

España, uno de los países más familiarizados con el Pay by Bank según Brite Payments

El 92% de los españoles encuestados está familiarizado con el Pay by Bank. Casi la mitad de los españoles citan la rapidez y la seguridad como principales razones para optar por el pago por banco (también conocido como pago de cuenta a cuenta o A2A)

En su continuo esfuerzo por liderar la innovación en el sector de pagos instantáneos, Brite Payments lanza nuevos insights del estudio "Instant Economy Payment Insights: 2024". Realizado en colaboración con YouGov, el estudio encuestó a más de 8.000 consumidores en seis mercados europeos clave (España, Reino Unido, Países Bajos, Francia, Finlandia y Alemania), destacando tanto diferencias significativas como similitudes entre España y Francia. Además, la encuesta ofrece una visión detallada de cómo los consumidores españoles están adoptando nuevas tecnologías de pago y cuáles son sus preferencias y reticencias.

"Los resultados de este estudio reflejan la dinámica y evolución de los hábitos de consumo y las preferencias de pago en España. Brite Payments está comprometida a liderar esta transformación, ofreciendo soluciones que no solo responden a las necesidades de seguridad y comodidad de los consumidores, sino que también apoyan la inmediatez que demandan las transacciones modernas" afirma Lena Hackelöer, CEO de Brite Payments. "En mercados como el español, observamos una gran predisposición al uso de nuevos métodos de pago, sobre todo por su facilidad de uso, porque no supone gastos adicionales (54% de los encuestados) y por su nivel de seguridad (para el 48% de los encuestados). Claramente, España es un mercado clave en nuestra estrategia".

Los consumidores españoles, los más dispuestos a probar nuevos métodos de pago

La forma de pagar de los consumidores está cambiando, y el Pay by Bank, o pago por banco, se perfila como una opción cada vez más atractiva para los españoles y se posiciona entre los tres primeros métodos de pago entre los países encuestados.

El estudio posiciona a España como país que encabeza la lista de predisposición a probar nuevos métodos de pago y revela un amplio conocimiento y aceptación de métodos de pago innovadores en nuestro país (el 50% de los españoles está dispuesto a probar nuevos métodos de pago, muy por encima de los vecinos franceses, que no llegan al 30%).

Más aún, el 92% de los encuestados asegura estar familiarizado con los pagos a través del banco (Pay by Bank), solo por detrás de los Países Bajos (97%). Este método es especialmente popular entre los jóvenes y aquellos con mayores ingresos, reflejando una tendencia hacia la digitalización y la comodidad en las transacciones financieras.

Contrastando con España, Francia muestra un enfoque más cauteloso. Solo el 28% de los encuestados franceses están familiarizados con Pay by Bank, y un 45% nunca ha oído hablar de este método de pago, lo que destaca la prevalencia de formas de pago tradicionales, incluso en una era

cada vez más digital.

Preferencias y Tendencias de consumo de los españoles

El estudio arroja interesantes datos de las preferencias de pago de los españoles, destacando las siguientes:

Tarjetas de débito y crédito: Mientras que el uso de tarjetas de débito sigue siendo popular entre los consumidores de 40 a 50 años, la tarjeta de crédito es preferida por los boomers. Los motivos principales para su uso incluyen la facilidad de uso y la seguridad en las compras.

Pago aplazado y cartera digital: El pago aplazado es menos frecuente, con un uso limitado principalmente entre los más jóvenes. La cartera digital, por otro lado, es más utilizada por hombres entre 30 y 49 años, destacando la importancia de la seguridad y la comodidad.

Comportamiento de compra online

En términos de comportamiento de compra online, los consumidores nacionales lideran en Europa en la adquisición de viajes y hoteles, e-commerce, y venta de entradas, con un 47% comprando viajes y hoteles en línea, seguido de la compra de entradas con un 36%. Estas cifras sugieren una sociedad inclinada hacia el entretenimiento y el uso de plataformas digitales para la adquisición de bienes y servicios.

En comparación, la precaución en Francia hacia nuevos métodos de pago refleja una menor adopción de comercio electrónico en comparación con España.

Factores decisivos en la elección del método de pago

Según la media de los países encuestados, la seguridad (59%) y la facilidad de uso (54%) son los factores más valorados a la hora de elegir un método de pago, seguidos por la rapidez de la operación (46%). Esto subraya la importancia de proporcionar soluciones de pago que no solo sean seguras y fáciles de usar, sino también rápidas y eficientes como valores emergentes.

Desafíos y oportunidades de los nuevos métodos de pago

A pesar de la alta tasa de digitalización, el 22% de los europeos encuestados menciona la obligación de crear una cuenta de usuario como una barrera significativa, mientras que el 19% ve la necesidad de utilizar una aplicación para efectuar pagos como un inconveniente.

"Brite Payments se compromete a transformar el mercado de pagos, ofreciendo soluciones que no solo responden a las necesidades de seguridad y comodidad de los consumidores, sino que también apoyen la inmediatez que demandan las transacciones modernas", afirma Lena Hackelöer, CEO de Brite Payments. "Observamos una gran predisposición al uso de nuevos métodos de pago en España, lo que la convierte en un mercado clave y muy relevante, a medida que seguimos ampliando nuestra cobertura de productos en nuestra estrategia de expansión" concluye Hackelöer.

Brite Payments permite pagos y abonos instantáneos de cuenta a cuenta (A2A), aprovechando la infraestructura open banking de Europa. Brite anunció una recaudación de fondos de 60 millones de dólares en octubre de 2023 y está ampliando su presencia en mercados de toda Europa, a la vez que invierte en innovación tecnológica, sobre todo en Brite Instant Payments Network (Brite IPN), la red propiedad de la empresa para procesar pagos instantáneos.

Metodología de la encuesta

Todas las cifras, salvo que se indique lo contrario, son de YouGov Plc. La muestra total fue de 8.439 adultos. El trabajo de campo se realizó del 2 al 8 de enero de 2024. La encuesta se realizó online. Las cifras se han ponderado y son representativas de los adultos europeos (mayores de 18 años) en los siguientes países europeos: Reino Unido, Alemania, Francia, España, Finlandia y Países Bajos.

Datos de contacto:

Silvia Peralta
Agencia Incógnito
917 37 99 50

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Viaje](#) [Sociedad](#) [Madrid](#) [Cataluña](#) [Andalucía](#) [Ciberseguridad](#) [Consumo](#) [Innovación](#)
[Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>