

# Modaes

Equipamiento

## Compre ahora y pague después: la crisis impone el pago a plazos en moda

Empresas como Sequra, Aplazame, ViaBill, Klarna o Pagantis impulsan la financiación al consumo en España con el foco puesto en el sector de la moda.

Laura Juanes  
23 nov 2020 - 04:44



**Un nuevo jugador quiere entrar en el campo: las plataformas de aplazamiento de pagos.** Empresas como Sequra, Aplazame, ViaBill, Klarna o Pagantis, especializadas en ofrecer el pago a plazos en compras de pequeños importes directamente en el punto de venta, han encontrado en el *boom* del ecommerce provocado por el confinamiento y la crisis económica derivada del Covid-19 el entorno idóneo para crecer en el mercado español. Su objetivo, convencer a los consumidores del país de utilizar sus servicios para las compras regulares, tal y como es habitual en los países nórdicos o Latinoamérica.

---

# Modaes

---

El punto de partida es bajo: con el único gran precedente de la tarjeta de compra de El Corte Inglés, este tipo de fraccionamiento de pagos no tiene todavía una gran implantación en el mercado español. No obstante, las empresas del sector señalan que ha ganado fuerza en los últimos meses, particularmente en sectores como el de la moda.

David Backström, fundador y consejero delegado de la española Sequra, plataforma que echó a andar en 2013, asegura que **en los países nórdicos y en Europa central es un método que casi se ha afianzado como principal**. “En los países nórdicos, la mitad de las compras online se hacen pagando a posteriori”, asegura Backström. **En España, no obstante, es un servicio que ha costado más en llegar porque “hay menos confianza entre comprador y vendedor”**.

En declaraciones a Modaes.es, el empresario señala que cada vez hay más gente que se atreve a comprar con este método, sobre todo en los últimos meses, en los que el canal online ha ganado fuerza. Asimismo, Backström se muestra optimista con el futuro de este servicio: **“arrancamos hace seis años y estamos acogiendo entre el 20% y el 25% de las compras; danos tres años más y podremos ponernos a la par que los métodos de pago clásicos”**, sentencia. **Sequra, que en 2019 facturó 15 millones de euros, prevé elevar los ingresos de este ejercicio a 25 millones de euros**. En 2021, la empresa estima llegar a facturar 40 millones de euros.

## Las plataformas de aplazamiento de pagos, que ya operaban en países europeos, han aterrizado recientemente en España

Klarna, fundada en Estocolmo en 2005, aterrizó en España a principios de este año. **La plataforma, que trabaja con compañías como H&M, Michael Kors, Levi's o Hugo Boss, no cobra ningún interés a los usuarios que la utilizan para financiar las compras, sino que lo hace a los *merchants*, a los que carga con intereses variables dependiendo del volumen de su negocio**. La empresa está participada desde 2017 por Anders Holch Povlsen, el dueño del gigante danés de la distribución de moda Bestseller.

---

# Modaes

---

Daniel Espejo, director general de Klarna en España, señala que, actualmente, **en el país la compañía cubre entre el 5% y el 10% de las compras que se realizan en las tiendas online de sus clientes, “sobre todo del sector de la moda”.**

El directivo asegura que la compañía ha experimentado un gran crecimiento en el último año a raíz de la pandemia. “En parte, por el decreto del confinamiento; y, por otro lado, porque los consumidores han visto mermado su poder adquisitivo”, argumenta Espejo.

**Klarna trabaja con más de 205.000 comercios en todo el mundo y cuenta con una cartera de 95 millones de usuarios.** La plataforma, que tramita más de un millón de transacciones al día, prevé cerrar el actual ejercicio al alza respecto al año anterior, cuando facturó 35.000 millones de dólares a escala global.

## **El auge del consumo online ha beneficiado a estas plataformas, que han elevado su facturación**

Los meses de confinamiento han sido positivos para las ecommerce y los *pure players*, que han elevado sus ventas durante los meses de pandemia. En este sentido, las plataformas de aplazamiento de pagos han crecido proporcionalmente. Jaime de Wenzel, director general en España de ViaBill, señala que la empresa ha tenido una buena acogida en compras relacionadas con moda, cosmética, ropa deportiva y tecnología.

Desde la compañía aseguran que **los meses de confinamiento han sido muy positivos para ganar visibilidad y crecer en el mercado digital.** ViaBill, que colabora con marcas como Pompeii, Flip&Flip o Duck&co, ha crecido globalmente un 350% respecto a 2019, y, **en España, a cierre de noviembre frente al mes de marzo, el crecimiento ha sido de más del 1.600%.**

“España es un mercado interesante para crecer”, señala De Wenzel. ViaBill, fundada en 2014 en Dinamarca, aterrizó en España en febrero de este año. **La plataforma financia compras de hasta 300 euros, sin ningún tipo de interés para los consumidores.** Por otro lado, las empresas que integran el servicio, que reciben el importe en un plazo de cinco días, sí que están sujetas a un interés de hasta el 2,9% por incorporar ViaBill a sus ecommerce.

---

# Modaes

---

## El Corte Inglés fue la primera empresa en incorporar el aplazamiento de pagos en moda en España

Por otro lado, Rolf Cederström, consejero delegado de Pagantis, asegura que “se está creando en todo el mundo, a ojos de los *merchant*, un sector especial más *buy-light* que se enfoca en el pago aplazado”. La plataforma opera con compañías internacionales como Asos, JD Sports, Banana Republic, Crocs, Gap o Jimmy Choo.

El directivo de Pagantis, que ha sido adquirida por la compañía internacional AfterPay, asegura que el servicio de aplazamiento de pagos se aleja del concepto del crédito bancario. “**En moda funciona muy bien porque no hay coste para el cliente** –explica Cederström–; antes, por ejemplo, una de las ventajas que tenía El Corte Inglés era la tarjeta cliente, que daba la posibilidad de aplazar sin coste el pago, pero ahora hay herramientas que dan el mismo servicio”, sentencia.

Pese a reconocer que la plataforma ha experimentado un gran crecimiento en los últimos meses, **Cederström augura que, cuando vuelva a la normalidad y la gente vuelva a salir a las calles y a comprar en tiendas físicas, habrá un equilibrio entre el canal online y el físico.**

## PayPal se ha aliado con la plataforma Aplazame para ofrecer el aplazamiento de pagos a sus usuarios

Otros jugadores más veteranos, como el estadounidense PayPal, que opera desde 1998 y se ha afianzado como método de pago en la Red, también han incorporado este tipo de servicio en sus plataformas. En concreto, **la compañía permite a sus usuarios pagar las compras después de recibir el paquete en casa.**

Desde 2019, además, PayPal mantiene una colaboración con la española Aplazame, plataforma digital fundada en 2014 que permite aplazar los pagos hasta quince días o fraccionarlos a plazos. Con esta alianza entre ambas compañías, los usuarios pueden acceder al servicio de Aplazame desde su cuenta de Paypal.

Jorge Guillamet, responsable de *growth* de Aplazame en España, reafirma que la

---

# Modaes

---

financiación de las compras a clientes ha experimentado un auge en los últimos meses a raíz de la crisis del coronavirus. **“El aplazamiento de pagos ha evolucionado y se ha digitalizado muy rápidamente”**, argumenta el directivo.

“Por un lado, las ventas de ecommerce han crecido debido al confinamiento y, por otro, ha aumentado la necesidad de recurrir a la financiación debido a la inestabilidad económica y laboral”, explica Guillamet.

En la actualidad, Aplazame colabora con empresas de moda como Esdemarca, Micuir, Kuka&Chic o El Ganso, entre otros. **La empresa prevé cerrar 2020 con un volumen de facturación tres veces mayor a la de 2019**, y estima que el crecimiento siga en 2021.