

Estudio de Younited sobre el pago fraccionado

El 51% de los españoles que utiliza el sistema 'buy now pay later' lo hace también en tiendas físicas

- Un estudio de Younited desvela que el 41% de los consumidores en España que ha realizado adquisiciones entre 200 y 3.000 euros ya ha hecho uso del pago aplazado, por encima de la media europea (33%)
- La principal motivación de casi la mitad de los españoles (47%) para fraccionar un pago es la gratuidad del servicio

Madrid, 2 de julio de 2022 - Tras la crisis sanitaria, los pagos fraccionados forman parte tanto de comerciantes como consumidores. Se espera que este mercado en auge alcance un valor de 250.000 millones de dólares (aproximadamente, unos 230.000 millones de euros) en todo el mundo en 2025¹. Pero ¿cuáles son las expectativas de los consumidores europeos? ¿Qué características tiene el mercado del pago fraccionado español? [Younited, el principal proveedor de crédito instantáneo de Europa](#), responde a estas preguntas en un estudio paneuropeo sin precedentes dedicado a los retos de los pagos fraccionados. La encuesta, llevada a cabo junto al instituto de investigación independiente MixFactory, en Italia, España, Alemania, Francia y Portugal², identifica dos tendencias principales: el creciente interés de los consumidores por los pagos repartidos en un mayor número de mensualidades y la necesidad de conciliar la inmediatez y la protección del consumidor.

En España, el 51% de los consumidores que ha hecho uso del pago aplazado lo hizo principalmente en tiendas físicas

El 41% de los consumidores del mercado español que ha llevado a cabo adquisiciones entre 200 y 3.000 euros ha hecho uso del pago aplazado, porcentaje que se sitúa por encima de la media europea (33%). Asimismo, el 35% se muestra abierto a considerar este servicio; y apenas uno de cada cuatro (24%) no contempla esta alternativa de pago.

En España, el 51% de los consumidores que utiliza esta modalidad de pago lo hace especialmente en tiendas físicas, el segundo porcentaje más elevado de Europa detrás de Portugal (59%). Iberia es una excepción, ya que en el resto de los mercados europeos analizados, los encuestados fraccionan sus pagos principalmente para el comercio online. En este sentido, la principal motivación de los usuarios españoles para utilizar el pago aplazado es la gratuidad del servicio (47%). Esta es, sin duda, una de las palancas principales para el impulso de esta forma de pago.

Según los datos ofrecidos por Younited, una amplia mayoría de los españoles (70%) opta por aplazar pagos entre 500€ y 3.000€. La categoría de electrodomésticos, elegidos por el 28%, es la favorita de los españoles. Principalmente, elegimos aplazar estas compras de 5 a 12 cuotas³ (53%). A nivel europeo, nuestros vecinos también prefieren los periodos más largos: el 54% de alemanes e italianos y el 40% de los portugueses. La única excepción es Francia, donde únicamente el 22% de los usuarios

¹ Fuente [Xerfi](#)

² Metodología: El estudio de Younited se llevó a cabo en julio 2021, con MixFactory, un instituto de investigación independiente, en 5 países (Francia, Alemania, España, Portugal, Italia) a partir de una encuesta online realizada a una muestra de 2.500 personas distribuidas equitativamente en los 5 países mencionados y en las tres categorías siguientes: haber hecho alguna adquisición de entre 200 y 3.000 euros utilizando pagos fraccionados en los últimos 6 meses, estar haciendo una adquisición por valor de entre 200 y 3.000 euros utilizando pagos fraccionados en los próximos 6 meses, estar abierto a la posibilidad de utilizar pagos fraccionados en un futuro próximo.

³ Pequeño vencimiento: se refiere al uso de cuotas para cantidades pequeñas (entre 0 y 500 euros de media) y reembolsos rápidos (en su mayoría repartidos en 3-4 mensualidades). Por el contrario, los vencimientos "más largos" se refieren a la utilización de pagos fraccionados por importes superiores a 500 euros y en más de 4 mensualidades.

elige un plan de 7 o más plazos, aunque esto puede deberse a la limitación de oferta con esos planes disponibles.

La confianza en la entidad y la instantaneidad: claves para elegir el pago fraccionado

El 39% de los consumidores españoles asegura que la confianza inspirada por el vendedor es fundamental a la hora de optar por este tipo de servicios. Este factor también es prioritario para los franceses (53%) y los italianos (42%). Siendo menos determinante para el 27% de los portugueses y el 22% de los alemanes. Asimismo, en España, el 43% considera importante el conocimiento previo de la entidad, factor clave para la contratación de este servicio, y el 14% afirma que se decidió a hacer uso del pago aplazado porque conocía el comercio. De estos datos se concluye que la confianza es el elemento principal, pues seis de cada diez españoles se guían por la confianza en el negocio o en la entidad que lo ofrece.

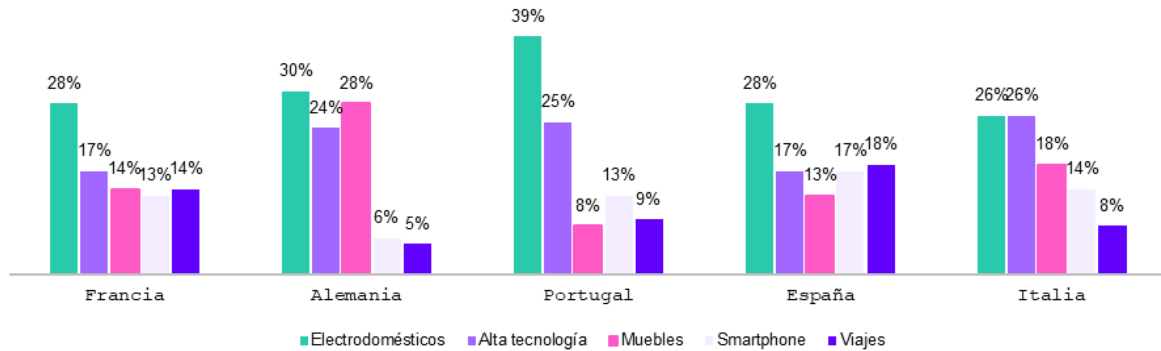
A corto plazo, teniendo en cuenta el gran número de fintechs que están entrando en este mercado nicho, se comprobará la capacidad de estas compañías de ofrecer una experiencia más segura para los clientes porque está regulada, más homogénea porque es internacional, y única porque es innovadora. Estos factores son decisivos para generar esta relación de confianza.

Por otro lado, la instantaneidad es ahora la norma en el mercado de pagos fraccionados. En España, el 34% de los consumidores de esta modalidad asegura que todo el proceso duró entre 1 y 3 minutos. Sin embargo, esta inmediatez no es apropiada para la mayoría de pagos con vencimientos largos, en los que a menudo se requiere una verificación más exhaustiva. La experiencia del cliente afecta a la transformación, ya que a mayor número de pasos y tiempo necesario para completar la petición, aumentan los consumidores que se desaniman durante el proceso.

A nivel europeo, en la mayoría de los casos, se requieren dos documentos para realizar un pago fraccionado. Este esfuerzo por ofrecer un viaje fluido al cliente y una respuesta rápida debería ir acompañado de una comprobación de crédito, pero esto solo es necesario para los pagos fraccionados de larga duración (más de 90 días).

En este ámbito, la PSD2⁴ permite un análisis más exhaustivo y rápido de la solvencia, sea cual sea el importe, para evitar el sobreendeudamiento y proteger al consumidor. Lamentablemente, todavía no está disponible de forma sistemática en el proceso de compra. En Francia, solo se ofreció al 26% de las personas que optaron por el pago a plazos, frente al 31% en España, el 32% en Portugal, el 35% en Alemania y el 38% en Italia.

⁴ PSD2: La Directiva de Servicios de Pago, conocida como PSD2, aprobada en 2015 por el Parlamento Europeo y que entró en vigor en septiembre de 2019, tiene como objetivo armonizar la normativa de pagos en la Unión Europea. Aplicada al crédito, permite una experiencia más sencilla para el cliente, incluso en grandes importes, ya que la directiva autoriza a una entidad a acceder directamente a sus extractos bancarios para realizar un análisis de crédito seguro, fiable e instantáneo. Para el comerciante, la tasa de aceptación obtenida es mayor.



Las 5 principales categorías de productos o servicios adquiridos con pago fraccionado en los mercados europeos analizados por Younited⁵:

Datos clave del estudio en España:

- El 41% de los consumidores que ha hecho adquisiciones entre 200 y 3.000 euros ya ha hecho uso del pago aplazado, por encima de la media europea
- El 51% de los consumidores que ha utilizado el pago fraccionado lo ha hecho en tiendas
- Casi la mitad (47%) opta por esta modalidad por la gratuidad del servicio
- El 39% de los consumidores españoles considera que la confianza inspirada por el vendedor es fundamental a la hora de elegir el pago aplazado

Datos clave del estudio en Europa:

- Más del 70% de los europeos conocen el pago fraccionado
- 1 de cada 3 consumidores lo utiliza (34% en Francia y Alemania, 26% en Italia, 41% en España, 48% en Portugal)
- Las principales 3 razones a nivel europeo para elegir una solución de pago fraccionado: repartir los gastos en el tiempo, equilibrar el presupuesto, llegar a fin de mes

Acerca de Younited

Younited es el principal proveedor de créditos instantáneos para la economía digital en Europa. La innovación constante, la tecnología de vanguardia y una experiencia de usuario excepcional han permitido que casi un millón de clientes tengan acceso a un crédito instantáneo, sencillo y transparente para reformar su casa, irse de vacaciones o comprar un nuevo smartphone. Younited ofrece un crédito instantáneo a lo largo de todo el recorrido del cliente, ya sea en la compra o en la banca, online o en la tienda, con una única experiencia de cliente Younited. Hasta 50.000 euros. Hasta 84 meses. Al instante.

Younited es líder en 5 países europeos y genera más de 2.000 millones de euros en GMV (Gross Merchandise Value, equivalente al volumen de transacciones) acumulado, con casi el 50% de su negocio fuera de Francia. Como pionero en el coaching presupuestario personalizado, Younited despliega una estrategia de crédito al servicio de todos para promover más transparencia y más inclusión. Younited ha iniciado el proceso para convertirse en una B-Corp certificada.

Más información: Younited-Credit.com y en [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/younited)

Contactos de prensa

⁵ De 100 consumidores que realizaron un pago fraccionado, el X% lo hizo para una compra de cada categoría



MARCO - younited@marco.agency

Victor Bastarós - 650 64 91 57

Celia Zamora - 683 358 704