



RESULTADOS ESTUDIO

Uso de medios de pago digitales y la llegada de Apple Pay a Chile

Agosto 2023

dobleA
estudios y estrategia

FICHA TÉCNICA ESTUDIO



METODOLOGÍA

◆→ TIPO DE ESTUDIO

Cuantitativo mediante encuestas vía correo electrónico con preguntas abiertas y cerradas.

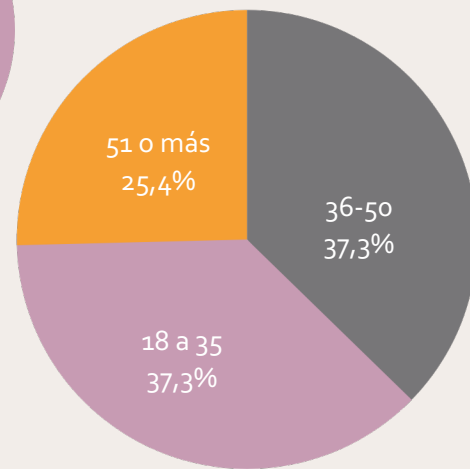
◆→ PÚBLICO OBJETIVO

Mujeres y hombres de 18 o más años, de los NSE ABCD, residentes de todo el país.

◆→ FECHA DE CAMPO

Entre 14 y 17 de Agosto 2023.

MUESTRA LOGRADA: 126 CASOS

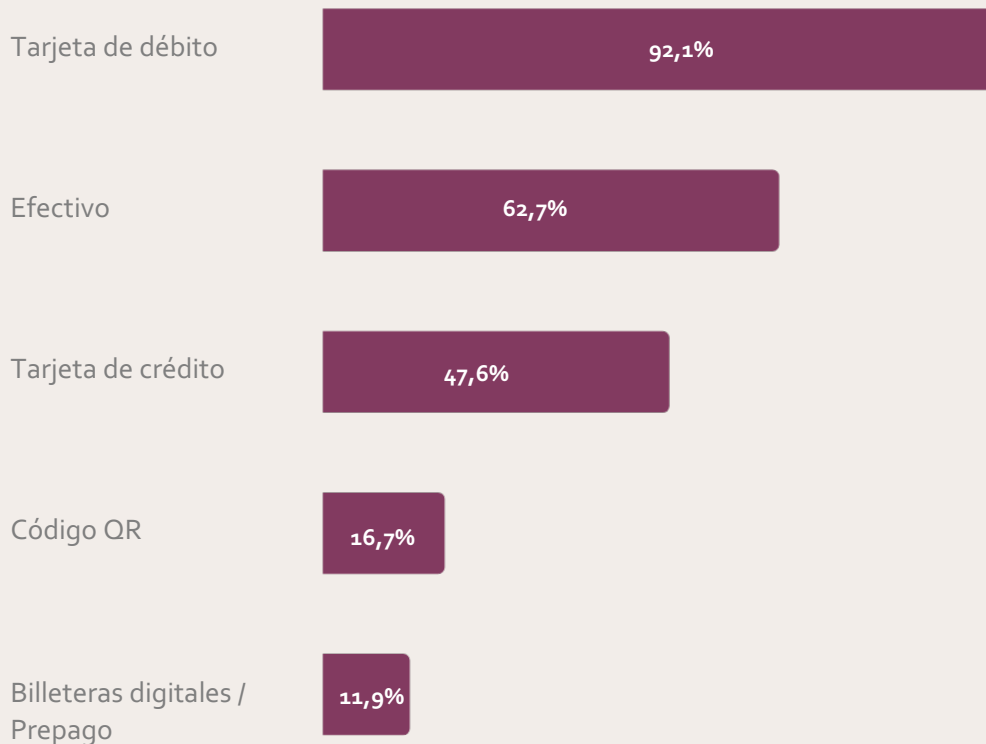




MEDIOS DE PAGO MÁS UTILIZADOS EN COMERCIOS FÍSICOS

P. ¿Cuáles son los medios de pago que utiliza para pagar en comercios físicos? (marcar todas las opciones que correspondan). N:126.

Total menciones: 346.

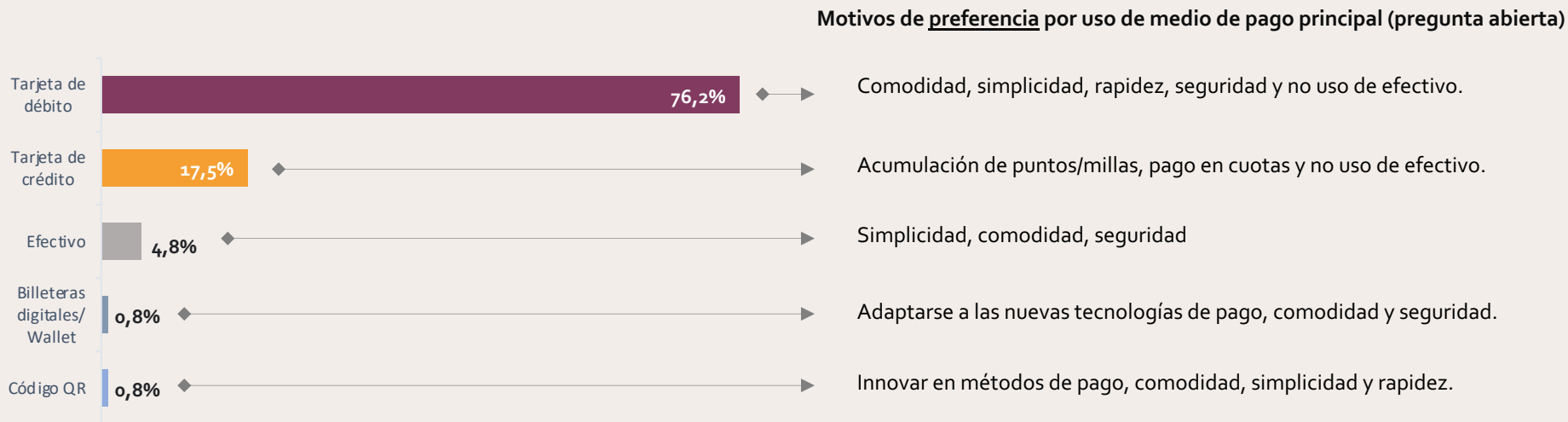


Los **medios de pago digitales** (billeteras y código QR) **aparecen muy por detrás del plástico y el efectivo.** Éste último sigue estando muy presente como medio de pago en la presencialidad (63%).



MEDIO DE PAGO PRINCIPAL

P. ¿Cuál es el principal medio de pago que utiliza para pagar en comercios físicos? (marcar sólo 1). N:126



Jóvenes son quienes más pagan con tarjeta de débito.

Personas entre **36 y 50 años** son las que más utilizan tarjetas de crédito.

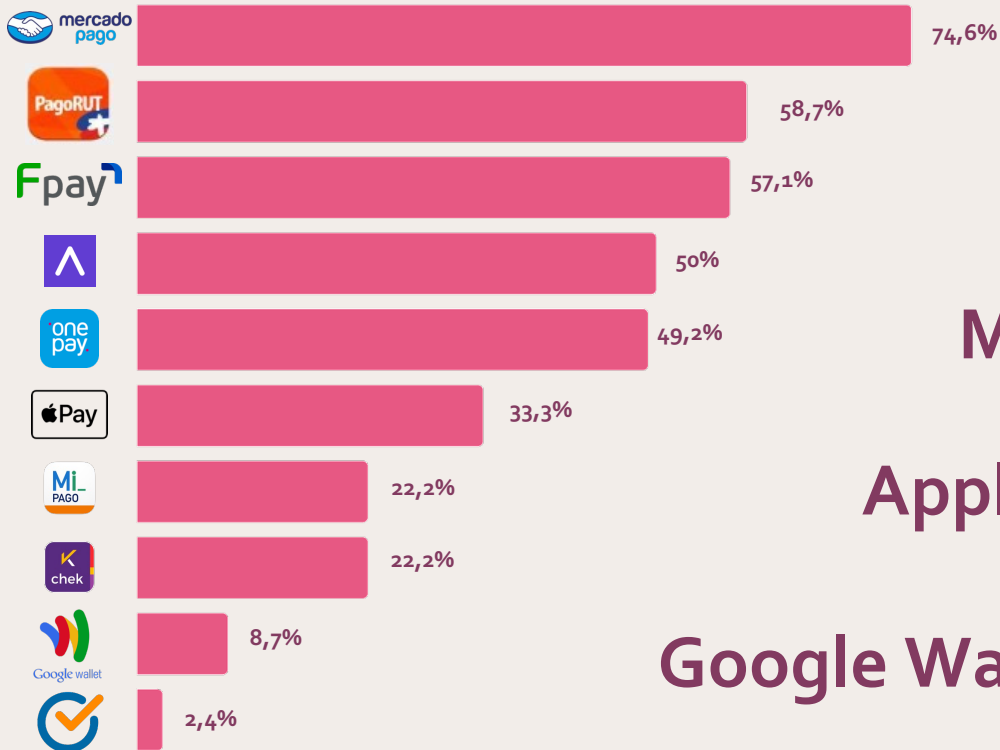
El uso de efectivo se da con mayor frecuencia en personas de **51 años o más.**



CONOCIMIENTO DE MARCAS DE BILLETERAS DIGITALES

P ¿Cuál de las siguientes marcas de billeteras digitales conoce? (marcar todas las que conoce). N:126

Total menciones: 477.



3,7 marcas de billeteras digitales se conocen en promedio.

MACH muy conocido entre los más jóvenes

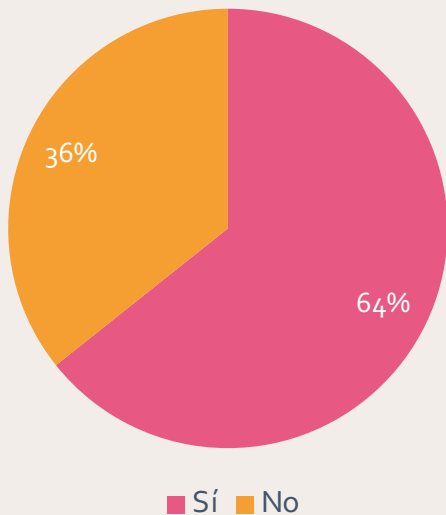
Apple Pay conocimiento transversal en edad.

Google Wallet mayor conocimiento en mayores de 36 años.

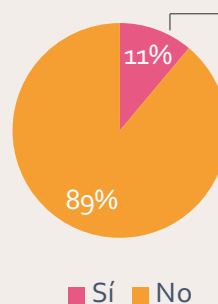
CONOCIMIENTO Y USO DE APPLE PAY (entre usuarios IOS)



P. ¿Sabía que Apple Pay está operativo en Chile? N:56



P. ¿Ha usado Apple Pay? N:36



Todos quienes han usado Apple Pay (n=4) evalúan su experiencia con **nota 7**

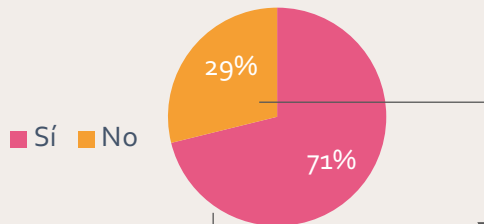
"Cómodo, rápido, fácil de implementar y usar, me gusta utilizar el applewatch para pagar". (Hombre, 36 – 50 años)

La experiencia de quienes lo han utilizado ha sido óptima, consideran que es un servicio **eficiente, cómodo y seguro.**

MOTIVACIONES Y FRENOS HACIA EL USO DE APPLE PAY (entre usuarios IOS)



P: ¿Usarías Apple Pay? (responden quienes no lo han usado N:52)



MOTIVACIONES

P. ¿Por qué usarías APPLE PAY? Pregunta abierta. N:37

1. Rapidez/facilidad para pagar
2. Seguridad
3. Comodidad
4. Confianza en APPLE como marca
5. Conocer la experiencia/adaptarse a la tecnología
6. No depender de la tarjeta física

*"Simplificar el poder comprar productos de manera productiva y fácil."
(Mujer, 18 – 35 años)*

"Minimizar los riesgos y facilidad de uso". (Hombre, 51 años o más)

FRENOS

P. ¿Por qué NO usarías APPLE PAY? Pregunta abierta. N:15

1. Desinformación/desconocimiento
2. Inseguridad/desconfianza
3. Preferencia por medios de pago tradicionales

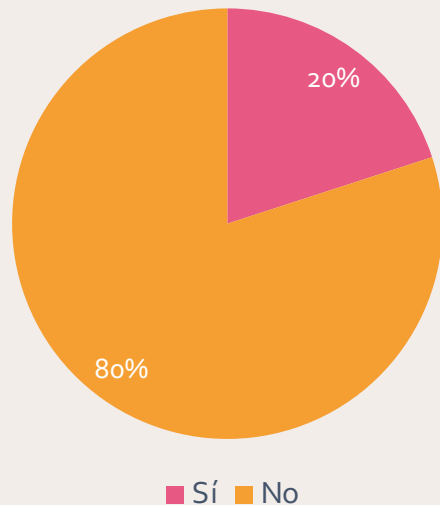
"No la usaría por mi desinformación, no sé usarla." (Hombre, 36 – 50 años).

*"La inseguridad, qué pasa si se me pierde o me roban el teléfono".
(Mujer, 36 – 50 años)*

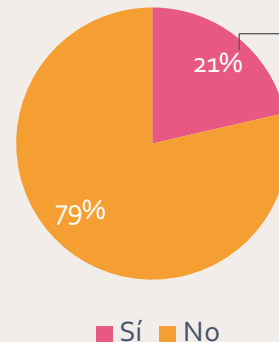
CONOCIMIENTO Y USO IÓN DE GOOGLE WALLET (entre usuarios ANDROID)



P: ¿Sabía que Google Wallet está operativo en Chile? N:70



P: ¿Lo ha usado? N:14



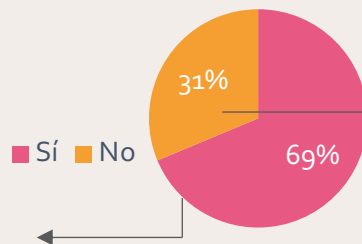
Quienes han usado Google Wallet (n=3) evalúan su experiencia con **notas entre 5 y 6.**

"A mí me costaba utilizarla al principio, no era tan fácil." (Mujer, 18-35 años)

MOTIVACIONES Y FRENOS HACIA EL USO DE GOOGLE WALLET (entre usuarios ANDROID)



P: ¿Lo usaría? N:67



MOTIVACIONES

P. ¿Por qué usarías GOOGLE WALLET?
(Pregunta abierta. N:46)

1. Seguridad
2. Rapidez/facilidad
3. Comodidad
4. Conocer la experiencia/adaptarse a la tecnología
5. Marca confiable
6. Beneficios

"Para probar algo nuevo... Por lo que he leído se ve que es segura y práctica la app". (Mujer, 18 – 35 años)

"Facilidad y seguridad" (Hombre, 51 años o más)

FRENOS

P. ¿Por qué NO usarías GOOGLE WALLET?
(Pregunta abierta. N:21)

1. Desinformación/desconocimiento
2. Inseguridad/desconfianza
3. Preferencia medios de pago tradicional

"No conocía esas formas de pago" (Mujer, 18 – 35 años)

"Si es para pagar, prefiero el pago físico" (Hombre, 51 años o más)

1

El plástico y el efectivo siguen siendo los medios de pago preferidos por los usuarios en comercios físicos.

Las billeteras digitales, pese a ser marcas que resuenan, aún no son parte importante del set de consideración de las herramientas de pago presenciales.

Se les presenta el desafío de traspasar la barrera del e-commerce.

2

Pese a su reciente ingreso al mercado nacional, APPLE PAY ha generado ruido. En comparación a Google Wallet, que llegó a Chile en 2018 con el nombre de Google Pay (siendo el 2022 relanzado como Wallet), el conocimiento de la billetera de APPLE es mucho mayor.

Probablemente, esto se explica por la deseabilidad de APPLE, la fuerte campana de lanzamiento junto a los bancos y la amplia difusión mediática.

3

A pesar de que los medios de pago tradicionales mantienen su liderazgo en el mundo físico, existe una alta disposición a incorporar APPLE PAY y Google Wallet a los hábitos de compra y pago presenciales. Si bien es un mecanismo desconocido, el beneficio de este sistema de pago aumenta el interés por usarlo.

Este estudio nos entrega sólo algunas luces sobre la penetración de los hábitos digitales en la cotidianeidad.

Aún queda mucho por profundizar...

¿Cómo se explica la brecha entre los medios de pago utilizados y la alta disposición a incorporar herramientas digitales?

¿Quiénes son más cercanos a esta categoría y propensos a incorporar estos nuevos hábitos de pago?

¿Cómo puedes activar y potenciar tu presencia de marca en esta categoría cada vez más dinámica?

¿QUIERES SABER MÁS?

COTIZA CON NOSOTROS EL ESTUDIO SINDICADO:

**“DISPOSICIÓN AL USO DE BILLETERAS DIGITALES Y
POSICIONAMIENTO DE MARCAS”**

Mirada 360° sobre el ecosistema FINTECH en Chile

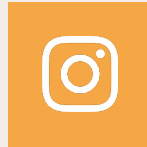
Esríbenos a:

contacto@dobleachile.cl

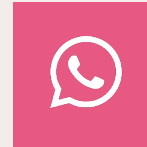
¡¡GRACIAS!!



[/dobleachile](#)



[/doblea_chile](#)



+56 9 96381505

+569 97338385

www.dobleachile.cl