

LOS PAGOS INTEGRADOS SE CONSOLIDAN EN ESPAÑA: UN 25% DE LA POBLACIÓN BANCARIZADA REALIZA SUS PAGOS A TRAVÉS DE APLICACIONES MÓVILES

- Un 25 % de los españoles realiza los pagos a través de aplicaciones móviles, liderando así el ranking europeo, según recoge el [XI Informe de Tendencias en Medios de Pago de Minsait Payments](#)
- Las apps de pago entre particulares a través del móvil experimentan un crecimiento generalizado en el último año para todo tipo de operaciones: el 57% de los españoles las ha utilizado en el último mes
- La modalidad de financiación Buy Now, Pay Later todavía es poco conocida (43%) y utilizada (34%) entre los españoles

Madrid, 31 de mayo de 2022.- Minsait Payments, la filial de medios de pago de Minsait, ha analizado el cambio en las tendencias de medios de pago en España en 2021, y constatado cómo las empresas españolas y los particulares han consolidado los medios de pago digitales como fórmula habitual.

En su [XI Informe de Tendencias en Medios de Pago](#), [Minsait Payments](#) arroja luz sobre el comportamiento de los pagos ante la digitalización y observa que España es de los países europeos donde la población realiza más pagos a través de aplicaciones móviles (25% de la población en 2021, un 10% más respecto a 2020).

El uso de dispositivos móviles para comprar productos y/o servicios por internet viene creciendo año a año. Ya son 6 de cada 10 los españoles que se decantan por este dispositivo, por lo que tiene sentido que el usuario acepte esta modalidad fácil de usar, cómoda y rápida. “El usuario no tiene que suministrar los datos de la tarjeta en cada pago, simplemente basta apretar un botón para lograr una aprobación más rápida y recibir la confirmación que le informa dónde y cuándo la transacción se efectuó”, matizan desde Minsait Payments.

Como resultado, realizar una compra online, financiar un producto en modalidad Buy Now, Pay Later, realizar un pago entre particulares vía in-app o la contratación de una tarjeta sea cada vez una experiencia más frictionless.

Nuevo ecosistema de pagos digitales

Las tecnologías digitales facilitan un contexto en el que cada vez más las compañías aúnan la experiencia del negocio con la del pago, y aquí es donde surgen los nuevos medios de pago integrados, que dan paso a una nueva cultura enfocada a minimizar la fricción existente en torno al momento del pago a través de soluciones más eficientes y orientadas a la explotación de la inteligencia del dato.

Muchas empresas están incorporándolos directamente en sus propios productos, desarrollando un nuevo proceso de pago sin intermediarios y convirtiéndose así en facilitadores de pago. Esto aporta un mayor control sobre sus transacciones económicas de principio a fin, lo que profundiza las relaciones con los usuarios, optimiza sus costes y su tiempo, así como brinda una experiencia totalmente integrada a sus clientes.

El informe también destaca que el nuevo ecosistema de pagos será omnicanal, cada vez más rápido, fácil de usar y cómodo mediante capacidades innatas a todo tipo de dispositivos conectados, lo que traerá consigo el despliegue de nuevos servicios de valor añadido al mero pago.

En este sentido, se constata que los pagos ya no son un negocio exclusivo de los bancos. Las personas seguirán realizando operaciones bancarias con ellos, pero no en la relación directa y tradicional que hemos visto durante tanto tiempo. En su lugar, veremos cómo las personas realizan sus operaciones bancarias, cada vez más, a través de sus marcas favoritas, estableciéndose un círculo virtuoso entre los bancos y las marcas.

Los bancos seguirán adquiriendo clientes a través de las enormes bases de usuarios existentes de las marcas de consumo, las marcas de consumo mejorarán el valor que aportan a sus clientes y el sector en general se beneficiará de empresas centradas en el usuario que aportan una mirada nueva a la banca.

Un primer paso dentro de las finanzas integradas, en la que las empresas pueden ofrecer también otros servicios financieros, incluidos préstamos, seguros e inversiones, lo que se traduce en experiencias más intuitivas y significativas a los clientes.

La nueva cadena de valor de los pagos está conformada y aspira a crecer en los datos y en las capacidades preventivas, predictivas y prescriptivas de la Inteligencia Artificial. El IoT y el Open Banking suponen avances en la oferta de soluciones seamless y omnicanal a los usuarios, con la consecuente aparición de nuevos modelos de negocio y casos de uso.

España lidera el ranking europeo de uso de medios de pagos digitales

El informe también recoge datos que evidencian cómo los raíles de pago digitales se están imponiendo a los más tradicionales (efectivo) en un momento en el que el español está habituado a utilizar hasta tres instrumentos de pago diferentes a lo largo del mes.

La tarjeta, utilizada mensualmente por el 90% de los españoles, deja atrás su status de commodity para convertirse en un instrumento de pago clave para articular nuevas formas de financiación, realizar compras seguras y cómodas gracias a las nuevas capacidades de emisión instantánea y tokenización para su digitalización en billeteras como las de Apple Pay, Google Pay o Samsung Pay.

En lo que respecta al pago móvil, la modalidad NFC es claramente dominante en España (66%), mientras sube notablemente el pago in-app, pasando de un 15,7% en 2020 a un 25% en el periodo actual.

Por su parte, los pagos inmediatos experimentan un crecimiento generalizado en el último año para todo tipo de operaciones: el 57% de los españoles ha utilizado apps de pago entre particulares a través del móvil en el último mes.

Paralelamente aparecen nuevos botones para financiar compras, si bien es cierto, esta modalidad financiación Buy Now, Pay Later todavía es poco conocida (43%) y utilizada (34%) entre los españoles.

Con todo, el despliegue de los sistemas de pago integrados aporta un valor diferencial habilitando al negocio nuevas vías de monetización alrededor de los pagos y ofreciendo experiencias más intuitivas y significativas a los clientes.

Si bien los pagos integrados se encuentran en una etapa incipiente, se espera que la industria de pagos integrados de Europa registre un CAGR del 19.9% durante 2022-2029 llegando a los 58.464 millones de dólares*.

Acerca de Minsait Payments

Minsait Payments (<https://www.minsaitpayments.com>) es la filial de medios de pago de Minsait que ofrece capacidades en procesamiento y soluciones innovadoras de pagos digitales. La compañía

apuesta por un modelo de procesamiento transversal orientado a empresas con una naturaleza tecnológica, ya sean fintech, bancos, retailers o grandes tecnológicas. Minsait Payments cuenta con más de 25 años de experiencia y un equipo de más de 1.000 profesionales especializados en pagos. Actualmente, ofrece servicios a más de 50 clientes en 15 países de Latinoamérica y Europa y procesa más de 220 millones de tarjetas en todo el mundo.

Acerca de Minsait

Minsait (www.minsait.com) es la compañía de Indra líder en transformación digital y Tecnologías de la Información. Minsait presenta un alto grado de especialización y conocimiento sectorial, que complementa con su alta capacidad para integrar el mundo core con el mundo digital, su liderazgo en innovación y en transformación digital y su flexibilidad. Con ello, enfoca su oferta en propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones end-to-end, con una notable segmentación, lo que le permite alcanzar impactos tangibles para sus clientes en cada industria bajo un enfoque transformacional. Sus capacidades y su liderazgo se muestran en su oferta de productos, bajo la denominación Onesait, y su oferta transversal de servicios.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. A cierre del ejercicio 2021, Indra tuvo unos ingresos de 3.390 millones de euros, más de 52.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.