

Evolución y tendencias en los pagos de los consumidores españoles

Artículo 03
10/04/2025

<https://doi.org/10.53479/39525>

Motivación

La mayor digitalización de los medios de pago está impactando de manera relevante en la forma de pagar de los consumidores. El análisis del uso de los medios de pago permite valorar si los consumidores cuentan con opciones de pago seguras, eficientes e inclusivas.

Ideas principales

- El uso de los dispositivos móviles en el comercio físico se ha duplicado desde 2022, aunque el efectivo y las tarjetas siguen siendo los medios de pago más comunes.
- Las tarjetas dominan el pago en el comercio electrónico, y los pagos inmediatos destacan como forma de pago entre particulares.
- Las principales motivaciones para probar nuevos medios de pago son la facilidad de uso y la seguridad.

Palabras clave

Medios de pago, hábitos de pago, pagos digitales, pagos *online*, efectivo, tarjetas, pagos inmediatos, soluciones de pago electrónico.

Códigos JEL

E42, D14.

Artículo elaborado por:

Isabel Rodríguez Molina
Dpto. de Sistemas de Pago
Banco de España

Álvaro Esandi Erro
Dpto. de Sistemas de Pago
Banco de España

Introducción

El Eurosistema, y el Banco de España como miembro de este, sigue muy de cerca los desarrollos en el ámbito de los pagos en el área del euro y en la forma de pagar de los consumidores, los cuales se están viendo altamente impactados por la creciente digitalización de los medios de pago que se viene produciendo en los últimos años.

Para comprender mejor la evolución de los comportamientos de pago, el Eurosistema lleva realizando desde 2018 diferentes estudios basados en encuestas sobre hábitos de pago de los consumidores en la zona del euro. En este artículo se presentan los resultados de la encuesta SPACE¹ realizada en 2024 por el Banco Central Europeo (BCE), que incluyó a 40.981 adultos de la zona del euro, con una muestra de 4.060 personas en España. La metodología utilizada permite capturar patrones estacionales en el comportamiento de los pagos y comparar los resultados de años anteriores.

La presente publicación muestra el uso por parte de los consumidores españoles de los diferentes medios de pago, incluido el efectivo, tanto en sus pagos del día a día como en sus pagos recurrentes. También se exploran las preferencias de pago de los consumidores, las dificultades que enfrentan y su acceso a los medios de pago más innovadores.

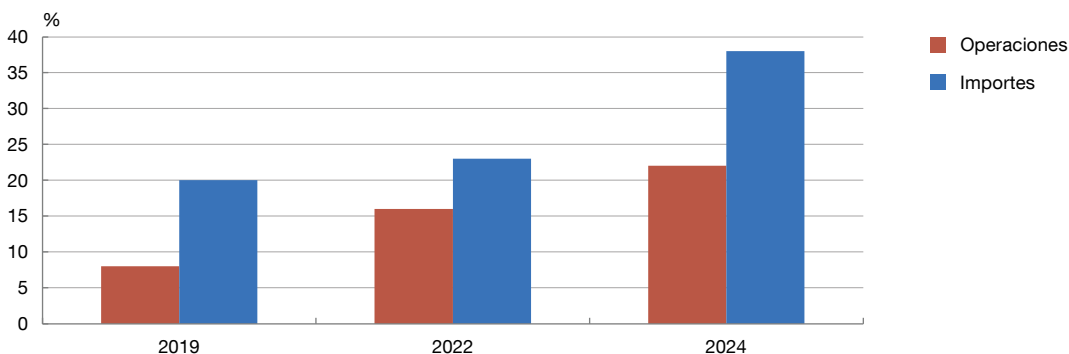
En general, para el diseño de la encuesta, a la hora de definir los términos se ha priorizado que estos fueran cercanos y entendibles para el consumidor, aunque a veces eso haya supuesto la utilización de los términos de manera no del todo precisa, desde el punto de vista de una definición acorde con el marco normativo vigente. Así, por ejemplo, SPACE considera el móvil como un instrumento de pago, y no como un canal de iniciación de pago, que lleva aparejado un instrumento de pago subyacente (con frecuencia, la tarjeta). En este documento, se ha preferido hablar de «medios de pago» porque este término sí diferencia en función del canal de iniciación.

Nuestra forma de pagar en el día a día

El uso creciente de los pagos digitales y la disminución del uso del efectivo son tendencias cada vez más evidentes. La transición de una parte del comercio tradicional en establecimientos físicos al comercio *online* es un claro impulsor de este cambio.

1 Estudio sobre hábitos de pago de los consumidores en la zona del euro [Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE)].

1.a Operaciones e importe



FUENTES: BCE y Banco de España.

Pagos *online*: la digitalización del comercio y el uso de nuevas soluciones de pago electrónico

Los pagos *online* son aquellos pagos no recurrentes que los consumidores realizan de forma remota, es decir, cuando pagan bienes o servicios por Internet. Se excluyen los pagos recurrentes como las facturas de electricidad o el alquiler (que se analizan por separado más adelante).

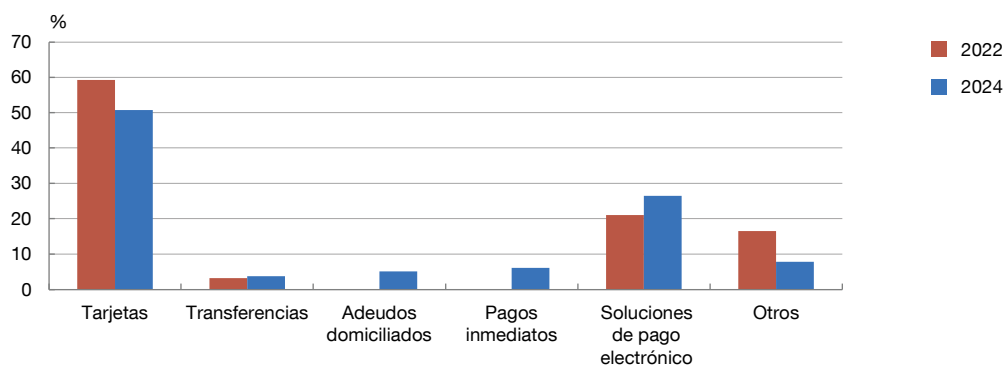
En los últimos cinco años, la proporción de pagos *online* en las compras cotidianas de los consumidores españoles ha aumentado considerablemente. Así, en 2024, los consumidores españoles realizaron casi tres veces más pagos *online* que en 2019, lo que marca una tendencia hacia un comercio cada vez más digitalizado (véase gráfico 1).

La desagregación por medio de pago muestra que, en 2024, el 51 % de los pagos *online* se realizaron con tarjeta, seguidos por otras soluciones de pago electrónico (26 %)². No obstante, en línea con el promedio de la zona del euro, los pagos con tarjeta en España disminuyeron 8 puntos porcentuales (pp) desde 2022 (59 %), mientras que el uso de otras soluciones de pago electrónico se incrementó en 5 pp. En todo caso, hay que tener en cuenta que muchas de estas soluciones de pago electrónico utilizan la tarjeta como instrumento subyacente (véase gráfico 2).

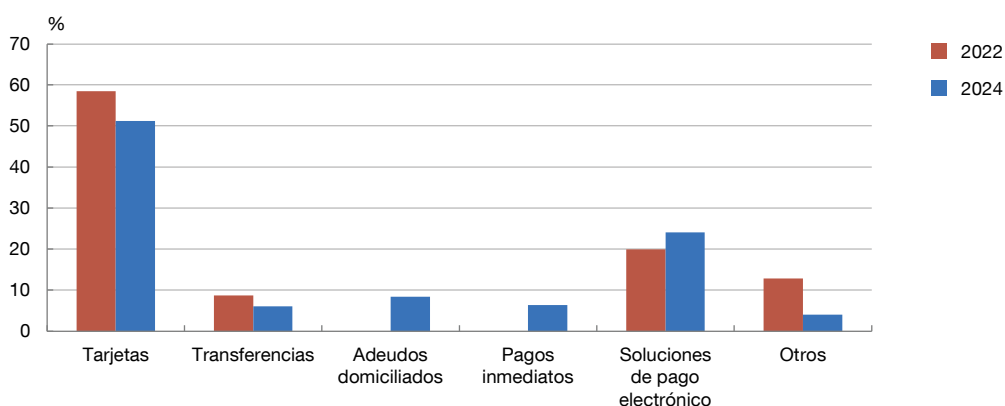
En el estudio de 2024 también destaca la proporción de pagos inmediatos utilizada por los consumidores españoles (6 %) en sus compras *online*, ligeramente superior a la media de la zona del euro (5 %). Los pagos inmediatos son transferencias de fondos que llegan al beneficiario unos segundos después de ser enviadas, en cualquier momento del día o de la noche, cualquier día

² Las soluciones de pago electrónico en la encuesta SPACE incluyen las siguientes categorías: i) carteras digitales (*wallets*), como Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay, etc.; ii) PayPal, y iii) otras aplicaciones móviles.

2.a Operaciones



2.b Importe



FUENTES: BCE y Banco de España.

a La categoría «Tarjetas» incluye tarjetas físicas (de débito y crédito) y tarjetas prepago. La categoría «Soluciones de pago electrónico» incluye carteras de pago (p. ej.: Apple Pay, Google Pay, Fitbit Pay), PayPal y otras aplicaciones móviles (p. ej.: Klarna). La categoría «Otros» incluye puntos de fidelidad, vales y tarjetas regalo, criptoactivos, servicios de «compra ahora y paga después» (p. ej.: Cofidis) y otros medios de pago.



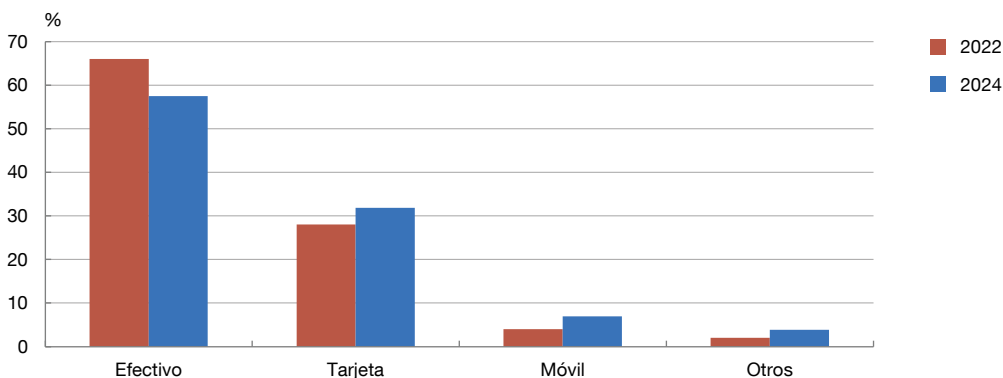
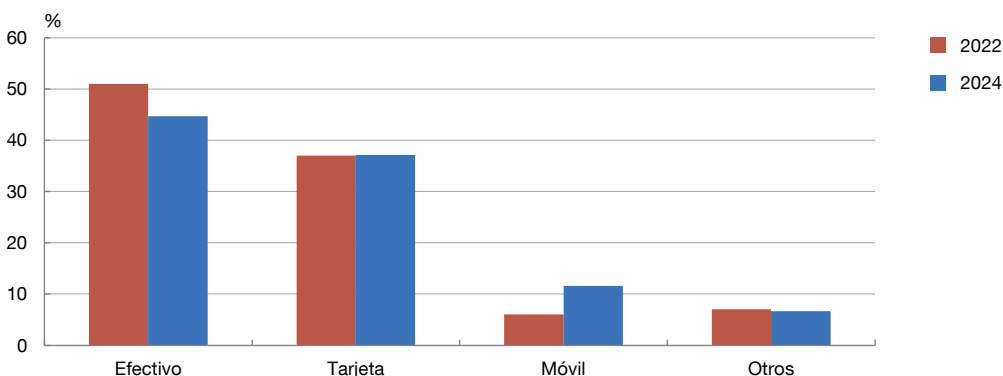
del año. En la encuesta SPACE de 2024, la categoría de pagos inmediatos incluye ejemplos nacionales (como Bizum, en España) y se registra de forma individualizada.

En términos de importes, los pagos *online* muestran aproximadamente el mismo patrón.

Pagos en comercio físico: se duplica el uso de dispositivos móviles, aunque el efectivo y la tarjeta continúan siendo los medios de pago habituales

Los pagos en comercio físico se refieren a transacciones no recurrentes realizadas en ubicaciones físicas, independientemente de si los productos fueron comprados *online*. Por ejemplo, la comida que se pide por Internet, pero se paga en el restaurante o al mensajero que hace la entrega a domicilio, se clasifica como pago en comercio físico.

Gráfico 3

Medios de pago utilizados en comercio físico en España (2022 y 2024) (a)**3.a Operaciones****3.b Importe**

FUENTES: BCE y Banco de España.

a La categoría «Tarjeta» incluye tarjetas físicas (de débito y crédito) y tarjetas prepago. La categoría «Móvil» recoge pagos realizados con un teléfono móvil u otros dispositivos inteligentes, como relojes o pulseras de *fitness*. Esta categoría incluye aplicaciones de banca móvil, carteras digitales, PayPal, pagos inmediatos (Bizum), aplicaciones de pago específicas (p. ej.: Telpark, para pagar el aparcamiento), otras aplicaciones móviles (p. ej.: Waylet o Klarna) y criptoactivos. La categoría «Otros» incluye cheques bancarios, transferencias de crédito, adeudos domiciliados, puntos de fidelidad, vales y tarjetas regalo, y otros medios de pago.



En España, más de la mitad (57 %) de las transacciones en establecimientos físicos se realizaron en efectivo. Sin embargo, al igual que en el resto de Europa, su uso sigue una tendencia a la baja: el número de transacciones disminuyó en 9 pp desde el estudio SPACE de 2022³. Por el contrario, en ese mismo período, los pagos con tarjeta aumentaron desde el 28 % hasta el 32 %, y los pagos con dispositivos móviles casi se duplicaron, pasando del 4 % al 7 %. Esta tendencia refleja una transformación en los hábitos de pago, impulsada por la digitalización y la adopción de nuevas tecnologías (véase gráfico 3).

En términos de importes, el uso de efectivo en el comercio físico también disminuyó, desde el 51 % en 2022 hasta el 45 % en 2024, aunque sigue siendo superior al valor de los pagos con tarjeta (37 %), que se mantiene constante. La reducción del uso de efectivo en términos de valor

3 Ferrando y Posada (2023).

se explica por un incremento del uso de dispositivos móviles para las compras de mayor importe, cuyo valor se duplicó en 2024 hasta alcanzar el 12 %.

Finalmente, cabe destacar que la tarjeta es el medio de pago más utilizado para los pagos de mayor importe: lidera las transacciones superiores a 50 euros con un 42 % de cuota, seguida por el efectivo (39 %) y los dispositivos móviles (10 %).

Pagos entre particulares (P2P): el auge de los pagos inmediatos

Los pagos P2P son transacciones privadas entre personas que no están relacionadas con la compra de bienes y servicios, como por ejemplo el pago de un regalo a otra persona.

En España, los consumidores utilizan principalmente efectivo en los pagos P2P⁴ (43 %), en línea con la media europea. Por detrás, los pagos inmediatos (35 %) adquieren un protagonismo creciente, explicado por el uso tan extendido de Bizum en nuestro país. El resto de los pagos P2P (22 %) se realizan con medios de pago diversos, por ejemplo, transferencias, PayPal y otras carteras digitales de pago (véase gráfico 4).

La relevancia de Bizum es aún más notoria en términos de importes, pues acapara una cuota de pagos P2P del 95 %, muy por encima del efectivo (4 %) y otros medios de pago (1 %). Esto refleja la gran aceptación de Bizum entre los consumidores españoles, quienes valoran la rapidez y comodidad que presentan las transferencias inmediatas, cuyo uso continuo y creciente consolida la apuesta española por la innovación y la digitalización.

Pagos recurrentes: prevalencia del adeudo domiciliado

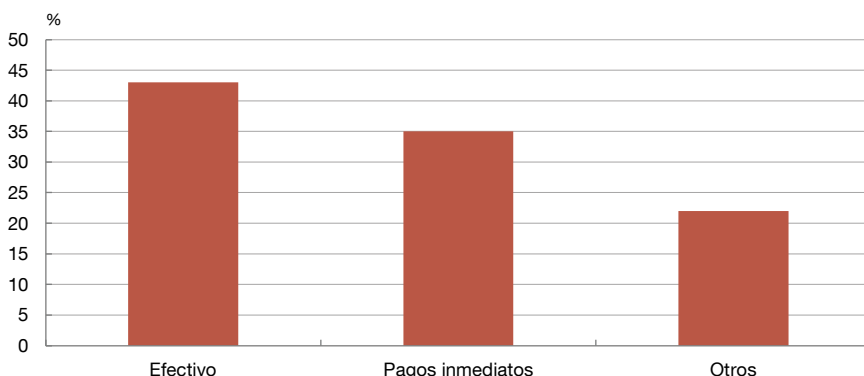
Los pagos recurrentes incluyen alquiler, hipoteca, facturas de servicios públicos, seguros, facturas de teléfono e Internet, impuestos, suscripciones, reembolsos de deudas o préstamos al consumo y tarifas escolares.

El gráfico 5 muestra que en 2024 el instrumento de pago más utilizado para todo tipo de pagos recurrentes en España fue el adeudo domiciliado⁵. Los consumidores utilizaron este instrumento para la mayoría de los pagos de facturas de teléfono e Internet (89 %), suministros (86 %), seguros (86 %) y reembolsos de préstamos (78 %). Lo utilizaron con menos frecuencia para las tarifas escolares (46 %), pero incluso para estos pagos se utilizó con más asiduidad que cualquier otro medio de pago.

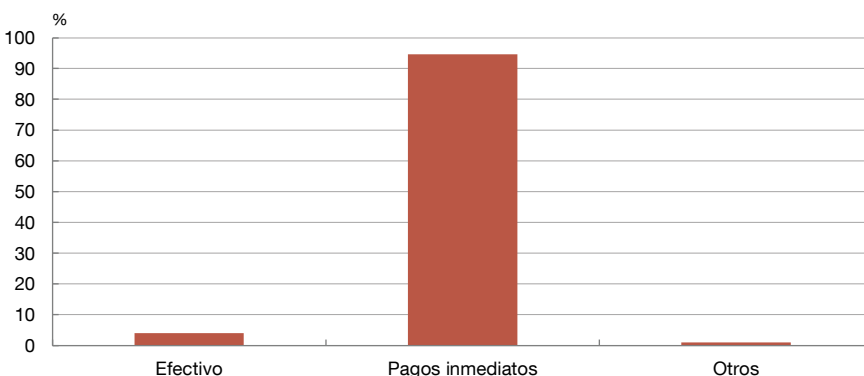
4 Se hace notar que el dato no es comparable con el que aparece en el estudio SPACE, que recoge también otros pagos en esa clasificación, como son las donaciones benéficas.

5 Un adeudo domiciliado es un servicio de pago destinado a efectuar un cargo en la cuenta de pago del ordenante, en el que la operación de pago es iniciada por el beneficiario sobre la base del consentimiento dado por el ordenante al beneficiario, al proveedor de servicios de pago del beneficiario o al proveedor de servicios de pago del propio ordenante [Directiva (UE) 2015/2366 sobre servicios de pago en el mercado interior].

4.a Operaciones



4.b Importe



FUENTES: BCE y Banco de España.

a La categoría «Otros» incluye transferencias, tarjetas prepago, carteras digitales (*wallets*), PayPal y otras aplicaciones móviles, adeudos domiciliados, criptoactivos y otros medios de pago.



Elementos que determinan la elección del medio de pago

La forma en que los consumidores perciben los medios de pago y sus características influye en el comportamiento y los hábitos de pago.

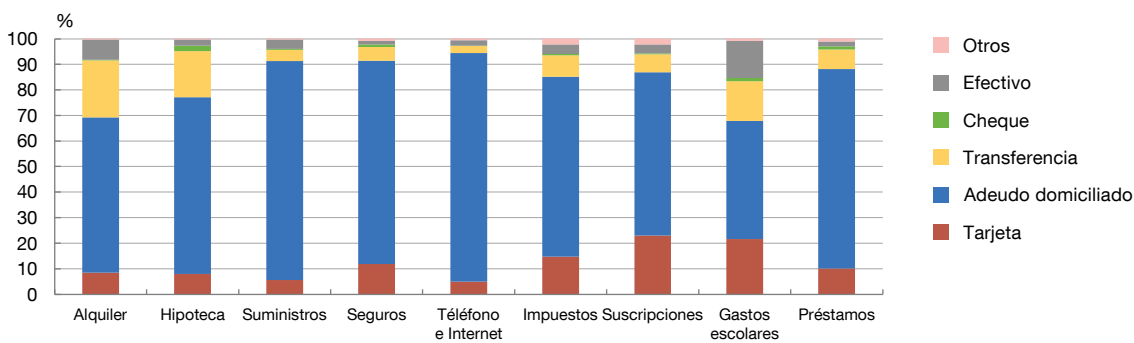
Las principales ventajas que los consumidores asocian con el uso del efectivo son el anonimato y la privacidad. De hecho, esta última es una de las principales inquietudes de los consumidores al realizar pagos digitales. España y Portugal son los países donde la privacidad genera más inquietud, con más de dos tercios de los consumidores preocupados por este aspecto.

En relación con el uso de tarjetas, los consumidores españoles destacan la comodidad de no llevar efectivo (26 %), la rapidez (21 %), la seguridad (18 %) y la facilidad de uso (12 %).

Por último, es interesante observar las motivaciones que llevan a los consumidores a probar medios de pago alternativos a los habituales. Aunque las prioridades de los consumidores varían

Gráfico 5

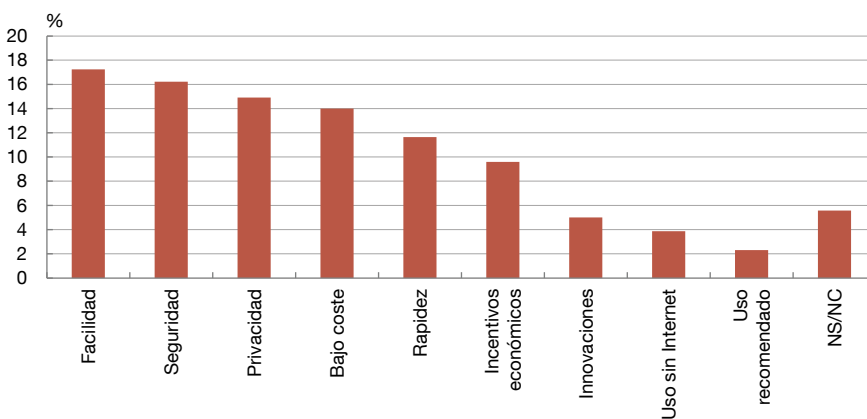
Instrumentos de pago utilizados en pagos recurrentes por categoría en España (2024)



FUENTES: BCE y Banco de España.

Gráfico 6

Motivos que animan a utilizar nuevos medios de pago en España (2024)



FUENTES: BCE y Banco de España.

ligeramente entre España y la zona del euro, ambos coinciden en la importancia de la seguridad y la facilidad de uso al considerar nuevos medios de pago. En la zona del euro, las principales motivaciones son la mayor seguridad (37 %) y la facilidad de uso (34 %), seguidas por el menor coste (29 %), la mayor privacidad (27 %) y la rapidez (21 %). En España, los consumidores destacan la facilidad de uso (17 %) como su principal motivo, seguida por la seguridad (16 %), la mayor privacidad (15 %), el menor coste (14 %) y la rapidez (12 %) (véase gráfico 6).

Todos estos elementos también influyen en las preferencias de los consumidores españoles (véase recuadro 1), contrarrestan las posibles dificultades (véase recuadro 2) y determinan la tendencias de los medios de pago emergentes (véase recuadro 3).

Conclusiones

Que los ciudadanos puedan realizar pagos de manera eficiente, segura e inclusiva es fundamental para mantener la confianza en el euro, y constituye uno de los objetivos de la estrategia de pagos minoristas del Eurosistema⁶. De igual forma, la estrategia de efectivo del Eurosistema pretende asegurar que este siga siendo una opción de pago viable y accesible en el futuro⁷.

Los datos de la última edición de SPACE muestran el mayor dinamismo observado en los pagos digitales y la importancia en este contexto de los pagos con tarjeta, así como el auge de los pagos inmediatos. Además, muchos consumidores consideran la seguridad y la facilidad de uso elementos clave al elegir un medio de pago, dos dimensiones que el Eurosistema y el Banco de España también priorizan, y que además se incluyen de manera explícita en la mencionada estrategia del Eurosistema para pagos minoristas.

De acuerdo con esta estrategia, el Eurosistema apoya el desarrollo de cualquier iniciativa que ofrezca una solución de pago europea en punto de venta, físico y *online*, que cumpla con cinco objetivos clave: alcance paneuropeo y experiencia del cliente, conveniencia y bajo costo, seguridad y eficiencia, marca y gobernanza europea, y aceptación global a largo plazo.

El Eurosistema y el Banco de España continuarán realizando estudios para conocer la evolución de los hábitos de pago de los consumidores, y respaldar con dichos análisis sus estrategias de pago y efectivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Central Europeo. (2022). "Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE) 2022". https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_surveys/space/shared/pdf/ecb.spacereport202212-783ffdf46e.en.pdf
- Banco Central Europeo. (2024). "Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE) 2024". https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_surveys/space/shared/pdf/ecb.space2024-19d46f0f17.en.pdf
- Ferrando, Laura, y Diana Posada. (2023). "Uso del efectivo y de otros medios de pago: ¿cómo está cambiando la forma en que pagamos?". *Boletín Económico - Banco de España*, 2023/T1, 01. <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/23/Fich/be2301-art01.pdf>
- Parlamento Europeo. (2015). Directiva (UE) 2015/2366 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, sobre servicios de pago en el mercado interior y por la que se modifican las Directivas 2002/65/CE, 2009/110/CE y 2013/36/UE y el Reglamento (UE) n.º 1093/2010 y se deroga la Directiva 2007/64/CE. https://app.bde.es/clf_www/leyes.jsp?id=151329&tipoEnt=0

6 Estrategia de pagos minoristas del Eurosistema (BCE).

7 Estrategia de efectivo del Eurosistema (BCE).

PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES EN EL USO DE MEDIOS DE PAGO

Las preferencias juegan un papel importante a la hora de guiar el uso de los diferentes medios de pago por parte de los consumidores y están influenciadas por factores como la edad, el nivel de ingresos, los hábitos, el nivel educativo o la percepción que tenemos sobre las ventajas e inconvenientes de cada medio de pago.

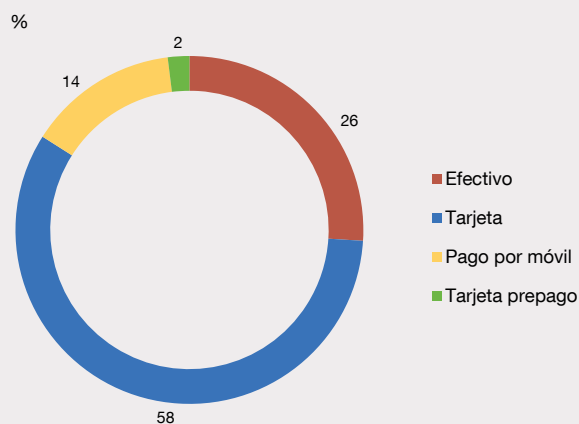
Más de la mitad de los consumidores españoles (58 %) manifiestan que su método de pago preferente en comercio físico es la tarjeta. Por su parte, el 26 % de consumidores prefiere pagar en efectivo. Les siguen los

pagos móviles, incluidos relojes inteligentes y pulseras de *fitness* (14 %), y la tarjeta prepago (2 %) (véase gráfico 1.a).

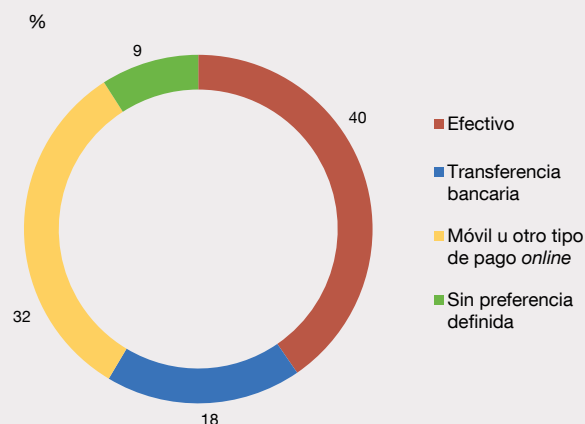
Para sus pagos a familiares y amigos, los españoles indican una mayor preferencia por el uso del efectivo que en comercio físico, siendo este el medio de pago preferido para el 40 %. Los pagos móviles u otros tipos de pago *online* (32 %), así como las transferencias bancarias (18 %), son los otros medios de pago de mayor preferencia en el caso español para realizar pagos entre particulares (véase gráfico 1.b).

Gráfico 1
Medios de pago preferidos en comercio físico y entre particulares en España (2024)

1.a Medios de pago preferidos en comercio físico



1.b Medios de pago preferidos entre particulares



FUENTES: Banco Central Europeo y Banco de España.

DIFICULTADES TÉCNICAS EN LOS PAGOS

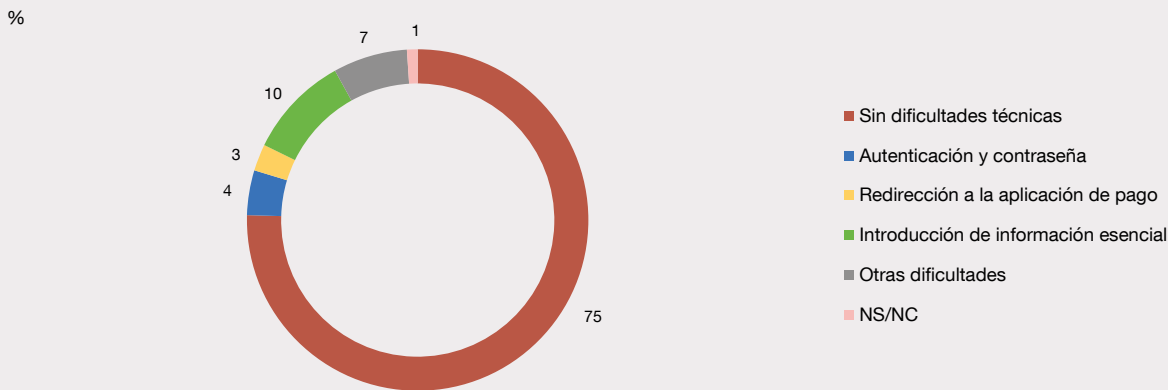
En el contexto actual, donde la digitalización y la variedad de métodos de pago están en constante crecimiento, la fiabilidad y la eficiencia de estos medios de pago son cruciales para garantizar una experiencia de usuario satisfactoria. Sin embargo, los problemas técnicos pueden representar un obstáculo significativo para los consumidores, pues afectan a su confianza y comodidad al realizar transacciones.

Un 24 % de los consumidores en España afirman haber experimentado problemas técnicos a la hora de efectuar pagos en comercio físico, una cifra ligeramente superior a la media de la zona del euro (22 %). Al igual que ocurre en el resto de los países participantes en el estudio, en

España el medio de pago que presentó más problemas técnicos en comercio físico fue la tarjeta (13%), seguido de los pagos con teléfono móvil (7,8%) y los pagos en efectivo en terminales de autoservicio (3,7%).

En relación con los pagos *online*, un 24% de los consumidores españoles reportaron haber tenido dificultades técnicas en el momento de realizar un pago. El problema técnico más común en España estuvo relacionado con complicaciones al introducir la información esencial de pago (10%), seguido de dificultades en la autenticación e introducción de las contraseñas (4%) y de problemas de redirección para verificar el pago (aproximadamente el 3%) (véase gráfico 1).

Gráfico 1
Dificultades técnicas experimentadas en los pagos *online* en España (2024)



FUENTES: Banco Central Europeo y Banco de España.

MEDIOS DE PAGO EMERGENTES

La accesibilidad y el uso de los medios de pago más recientes e innovadores, como los pagos inmediatos y los criptoactivos, están en aumento en España, lo que refleja una tendencia hacia la digitalización y la modernización en la forma de pagar.

El uso de pagos inmediatos

En España, más de la mitad de los consumidores (55 %) manifiestan haber hecho uso de los pagos inmediatos en 2024, lo que supone la tercera cifra más alta de los países de la zona del euro, únicamente por detrás de Países Bajos y Luxemburgo. Además, un 14 % indica tener disponible este medio de pago, aunque no lo haya utilizado. Es decir, en conjunto, un 69 % de los consumidores españoles tendrían acceso a los pagos inmediatos, una cifra 13 puntos porcentuales superior a la reportada en el anterior estudio de 2022, y que se sitúa por encima de la media de la zona del euro (62 %) (véase gráfico 1).

Por otra parte, el 15 % de los consumidores españoles manifiesta no tener acceso a los pagos inmediatos, y un 13 % señala haber oído hablar de estos (aunque desconoce si puede hacer uso de ellos). Finalmente, solo un 4 % indica no haber oído hablar sobre este medio de pago.

El uso de criptoactivos

Según la regulación europea, un criptoactivo es la representación digital de un valor o de un derecho que puede transferirse y almacenarse electrónicamente mediante la tecnología de registro distribuido (DLT, por sus siglas en inglés) o una tecnología similar¹.

En línea con la tendencia que se observa a nivel europeo, la proporción de españoles que posee criptoactivos ha crecido en los últimos años. Se ha pasado del 4 % reportado en el estudio de 2022 a un 9 % en 2024, lo que sitúa a España en la media de la zona del euro (9 %) (véase gráfico 2).

Los españoles poseen mayoritariamente criptoactivos con fines exclusivos de inversión (57 %). Un 19 % utiliza este tipo de activos únicamente como medio de pago, lo que supone un incremento relativo respecto a la cifra reportada en 2022 (aproximadamente, 13 %). Finalmente, un 20 % de los poseedores de criptoactivos en España los utilizaron con ambos fines. Es decir, en total, un 39 % de españoles poseedores de criptoactivos los utilizan como medio de pago (véase gráfico 3).

1 Reglamento (UE) 2023/1114 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 31 de mayo de 2023, relativo a los mercados de criptoactivos y por el que se modifican los Reglamentos (UE) n.º 1093/2010 y (UE) n.º 1095/2010 y las Directivas 2013/36/UE y (UE) 2019/1937.

MEDIOS DE PAGO EMERGENTES (cont.)

Gráfico 1
Acceso a pagos inmediatos

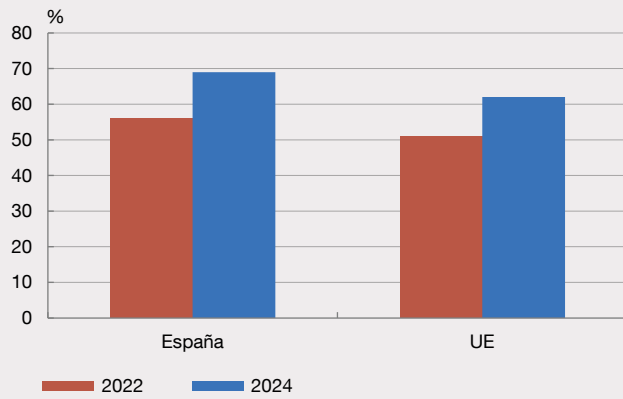


Gráfico 2
Consumidores que poseen criptoactivos

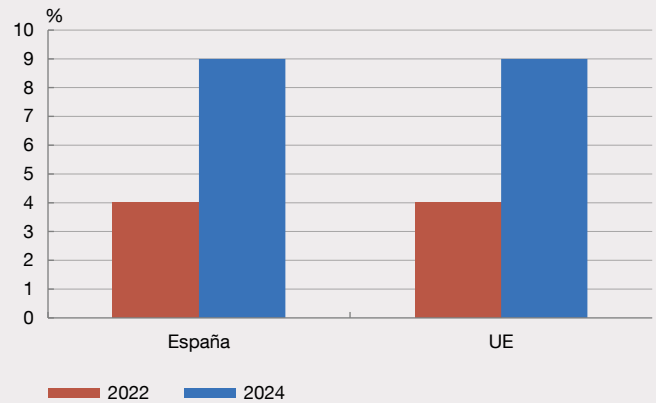
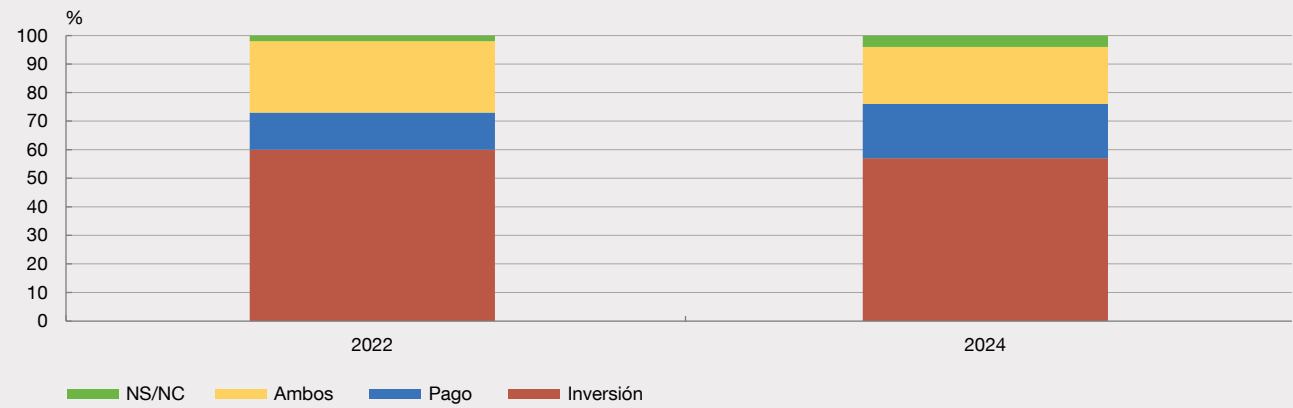


Gráfico 3
Uso de criptoactivos por finalidad en España



FUENTES: Banco Central Europeo y Banco de España.

Cómo citar este documento

Molina Rodríguez, Isabel, y Álvaro Esandi Erro. (2025). “Evolución y tendencias en los pagos de los consumidores españoles”. *Boletín Económico - Banco de España*, 2025/T2, 03. <https://doi.org/10.53479/39525>

Se permite la reproducción para fines docentes o sin ánimo de lucro, siempre que se cite la fuente.
 © Banco de España, Madrid, 2025
 ISSN 1579-8623 (edición electrónica)