



Direct Carrier Billing Report 2022

Índice

Direct Carrier Billing Report 2022

04

Introducción

06

El Pago Operador, una realidad en la economía digital

07

Facturación y reparto del mercado de Direct Carrier Billing por regiones

08

Evolución por categorías (Global, Europa, España)

14

El smartphone lidera. IoT se posiciona

16

Evolución del mercado por tipos de dispositivo

18

España prefiere el smartphone

20

Oportunidades para el DCB en el nuevo ecosistema digital

22

El pago operador avanza en bienes físicos, ticketing y apuestas

24

El IoT, las alianzas estratégicas y Subscronomics impulsarán el DCB

m

o

u



Introducción.

La economía de los países, las empresas y las familias, el trabajo, la educación, el ocio y las relaciones personales no habrían podido desarrollarse como lo han hecho sin la conectividad y la digitalización. Y algo ha cambiado en el terreno de juego: los usuarios son ahora los que marcan el ritmo de la transformación digital y los negocios online superan con creces las expectativas marcadas.

La forma de consumir no sólo responde a unos hábitos impuestos por la movilidad y el tiempo, sino a un cambio de mentalidad en las prioridades de los usuarios en todos los ámbitos: personal, laboral y social. La economía digital se ha consolidado a un ritmo y con una fuerza imprevisible.

En febrero de 2022 había casi 8.300M de móviles conectados en todo el mundo, un 2,9% más que el año anterior, y casi 5.000M de usuarios de internet, lo que significa el 62,5% de la población mundial y un incremento del 4% (192 millones de personas más se incorporaron a la Red)¹. El tiempo de uso de internet a nivel mundial se sitúa en un promedio diario de casi 7 horas.

Los usuarios están cada vez más dispuestos a pagar por contenidos digitales y acceden en cualquier momento, desde cualquier lugar y desde diferentes dispositivos, ya sean los más tradicionales o los más novedosos como los Smart Speakers o los terminales VR.

A nivel mundial, más de 3.000M de personas consumen contenidos digitales. El 17% corresponde a la población europea y España supone el 5% de este mercado². 7 de cada 10 usuarios de internet en edad laboral (71,5%) dicen pagar por algún tipo de contenido digital cada mes³.

Al mismo tiempo, el comercio electrónico prosigue su tendencia al alza: casi 6 de cada 10 usuarios de internet (58,4%) ya compran algo en línea todas las semanas. Esta evolución se debe en parte al reciente y rápido aumento de las compras a través de las redes sociales. En la actualidad hay 4.600M de usuarios de redes sociales a nivel global, lo que supone más del 58% de la población mundial y la incorporación de 424 millones de nuevos usuarios (un 10% de incremento) respecto al año anterior.

El tiempo medio invertido en estos canales ha aumentado 2,27 horas. En este contexto, las empresas y marcas se han tenido que adaptar a contrarreloj a las demandas de los consumidores, decididos a incorporar el comercio social entre sus opciones de compra⁴.

El gasto en las diferentes categorías de contenidos digitales sigue creciendo, aunque las transacciones de otros tipos de productos y servicios conquistarán espacio progresivamente. Tanto

en contenidos como en nuevos segmentos, el pago móvil seguirá ganando interés para los comercios digitales, empujados por la mayor conectividad, las restricciones físicas y la estabilidad de las transacciones digitales.

La conectividad y la movilidad han impulsado un cambio en la tipología de usuario y la forma de consumir servicios digitales. A lo largo del día, los momentos de ocio son más, pero de menor duración. Y en esa ecuación, la experiencia de usuario de un servicio es cada vez más compleja pues en ella entran diferentes dispositivos, conexiones, momentos y necesidades. Los consumidores demandan una experiencia fluida desde el acceso hasta el pago y valoran la disolución del mismo en el proceso de compra.

Impulsada por los nuevos hábitos de consumo de una sociedad y unos usuarios hiperconectados, la economía de la suscripción también avanza hacia un nuevo nivel, en el que los sistemas de pago digital y, en particular, el Direct Carrier Billing (DCB) seguirán consolidándose como las opciones capaces de dar la respuesta a esas nuevas experiencias líquidas del usuario.

¹Global overview report 2022 We Area Social y Hootsuite

²Telecoming y Juniper Research

³Global overview report 2022 We Area Social y Hootsuite

⁴Global overview report 2022 We Area Social y Hootsuite

El DCB, una realidad en la economía digital.

En los últimos años el Direct Carrier Billing o pago operador ya era una alternativa real para el pago de contenidos y servicios en los países digitalmente más desarrollados. Ahora sus horizontes de mercado se extienden de forma considerable. Esta tecnología de pago sigue ganando terreno como opción atractiva tanto en países poco bancarizados como para nuevos perfiles de consumidores y también para un abanico mucho más amplio de transacciones.

Casi el

91%

del mercado de DCB a nivel global corresponde al consumo de contenidos digitales.

Facturación y reparto del mercado DCB por regiones

En términos globales, la facturación vía Direct Carrier Billing (DCB) de contenidos, comercio y servicios digitales pasará de 60.000M\$ en 2022 a 94.400M\$ en 2026, con incrementos interanuales en torno al 11%⁵.

Europa aporta el 20% a las cifras globales en 2022, con una facturación de casi 12.000M\$. Aunque seguirá creciendo a un ritmo de en torno al 7% cada año y facturará casi 16.000M\$ en 2026, su peso en el mercado global será para entonces del 17%, por el desarrollo del DCB en otras regiones del mundo.

G1.- GASTO TOTAL ATRIBUIDO A DCB⁶

	2022	2023	2024	2025	2026
Global	\$59.986M	\$66.334M	\$73.823M	\$82.996M	\$94.429M
Europa	\$11.834M	\$12.590M	\$13.483M	\$14.508M	\$15.869M

G2.- GASTO TOTAL ATRIBUIDO AL PAGO VÍA DCB DE CONTENIDOS DIGITALES

	2022	2023	2024	2025	2026
Global	\$54.463M	\$58.653M	\$63.397M	\$68.528M	\$74.479M
Europa	\$11.543M	\$12.139M	\$12.809M	\$13.507M	\$14.368M
España	\$637M	\$672M	\$714M	\$753M	\$798M

Casi el 91% del mercado de DCB a nivel global corresponde al consumo de contenidos digitales. Esta facturación de 54.463M\$ en 2022 aumentará de forma progresiva en los próximos años, a un ritmo superior al 11% cada año, hasta 74.479M\$ en 2026 (un 37% más en comparación con 2022).

G3.- INCREMENTOS DEL MERCADO DCB (%)

	2021 2022	2022 2023	2023 2024	2024 2025	2025 2026
Global	10%	11%	11%	12%	14%
Europa	7%	6%	7%	8%	9%
España	6%	7%	8%	8%	9%

No obstante, en el periodo analizado las transacciones de otros productos y servicios irán ganado terreno respecto a los contenidos digitales que llegarán a suponer el 79% del mercado DCB en 2026.

El gasto vía DCB crecerá en todos los países y zonas de Europa un 12% de media en los próximos cinco años, liderado por Alemania y Reino Unido, a una considerable distancia de Francia, España e Italia.

G4.- GASTO TOTAL ATRIBUIDO A DCB - TOP 5 EUROPA

	2022	2023	2024	2025	2026
Alemania	\$2.546M	\$2.647M	\$2.764M	\$2.891M	\$3.061M
Reino Unido	\$1.534M	\$1.616M	\$1.723M	\$1.868M	\$2.074M
Francia	\$725M	\$764M	\$805M	\$843M	\$900M
España	\$647M	\$689M	\$742M	\$799M	\$874M
Italia	\$549M	\$586M	\$627M	\$678M	\$745M

Los españoles pagaremos en servicios alternativos este año 647M\$ con nuestra factura móvil, cifra que supone alrededor del 6% del mercado total de Europa. Con un crecimiento promedio de casi el 8% año tras año, se estima que el mercado español alcanzará los 874M\$ en 2026, acercándose al tercer lugar que ocupa Francia (900M\$ en 2026). Portugal, Noruega y otros países de Europa Occidental experimentarán los incrementos más notables del mercado DCB en los próximos años.

⁵Telecoming con datos de Juniper Research 'Carrier Billing 2022-2026 Market Trends Strategies'

⁶Incluye transacciones de contenidos digitales, bienes físicos, ticketing y apuestas

Evolución del consumo por categorías

Los contenidos digitales tienen su precio y los usuarios de internet están dispuestos a pagarlo. En 2021 se gastaron en el mundo cerca de 212.000M\$ en contenido digital, de los cuales el 52% corresponde a vídeo y el 34% a juegos⁷.



⁷Datos de Digital Content: Análisis elaborado con datos de Juniper Research para Telecoming

Global

Para el pago operador, los juegos y el vídeo siguen siendo los servicios más interesantes para los usuarios, ya que concentran el 75% del mercado del pago operador para el consumo de contenidos digitales. La industria de los juegos encabeza el ranking y su facturación se duplicará en el próximo quinquenio.

El DCB como catalizador de industrias

El pago operador es una tecnología que permite cobrar al usuario en su factura móvil. Esa naturaleza le ha consolidado como medio de pago preferente de sectores como el videojuego o el vídeo. Esto se debe a que esta tipología de servicios se consume en el mismo dispositivo en el que se adquiere. Es un modelo de compra rápida, con importes pequeños, muy ligado al entretenimiento y a usuarios movidos por la emoción.

Por eso, el pago operador permite que la experiencia de compra sea rápida y tan móvil como el servicio que se va a disfrutar. Esa transparencia para el usuario es clave para el consumo, incrementando notablemente las conversiones y las comunidades.

G5.- GASTO ATRIBUIDO A DCB POR CATEGORÍAS DE CONTENIDO (TOTAL MUNDIAL)

	2022	2023	2024	2025	2026
Juegos	\$30.748M	\$32.178M	\$33.865M	\$35.762M	\$37.995M
Vídeo	\$14.334M	\$15.905M	\$17.594M	\$19.356M	\$21.336M
Música	\$4.297M	\$4.864M	\$5.521M	\$6.184M	\$6.973M
Lifestyle	\$3.185M	\$3.644M	\$4.172M	\$4.782M	\$5.503M
ePublishing	\$1.900M	\$2.062M	\$2.245M	\$2.445M	\$2.672M
TOTAL	\$54.463M	\$58.653M	\$63.397M	\$68.528M	\$74.479M

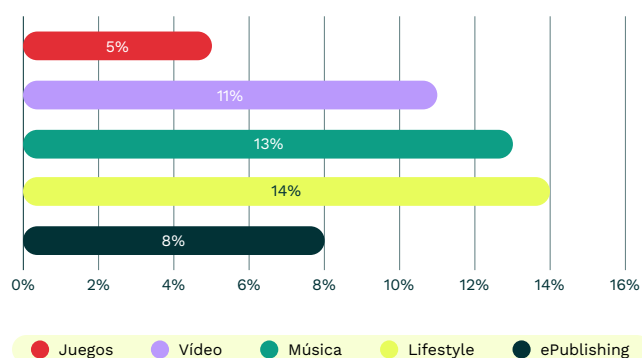
La industria de los juegos digitales se mantiene como la mayor fuente de ingresos para el DCB. Representa ahora el 51% del mercado y su expansión continuará en los próximos años, aunque a menor ritmo que el vídeo y resto de categorías. La facturación mundial atribuible al pago operador de juegos crecerá a un ritmo interanual del 16%, pasando de casi 31.000M\$ este año a 38.000M\$ al final del periodo analizado, cuando supondrá un 40% de los ingresos para el pago operador.

En la misma línea de crecimiento, la industria del vídeo facturará vía DCB más de 14.000M\$ en 2022 (24% del mercado) y por encima de los 21.000M\$ en 2026 (23% de cuota) gracias, sobre todo, a la retención de suscriptores que en los dos años anteriores se sumaron a las grandes plataformas audiovisuales de series, películas y transmisiones en streaming durante los confinamientos. El vídeo supone en 2022 el 26% de los ingresos para DCB y ganará tres puntos porcentuales (29%) en 2026.

Los contenidos de música son otro segmento clave para la expansión del DCB, favorecido por el incremento de las suscripciones en hogares y dispositivos móviles. La facturación DCB en esta categoría crecerá a menor ritmo, pasando de 4.300M\$ en 2022 a casi 7.000M\$ en 2026. No obstante, su participación en el mercado global es del 7% en todo el periodo.

El consumo de contenidos lifestyle (salud, relaciones, bienestar, deporte y ocio) y publicaciones (eBooks, periódicos y revistas digitales) continuará también su crecimiento para el pago operador gracias a las suscripciones, ya que los usuarios confían cada vez más en DCB como un modo de pago cómodo y seguro para los consumos recurrentes y de pequeños importes que se dan en estos sectores.

G6.- CRECIMIENTO DEL PAGO DCB POR CATEGORÍAS DE CONTENIDOS DIGITALES 2022-2023 (GLOBAL/%)



Europa

El 53% de la población europea consume videojuegos desde su tablet o smartphone, y se calcula que en 2026 la cifra alcanzará el 62%⁸. Europa representa ahora el 18% del consumo mundial de juegos digitales pagado vía DCB, con unos ingresos de 5.400M\$ en 2022. Sin embargo, este sector para el pago operador crecerá a ritmo más lento en los próximos años para alcanzar los 6.000M\$, y reducir su cuota al 16% del mercado mundial.

Los contenidos de vídeo pagados vía DCB en Europa representarán en 2022 un 19% del mercado mundial, con unos ingresos de casi 2.800M\$. Al igual que la categoría juegos, en 2026 el contenido de vídeo facturado al operador crecerá de forma moderada hasta los 3.500M\$ y una cuota del 16% respecto al mercado global del Carrier Billing.

Actualmente un 12% de la población europea consume contenidos de música digital y se espera que crezca al 19% en 2026 alcanzando a 168 millones de usuarios. De éstos, 164 millones serán suscriptores. En la misma línea que juegos y vídeo, la facturación DCB de música en Europa pasará de 1.600M\$ a poco más de 2.000M\$ en cinco años, con crecimientos de en torno al 8%, por debajo del promedio global que será del 13%. El peso de esta categoría respecto a las cifras globales bajará 6 puntos porcentuales, del 37% al 31%.



La categoría de contenidos digitales lifestyle en Europa crecerá dos puntos por encima del promedio mundial. Así, en 2022 este sector facturará vía DCB 863M\$, un 27% del mercado mundial, y rozará los 1.600M\$ en 2026, con un peso del 29% respecto al global.

Hoy por hoy, Europa es el mercado más importante para los contenidos de publicaciones digitales pagados vía DCB. Representan un 45% del global con una facturación de 849M\$. En 2026, tras crecimientos interanuales de entre el 9% y 10%, el ePublishing mantendrá esa cuota de mercado con unos ingresos de 1.200M\$.

G7.- FACTURACIÓN ATRIBUIDA A DCB POR CATEGORÍAS DE CONTENIDOS EN EUROPA

	2022	2023	2024	2025	2026
Juegos	\$5.471M	\$5.567M	\$5.671M	\$5.770M	\$5.934M
Vídeo	\$2.752M	\$2.925M	\$3.100M	\$3.287M	\$3.490M
Música	\$1.608M	\$1.726M	\$1.877M	\$2.007M	\$2.162M
Lifestyle	\$863M	\$998M	\$1.156M	\$1.345M	\$1.578M
ePublishing	\$849M	\$923M	\$1.005M	\$1.098M	\$1.204M



⁸Telecoming 'Contenido digital. Evolución España y Europa 2022-2026'

Europa representa el

44,5%

del mercado global
de ePublishing
a través de DCB.



España

El mercado español de contenidos digitales sigue la tendencia de Europa en el aumento de ingresos. En la actualidad, el gasto medio de contenido digital por mes y por usuario es de 13\$ (11€) en España, lo que supone un mercado de más de 3.700M\$. Para 2026, se prevé que la media alcance los 31\$ por usuario para un negocio total de 11.200M\$. La industria de contenidos digitales en España es cada vez mayor.

El gasto atribuido en DCB para juegos digitales alcanzará en España 313M\$ en 2022 y crecerá discretamente (a un ritmo promedio del 2%) hasta los 340M\$ en 2026, con una cuota del 6% en el mercado europeo.

El 31% de la población consume vídeos en formato digital y nos posiciona como el segundo país de Europa en este sector, sólo por detrás del Reino Unido (44% de la población). Se estima que los usuarios seguirán creciendo hasta alcanzar el 54% de la población en España. Para el pago operador esta categoría supondrá unos ingresos de 142M\$ en el 2022, y crecerá de forma moderada hasta los 164M\$ en 2026, (5% del mercado europeo). Tanto en España como Europa, los contenidos de vídeo pagados vía DCB crecerán por debajo de la media mundial.

Sólo un 6% de la población española (3 millones de personas) accede a los servicios de música digital y se mantendrá en el 7% en los próximos años. El 90% de esos consumidores está suscrito a plataformas de música. A pesar de la tendencia a la baja en el consumo, los contenidos musicales en España

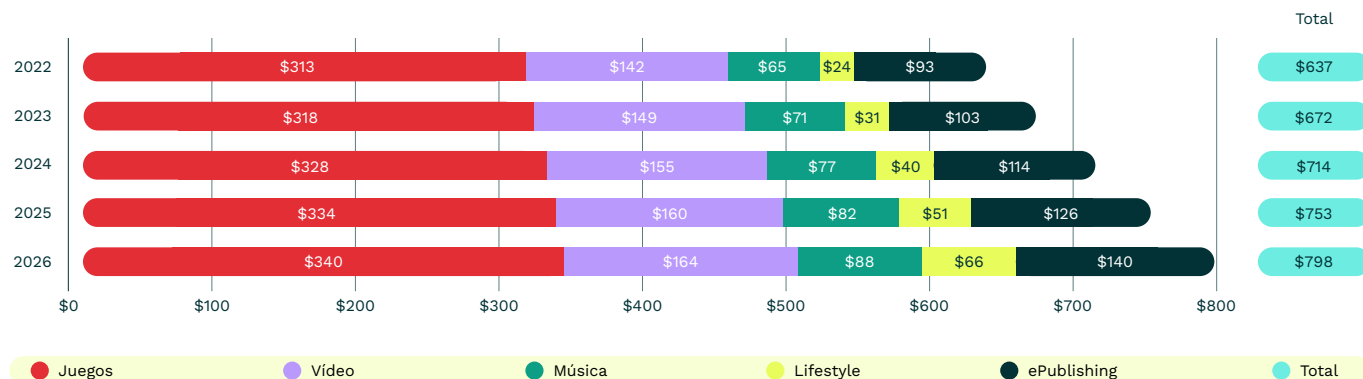
facturados vía DCB pasarán de 65M\$ a 88M\$ en cinco años, lo que supone el 4% del mercado musical europeo del pago operador.

El segmento lifestyle, que aún presenta un volumen de gasto poco relevante, registrará una evolución muy favorable para el pago operador en España, con un crecimiento interanual en torno al 29%, muy por encima de la media de crecimiento en Europa (16%) y a nivel mundial (15%). La facturación DCB en este sector pasará de 24M\$ a 66M\$ en el quinquenio analizado, y un peso del 4% en el mercado europeo de estilo de vida.

Finalmente, el mercado de ePublishing también se sigue abriendo paso para DCB en España. La facturación pasará de 93M\$ en 2022 a 140M\$ en 2026, con un incremento medio del 11%, algo superior (entre 2 y 3 puntos porcentuales) a la tendencia mundial y europea. España es, por detrás de Alemania y Reino Unido, el país europeo que más gasta en publicaciones digitales pagadas vía DCB, con una cuota en el mercado europeo del 11% este año y del 12% en 2026.

El DCB tiene mucho recorrido en el sector de contenidos editoriales. Casi 8 de cada 10 editores apuesta por los modelos de suscripción en 2022. Para asegurar esa tendencia, el sector ePublishing tiene que saber proponer una buena experiencia de usuario (UX móvil), una oferta renovada y un modo de pago sencillo.

G8.- FACTURACIÓN ATRIBUIDA A DCB POR CATEGORÍAS DE CONTENIDOS EN ESPAÑA (M\$)



El smartphone lidera. IoT se posiciona.

El despliegue acelerado de la red 5G ha favorecido el notable incremento del tráfico de datos móviles, en la actualidad casi 300 veces superior al de 2011 y con más de 5.500 millones de nuevas suscripciones a teléfonos inteligentes⁹. La quinta generación de Red es una de las principales palancas para la creación de experiencias inmersivas de gran calidad, que impactarán en sectores como contenidos y servicios, entre otros.

Así, por ejemplo, en 2022 el 82% del tráfico de datos móviles será de vídeo. El mercado de vídeo en streaming generará 125.000M\$. Se estima que, en 2026, 3.340M\$ del gasto en contenidos digitales llegarán de los consumos desde dispositivos de realidad virtual.

Con la progresiva expansión del 5G, los españoles gastaremos un 93% más en contenidos digitales. El gasto medio pasará de 16\$ a 31\$ al mes de aquí a 2025.

Para el DCB, el smartphone sigue siendo líder absoluto. Actualmente, a nivel mundial, 6 de cada 10 euros de gasto facturado a través del operador se hacen desde un smartphone, pero en los próximos cinco años irá cediendo espacio a otros dispositivos conectados. Éstos se van a posicionar por delante de la tablet para las compras online pagadas con cargo a la factura del operador. Liderado hoy por el móvil, los objetos conectados supondrán el 35% del mercado de pago operador en 2026 en el mundo.

⁹Ericsson Mobility Report (Nov. 2021)





Evolución del mercado por tipo de dispositivo

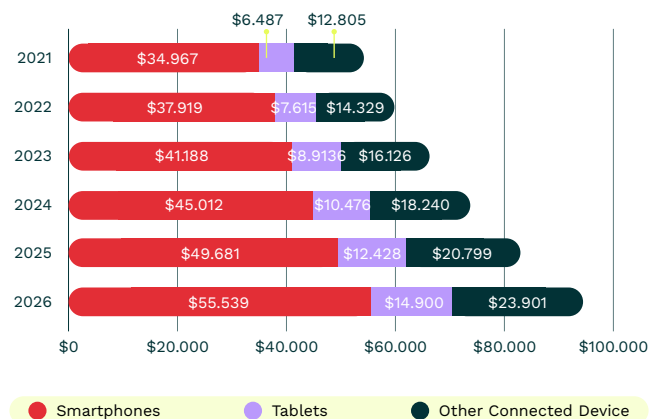
El 63% del pago operador a nivel mundial se realiza ahora desde el teléfono móvil, lo que representa una facturación de 37.000M\$ que crecerá hasta los 55.500M\$ en 2026.

Se estima que en 2025 el número mundial de dispositivos IoT (internet de las cosas) conectados crecerá un 9%, hasta alcanzar los 27.000 millones de conexiones en 2025. Esta cifra podría ser aún mayor ya que en 2023 habrá 5.300 millones de internautas (el 66% de la población mundial) y 29.300 millones de dispositivos conectados. Esta cifra en España será de 36,5 y 350 millones, respectivamente¹⁰.

En el periodo analizado para este informe, el consumo digital pagado vía DCB desde otros dispositivos conectados supondrá más de 2 euros de cada 10, desplazando a la tablet para estas transacciones, aunque mantendrá una participación de entre el 13% y el 16% en el gasto total.

El pago de contenidos digitales vía DCB desde otros dispositivos conectados, diferentes de smartphone y tablet, pasará de 14.000M\$ este año a casi 24.000M\$ en 2026.

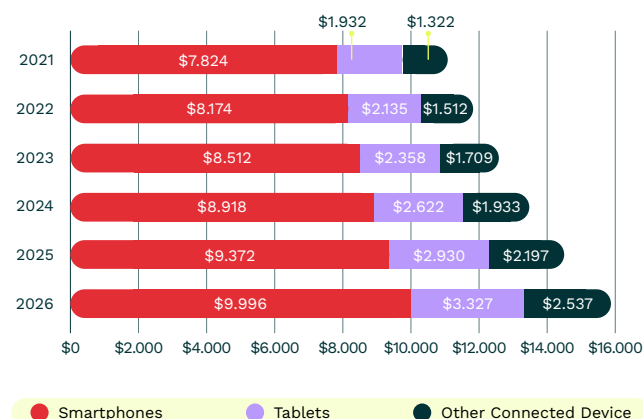
G9.- FACTURACIÓN ATRIBUIDA A DCB POR TIPO DE DISPOSITIVO (GLOBAL/M\$)



Europa factura a través de smartphones más de 8.000M\$ este año y casi 10.000M\$ en 2026. 7 de cada 10 euros que se pagan vía DCB corresponden a operaciones realizadas desde el smartphone. En Europa es la tablet el siguiente dispositivo preferido para el pago operador, que facturará algo más de 2.000M\$ en 2022 y de 3.300M\$ en cinco años. Además, esta opción seguirá al alza en los próximos años.

A diferencia de lo que vemos a nivel global, en el mercado europeo el gasto DCB desde otros dispositivos conectados se queda por debajo de la tablet, pero progresará a buen ritmo, aportando el 16% del negocio en 2026.

G10.- FACTURACIÓN ATRIBUIDA A DCB POR TIPO DE DISPOSITIVO (EUROPA/M\$)



G11.- DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO DEL DCB POR TIPO DE DISPOSITIVO EN EUROPA (%)

	2022	2023	2024	2025	2026
Smartphones	69%	68%	66%	65%	63%
Tablets	18%	19%	19%	20%	21%
Otros dispositivos conectados	13%	14%	14%	15%	16%

¹⁰Datos de IOT Analytics y Annual Internet Report Cisco 2021

63%

del pago operador
a nivel mundial se
realiza ahora desde
el teléfono móvil.



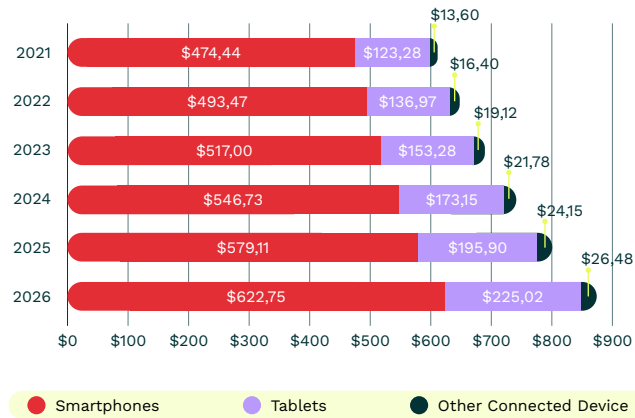
90,4%

de los usuarios españoles
accede a internet a través
de un teléfono inteligente.

España prefiere el smartphone

El 90,4% de los usuarios españoles accede a internet a través de un teléfono inteligente¹¹. En España en 2022 casi 8 de cada 10 euros pagados a través de DCB se facturan desde un smartphone (algo menos de 500M\$), por encima de la tablet (137M\$) y otros dispositivos conectados (apenas 17M\$).

G12.- FACTURACIÓN ATRIBUIDA A DCB POR TIPOS DE DISPOSITIVO (ESPAÑA/M\$)



En el quinquenio analizado, los teléfonos inteligentes cederán para el DCB algo de espacio a la tablet, mientras que otros tipos de dispositivos mantendrán su cuota sin variación en el 3%.



¹¹Global overview report 2022 We Area Social y Hootsuite



Oportunidades para DCB en el nuevo ecosistema digital.

En los dos últimos años se ha producido un importante aumento en la demanda de contenidos digitales y han surgido nuevas formas de consumirlos. Además, no podemos olvidar los avances tecnológicos que incorporan los dispositivos móviles y las mejoras que la red 5G aporta a la experiencia móvil.

España se sitúa a la vanguardia de Europa en infraestructuras digitales. Se estima que alcanzará a finales de 2025 un 100% de cobertura de fibra óptica y que la red 5G llegará al 80% de la población. Este escenario permitirá seguir impulsando tecnologías como la inteligencia artificial, el big data o el cloud, internet de las cosas, el coche autónomo, la realidad virtual y aumentada o las ciudades inteligentes¹².

Con el 5G, en el futuro inmediato, la principal oportunidad de negocio la presentan los contenidos para las televisiones conectadas. Se prevé que el gasto en contenido digital en

este soporte se dispare un 175% para 2026, el incremento más importante respecto al resto de dispositivos.

El impacto de estos desarrollos tecnológicos se deja sentir rápidamente en el mercado de contenidos digitales, especialmente en la industria de juegos y vídeo. Así, el valor de los contenidos inmersivos impulsados por el 5G (AR, VR y cloud Gaming) será de 18.000M\$ dentro de 4 años, lo que supone un espectacular crecimiento del 687%.

De forma paralela, los avances tecnológicos abonan el terreno para la progresiva expansión en la oferta del comercio digital (MaaS, HaaS, compra de bienes físicos, ticketing, apuestas o donaciones) donde el móvil marca el ritmo de las transacciones.

Adicionalmente, tanto las grandes plataformas de contenidos como empresas de muy diversos sectores de productos y servicios empiezan a ser conscientes del inconveniente que puede suponer para sus negocios el estar sujetos a medios de pago más convencionales, especialmente tarjetas bancarias. Todo ello propicia un crecimiento orgánico y universal del DCB en los próximos años.

A la hora de pagar, el avance de los medios electrónicos en detrimento del uso del dinero en efectivo se aceleró especialmente en 2020, con la pandemia, aunque ya era una clara tendencia en los últimos años. Todo apunta a que los usuarios que empezaron por entonces a familiarizarse con el pago operador seguirán usándolo, y se extenderá en compras de otra clase de bienes y servicios.

¹²Informe SDI Telefónica 2020-2021

El pago operador avanza en la compra de bienes físicos, ticketing y apuestas

Entre los segmentos del comercio digital que ya apuntan maneras para el DCB caben destacar tres: bienes físicos, ticketing y apuestas en línea. En 2022 el gasto atribuido al pago operador en estas categorías sumará 5.500M\$ a nivel mundial. Esta cifra representa ahora un 9,2% del mercado global DCB y en 2026 alcanzará una cuota del 21% con casi 74.500M\$ de facturación.

El pago de bienes físicos mediante Carrier Billing crecerá en tasas por encima del 30% a nivel mundial. Se estima que facturará 3.600M\$ en 2022 y 13.500M\$ en 2026, lo que supondrá en ese horizonte más del 14% del mercado DCB. Hay que subrayar que esa facturación a nivel global no incluye regiones como Europa donde, en la actualidad, no se pueden procesar pagos de bienes físicos con DCB por limitaciones regulatorias.

En el periodo analizado, el pago de tickets a través del operador móvil también va a experimentar un avance importante: de casi 1.800M\$ en 2022 a cerca de 6.000M\$ de facturación en 2026 a nivel global.

La implantación del pago operador en el segmento ticketing y compras de bienes físicos variará en las diferentes regiones del mundo. Así, por ejemplo, el pago operador de bienes físicos avanza más en países como Japón o Corea donde las regulaciones favorecen el Carrier Billing.





En los mercados emergentes, es probable que la facturación del operador para bienes físicos se adopte más rápido que en Europa.

Igualmente, el DCB para bienes y servicios digitales diferentes de los contenidos, se expandirá a distinto ritmo en regiones menos bancarizadas y entre la población más joven que no posee tarjeta de débito o crédito.

G13.- PESO DE LAS NUEVAS CATEGORÍAS EN LA FACTURACIÓN TOTAL DE DCB (GLOBAL/%)

	2022	2023	2024	2025	2026
Bienes físicos	6,1%	7,5%	9,2%	11,6%	14,3%
Ticketing	2,9%	3,8%	4,6%	5,3%	6,1%
Apuestas	0,2%	0,2%	0,3%	0,5%	0,7%

La facturación vía operador de compra de tickets en Europa pasará de 153M\$ en 2022 a 566M\$ en 2026, casi un 10% de la facturación a nivel mundial. En España el gasto vía DCB en compra de tickets (transporte, eventos) crecerá año tras año a un ritmo superior al 64%, pasando de 8M\$ en 2022 a 57M\$ en 2026.

Aunque es un sector aún por consolidar en España, el peso de ticketing DCB avanzará desde el 6% este año al 10% en 2026 respecto al mercado europeo de este sector.

IoT, las alianzas estratégicas y el movimiento Subscronomics impulsarán el DCB

Vistos los avances tecnológicos en los últimos años, cabe esperar un crecimiento continuo de las suscripciones 5G y, en consecuencia, también la irrupción acelerada de nuevos dispositivos conectados y modelos de negocio que permitan el mayor aprovechamiento de las capacidades que ofrece la nueva generación de Red. Se espera que la adopción sea más rápida que la de cualquier otra generación anterior de tecnología móvil.

Para finales de 2027, se prevé que el tráfico de datos móviles se multiplique por más de 4 para alcanzar los 288EB mensuales. Las redes 5G transportarán en esa fecha el 62% del tráfico mundial de teléfonos inteligentes. También bajo la palanca de la nueva generación de redes, se espera que las suscripciones alcancen los 4.400 millones, lo que supone el 51% de las conexiones móviles del IoT a nivel global y el 49% de todas las suscripciones móviles¹³.

¹³*Ericsson Mobility Report (Nov. 2021)*



IoT

El desarrollo del IoT es una gran noticia para la industria del pago móvil. Cuantos más objetos conectados existan en la red, más se amplía el negocio para el pago DCB que elimina barreras y aporta beneficios en toda la cadena de valor.

El avance en la digitalización de la sociedad se aprecia en el elevado uso de dispositivos conectados. En 2020, casi el 67% de los españoles ya utilizaban una televisión conectada a internet, y el 30,2% usaron una consola de videojuegos conectada. Los relojes inteligentes o los asistentes virtuales (en forma de altavoz inteligente o aplicación móvil) también han ganado presencia en los hogares españoles, y presentan un potencial importante.

En la misma línea, los sistemas domóticos van conquistando terreno. Un 29% de los ciudadanos españoles utiliza sistemas conectados a internet para gestionar el consumo energético, electrodomésticos conectados y sistemas de seguridad en el hogar.

Alianzas estratégicas

Categorías como juegos, vídeos o música se verán beneficiadas por nuevas formas de consumir y pagar contenidos digitales, entre las que despuntan los modelos basados en la suscripción. En el entorno digital, el momento del pago es crucial para concluir con éxito el proceso de compra y, sobre todo, para que el usuario repita.

Desde el lado del proveedor, el pago operador implica la posibilidad de importantes oportunidades de negocio, pero requiere cambios. El último año ha sido importante para el DCB. Ha ganado visibilidad y fuerza en el mercado. Para encontrar el equilibrio perfecto y desarrollar nuevas estrategias que permitan un mayor crecimiento del pago operador es ahora necesario que los comerciantes y los operadores caminen de la mano para hacer llegar esta innovadora opción de pago móvil a diferentes canales de venta y nuevos usuarios.

Subsconomics

La economía de la suscripción, Subsconomics, da el salto de los contenidos al consumo de bienes y servicios, en respuesta a los nuevos modelos de compra. El usuario ha cambiado el sentido de la propiedad por disfrutar de los productos y/o servicios que dan respuesta a cada momento, necesidad y estilo de vida.

El pago móvil en general y DCB en particular, es idóneo para la compra recurrente de productos y servicios de pequeños importes por la agilidad, comodidad y seguridad que ofrece. Contribuye a fomentar la digitalización de forma racional gracias a una valiosa mejora de la experiencia de usuario.

El escenario, en definitiva, es idóneo para que el Direct Carrier Billing sea el compañero de viaje perfecto para un usuario hiperconectado que no quiere fricciones de ningún tipo en su consumo digital.

Direct Carrier Billing Report 2022

