

Estudio Hábitos de pago en Europa realizado por Oney



6 de cada 10 consumidores utilizan el pago aplazado en Francia, España, Polonia y Portugal

· El estudio de Hábitos y tendencias de pago en Europa realizado por Oney Group en colaboración con OpinionWay y Altavia, refleja las tendencias de pago más habituales en Francia, España, Polonia y Portugal.

· Los consumidores españoles utilizan entre 6 y 7 medios de pago diferentes aunque las tarjetas bancarias continúan siendo el medio preferido, tal y como recoge el estudio realizado entre más de 4.000 usuarios durante el mes de abril de 2019.

Los usuarios quieren poder elegir su método de pago

Más de 35 años acompañando a los consumidores en el pago de sus compras, avalan el conocimiento de Oney sobre el comportamiento de los consumidores europeos en sus procesos de compra y permiten descifrar las tendencias que marcarán los hábitos de pago del futuro.

En muchos sentidos, el comprador de hoy no es igual al de ayer, comenzando con los métodos de pago que utiliza y que reflejan la amplia gama de opciones disponibles hoy en día. De media, **los consumidores franceses, españoles, portugueses y polacos utilizan más de 5 métodos de pago diferentes** (tarjeta bancaria, dinero en efectivo, cuenta corriente, tarjeta prepago, pago móvil, etc.) **para pagar sus compras.**

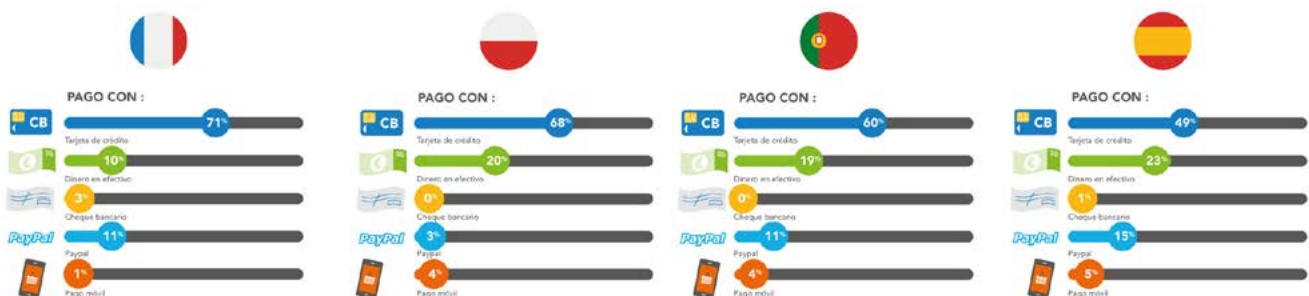
El consumidor español es el más flexible en este aspecto, llegando a utilizar entre 6 y 7 medios de pago diferentes, dependiendo de la ocasión.

En los cuatro países analizados el método de pago más común es también el preferido por los consumidores. **La tarjeta bancaria es por unanimidad el medio de pago más utilizado** entre todos los encuestados, y además **el medio preferido para un 71% de los franceses, un 68% de los polacos, un 60% de los portugueses y un 49% de los españoles.**

LOS ESPAÑOLES UTILIZAN 6 MEDIOS DE PAGO DIFERENTES PARA SUS COMPRAS

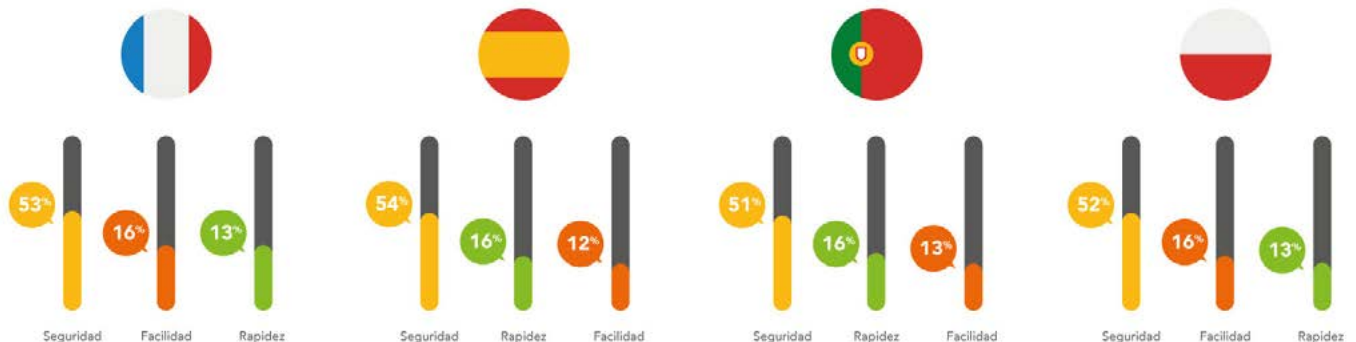


LA TARJETA BANCARIA ES EL MEDIO PREFERIDO POR EL 71% DE LOS FRANCESSES, EL 68% DE LOS POLACOS, EL 60% DE LOS PORTUGUESES Y EL 49% DE LOS ESPAÑOLES



Franceses, españoles, portugueses y polacos, tienen expectativas similares en cuanto a la experiencia de pago. **La seguridad, la facilidad y la velocidad al realizar el pago**, son los elementos más demandados por todos los consumidores.

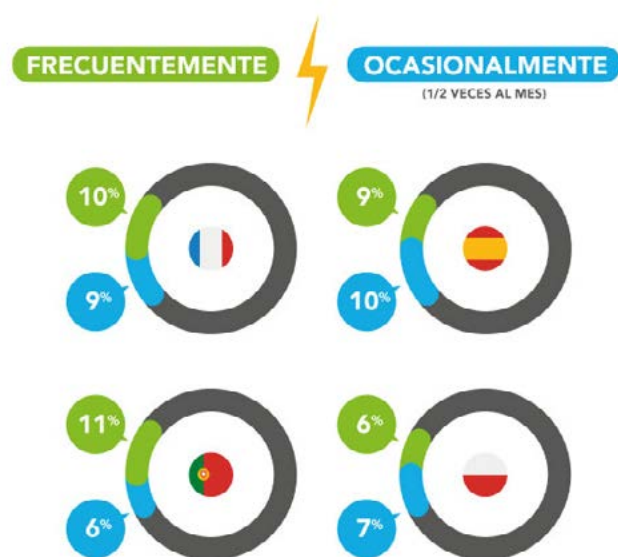
SEGURIDAD, FACILIDAD Y RAPIDEZ: LO MÁS VALORADO POR LOS CONSUMIDORES EN EL MOMENTO DEL PAGO



En Europa, PayPal continua siendo el método más conocido y utilizado para los pagos entre particulares (Peer to Peer), y se encuentra entre las 5 soluciones de pago preferidas. Solo uno de cada diez usuarios utiliza **Lydia, Pumpkin o Splitwise**. En Francia, por ejemplo, un 72% de los encuestados utiliza PayPal frente al 9% que utiliza Lydia.

Los consumidores están a favor del pago aplazado, para poder elegir dónde comprar

LOS COMPRADORES EUROPEOS UTILIZAN HABITUALMENTE EL PAGO APLAZADO

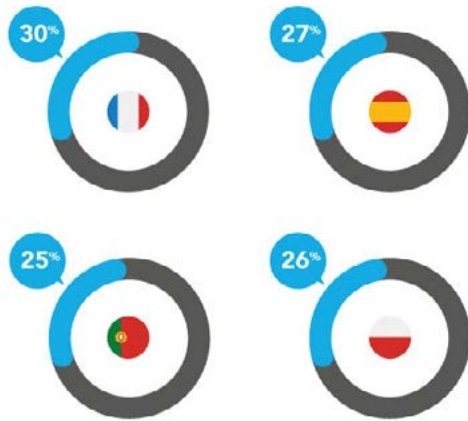


El estudio confirma que el pago aplazado genera una fuerte expectación en el consumidor y es un activo para las empresas. **El pago en varios plazos** se utiliza en Francia (59%), Polonia (60%), **España (62%)** y Portugal (62%) prácticamente en la misma proporción: **6 de cada 10 consumidores lo utiliza al menos una vez al año.**

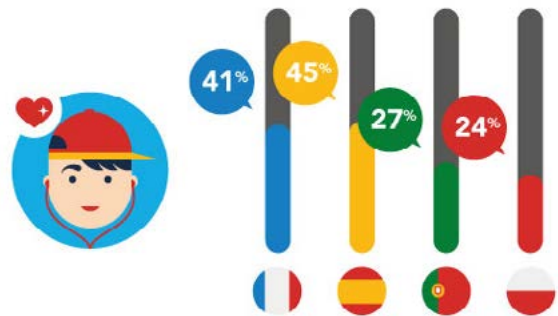
El pago aplazado se ha convertido en un elemento decisivo en el proceso de decisión de compra. Un 50% de los consumidores europeos, pospondría su compra si la tienda no permite fraccionar la compra, **y uno de cada tres elige comercios que ofrecen el pago aplazado como prioridad.**

Los usuarios entre los 18 y los 24 años son particularmente sensibles a este servicio, especialmente en Francia y España.

EL PAGO APLAZADO ES DETERMINANTE EN LA ELECCIÓN DE UN COMERCIO PARA UNO DE CADA CUATRO COMPRADORES



LOS JÓVENES EN (18-24 AÑOS) PREFIEREN LOS COMERCIOS QUE OFRECEN PAGO FRACCIONADO



Nuevos medios de pago: seguridad como primer criterio de elección

Los consumidores de los cuatro países encuestados, se muestran cada vez más habituados al uso de medios de pago innovadores: **Entre un 10 y un 25% ya ha utilizado en alguna ocasión uno de estos nuevos medios** (pago móvil, pago biométrico, pago conectado, pago a través de redes sociales, etc.).

El pago móvil gana terreno: Dos de cada diez españoles ya lo utiliza. El pago móvil está consiguiendo hacerse su propio hueco, lentamente pero con seguridad: se percibe como un medio práctico, pero también como una forma de estar actualizado, sentirse libre y conectado. **En Portugal (27%), España (23%), y Polonia (29%), 3 de cada 10 consumidores usan sus dispositivos móviles para pagar.** Los franceses son los más reacios, con solo un 12% de usuarios pagando con el móvil. **Comida y ropa son los productos más comprados en estos casos.**

1 DE CADA 4 CONSUMIDORES YA UTILIZA EL PAGO MÓVIL EN ESPAÑA



En las tiendas, la autonomía es la tendencia dominante y los servicios de pago que la fomentan se están multiplicando: pago automático (utilizado de forma frecuente por un 74% de los franceses), cajas de auto-pago (utilizadas por un 40% de los usuarios españoles) o los servicios de compra tras probar el producto "Test & buy" (utilizado regularmente por un 14% de usuarios en Polonia). **Sin embargo, el pago directo al vendedor sigue siendo la fórmula más utilizada (por un 65% de los franceses).**

A pesar de que los consumidores están dispuestos y acostumbrados a pagar de nuevas formas, tanto en tienda como online, **9 de cada 10 esperan encontrar un método de pago seguro**, una condición que puede convertirse en una barrera para comprar si no se cumple. **Entre las 4 expectativas del cliente, la seguridad es lo primero: seguridad (53%), simplicidad (16%), velocidad (13%) y confidencialidad (12%).**

Entre aquellos que se niegan a comprar y pagar online, **la seguridad y la confianza siguen siendo las principales preocupaciones** para el 28% de los franceses, el 23% de los españoles, el 19% de los portugueses y el 6% de los polacos.

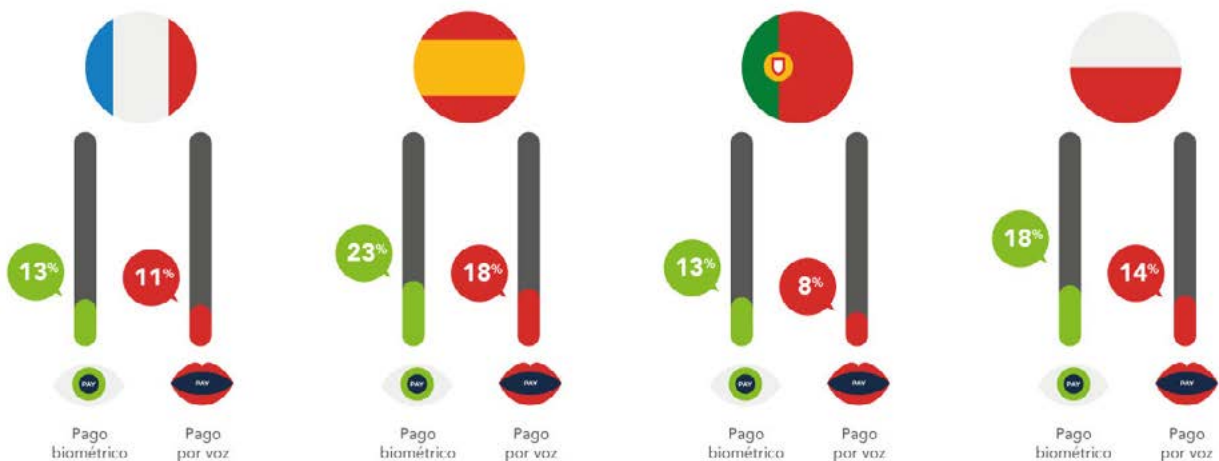
Los consumidores aún son reacios a digitalizarse y esperan un toque humano en su experiencia de compra

Más de la mitad de los consumidores europeos no se sentiría molestos ante la desaparición del pago en efectivo: el 53% de los franceses, el **73% de los españoles**, el 74% de los portugueses y el 84% de los polacos afirma que se trata de un progreso o bien son indiferentes a ello.

En general, los consumidores europeos **están abiertos a nuevas experiencias de compra y ya están utilizando el pago biométrico** (huella digital, retina, reconocimiento facial) o voz. De hecho, el 23% de los españoles ya ha utilizado el pago biométrico, y el 18% de pago por voz. Sin embargo, muchos aún desconfían de los métodos de pago futuros, especialmente si son 100% digitales: en el caso del pago automático en tienda, muchos lamentarían perder el contacto humano en el proceso de pago (el 41% de los franceses, el 33% de los portugueses) y tendría la impresión de estar saliendo sin pagar (37% de los polacos, 24% de los españoles).

El estudio revela un gran interés en las nuevas formas de comprar, pero el apego al contacto humano permanece intacto: el acto de comprar genera satisfacción, más allá de las áreas en las que se esperan mejoras (seguridad, confidencialidad, velocidad y mantenimiento del contacto humano). La intervención de una persona en el proceso de pago todavía tiene un papel esencial para garantizar el éxito de la experiencia de compra: (para simplificar el proceso para el 55% de los franceses, y para aumentar la seguridad para el 41% de los españoles, el 47% de los portugueses y el 37% de los polacos).

2 DE CADA 10 CONSUMIDORES EN ESPAÑA YA HA UTILIZADO EL PAGO BIOMÉTRICO (HUELLA, RETINA, RECONOCIMIENTO FACIAL) O EL PAGO POR VOZ



Metodología del estudio

- Investigación cuantitativa realizada en los siguientes 4 países. Francia (1.003 encuestados), España (1.015), Portugal (1.007) y Polonia (1.005).
- Ejemplos representativos en base al género, la edad, el área residencial y la actividad profesional.
- Entrevistas online realizadas entre el 17 y el 24 de abril de 2019 a través del Sistema CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Contacto Partners - Oney España

Eduardo Sanz Forriol

esanz@oney.es

Francisco Javier Goya Olivera

fjgoya@oney.es

Contacto Comunicación - Oney España

Esther Maroto Almarcha

emaroto@oney.es

Descubre más sobre nosotros en nuestro Blog, nuestra página web y en nuestras redes sociales:



@oneyEsp



@oneyEsp



Oney



Blog blog.oney.es

oney
Tu libertad financiera