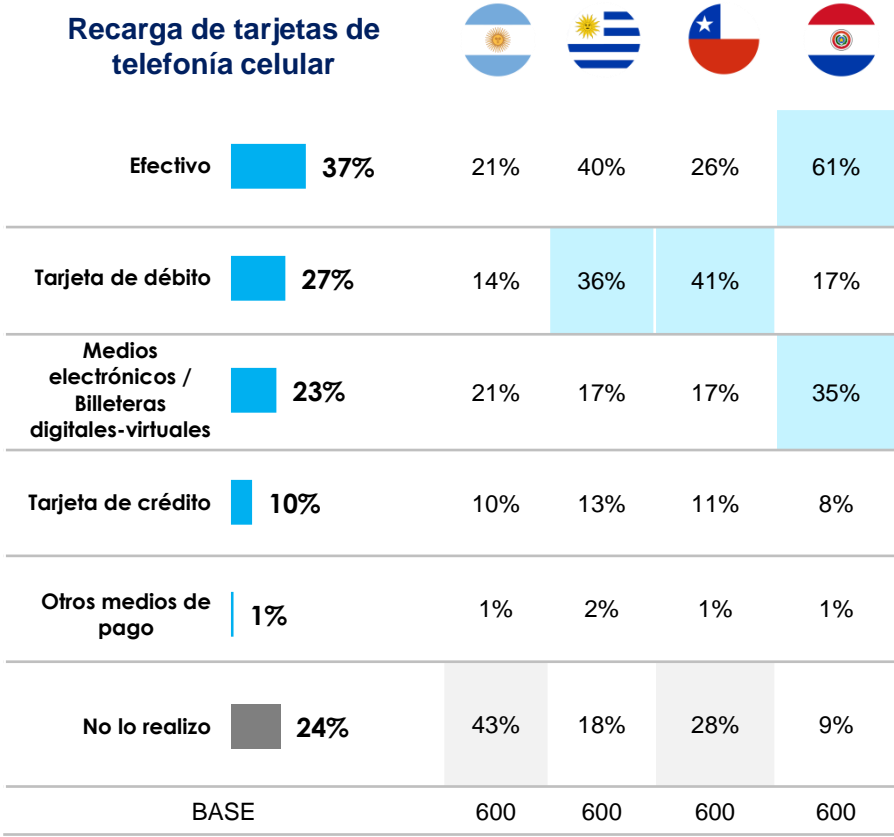
Los pagos de servicios se realizan con EFECTIVO ó tarjeta de débito.

El EFECTIVO es el método de pago utilizado para la recarga de la tarjeta de transporte.

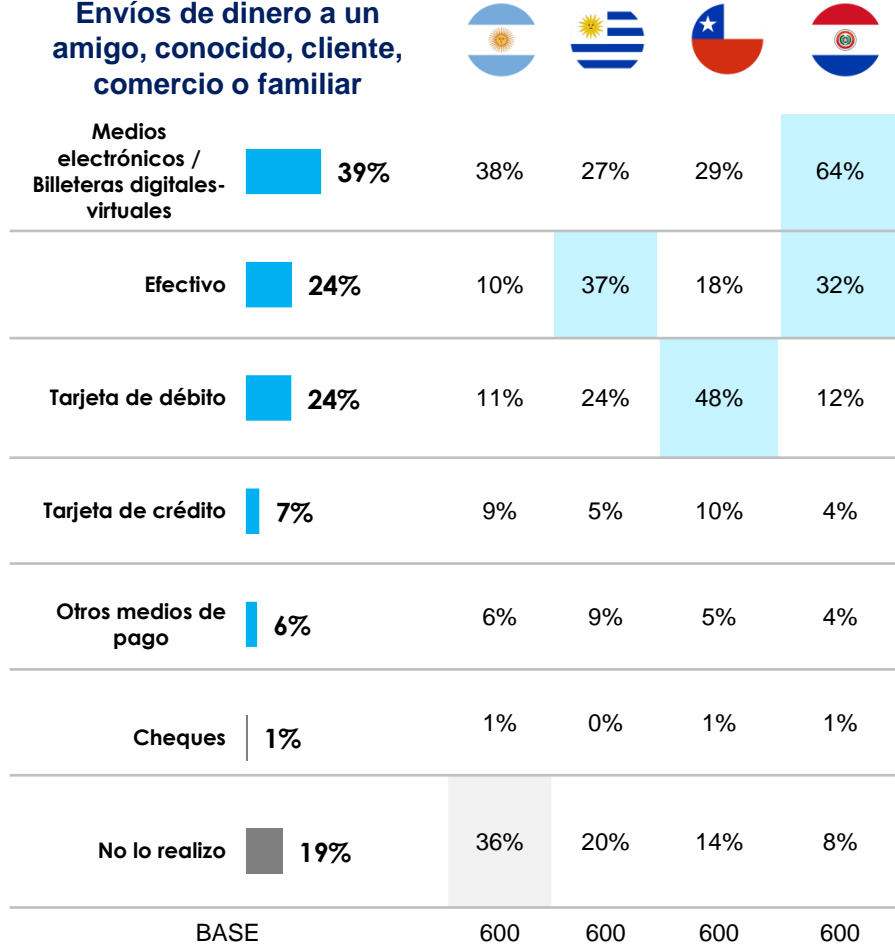


MEDIOS UTILIZADOS PARA COMPRAS Y ACCIONES

Comentanos cuál/es medio/s utilizas actualmente para las siguientes compras y acciones.
Puedes marcar uno o varios medios de pago en cada compra:



Para la recarga de celulares, el EFECTIVO es el primer medio empleado.










El EFECTIVO se utiliza especialmente en Uruguay y Paraguay.



MEDIOS UTILIZADOS PARA COMPRAS Y ACCIONES

Comentanos cuál/es medio/s utilizas actualmente para las siguientes compras y acciones.
Puedes marcar uno o varios medios de pago en cada compra:

Compra de autos, motos, viviendas, materiales de construcción	GÉNERO			EDAD			NSE			REGIÓN		
	Masc	Fem	Otro	18 a 34	35 a 49	50 a 70	A	M	B	Capital	Interior	
Tarjeta de crédito  22%	19%	25%	20%	23%	25%	20%	24%	28%	14%	25%	21%	
Efectivo  18%	25%	13%	0%	19%	18%	16%	20%	16%	17%	17%	18%	
Tarjeta de débito  15%	15%	14%	40%	18%	19%	10%	11%	16%	16%	16%	14%	
Medios electrónicos / Billeteras digitales- virtuales  11%	16%	8%	0%	13%	10%	12%	17%	14%	5%	10%	12%	
Otros medios de pago  5%	8%	3%	0%	3%	6%	5%	11%	6%	0%	5%	5%	
Cheques  2%	3%	1%	0%	1%	2%	2%	5%	1%	0%	1%	2%	
No lo realizo  45%	36%	51%	40%	39%	42%	50%	36%	39%	58%	47%	44%	
BASE	600	242	353	5	125	219	256	123	268	209	243	357



El EFECTIVO es, en Argentina, uno de los medios más utilizados para la compra de bienes importantes: autos, motos, viviendas.

MAPPING DE POSICIONAMIENTO DE MEDIOS DE PAGO

Más allá de cuánto los utilices, comentanos cuál/es medios de pago son en tu opinión:

Más aceptados en todos los comercios



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Efectivo	68%	76%	65%	91%
Tarjeta de débito	47%	62%	75%	40%
Tarjeta de crédito	37%	42%	48%	40%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	8%	4%	7%	20%
Cheques	0%	1%	2%	2%
Otros medios de pago	0%	1%	1%	1%
BASE	600	600	600	600

Más utilizados por la gente



	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Efectivo	52%	56%	56%	88%
Tarjeta de débito	42%	70%	72%	35%
Tarjeta de crédito	45%	50%	45%	36%
Medios electrónicos / Billeteras digitales-virtuales	15%	11%	14%	25%
Cheques	0%	1%	2%	5%
Otros medios de pago	1%	2%	0%	1%
BASE	600	600	600	600

El EFECTIVO es el medio de mayor aceptación, tanto en los comercios como en los consumidores.



SENSACIONES QUE GENERA EL TENER EFECTIVO

¿Cuáles sensaciones te genera tener efectivo?
(Top Ten de menciones)



Sensación	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Practicidad Lo aceptan en todos lados 54%	50%	53%	56%	59%
Tranquilidad 31%	31%	35%	27%	31%
Libertad 26%	26%	30%	24%	26%
Inseguridad Temor Miedo 26%	26%	24%	26%	26%
Incomodidad Los billetes pueden romperse, ensuciarse, extraviarse 25%	25%	20%	31%	25%
Confianza 22%	20%	21%	25%	23%
Seguridad 19%	20%	20%	20%	18%
Buen humor 16%	15%	18%	11%	18%
Alegría 14%	12%	17%	10%	17%
Mayor autoestima 11%	10%	15%	9%	13%
BASE	600	600	600	600

Tener efectivo genera esencialmente **SENSACIONES POSITIVAS**, entre las cuales sobresalen:

**PRACTICIDAD
TRANQUILIDAD
LIBERTAD**

El temor a la inseguridad y la incomodidad del dinero impreso conforman, por su parte, las sensaciones negativas que se mencionan.

En una lectura por país:

- Los uruguayos sobresalen en la atribución de sensaciones positivas, como la tranquilidad, la libertad y la mayor autoestima
- Los paraguayos destacan especialmente la practicidad del efectivo
- Los chilenos hacen hincapié en la incomodidad



SENSACIONES QUE GENERA EL NO TENER EFECTIVO

¿Y qué sientes cuando no tienes efectivo?
(Top Ten de menciones)



Sensación	Argentina	Uruguay	Chile	Paraguay
Preocupación 49%	51%	48%	44%	55%
Menor libertad 34%	28%	37%	35%	36%
Tensión Stress 26%	24%	26%	21%	34%
Angustia 20%	22%	16%	19%	26%
Malhumor 16%	20%	19%	8%	20%
Tristeza 13%	14%	14%	9%	16%
Inseguridad Temor Miedo 12%	14%	10%	12%	12%
Desconfianza 9%	6%	9%	12%	10%
Menor autoestima 9%	9%	9%	8%	10%
Otras sensaciones 11%	10%	13%	14%	9%
BASE	600	600	600	600

No tener efectivo promueve múltiples sensaciones negativas, comenzando por:

**PREOCUPACIÓN
MENOR LIBERTAD
TENSIÓN. STRESS**

En una lectura por país:

- Los residentes en Paraguay conforman el público "más afectado" por la no tenencia de efectivo
- Los argentinos, por su parte, se destacan junto a los paraguayos en la sensación de malhumor que genera el no tener efectivo



METODOLOGÍA

➔ En términos metodológicos, se realizó un estudio cuantitativo online en 4 países con los siguientes lineamientos:



TIPO DE ESTUDIO: Encuesta por muestreo.

TARGET: Hombres y Mujeres, 18 a 70 años, NSE C Amplio (y equivalente en cada país), residentes en Argentina, Uruguay, Chile y Paraguay, usuarios de Internet.



INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN: Cuestionario estructurado con preguntas abiertas, cerradas y escalas de opinión. Duración (media) del cuestionario: 14 minutos. Extensión del cuestionario: 39 preguntas.

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN: Entrevista online, con la **PLATAFORMA OH!** y operando sobre la **Comunidad OH!**.



MUESTRA: 2400 Casos.

SEGMENTACIÓN:

- PAÍS: 600 Casos en cada país.
- En cada país se adoptaron cuotas flexibles por sexo, edad, NSE y residencia.

ACTIVIDAD DE CAMPO: 23 de Junio al 01 de Julio de 2020.



Research Evolution

www.ohpanel.com

WORLD
ESOMAR
RESEARCH

SAIMO
SOCIEDAD ARGENTINA DE INVESTIGADORES DE MARKETING Y OPINION

cace
CAMARA ARGENTINA DE
COMERCIO ELECTRONICO
www.cbce.org.ar