

EL 63% DE LOS ESPAÑOLES AUMENTARÍA SUS COMPRAS ONLINE SI SE SIMPLIFICARA EL PROCESO DE PAGO

- **Según un estudio realizado por Visa y Pecunpay (una compañía de Minsait Payments), en colaboración con Ditrendia, el 67% de los usuarios destaca el valor del pago con un solo clic, que combina comodidad y seguridad**
- **El 76% de los usuarios elige las tarjetas como método preferido para pagos internacionales debido a su comodidad y seguridad**

Madrid, 27 de febrero de 2025.- El 63% de los consumidores considera esencial simplificar el proceso de compra online para aumentar su actividad. Esta conclusión forma parte del informe “Comportamientos y preferencias de pago de los usuarios”, elaborado por Visa y Pecunpay en colaboración con Ditrendia. El estudio analiza cómo los consumidores eligen y utilizan los métodos de pago en diferentes contextos: comercio electrónico, viajes internacionales, envío de dinero al extranjero, pagos en establecimientos físicos y su relación con las entidades financieras.

En el ámbito del comercio electrónico, un 67% de los usuarios destaca el valor del pago con un solo clic, que combina comodidad y seguridad, dos de los aspectos más demandados por los consumidores digitales. Soluciones como Click to Pay de Visa eliminan la necesidad de introducir manualmente los datos de pago en cada compra, mejorando significativamente la experiencia del usuario y fomentando mayores tasas de conversión en los comercios.

Según Eduardo Prieto, director general de Visa en España, “la simplificación del proceso de compra no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también reduce el abandono en los carritos y puede ayudar a los comercios a incrementar su facturación. Nuestro análisis confirma que, en un mundo cada vez más digital, la innovación en los pagos es clave para acelerar el crecimiento del comercio electrónico, fortaleciendo la confianza de los consumidores y creando un entorno propicio para que las empresas crezcan”.

En palabras de Enrique Álvarez, director general de Pecunpay, “el ritmo al que cambian las preferencias y comportamientos de pago de los usuarios, hacen que tengamos que estar siempre a la vanguardia de la innovación de servicios de pago para ofrecer productos ágiles y adaptados a las necesidades del consumidor, tanto en canal físico como en digital. Según hemos podido confirmar en este estudio, la pauta la marca el consumidor, y nosotros, como empresas especializadas, debemos estar alineados con sus expectativas para construir un ecosistema de pagos eficiente y cada vez más conectado a nivel global’.

Pagos internacionales y envío de dinero al extranjero

El estudio también revela que las tarjetas se han consolidado como el método preferido para realizar pagos en el extranjero, con un 76% de los consumidores optando por esta solución debido a su comodidad y seguridad. Este método permite evitar la gestión de efectivo y el cambio de divisas, ofreciendo una opción práctica y confiable en cualquier destino.

En cuanto al envío de dinero al extranjero, las plataformas digitales y los neobancos se presentan como las opciones preferidas por un 62% de los usuarios, frente al 41% que todavía recurre a transferencias bancarias tradicionales. Los consumidores priorizan la rapidez (59%), la transparencia en los procesos (57%) y las comisiones reducidas (50%) como factores clave para confiar plenamente en estos servicios. Innovaciones

como Visa Direct, que permite el envío de dinero en tiempo real a más de 90 países, responden a estas demandas y fortalecen la confianza en las soluciones digitales.

Establecimientos físicos: conveniencia por encima de todo

En el comercio físico, las tarjetas son el método de pago digital predominante, con un 95% de los consumidores utilizándolas en sus transacciones diarias. Este método refleja la confianza en su seguridad, especialmente para pagos de mayor importe, mientras que el efectivo sigue siendo relevante en transacciones pequeñas o en contextos específicos, como mercados locales.

El 71% de los consumidores valora la conveniencia como el aspecto más importante al elegir un método de pago en establecimientos físicos. Esto subraya la necesidad de que los comercios en todo el mundo implementen soluciones rápidas y fáciles, como los pagos *contactless*, que permiten transacciones ágiles sin comprometer la seguridad.

Banca abierta y multibancarización: tendencias en auge

El informe también destaca la creciente digitalización en la relación con las entidades financieras. La banca móvil se consolida como el canal más utilizado para operaciones bancarias con un 82% de los usuarios recurriendo a las aplicaciones frente a otros métodos como la web (40%), los cajeros automáticos (34%) o las sucursales tradicionales (29%).

Además, el fenómeno de la multibancarización sigue en auge, con un 57% de los consumidores gestionando cuentas en dos o más entidades. Soluciones como el open banking ganan popularidad, con un 42% de usuarios que ya las utilizan para centralizar la gestión de sus finanzas en un mismo lugar. Estas herramientas representan una oportunidad clave para que las entidades financieras colaboren en el desarrollo de soluciones integradas que refuerzen la fidelización y mejoren la experiencia del cliente, ofreciendo mayor comodidad y practicidad.

Puedes acceder al informe completo desde [aquí](#)

**Los estudios de casos, las estadísticas, la investigación y las recomendaciones se proporcionan "TAL CUAL" y están destinados únicamente a fines informativos, por lo que no deben utilizarse como asesoramiento operativo, de marketing, jurídico, técnico, fiscal, financiero o de otro tipo. Visa Inc. no garantiza la integridad o exactitud de la información contenida en este documento, ni asume ninguna responsabilidad que pueda derivarse de la confianza depositada en dicha información. La información contenida en este documento no pretende ser asesoramiento jurídico, por lo que se recomienda a los lectores que soliciten el asesoramiento de un profesional jurídico competente cuando lo necesiten.*

Acerca de la investigación

Para la realización del informe "Comportamientos y preferencias de pago de los usuarios" Ditrendia ha llevado a cabo 1.500 encuestas online a usuarios de entre 18 y 65 años de toda España, donde se consideraron variables sociodemográficas como la edad y la localización, con muestras representativas de cada generación en grandes ciudades, medianas, pequeñas localidades y zonas rurales.

Acerca de Visa

Visa (NYSE: V) es líder mundial en pagos digitales, facilitando transacciones entre consumidores, comercios, instituciones financieras y entidades gubernamentales en más de 200 países y territorios. Nuestra misión es conectar el mundo a través de la red de pagos más innovadora, cómoda, fiable y segura, permitiendo a

particulares, empresas y economías prosperar. Creemos que las economías que incluyen a todos en todas partes elevan a todos en todas partes y ven el acceso como fundamental para el futuro del movimiento de dinero. Más información en Visa.es.

Acerca de Pecunpay

Pecunpay (<https://pecunpay.es>) es una entidad de dinero electrónico (EDE) supervisada por el Banco de España (BdE) que pone a disposición de sus clientes soluciones personalizadas para sus sistemas de medios de pago, dándoles cobertura legal y tecnológica a través de procesos de integración basados en APIs y bajo un modelo de marca blanca. La compañía española, adquirida por Minsait Payments (Grupo Indra), forma parte de la amplia cartera de servicios que ofrece la corporación, reforzando especialmente el modelo de negocio de pagos en diferentes geografías.

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 30 años de experiencia y un equipo de más de 1.300 profesionales especializados en pagos. Actualmente, ofrece servicios a más de 150 clientes en 20 países de Latinoamérica.

Acerca de Indra Group

Indra Group (www.indracompany.com) es un holding empresarial que promueve el progreso tecnológico, del que forman parte Indra, una de las principales compañías globales de defensa, tráfico aéreo y espacio; y Minsait, líder en transformación digital y tecnologías de la información en España y Latinoamérica. Indra Group impulsa un futuro más seguro y conectado a través de soluciones innovadoras, relaciones de confianza y el mejor talento. La sostenibilidad forma parte de su estrategia y de su cultura, para dar respuesta a los retos sociales y ambientales presentes y futuros. A cierre del ejercicio 2024, Indra Group tuvo unos ingresos de 4.843 millones de euros, presencia local en 49 países y operaciones comerciales en más de 140 países.