

# SINDICADO MEDIOS DE PAGO LATAM 2024



Comprendiendo los hábitos y motivaciones en el uso de efectivo, tarjeta de débito, crédito, billetera digital, pagos digitales.

JULIO 2024

# CONTENIDO

01

CONTEXTO

02

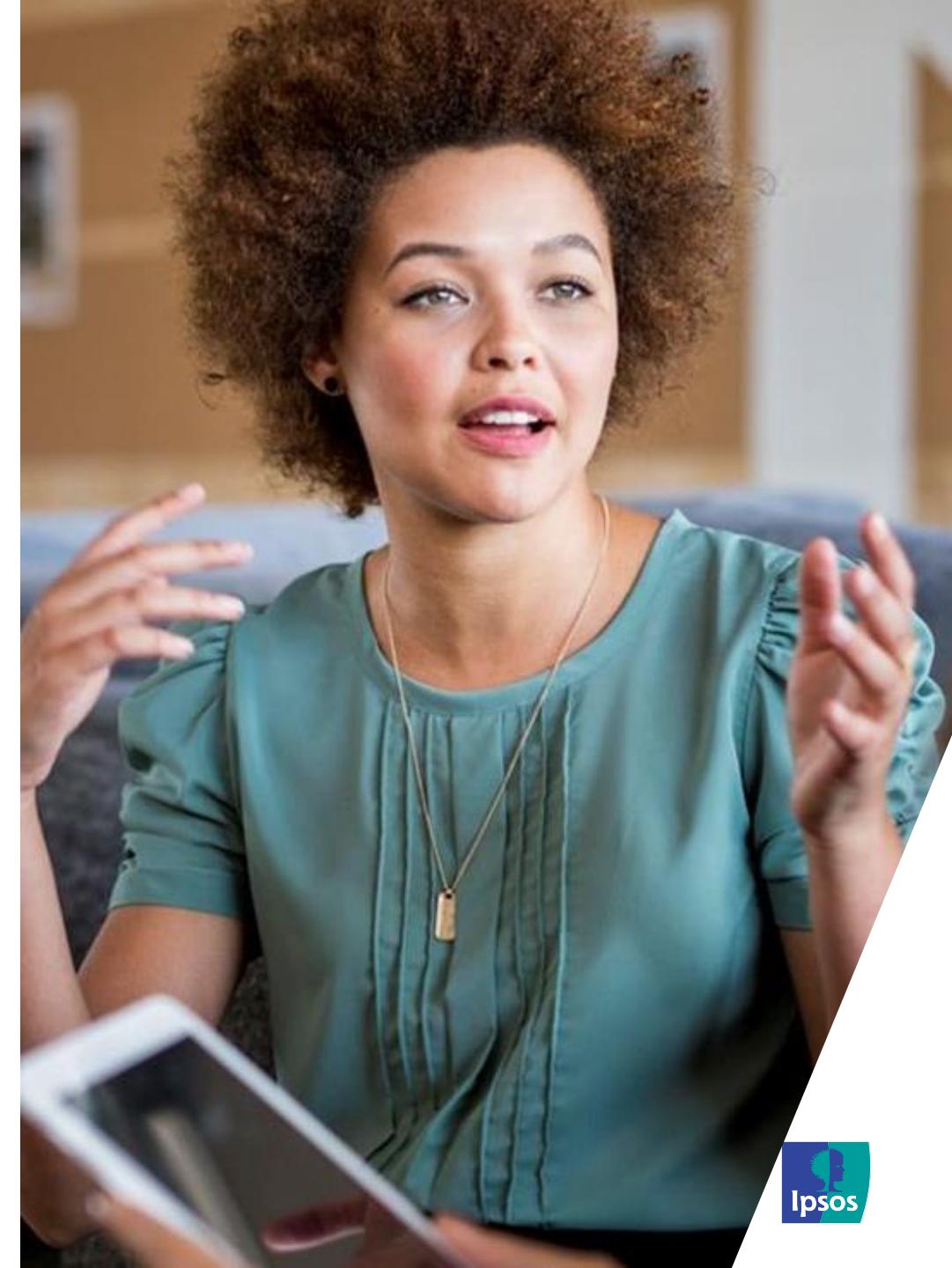
OBJETIVO Y  
METODOLOGÍA

03

TEMAS DEL  
CUESTIONARIO

04

RESPONSIBLES E  
INVERSIÓN



# CONTEXTO

# 01



# Contexto en el Sector de los Medios de Pago

- El sector de medios de pago viene mostrando un fuerte crecimiento y mejoras de márgenes en todas las zonas geográficas acompañada de **cambios estructurales y fuerte movilidad hacia los medios de pago electrónicos, billeteras digitales y los pagos instantáneos** (Mc Kinsey).
- El uso de **efectivo ha disminuido en un 20% a nivel mundial en los últimos cinco** años y la tasa de crecimiento de **las transacciones electrónicas casi ha triplicado** el crecimiento de los ingresos por pagos.(BCE).
- **Las soluciones de pago en tiempo real se han acelerado** y ahora es una prioridad absoluta para la mayoría de los bancos y responder a la transformación es prioridad para la banca tradicional.
- **Los actores son variados y múltiples**, tradicionales y no tradicionales: Bancos, Retailers (tiendas, gasolinera, farmacias, etc.), Fintech, Instituciones relacionadas(Cajas de compensación y otras)

# La acelerada transformación en medios de pago digitales

## ¿Por qué medios de pago digitales?

Las billeteras digitales en el Perú han experimentado una notable evolución en los últimos años. Este incremento se aceleró el año pasado gracias a la interoperabilidad implementada en las billeteras digitales, conforme a las directrices de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). Un ejemplo destacado es Yape,

que comenzó como una alternativa para transferencias pequeñas y ahora ofrece el portafolio de productos y servicios más amplio del mercado.

La pandemia fue un catalizador para la aparición de nuevas opciones como Plin, que integra bancos y otras entidades financieras. Desde marzo de 2023, las billeteras digitales han registrado más de un millón de operaciones diarias,

gracias a sus ventajas sobre el uso de efectivo y otros medios de pago tradicionales. Sin embargo, aún existen desafíos que deben superarse para impulsar aún más su crecimiento, incluso están apareciendo en el mercado nuevas marcas de aplicaciones de pago que no pertenecen a una entidad financiera como, por ejemplo: BIPAY, LIGO, MAXIMO, entre otras.

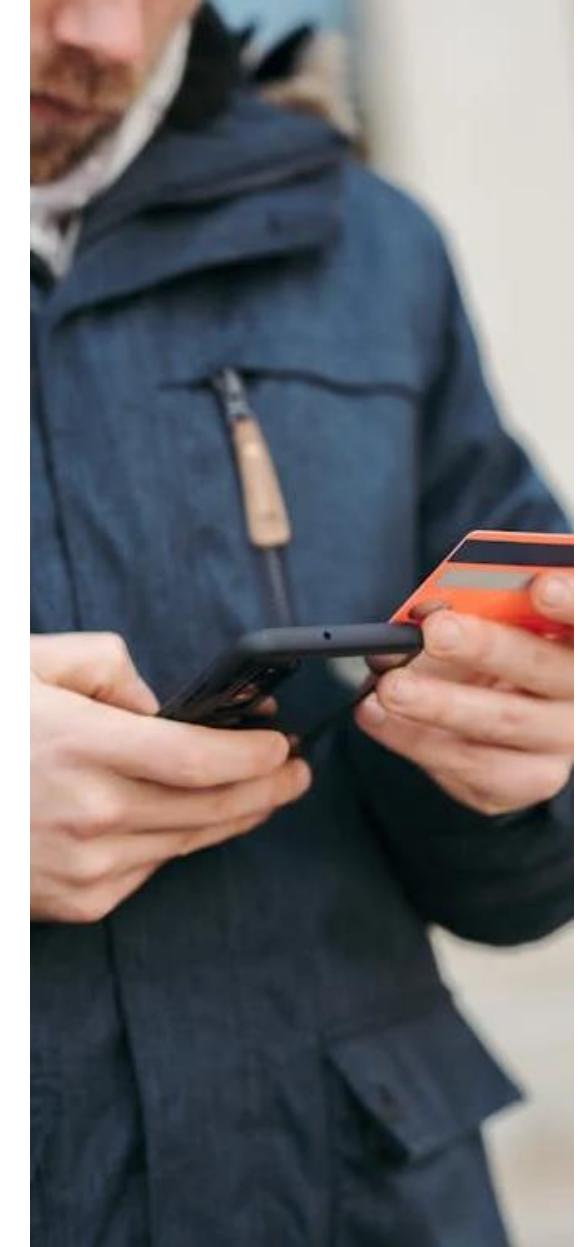


# OBJETIVO Y METODOLOGÍA

02

# Objetivo

Contribuir al conocimiento de cómo los consumidores utilizan los diferentes medios de pago, describir cuáles son sus principales comportamientos y comprender sus motivaciones.



# Muestra del Estudio 2024

## Estudio regional, en 9 países:

Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá y Perú



**6.300** entrevistas Latam

Entrevistas Panel Online de Ipsos en cada país



# TEMAS DEL CUESTIONARIO

03

# TEMAS DEL CUESTIONARIO

## 1 CONTEXTO DE MEDIOS DE PAGO

- Tenencia de distintos medios de pago
- Nivel de uso últimos 12 meses
- Frecuencia de uso
- Perfiles y caracterización de usuarios

**- Focalización en Segmento Usuarios de Medios de Pago distintos del efectivo**

## 2 MEDIOS DE PAGO DIGITALES

- Funnel de marca (conocimiento, uso, preferencia)
- Diferenciación de medio de pago digital.
- Uso: Canales de compra por medio de pago digital.
- Formas de uso en el pago
- Uso de plataformas en la compra
- Asociación de atributos
- Recomendación de funcionalidades de medio de pago digital.
- Expectativas para incrementar uso medio de pago digital.
- Tipologías y segmentos de usuarios medios de pago digital.

## 3 EFECTIVO

- Tendencias en el uso del efectivo y acceso
- Frecuencia de uso: Perfiles
- Disposición de cambio de efectivo a otro medio de pago

## 4 FRAUDE

- Impacto fraude financiero
- Medio de pago en que ha sufrido algún tipo de fraude
- Canales afectados
- Confianza en el respaldo de la marca

# RESPONSABLES E INVERSIÓN

04

## ALTERNATIVAS DE RESULTADOS E INVERSIÓN



### Opción 1: Informe sólo PERÚ

Considera todos los datos obtenidos en la medición de **Perú**, serán comparados con el promedio **LATAM** y con el **país más destacado** en cada variable a nivel total.

#### Precios sin IGV

- Pre venta – hasta el 26 de junio: S/18,000
- Post venta – desde el 27 de junio: S/21,000
- Entrega de resultados: Agosto

### Opción 2: Informe LATAM

Considera el detalle de los resultados en cada uno de los **9 países** en estudio y el promedio **LATAM**.

#### Precios sin IGV

- Pre venta – hasta el 26 de junio: S/28,000
- Post venta – desde el 27 de junio: S/32,000
- Entrega de resultados: Agosto

# EL EQUIPO ENCARGADO DEL ESTUDIO:

**Javier  
Álvarez**



**Senior Trends Leader**  
[javier.alvarez@ipsos.com](mailto:javier.alvarez@ipsos.com)

**Patricia  
Cruz**



**Research Manager**  
[patricia.cruz@ipsos.com](mailto:patricia.cruz@ipsos.com)

**Johana  
Tang**



**Sales Coordinator**  
[johana.tang@ipsos.com](mailto:johana.tang@ipsos.com)

# Términos y condiciones económicas

- Nota: La presente propuesta tiene una validez de 30 días.
- Precio. El precio no incluye el Impuesto General a las Ventas – IGV (18%).
- Facturación. Las condiciones de pago son las siguientes: 70% al aprobarse la propuesta mediante Orden de Aceptación adjunta y un 30% a la entrega del Informe Final. En el caso de trackings u otros estudios a largo plazo, Ipsos facturará al Cliente el importe de los honorarios correspondientes a cada fase, al comienzo de cada una de ellas.
- En caso de que Ipsos en el transcurso del servicio requiera incurrir en cualquier gasto o costo adicional, que no esté establecido en la Propuesta, siempre que el Cliente sea notificado y apruebe todos los gastos por adelantado, el Cliente deberá reembolsar a Ipsos por estos gastos dentro de los treinta (30) días de la fecha de la factura.
- Ajuste por inflación. En caso en el que el servicio tenga una duración de más de un año (incluidas las renovaciones o extensiones), el Cliente acepta que en la fecha de aniversario de en la cual se de tal renovación o extensión, las tarifas especificadas en este acuerdo se ajustarán a la inflación con base en el Índice de Precios al Consumidor ("IPC") publicado por el Instituto Nacional de Estadística.
- Facturación al exterior. Para el caso de servicios facturados al exterior: el honorario es neto de cualquier impuesto que, en su caso, deba ser retenido por el cliente sobre la retribución de Ipsos Opinión y Mercado.
- Orden de aceptación. Ipsos sólo iniciará el estudio una vez recibida la Orden de Aceptación firmada por el cliente, junto con la cancelación de la primera factura.
- Plazo de pago. Las facturas deben ser pagadas dentro de los 30 días de ser emitidas, de lo contrario, el cliente quedará automáticamente constituido en mora aplicándose intereses a una tasa del 1.5% mensual o la tasa máxima permitida por ley para intereses moratorios y compensatorios, la que sea menor.
- Modificaciones. Cualquier cambio en la planificación del proyecto puede representar un cambio en la inversión presupuestada. Si el cliente requiere dichas modificaciones, estas deben ser acordadas por escrito antes del inicio del trabajo relacionado incluyendo cualquier monto adicional a la inversión presupuestada.
- Si el cliente se demora o pospone los servicios, deberá pagar por cualquier costo irrecuperable documentado incurrido por Ipsos como resultado de la demora o aplazamiento.
- Resolución anticipada. En caso de resolución anticipada del servicio por causa no imputable a Ipsos, el Cliente estará obligado a pagar los honorarios adeudados (incluyendo, para efectos de claridad los honorarios prorrateados respecto del trabajo realizado hasta la fecha efectiva de terminación), los gastos incurridos por Ipsos hasta la fecha efectiva de su terminación y cualquier costo aprobado y documentado irrecuperable incurrido por Ipsos como resultado de dicha terminación anticipada.
- Importante: Cualquier cambio o variación a las condiciones de la presente propuesta afectará la cotización inicial y obligará a la recotización de todo el proyecto.

# Términos y condiciones económicas (I)

En este documento encontrarás los Términos y Condiciones (T&Cs) de los servicios de investigación de mercado (en adelante, los Servicios) que Ipsos Opinión y Mercado S.A. (en adelante, Ipsos) brinda a sus clientes.

Servicios. Los T&Cs regirán los Servicios a ser realizados por Ipsos de acuerdo con la Propuesta de Servicios y Orden de Aceptación adjunta (en adelante el Acuerdo), y prevalecen sobre las condiciones de compra del Cliente.

Las partes garantizan que el Servicio se llevará a cabo en cumplimiento de las leyes y reglamentos vigentes, incluido, pero sin limitar normas anticorrupción; así como, normas aplicables al sector de investigación de mercado como el Código Internacional de Comercialización e Investigación Social Práctica emitido por la Cámara de Comercio Internacional y ESOMAR (Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercado), las cuales el Cliente acepta como adecuadas.

Responsabilidad. Ipsos prestará los Servicios de acuerdo con las estipulaciones y plazos establecidos en el Acuerdo, en forma profesional, dedicando su mejor esfuerzo, eficiencia y aplicando la debida diligencia exigida para estos efectos considerando el servicio técnico especializado que prestará, siendo responsable en caso de incumplimiento por doloso o negligencia grave en la realización de los servicios materia del presente contrato de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 1762º del Código Civil Peruano.

Ninguna de las partes será responsable frente a la otra parte por cualquier daño indirecto, incidental, punitivo, especial o consecuencia, incluyendo sin limitación, pérdida de ganancias, a consecuencia de o en conexión con el Acuerdo.

En la medida permitida por la ley aplicable, la responsabilidad máxima total de Ipsos para cualquier y todo reclamo realizado por el Cliente o en relación con el servicio no podrá superar el importe de los honorarios pagados por el Cliente en virtud de este.

No obstante, lo anterior, la exclusión y las limitaciones de responsabilidad establecidas en los párrafos precedentes no se aplicará con respecto a cualquier reclamación de terceros no afiliados cubiertos por obligaciones de indemnidad de cada parte.

Indemnidad. Cada Parte (la "Parte Indemnizante") deberá indemnizar, defender y sacar en paz y a salvo a la otra parte (el "Indemnizado"), sus compañías afiliadas y cada uno de sus respectivos funcionarios, directores, empleados y agentes de y contra todos los reclamos y los pasivos resultantes, pérdidas, daños, costos y gastos de cualquier tipo, incluyendo los honorarios razonables de abogados (colectivamente, las "Reclamaciones"), iniciado por o en nombre de terceros que no están afiliados, relacionados o tengan una relación contractual con el Indemnizado ("Terceros no Afiliados") en la medida que surja cualquier incumplimiento o violación por la Parte Indemnizante de sus declaraciones y garantías y obligaciones bajo el contrato.

# Términos y condiciones económicas (II)

Indemnidad por uso de Estudios. El Cliente deberá indemnizar y defender a Ipsos, sus compañías afiliadas y cada uno de sus respectivos funcionarios, directores, empleados y agentes de y contra todas las Reclamaciones por Terceros no Afiliados en la medida en que surjan del uso de los Resultados por cliente, o las conclusiones de los mismos, a excepción de las reclamaciones que surjan por negligencia de Ipsos.

Confidencialidad. "Información Confidencial" será toda la información divulgada entre las partes de manera confidencial, por cualquier medio, y la información relativa a su propiedad intelectual y prácticas comerciales, incluyendo, sin limitación: (i) investigación y desarrollo, metodologías, procesos, conocimientos técnicos, y (ii) planes de negocio, información financiera, productos, servicios, costos, fuentes de abastecimiento, planes estratégicos y de publicidad, cliente y personal, métodos de fijación de precios y propuestas comerciales.

Ninguna de las partes deberá utilizar la Información Confidencial para ningún otro fin distinto al derivado de este Acuerdo, ni revelar dicha Información Confidencial a terceros, salvo al personal que lo requiera para llevar a cabo sus obligaciones y siempre que queden sujetos a las obligaciones de confidencialidad aquí contenidas. Previa solicitud por escrito, la parte receptora devolverá toda la Información Confidencial a la parte reveladora, pudiendo conservar un archivo electrónico de la Información Confidencial. Dicha copia se sujetará a las obligaciones aquí contenidas mientras se mantengan.

Datos personales. En caso los Servicios involucren la entrega y/o uso de datos personales, las partes reconocen y se obligan a que dichos datos serán obtenidos y/o tratados conforme a las obligaciones previstas en la Ley 29733, Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento – Decreto Supremo No. 003-2013-JUS, liberando de responsabilidad alguna a la otra parte en caso de incumplimiento de dichas obligaciones.

Si el Cliente, para efectos de la prestación de Servicios, proporciona Datos Personales a Ipsos, el Cliente garantiza que cuenta con todas las autorizaciones necesarias para proporcionar dichos Datos Personales para su uso en el servicio a prestar. En dicho caso el Cliente será responsable de cumplir todas las formalidades pertinentes para que Ipsos pueda procesar y/o tratar estos, y (cuando sea aplicable) para demostrar que las personas han dado su consentimiento para ser contactadas a los efectos de la prestación de los Servicios.

En este supuesto las partes deberán incorporar una cláusula de datos personales al contrato a suscribir o firmar un Acuerdo de Protección de Datos Personales.

Los Servicios se prestarán en concordancia con los estándares y prácticas profesionales generalmente aceptadas en la industria publicitaria y de investigación de mercado, incluyendo los Códigos ICC y ESOMAR. De acuerdo con ellos, Ipsos Opinión y Mercado garantiza el anonimato de los encuestados.

# Términos y condiciones económicas (III)

Propiedad Intelectual. Considerando que los Servicios incluidos en esta propuesta son servicios de investigación sindicada y/o los entregables estarán integrados por los informes de investigación sindicada ("Entregables Sindicados"): (i) Ipsos en todo momento tendrá los derechos de propiedad única y exclusiva en los Entregables Sindicados, así como todas la propiedad intelectual propia de Ipsos, (ii) el Cliente no podrá vender, distribuir, copiar o reproducir parcial o totalmente los Entregables Sindicados, sin la autorización de Ipsos, y (iii) el presente Contrato constituye una licencia revocable, no-exclusiva otorgada al Cliente para utilizar los Entregables Sindicados únicamente para fines internos, con sujeción en todo momento a los derechos de propiedad de Ipsos.

Política de difusión y uso de resultados. Ninguna parte usará el nombre de la otra parte, los logotipos o marcas comerciales en cualquier publicación (incluyendo comunicados de prensa) o publicidad (el "Dominio Público"). Adicionalmente, el Cliente no podrá publicar los Resultados en el Dominio Público sin el previo consentimiento escrito de Ipsos.

El Cliente deberá informar previamente si tiene la intención de utilizar los resultados del estudio en relación con cualquier solución de controversias, litigio, arbitraje u otro procedimiento legal (Fines Litigiosos). El Cliente reconoce que el uso de Los Entregables con Fines Litigiosos puede afectar el enfoque metodológico recomendado por Ipsos y los costos del estudio. Además, si el cliente decide, después de que los Servicios se hayan completados, utilizarlos con Fines Litigiosos, deberá obtener el previo consentimiento escrito de Ipsos.

Subcontratación. Ipsos para el desarrollo del servicio podrá subcontratar parte de este a uno de sus proveedores autorizados o a una de sus afiliadas, sin ser necesario autorización previa del Cliente.

# ORDEN DE ACEPTACIÓN

Por medio de la presente les comunicamos que hemos aceptado su propuesta del estudio Medios de pago 2024 y los Términos y Condiciones (T&C)

Suscrito en calidad de aceptación por:

Cliente : \_\_\_\_\_

No. RUC : \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Representante(s) / Responsable del cliente :

Nombre y apellido : \_\_\_\_\_

Documento de Identidad : \_\_\_\_\_

Fecha : \_\_\_\_\_

Firma del cliente \_\_\_\_\_

## CLÁUSULA DE PENALIDAD:

*La información que aparecerá en este estudio es de propiedad exclusiva de Ipsos Perú. La Información no puede ser copiada, exhibida, reproducida, distribuida, modificada, utilizada, publicada, vendida o transmitida a terceros, por ningún motivo, en forma total o parcial, sin la previa expresa autorización por escrito de Ipsos Perú.*

*No se podrá utilizar el contenido de la Información en ninguna forma que pueda dar lugar a una impresión o declaración falsa o engañosa o que vaya en contra de las políticas de difusión de Ipsos.*

*La compra-venta de este estudio constituye una licencia revocable, no-exclusiva para utilizar los resultados únicamente para fines internos, con sujeción en todo momento a los derechos de propiedad de Ipsos. En caso el cliente revele la información a terceros, deberá pagar una penalidad equivalente a cinco veces del costo del estudio revelado.*

# SINDICADO MEDIOS DE PAGO LATAM 2024



Comprendiendo los hábitos y motivaciones en el uso de efectivo, tarjeta de débito, crédito, billetera digital, pagos digitales.

JUNIO 2024