MONITOR IPSOS

Programas de Lealtad y Beneficios

IPSOS 2025

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios –}
LATAM - 2025 |
DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL

CONTENIDOS

01 CONTEXTO

02 OBJETIVO

03 QUÉ MEDIREMOS/
DÓNDE MEDIREMOS/
CÓMO MEDIREMOS

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios – LATAM - 2025 | DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL

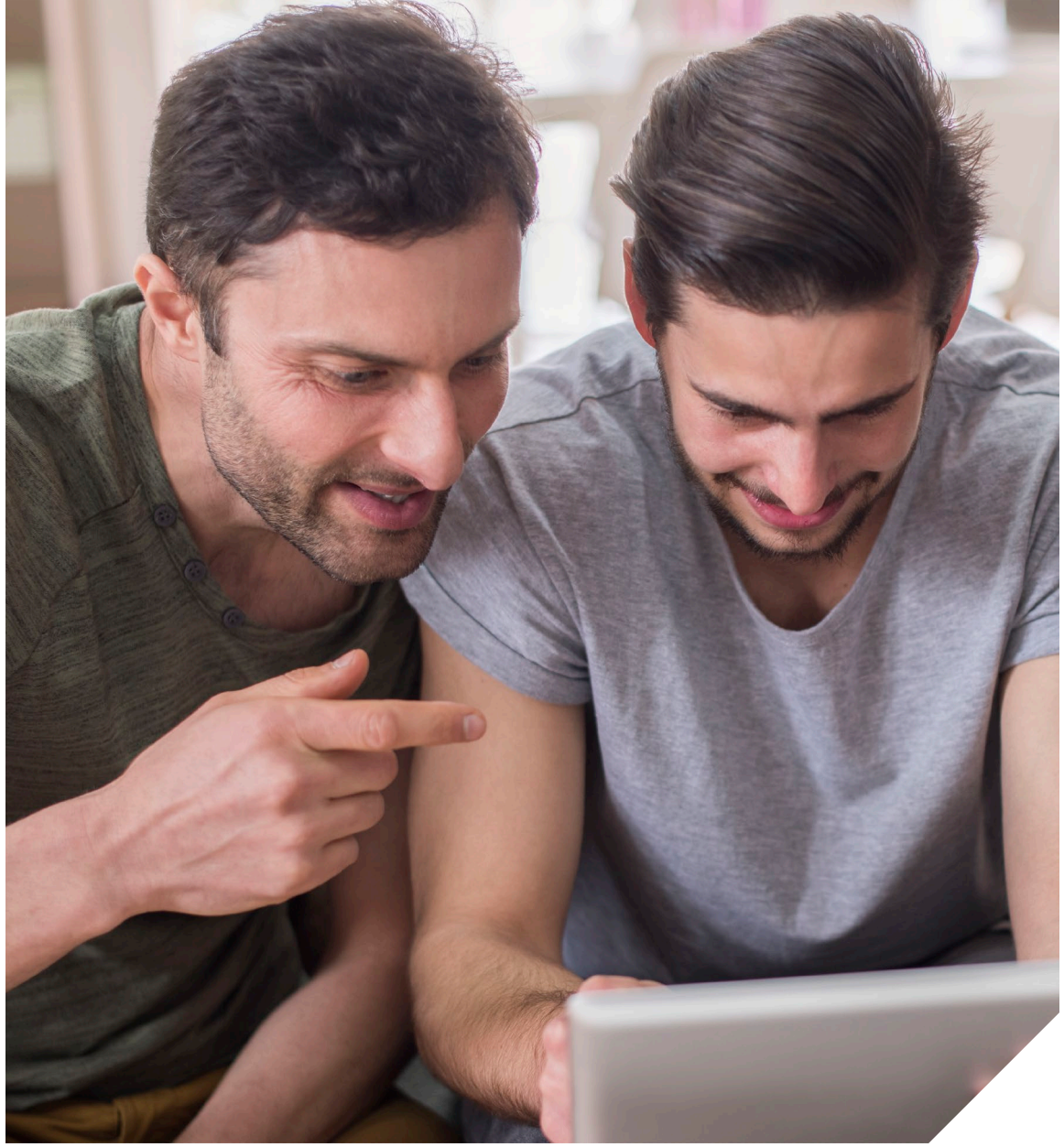
CONTEXTO 01

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios –}
LATAM - 2025 |
DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL

Monitor de Programas de Lealtad y Beneficios

Los programas de lealtad son vistos desde las empresas como una **poderosa herramienta** para mejorar la **retención y lealtad** del cliente.

Sin embargo, si los clientes perciben poco o ningún beneficio de participar en un determinado programa, su impacto no sólo es ineficiente, sino que puede incurrir incluso en pérdidas para la empresa.



En el panorama actual, marcado por profundas transformaciones sociales, económicas y de marketing, hemos descubierto que la clave del éxito en programas de lealtad va más allá de simples ganancias económicas para tus clientes.

Nuestras investigaciones revelan un nuevo paradigma de beneficios que impulsan la lealtad:

- **Utilitario:** Conveniencia y simplicidad
- **Simbólico:** Valores compartidos y reconocimiento
- **Hedónico:** Entretenimiento y exploración

Potencia tu programa de lealtad: crea conexiones más profundas y duraderas.

Ecosistema de sindicados Latam Ipsos: Aportando al entendimiento de los consumidores en categorías complejas y en evolución

¿Cómo las personas se vinculan y usan los **programas de lealtad y beneficios?**

¿Qué programas de beneficio tener inscrito? ¿cuáles usar? ¿el del banco, el del supermercado, otro?¿qué es valorado y motiva el uso de ellos? ¿Qué tipo de beneficios son preferidos? Etc.

Monitor de Programas de Lealtad y Beneficios
(Q2 2025 – 1ra Ola)

¿Cómo las personas eligen y usan diferentes **medios de pago?**

¿Qué medios de pago usar? ¿Efectivo, Tarjeta de debito, de crédito, Billeteras Digitales? ¿Qué es valorado de cada opción? ¿Qué marcas están presentan en las billeteras/smartphones? Etc.

Monitor de Medios de Pago
(Q3 2025 – 3ra Ola)

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios – LATAM - 2025 | DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL

OBJETIVO 02

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios –}
LATAM - 2025 |
DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL

¿Qué diferencia a nuestro estudio de lo que está actualmente disponible?

01 Este estudio, nos permite conocer a fondo **cómo las personas se relacionan con los programas de lealtad**, desde los puntos de mayor éxtasis, hasta aquellos de dolor.

02 Entrega una mirada, no sólo desde la relación con los planes de beneficios, sino también por categoría, entendiendo **correlaciones entre planes esperados por cada categoría**.

03 Nos ayudará a **visualizar los mejores programas de beneficios en cada categoría** y entender desde dónde apalancan el éxito.

04 **Entendimiento del NO uso de los planes de beneficios**, por donde ocurre, ¿Desde el dolor?, ¿Desde la complicación?, ¿Desde el no lograr reunir lo suficiente para cobrar?

05 Con una **mirada demográfica** que permite ver los ciclos de vida asociados a los programas de beneficios y como éstos apalancan a las familiar.

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios – LATAM - 2025 | DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL

¿Qué buscamos con nuestros Programa de Lealtad y Beneficios?

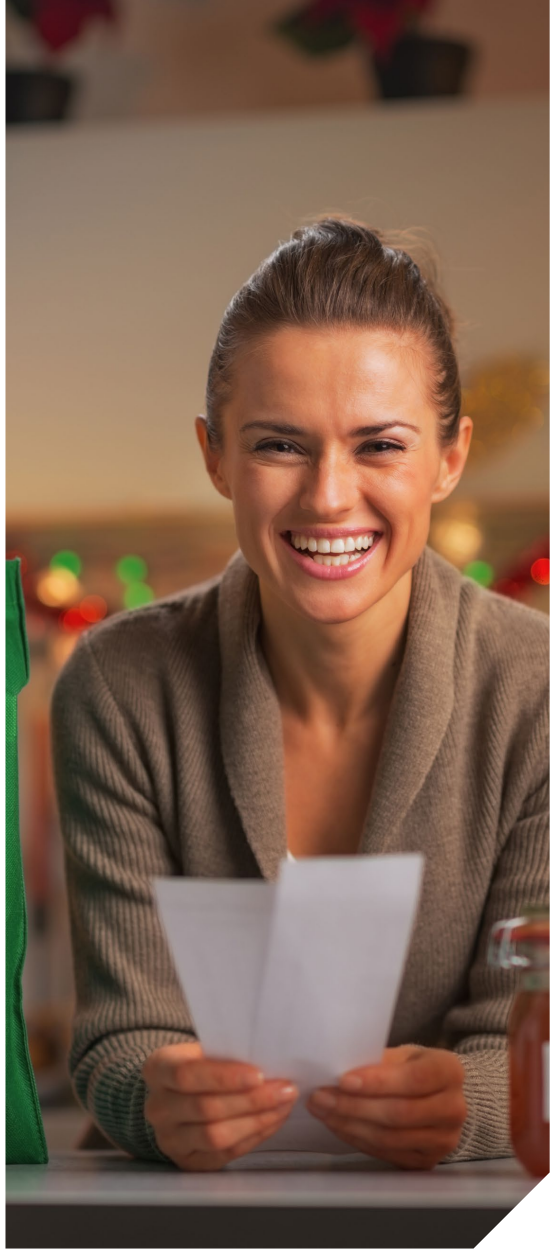
DESDE EL CLIENTE/ USUARIO

- ¿Cuáles son los **objetivos específicos del cliente** para su programa de lealtad en términos de retención, adquisición y valor de vida del cliente?
- ¿Cuáles son las **estrategias actuales de participación del cliente** y cuál ha sido su eficacia?
- ¿Cuáles son **los principales puntos débiles y las necesidades insatisfechas de los clientes** con respecto a los programas de lealtad?
- ¿Cuáles son las **mediciones del cliente para implementar cambios** en su programa de lealtad?

DESDE LA MARCA

- ¿Cuál es la **imagen de marca** que quiero entregar y la percepción entre mi público objetivo?
- ¿Cuáles son las **actividades actuales de construcción de marca** que has hecho y cuál ha sido el impacto de ésta en el conocimiento, la lealtad y la promoción de la marca?
- ¿Quiénes son **mis principales competidores** y como es su estrategia de construcción de marca de beneficios?

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios – LATAM - 2025 | DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL



¿Qué variables se consideran para medición y monitoreo?

Conocimiento y uso

- La actitud, conducta y motivaciones al uso de los PLB.
- Los niveles de conocimiento, uso, preferencia de los PLB por segmentos y Sectores de Negocios.
- Las motivaciones de abandono y no uso, generales y por sector
- El posicionamiento de los PLB en cada Sector en función de sus Dimensiones y Atributos de valor.

Actitudinal

- Interés y motivación a la adopción de PLB por Sector (en No Usuario del Sector).
- Evaluación de las cuatro dimensiones de valor: Ahorro-Conveniencia , Entretenimiento, Reconocimiento y Estatus.
- Diferenciación del valor por Segmentos: Demografía, GSE, Ciclo de vida, Segmentos de usuarios.
- Oportunidades sectoriales en el diseño de valor de los PLB por Segmentos.

Experiencia del cliente

- Experiencia de uso general y por sector (ocasiones, frecuencia, entendimiento de uso y mecanismos de canje, simplicidad.
- KPI's de desempeño general de los PLB por sector (satisfacción con el uso, recomendación, nivel de esfuerzo requerido, aporte a la lealtad de marca).
- Valor percibido de los programas de lealtad e impacto en la compra/recompra de la marca.

Usuarios potenciales (no usuario actual)

- Nivel de conocimiento, información, canales presenciales y digitales, entendimiento, barreras de uso, valor percibido.

Proporcionamos *insights* clave para su Programa de Lealtad y Beneficios (PLB) con análisis integrales de:

- Actitudes y patrones de uso
- Barreras y valor percibido
- Expectativas por sector / industria

Segmentamos por:

- Tipo de usuario
- Demografía
- Nivel socioeconómico
- Ciclo de vida

Resultado:
Información precisa para afinar estrategias de vinculación con clientes y optimizar sus resultados.

¿CÓMO LO HAREMOS? 03

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios –}
LATAM - 2025 |
DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL

6000 entrevistas a nivel LATAM y más de 12.000 evaluaciones a programas LB

PAÍS	MUESTRA
Argentina	800 casos
Chile	800 casos
Colombia	800 casos
Ecuador	500 casos
México	1000 casos
Panamá	500 casos
Perú	800 casos
Brasil	1200 casos

Encuestas online:
A través de nuestra Plataforma online, nos permite llegar a todos los países bajo medición asegurando una cobertura poblacional.

20 minutos.

Medición LATAM con resultados por país.

Hombres y mujeres.

18 a 65 años.

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios – LATAM - 2025 | DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL

Conversemos...

Noelia Ramos | Noelia.ramos@ipsos.com

Mauricio Ramírez | Mauricio.ramirez@ipsos.com

Francisco Alloco | Francisco.alloco@ipsos.com

Liliana Baez | Liliana.baez@ipsos.com

Javier Alvarez | Javier.alvarez@ipsos.com

Yasibel Castillero | Yasibel.castillero@ipsos.com

Nora Castillo | Nora.castillo@ipsos.com

Sidnei Martinez | Sidnei.martinez@ipsos.com

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios – LATAM - 2025 | DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL

MONITOR IPSOS

Programas de Lealtad y Beneficios

IPSOS 2025

© Ipsos | Monitor de Lealtad y Beneficios –}
LATAM - 2025 |
DOCUMENTO DE USO CONFIDENCIAL