

Modaes

Back Stage

Los mercados emergentes lideran el pago a través del móvil: un 25% de sus consumidores lo usa semanalmente

Modaes
21 abr 2015 - 04:47



Uno de cada cuatro consumidores de mercados emergentes usa el móvil para pagar en tienda al menos una vez por semana. Los compradores de países como China, India, Brasil, México, Colombia, Indonesia, Rusia o Turquía ganan la batalla del pago en tienda a través del teléfono a los clientes de mercados desarrollados, según detalla el estudio *Consumers in the Digital World* elaborado por **Euromonitor International**.

1 / 3

<https://www.modaes.com/back-stage/los-mercados-emergentes-lideran-el-pago-a-traves-del-movil-un-25-de-sus-consumidores-lo-usa-semanalmente>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

En países como Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Reino Unido, Australia y Japón, el uso semanal del teléfono móvil para pagar en caja no llega al 10%. Uno de los inconvenientes de los consumidores europeos o norteamericanos a la hora de servirse de esta herramienta es la falta de tiendas que presten esta opción de pago, destaca el informe.

Los mercados emergentes también lideran las compras a través de aplicaciones móviles. El *mcommerce* supera el 50% de los usuarios de móvil en China, India y Turquía, y rebasa el 40% en Oriente Medio, Indonesia, Colombia y México. En el grupo de países desarrollados destaca España, que se sitúa en el 35% por delante de Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Japón, Alemania o Francia. En estos tres últimos mercados, las compras a través de *smartphone* no pasan del 20%.

Según indica el estudio, el mayor número de compras realizadas desde el móvil en mercados emergentes está vinculado a las tasas más altas de usuarios de *smartphones*. En este sentido, en países como China el 93% de los encuestados posee o tiene acceso a Internet desde su móvil, muy por encima del 66% de franceses que usa un teléfono inteligente.

El estudio destaca algunas de las barreras que todavía existen a la hora de comprar a través del móvil. Un porcentaje próximo al 60% de los encuestados admite que el pequeño tamaño de algunas pantallas es un obstáculo para la compra. Por otro lado, los problemas derivados de la privacidad, junto con la lentitud a la hora de cargar las páginas, son otros de los *handicaps* destacados por los usuarios encuestados.

Reticencia a las compras online

El informe destaca que aún hay consumidores reticentes a comprar a través de Internet, ya sea desde el móvil o en un ordenador. Más del 60% admite que necesita tocar y ver el producto en primera persona, y un 45% afirma que si compra a través de la Red es porque encuentra mejores precios. Menos del 30% de los encuestados desiste de comprar en Internet por la necesidad de recibir consejos de los vendedores.

Por último, el informe destaca el peso creciente de las redes sociales. Cerca del 50% de los encuestados hacen *follow* o *like* a sus marcas y *retailers* preferidos, mientras que el número usuarios que comparten el contenido de una compañía en sus redes se aproxima al 30%. Entre los usuarios encuestados, el 25% ha comprado usando las redes sociales.

Modaes

El estudio *Consumers in the Digital World* se ha realizado en diecisiete mercados con edades comprendidas entre los quince y los 69 años de edad, de ambos sexos. El análisis utiliza 500 respuestas de cada uno de los países participantes.