

# MEDIOS DE PAGO

## Tendencias y percepciones de los consumidores

### USO Y CONOCIMIENTO DE MEDIOS ALTERNATIVOS

- Las percepciones de usuarios muestran un **dominio del efectivo** como método habitual para el pago, con un 86,1% de sus transacciones, seguido de la **tarjeta de débito** (64,4%) que destaca no obstante por su utilización para la retirada de efectivo en cajeros.

A ambos medios le siguen las **tarjetas de crédito** (ligeramente por encima del 50%), las **transferencias bancarias** (37,9%), las **plataformas de pago** (33,1%) y los **pagos con el móvil** (27,8%), **cheques** (2,4%) y **dinero virtual** (0,8%)

- Los medios de pago conectados al móvil se usan con mayor frecuencia e intensidad por **la población menor a los 45 años**. Que las aplicaciones de **pago en el móvil** (App) resultan el medio de pago más joven, es decir, el preferido por los rangos etarios más adolescentes. O el destacable uso escaso de las tarjetas de crédito entre los menores de 45 años.

-Idea clave: la aceptación y la adecuación a pagos de pequeña cuantía son el principal criterio para la extensión y utilización de cada medio de pago a nivel usuario.

- Las transacciones con el dinero plástico son las que dominan actualmente el sector de los pagos electrónicos en nuestro país y es que, de acuerdo con los datos estadísticos del Banco de España, los **abonos con tarjeta suman un importante volumen de operaciones**: en 2018 se ejecutaron 3.903,6 millones, para realizar pagos por un total de 147.431,09 millones de euro.

- Que los consumidores españoles pagan cada vez más con tarjeta es un hecho, pero el **efectivo no pierde, de momento, su relativo liderazgo** y presencia en el mercado.

### CONSUMO DIGITAL

- El **74,34%** sigue prefiriendo acudir a los canales de venta tradicionales. Cabe destacar que el 20,20% de los encuestados declaran compatibilizar ambos tipos de consumo.

# MEDIOS DE PAGO

## Tendencias y percepciones de los consumidores

- El importe condiciona al medio de pago. Y por extensión, también lo hace el producto. Un 61,73% declaró que el tipo de producto/servicio predetermina el método de pago a utilizar.

- Sobre si el importe a pagar determina la decisión para escoger la forma de pago entre efectivo o un medio de pago electrónico, la respuesta de los usuarios es contundente: para casi 3/4 de los consumidores, sí es un factor determinante (73,94%).

### INSTRUMENTALIDAD

- Los obstáculos se relacionan con dos elementos fundamentales: el primero, el nivel de aceptación actual en los establecimientos (carencia de tecnología en el TPV, como la NFC, o importes mínimos). El segundo elemento, relacionado con condicionantes de uso y/o equipamiento: datos, batería, dispositivo obsoleto sin soporte...etc.

- Las tarjetas (crédito o débito), por su parte, encontrarían dos frenos concretos que limitan la extensión de su uso, según la muestra: el primero, su no adecuación para pagos de escaso importe, según qué establecimientos. El segundo referido a la no adaptación para pagos del día a día. El tercero son los costes adicionales: pagar cuota por el servicio de pago o comisiones, en el caso de tarjetas de crédito.

#### ¿Obstáculos en dispositivos móviles?

- Factores tales como la calidad y costo de la conexión, disponibilidad de batería, obsolescencia o sistemas operativos anticuados en los dispositivos móviles, falta de conocimiento o bien de aceptación por parte de la entidad cobradora, bloquean el auge de los canales en dispositivos móviles para los pagos.

- La baja aceptación de estos medios por falta de inadecuación en los TPV es una razón que indican principalmente los más jóvenes (menos de 35 años), mientras que los mayores se inclinan más por los condicionantes del móvil (equipamiento técnico o falta de conocimiento).

# MEDIOS DE PAGO

## Tendencias y percepciones de los consumidores

- Más del 60% de consumidores declaran hacer uso de aplicaciones móviles para la gestión, consulta y/o control de gasto de cuentas o productos financieros en sus dispositivos móviles.

### VALORACIÓN

- **La confianza y seguridad** destacan sobremanera en la experiencia del usuario, siendo el parámetro decisivo

- **Aceptación y facilidad de uso** se constituyen en el eje principal de aceptación de las tarjetas, al tiempo que presenta mayor debilidad en confidencialidad y seguridad.

- Los medios de pago conectados al móvil muestran, según sus usuarios, la mayor debilidad en el nivel de aceptación

- La percepción de los medios de pago **presenta mínimas variaciones por género**

- **La edad no determina un patrón** de relación con los medios de pago usados habitualmente