

PAGANDO EN LA DISTANCIA

# PAGOS REMOTOS DE BIENES FÍSICOS

—

ESPAÑA & EUROPA













# Índice

---

LA COMPRA ONLINE DE  
BIENES FÍSICOS EN ESPAÑA,  
UN NEGOCIO AL ALZA

04

---

LOS ESPAÑOLES GASTAN MÁS  
EN REMOTO QUE LA MEDIA  
EUROPEA Y MUNDIAL

05

---

EL LIDERAZGO DEL MÓVIL  
EN VOLUMEN Y VALOR

07

---

LA OMNISCANALIDAD  
DEL PAGO MÓVIL

09

¿QUÉ IMPULSA LA COMPRA  
EN REMOTO DE BIENES  
FÍSICOS?

10

---

LOS FRENOS:  
OPTIMIZACIÓN Y SEGURIDAD

11

---

EL DESAFÍO DE LA  
‘EXPERIENCIA LÍQUIDA’  
EN LA COMPRA REMOTA  
DE BIENES FÍSICOS

12



## La compra online de bienes físicos en España, un negocio al alza

---

La tecnología se ha colado en todos los rincones de nuestra vida cotidiana y, guste más o menos, los límites entre lo físico y lo digital tienden a desaparecer. Desde un dispositivo móvil o un ordenador podemos gestionarlo casi todo, dónde y cuándo lo necesitemos. El comercio electrónico es uno de los sectores que mejor refleja este imparable proceso. La oferta y demanda de productos y servicios y las formas de pago se amplían y se integran en las estrategias omnicanal de las marcas.

Hasta principios de este año las compras de servicios (viajes, ocio, suscripciones y otros) encabezaban las listas de facturación en el mercado digital. En los últimos meses la compra online de bienes físicos ha ido ganando terreno, en particular en segmentos como moda, calzado y complementos, tecnología, electrodomésticos, alimentación, deporte o juguetes<sup>1</sup>.

Más del 56% de españoles a partir de 15 años de edad habrá realizado este año alguna compra de bienes físicos en remoto, frente a la media europea del 51%. En 2024 el porcentaje de población se acercará al 61% en España frente al 58% en el conjunto de Europa<sup>2</sup>.

La compra remota de bienes físicos en España moverá este año cerca, de 30 MM€, cifra que representa el 7% del total de Europa, y se acercará a los 37 MM€ en 2024, lo que implica un crecimiento del 26%. Europa sólo representa el 18% del total de las compras a distancia de bienes físicos en todo el mundo. Un negocio liderado, a años luz, por China y que a nivel global factura más de 2 billones de euros.

---

<sup>1</sup> Ditrencia: Informe mobile 2020

<sup>2</sup> Juniper Research para Telecoming. Cifras originales en dólares convertidas a euros.



## Los españoles gastan en remoto más que la media europea y mundial

Este año se realizarán en España 735 millones de compras de bienes físicos en remoto, cifra que crecerá un 18% hasta los 868 millones en 2024. Cada español realizará en 2020 una media de 31,2 transacciones al año, frente a la media de 26,3 en Europa.

El gasto medio por español y año en bienes físicos adquiridos a distancia será de 1.240€ en 2020 y se incrementará un 14% hasta los 1.420€ en 2024. Estas cifras están por encima de la media de Europa y del promedio mundial, que se sitúan, en ambos casos, en torno a los 1.000€. La tendencia en este segmento del comercio digital apunta a un menor volumen de compras pero un gasto medio más alto, lo que anima a pensar que en España el negocio digital de bienes físicos aún tiene camino por recorrer.

El valor medio de compras de bienes físicos en remoto desde cualquier dispositivo rondará este año los 40€ en nuestro país, frente a los 36€ de media europea. En cuatro años, esa media superará los 42€ en España, un 7% más, frente a 35€ de media en Europa.

**+56%**

de los españoles mayores de 15 años habrá comprado algún bien físico en remoto este año.

**31,2**

transacciones de media realizadas por los españoles en 2020, frente a la media de 26,3 en Europa.





<sup>3</sup> PayPal mCommerce Study: Mobile, Trust & Social Buying Top-of-Mind

<sup>4</sup> Merchant Savvy: Mobile payment stats and trends

# El liderazgo del móvil en volumen y valor

Los consumidores están comprando desde el móvil más que nunca. El 78% de los usuarios en el mundo ha comprado algún producto físico desde el móvil en los últimos 6 meses<sup>3</sup>. A nivel global, las ventas móviles se han triplicado en los últimos cuatro años, pasando de casi 900MM€ en 2016 a más de 2,5B€ en 2020 y se espera que las ventas mundiales de comercio electrónico móvil superen los 3 billones de euros en 2021, lo que supondría casi el 73% del total de las compras online<sup>4</sup>.



El 85% de los españoles de más de 15 años ha pagado desde el ordenador alguna vez una compra de un bien físico. La proporción de los usuarios españoles que lo hace desde un smartphone se sitúa ahora en el 26%. Así, en 2024 el 32,5% elegiremos pagar desde el móvil, al tiempo que el ordenador pierde terreno, tanto a nivel nacional como global.

**Roberto Monge**  
CHIEF OPERATIONS  
OFFICER DE TELECOMING

El número de transacciones realizadas desde cualquier dispositivo móvil para adquirir bienes físicos crecerá un 46% en 2024 (6 puntos porcentuales más que el total europeo), pasando de 367 a 536 operaciones. A nivel mundial, las compras de bienes físicos desde el móvil crecerán un 56% en el mismo periodo.

En el caso de los ordenadores, por el contrario, la tendencia será a la baja. Portátiles y PC's pasarán de ser el medio utilizado en 368 operaciones en 2020 a 332 transacciones en 2024, lo que supone un descenso del 10%. El peso de estos canales en la compra a distancia de bienes físicos pasará del 23,5% este año al 21,2% en 2024.

*“La compra en remoto de bienes físicos desde dispositivos móviles moverá más de 13 MM€ este año y alcanzará una facturación de casi 23 MM€ en 2024 en España. Esto supone un espectacular crecimiento del 70% para ese periodo, muy por encima de las medias europea y mundial para las que se estiman incrementos del 46% y 59%, respectivamente”,* apunta Roberto Monge COO de Telecoming.

El gasto medio en estas compras desde el móvil pasará de unos 36€ este año a casi 42€ en 2024, lo que supone un incremento del 17%. Además de ser una tendencia al alza mucho más significativa respecto al conjunto de Europa y a nivel mundial, también el valor medio de estas compras desde los dispositivos móviles de los españoles es muy superior, ya que en el caso de Europa es de poco más de 31€ y la media global de unos 20€.

Frente al móvil, el valor medio de las compras en remoto de bienes físicos por ordenador es ahora algo superior, en torno a los 43€ este año. Pero ese será también el ticket medio dentro de cuatro años.

Según Roberto Monge, COO de Telecoming, *“la tendencia es que las operaciones en remoto desde el PC o los portátiles vayan perdiendo peso, tanto en España como en el resto de Europa. El valor medio se estancará y la media de operaciones en España por usuario y año pasará de 23 a 21 entre 2020 y 2024. En ese periodo, la facturación de este tipo de compras realizadas desde el ordenador pasará de 16MM€ a poco más 14MM€ en 2024, lo que supone un descenso del 11%. En definitiva, todo apunta al liderazgo del móvil también en este segmento de compras en remoto.”*







## La omnicanalidad del pago móvil

---

El entorno móvil envuelve todos los ámbitos de nuestra vida cotidiana. El 72% de la población internauta española compra online y el 68% lo hace a través del móvil (fuente ONTSI). Y aunque hay que esperar a los datos, todo apunta a que la pandemia de 2020 ampliará el mobilepasso en las compras en remoto.

Casi un 50% de los españoles cree que podrían desaparecer los cajeros y pagos en efectivo y más del 70% estaría dispuesto a dejar de usar efectivo<sup>5</sup>. La banca digital y los comercios se apresuran para ponerse al día y adaptarse, antes de lo previsto, a un entorno digital a golpe de móvil. Y todo ello incide en el crecimiento del eCommerce y la explosión del mCommerce. “Antes de lo que se preveía, el móvil estará totalmente integrado en todos los procesos y tipos de relación que se puedan entablar entre las marcas y los consumidores” señala Monge.

Tanto los jóvenes de generaciones ya más habituadas al uso de lo digital como grupos de población en tramos de edad más alta, como los llamados Silver (mayores de 55 años) han tenido que adaptar o agilizar su digitalización casi a la fuerza en el último año. Estos grupos de población amplían enormemente el espectro de potenciales compradores en remoto de todo tipo de productos y servicios.

Más allá de las carteras electrónicas de la banca, las fintech, el pago operador, las apps o pasarelas de pago independientes, se espera también un amplio recorrido para los pagos de bienes físicos a través de la propuesta de wallet del fabricante (OEM) como Apple Pay, Google Pay o Samsung Pay. Actualmente sólo el 5,2% de las compras de bienes físicos en España se paga con estos sistemas, pero se prevé que en los próximos 4 años ese porcentaje se duplique y alcance un peso del 12,6% en el total de compras remotas de bienes físicos.

El volumen de compras remotas de bienes físicos con el e-wallet del fabricante en España todavía es bajo, pero se estima un crecimiento del 1.036% en el periodo 2020-2024, alcanzando ese año un volumen superior a las 3.000 compras. La facturación del mercado de bienes físicos en España con los sistemas de pago OEM cerrará este año en torno a los 11 M€ (13 millones de dólares) y se incrementará nada menos que un 1.224% para superar los 145 M€ (171 millones de dólares) en 2024\*.

---

<sup>5</sup> N26, “De la libreta al móvil”

\*Estos datos se refieren a pagos remotos realizados bien en la aplicación bien online usando Apple Pay, Google Pay o Samsung Pay a través de integraciones y no incluyen los pagos contactless realizados en tienda física.



# ¿Qué impulsa la compra en remoto de bienes físicos?

---

La mejoría de los procesos de logística y transporte en las compras online, así como en los plazos y flexibilidad en las entregas, los envíos gratuitos o el seguimiento digital de los mismos, las posibilidades de financiación y los servicios de suscripciones influyen de forma positiva en el avance de las compras online. Roberto Monge, Chief Operations Officer de Telecoming explica: *“Son mejoras que completan la experiencia de un usuario que ya sabe aprovechar las ventajas del móvil para poder comprar lo que quiere, cuándo y desde donde quiere, y que también paga como quiere. Valora la flexibilidad, la sencillez y rapidez con la que el entorno digital responde a su necesidad y a sus preferencias en la compra y en el pago”*.



---

<sup>6</sup> Ditrencia: Informe mobile 2020

<sup>7</sup> PayPal mCommerce Study: Mobile, Trust & Social Buying Top-of-Mind

<sup>8</sup> Observatorio Cetelem eCommerce

## Los frenos: optimización y seguridad

La seguridad en los pagos móviles sigue siendo la mayor preocupación de comerciantes y consumidores en las compras en remoto, pero hay otras variables que también afectan al crecimiento del negocio.

Las tasas de abandono de compra desde el móvil son más altas (80%) que desde la tablet (77%) o el ordenador (74%)<sup>6</sup>. Y es que muchas páginas aún no están preparadas para el móvil y la experiencia de usuario se rompe en algún punto del itinerario. En muchas ocasiones la velocidad de carga impide la respuesta inmediata que el usuario está esperando. En otras, el abandono sucede en el momento del pago.

Una de las razones por las que se abandona la compra es que el consumidor no encuentre su opción de pago preferida. De hecho, el 21% de compradores desiste de la compra por este motivo<sup>7</sup>. Aquí también, la elección del cliente es la clave.

El 68% de los compradores online ya lo hacen a través del móvil. Aunque los marketplaces siguen siendo la opción preferida, pierden fuerza frente a las webs de las tiendas<sup>8</sup>. Sin embargo, todavía existe un gap a resolver entre el porcentaje de población que compra online y los comercios capaces de ofrecer una experiencia de usuario completa y satisfactoria, esto es, que también sea capaz de integrar la modalidad de pago que el cliente demanda.



**80%**

de los usuarios  
abandona la compra  
desde el móvil



**21%**

de los compradores  
desiste de la compra  
móvil por no encontrar  
su opción de pago  
preferida



## El desafío de la 'experiencia líquida' en la compra de bienes físicos

---

Con los nuevos desarrollos tecnológicos y las expectativas al alza del pago móvil, los comercios de bienes físicos tienen una oportunidad de oro para hacer crecer su negocio, si son capaces de ofrecer a sus clientes una experiencia digital única y memorable.

Las marcas ya no compiten sólo por lo que venden sino por cómo lo venden. El modelo retail que hace años se implantó con éxito, sobre todo en algunas grandes cadenas y firmas de lujo, genera la inmersión total del cliente en el universo de la marca. En la última década asistimos a la extensión de ese modelo al mundo digital. Está en el look and feel de las webs, o en los canales de comunicación con las audiencias. Pero quedan algunos huecos por rellenar.

En la economía móvil las marcas tienen que ofrecer una experiencia fluida, sin barreras a sus clientes, de manera que la conversación establecida entre ellos no se rompa en ningún momento.

La tecnología que acompaña al proceso de compra convencional no debería distinguirse por ser remota, sino que debería impregnarse también del universo de la marca y formar parte, una parte muy importante, de la experiencia de usuario. El reto es que el medio de pago en remoto no suponga un obstáculo y se integre en el universo de la marca.

**“Toda esa magia que las marcas son capaces de crear, puede desvanecerse en un clic si el medio de pago no cumple las expectativas del cliente o si éste se ve obligado a salir bruscamente del entorno de la marca que le había conquistado”**



**Roberto Monge**

CHIEF OPERATIONS  
OFFICER DE TELECOMING





nyamaget dili.









# Sobre Telecoming

---

Telecoming es una compañía internacional que desarrolla tecnología de monetización para servicios digitales. Su plataforma técnica tiene 3 pools de soluciones orientadas a mejorar la captación de clientes (AdTech y pago móvil), la rentabilidad de los clientes existentes (servicios de entretenimiento y apps) y los procesos operacionales de las empresas que operan en el entorno digital (BI y antifraude). Líder en la economía móvil desde 2008, Telecoming actualmente opera en 15 países. La Bolsa de Londres ha reconocido a la firma como una de las organizaciones europeas más inspiradoras. Además, se encuentra entre las empresas de mayor crecimiento en Europa, según el ranking Inc. 5,000 de Morningstar.

Más información: [www.telecoming.com](http://www.telecoming.com)





PAGANDO EN LA DISTANCIA

# PAGOS REMOTOS DE BIENES FÍSICOS

—

ESPAÑA & EUROPA