

## Abriendo paso a la digitalización

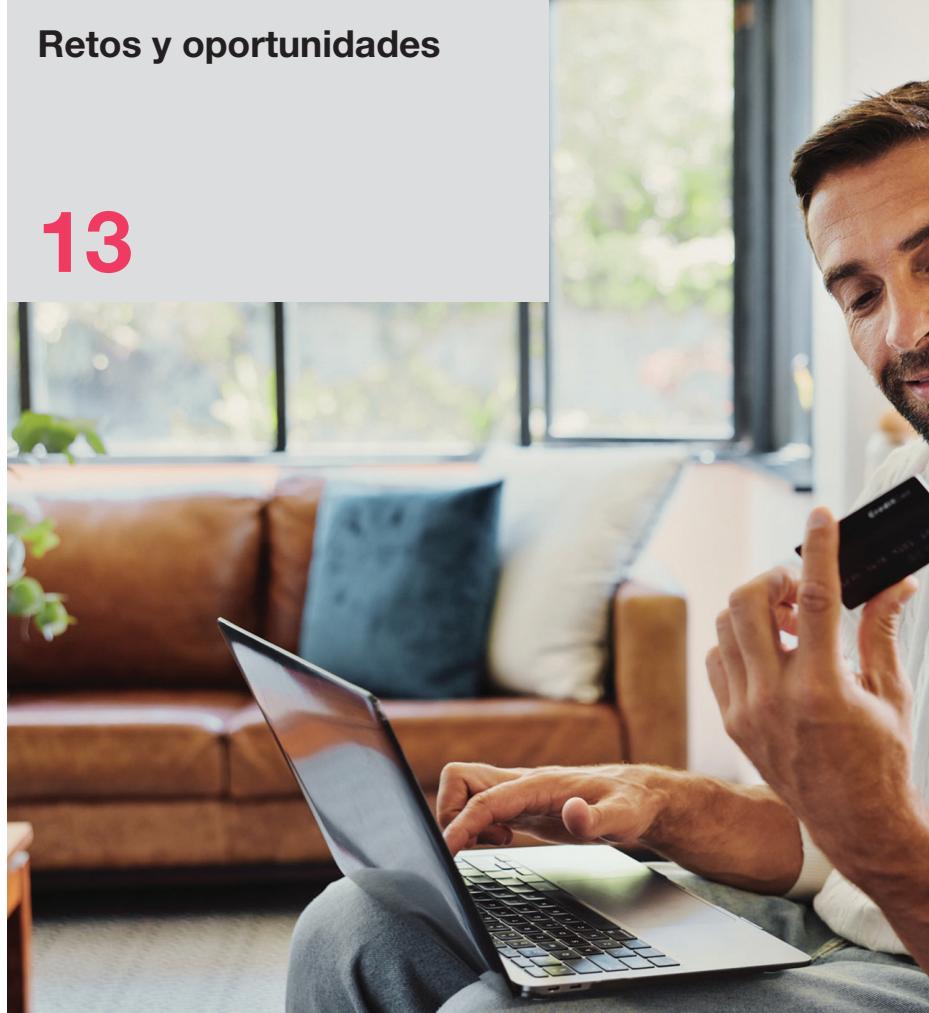
Strategy& Payments and Open Banking Survey



# TABLA DE CONTENIDOS

El objetivo de este informe no solo es compartir los datos de nuestra encuesta europea “Payments & Open Banking Survey”, sino reflexionar sobre los retos y oportunidades a los que se enfrentan los diferentes actores que forman parte del ecosistema bancario y de medios de pago.

<b>Resumen ejecutivo</b>	<b>Contexto</b>
<b>03</b>	<b>04</b>
<b>1. Pagos</b>	<b>2. Open Banking</b>
<b>06</b>	<b>10</b>
<b>3. Banking</b>	<b>Retos y oportunidades</b>
<b>12</b>	<b>13</b>



## RESUMEN EJECUTIVO

España se sitúa a la cabeza en la adopción de medios de pago digitales, destaca en la compartición de datos y está abierto a operar con actores no tradicionales

1

### Consolidación de la digitalización de los pagos, con España a la cabeza en el proceso de adopción

La preferencia por el efectivo ha descendido de forma generalizada en toda Europa, siendo España el país con mayor reducción entre 2022 y 2024 (-23 p.p.).

Este cambio se debe a la adopción significativa de tarjetas (c. 60%) y al uso de Wallets y Apps (12%).

Aunque el **67% de los encuestados españoles** declara no conocer bien el euro digital, una vez informado sobre su funcionamiento, **el 60% se muestra dispuesto a utilizarlo**.



2

### El acceso a descuentos y ofertas es el aspecto más valorado en las “SuperApps” de los españoles

A diferencia de la amplia mayoría de países europeos, los consumidores españoles **valoran el acceso a descuentos y ofertas especiales** por encima de funcionalidades como la agregación de cuentas o productos de ahorro en sus “SuperApps” financieras.

Además, España destaca por ser el país europeo con la **mayor predisposición a compartir datos** a cambio de beneficios (70%).

3

### Aumenta la posibilidad de abrir una cuenta con actores no tradicionales en España

Los españoles se muestran especialmente **abiertos a contratar productos bancarios con nuevos players no tradicionales: un 75% estaría dispuesto a abrir una cuenta** con empresas como PayPal, WhatsApp o Google (+32p.p. respecto a los datos de 2022.).

Las principales motivaciones para este cambio son el **precio (42%), las recompensas (38%) y la conveniencia (33%)**.

# CONTEXTO

Esta encuesta se enmarca en un momento de transformación profunda del ecosistema de pagos en Europa, impulsada por múltiples tendencias regulatorias, tecnológicas y de consumo.

## Open Banking



El avance del Open Banking se ve impulsado por marcos regulatorios como PSD3, PSR y FIDA, que extienden la obligatoriedad de apertura de datos más allá de los pagos y fomentan la estandarización mediante APIs.

- En Suiza, el enfoque se basa en un modelo de autorregulación, mientras que en Turquía se lanzó una plataforma nacional en 2022, sin que se espere nueva regulación a corto plazo.
- En el Reino Unido, el uso de Open Banking ha crecido de forma notable, evolucionando hacia un modelo más comercial.

## Pagos Instantáneos



Los pagos instantáneos están ganando tracción como la nueva normalidad. En la Unión Europea, su oferta será obligatoria sin comisiones adicionales:

- Suiza tiene prevista su introducción en 2024, mientras que Turquía continúa enriqueciendo su sistema FAST con nuevas funcionalidades.
- En el Reino Unido, se está preparando la actualización de la plataforma “Faster Payments”. Este contexto también pone el foco en el aumento del fraude digital, como el fraude de APP, que requiere respuestas coordinadas.

## Moneda Digital del Banco Central (CBDC)



La exploración de monedas digitales emitidas por bancos centrales es otro frente relevante.

El proyecto del ‘€ Digital’, aún en fase incierta, se espera para 2030 y plantea su uso minorista (a través de *wallet* o tarjeta física) con aceptación obligatoria:

- Suiza continúa con la fase piloto de su CBDC mayorista (Proyecto Helvetia III), prevista al menos hasta mediados de 2026.
- Turquía y Reino Unido también están evaluando sus propias versiones de CBDC minoristas, ambas en fases tempranas.

## Wallets



El uso de *wallets*, incluyendo los pagos móviles, ha crecido masivamente, aunque con diferencias regionales notables.

La competencia se intensifica con la entrada de *wallets* promovidos por entidades bancarias y terceros como Wero<sup>1</sup>. Además, se espera una aceleración de su uso impulsada por la apertura de la interfaz NFC de Apple y otras iniciativas regulatorias como EUDI.

<sup>1</sup> Wero es un proveedor de servicios de pago europeo promovido por la Iniciativa de Pagos Europea. Participan las cajas de ahorros, cooperativas bancarias, así como numerosos bancos europeos.

# FiDA y PSD3: Nuevas oportunidades para el desarrollo del Open Finance

La evolución normativa en Europa, impulsada por marcos regulatorios como **FiDA (Financial Data Access)** y **PSD3 (Revisión de la Directiva de Servicios de Pago)**, está generando un entorno favorable para el desarrollo de nuevas posibilidades y casos de uso en el ámbito del *Open Finance*.

Uno de los principales efectos de estas regulaciones es la ampliación del origen de los datos. Si hasta ahora el foco principal se centraba en los datos relacionados con cuentas de pago, FiDA y PSD3 extienden el perímetro a otros productos financieros como **seguros, préstamos, inversiones y pensiones**. Además, esta apertura se realiza con un nivel de detalle mucho mayor, incorporando información como condiciones de crédito, volúmenes de transacciones y saldos, lo que habilita la aparición de nuevos casos de uso.

A continuación, se detallan algunos de los usos potenciales habilitados por este nuevo marco normativo:



**En seguros**, se facilitará la optimización de productos mediante mayor transparencia sobre primas y coberturas, así como la cotización en tiempo real. También se podrá automatizar el cierre inmediato de operaciones y la liberación de pagos tras verificar la identidad del tomador.



**En préstamos**, los datos abiertos permitirán disponer de información financiera más completa, facilitando “transferencias de saldo” basadas en condiciones claras y comparaciones automatizadas entre ofertas de crédito y financiación.



**En cuentas y pagos**, los consumidores podrán iniciar pagos directamente entre cuentas (modelo A2A), acceder a servicios premium basados en su historial de cuenta, utilizar sistemas de verificación de beneficiarios más simples, y disponer de servicios como el pago automatizado de facturas.



**En inversiones**, el acceso a datos más ricos habilitará la planificación financiera integral, la oferta personalizada de productos de ahorro en función del flujo de caja, la comparación entre tipos de productos y la captación de inversión basada en consejos personalizados y en el saldo disponible.



**En ahorro y pensiones**, se podrán determinar oportunidades de mejora a través de análisis personalizados, identificar productos adaptados al perfil del cliente y facilitar la modificación de contratos antiguos o inactivos.



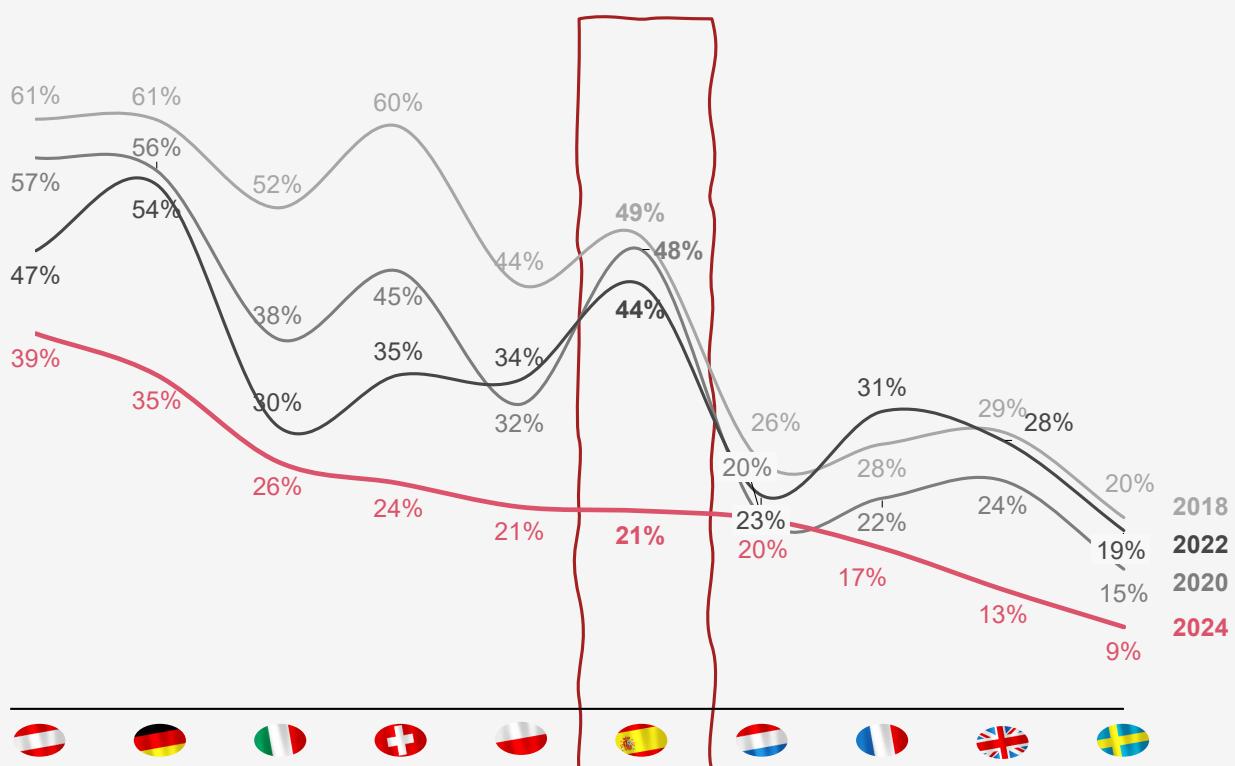
# 1. PAGOS

## España se sitúa a la cabeza en Europa en cuanto a reducción de la preferencia por el efectivo

Uno de los principales hallazgos de la encuesta de 2024 es la **caída generalizada en la preferencia por el uso de efectivo** como medio de pago a nivel europeo. Desde 2018, todos los países analizados han registrado un descenso significativo, confirmando una transición estructural hacia medios digitales.

En el caso de España el descenso es significativo, ya que es el país en el que la preferencia por el efectivo más se ha reducido entre 2018 y 2024 (-28p.p)

**GRÁFICO 1**  
Preferencia por el efectivo al comprar/ pagar servicios

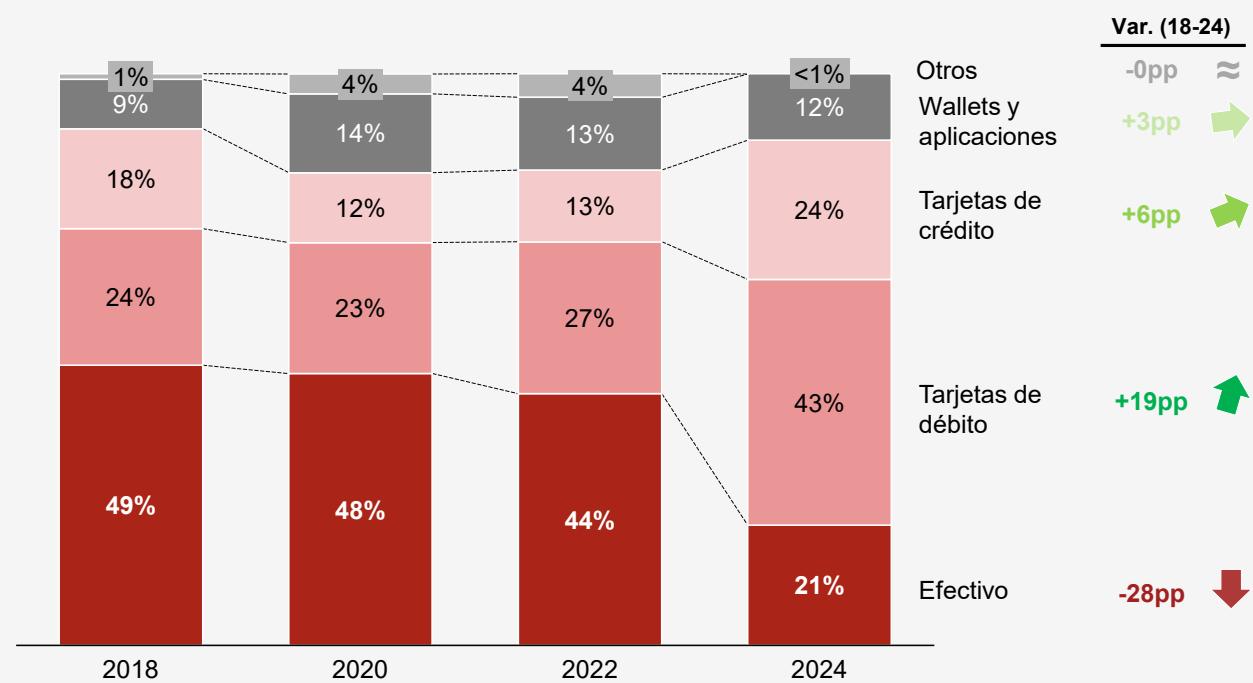


Pregunta: ¿Cuál es su preferencia general para los pagos cuando está comprando o pagando servicios? – Respuesta: 'Efectivo'

## Las tarjetas rompen la paridad con el efectivo y se sitúan como el medio de pago preferente (c.70%)

Dentro de la tendencia general de disminución del uso de efectivo, España ha experimentado una transformación significativa en sus preferencias de medios de pago. En particular, el método que más ha crecido son las **tarjetas de débito**, que ha aumentado **19 p.p.**, seguido por las **tarjetas de crédito**, con un incremento de **6 p.p.**

**GRÁFICO 2**  
**Evolución de métodos de pago en España (2018 - 2024)**



# España destaca por ser en único país con equilibrio en el pago a través de App de banco, App local y xPays

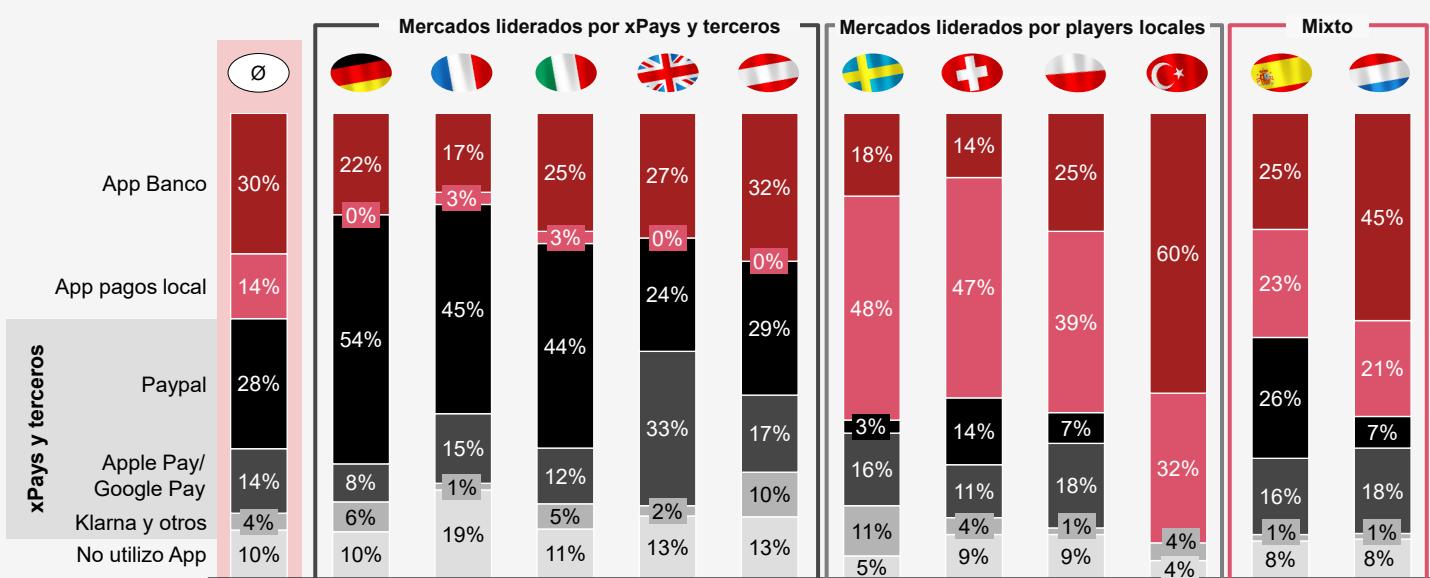
El uso de apps móviles como medio de pago está cada vez más extendido en Europa, pero muestra **una gran heterogeneidad entre países**.

En este contexto, **España** se sitúa como un mercado **equilibrado** entre los diferentes tipos de apps disponibles:

- El **42%** de los usuarios indican preferir soluciones tipo xPay y de terceros,
- el **25%** se inclinan por apps de bancos tradicionales,
- y un **23%** utiliza apps locales.

Este patrón coloca a España en la categoría de mercados mixtos, donde no hay un único tipo de app dominante, a diferencia de otros países europeos que muestran una clara preferencia por uno de los modelos.

**GRÁFICO 3**  
¿Cuál es la App móvil más importante que utilizas para los pagos?



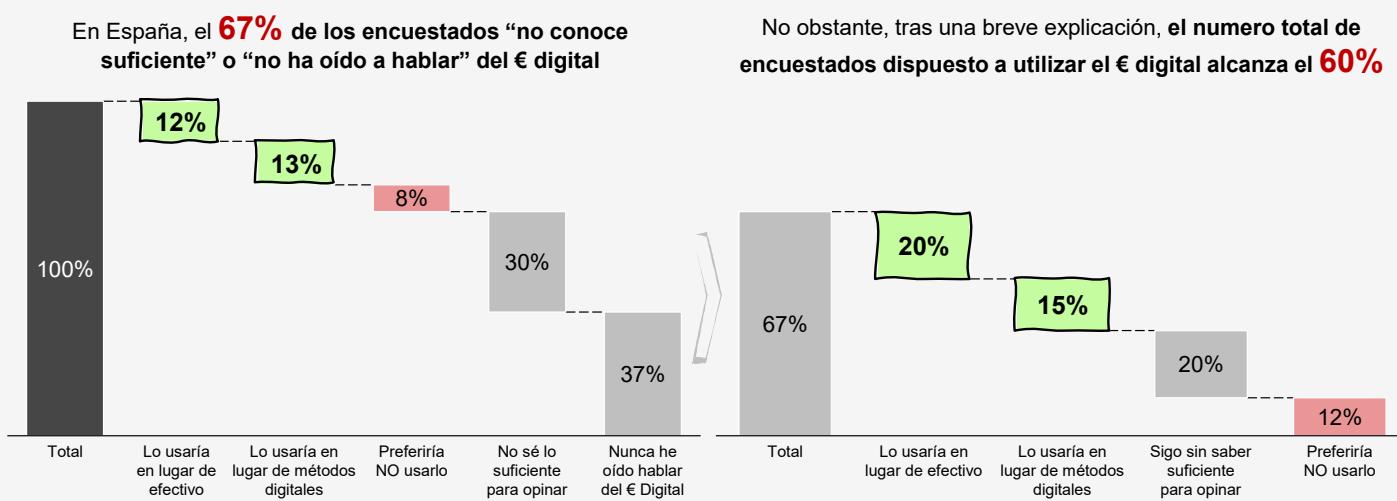
## Dentro de este contexto, el € digital en España sigue siendo desconocido (67% no lo conoce) debido parcialmente a la falta de información

El € digital sigue siendo una iniciativa relativamente desconocida para el consumidor español. Según los resultados de la encuesta, un **67% de los encuestados en España** afirmó **no haber oído hablar** del euro digital o **no conocerlo lo suficiente como para opinar**. De este grupo, el 37% nunca había oído hablar del concepto y un 30% manifestó no tener información suficiente.

No obstante, tras recibir una breve explicación sobre su funcionamiento y propósito, el panorama cambia notablemente: **el 60% de los encuestados afirma que estaría dispuesto a utilizar el € digital** en alguna forma.

**GRÁFICO 4**

**Perspectiva del consumidor español sobre el euro digital (% de encuestados)**



(1) Pregunta: ¿Estaría dispuesto a utilizar el “euro digital” (medio de pago digital de efectivo en euros, que ofrece el Banco Central Europeo y que se puede utilizar en línea, en tiendas y de persona a persona; el efectivo en euros seguirá estando disponible)?; (2) Los encuestados que respondieron “Nunca he oido hablar del euro digital” o “He oido hablar de él pero no sé lo suficiente como para opinar” recibieron una explicación más detallada y, posteriormente, la pregunta “Ahora que conoce más detalles sobre el euro digital y sus beneficios: ¿Contemplaría utilizar el euro digital (el efectivo en euros seguirá estando disponible)?”; (3) Respuestas “Lo usaría en lugar de mi tarjeta de débito” y “Lo usaría en lugar de PayPal/mi método de pago en línea preferido”.

## 2. OPEN BANKING

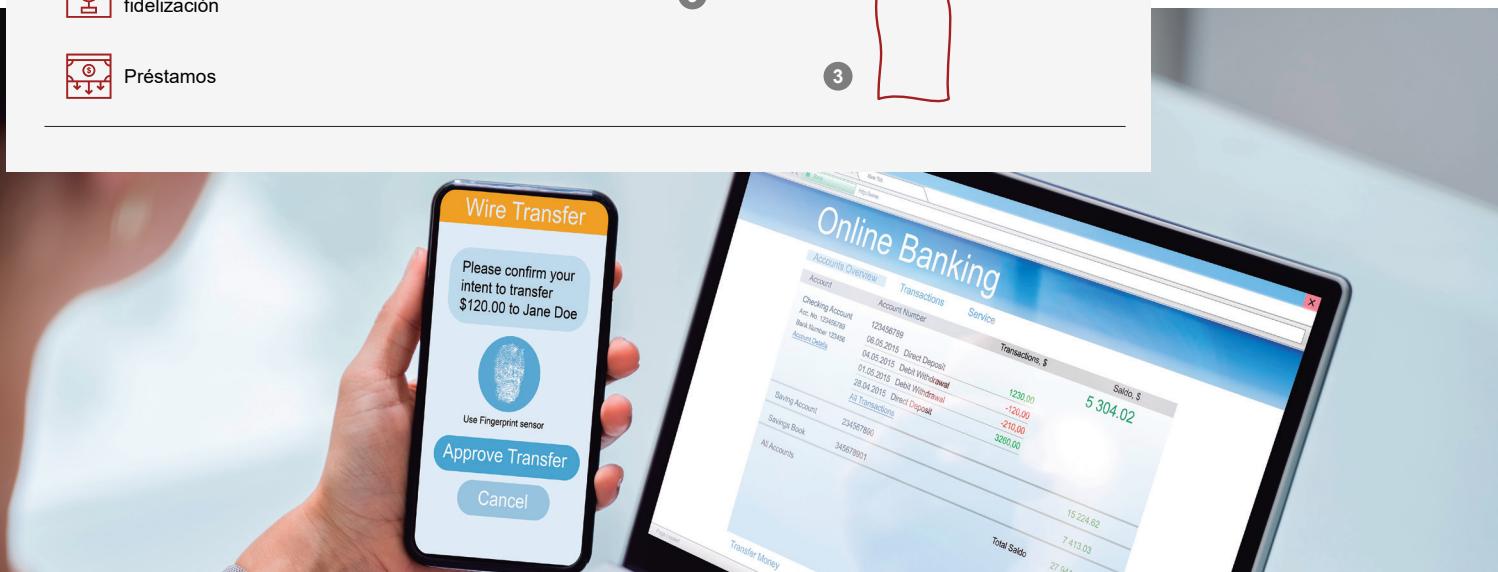
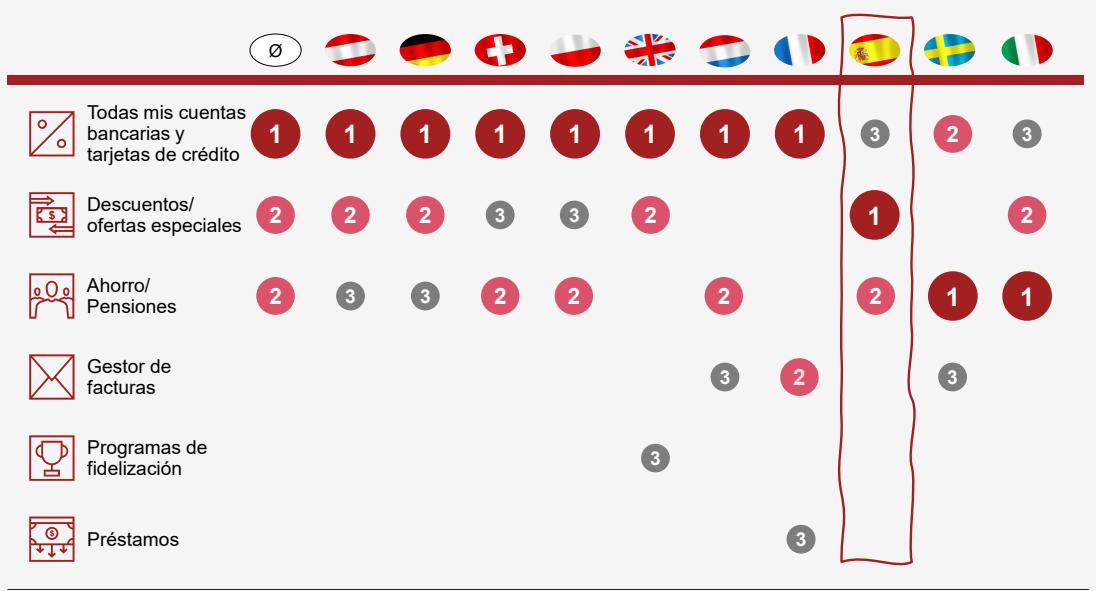
Los consumidores españoles se desmarcan de la tendencia europea y valoran los descuentos y ofertas en una “Super App financiera”

En el contexto de Open Banking, las llamadas **“SuperApps” financieras** surgen como una propuesta atractiva para concentrar la gestión de servicios (bancarios y no bancarios) en una sola plataforma.

A nivel europeo, la **funcionalidad más valorada es la agregación de cuentas bancarias y tarjetas de crédito**. Sin embargo, el caso de **España** se desmarca de esta tendencia, los consumidores valoran especialmente aquellas funcionalidades que les permiten obtener un **beneficio económico claro y directo**, como el acceso a descuentos personalizados o promociones exclusivas. Esta preferencia por las ofertas y descuentos en ocasiones está relacionada con la apertura del consumidor a compartir datos.

GRÁFICO 5

Si hubiera un lugar para administrar tus finanzas (SuperApp), ¿qué te gustaría que incluyera?



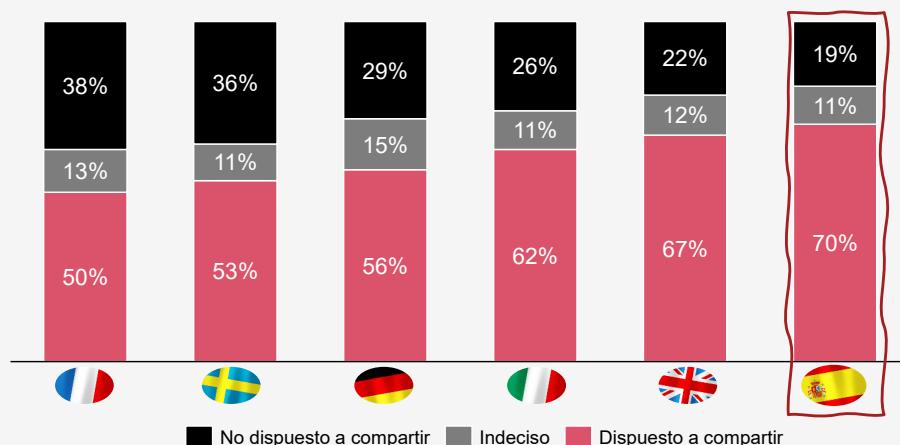
# España lidera los países de nuestro entorno en cuanto a predisposición a compartir datos (c.70%), siendo los bancos los más confiables

Uno de los factores clave para el desarrollo del *Open Banking* es la voluntad de los consumidores de compartir sus datos financieros a cambio de beneficios. En este sentido, **España lidera el grupo de países europeos analizados, con un 70% de los encuestados dispuestos a compartir sus datos personales** si a cambio reciben recompensas, servicios adicionales u ofertas personalizadas.

En cuanto a los proveedores más confiables para el intercambio de datos, los consumidores españoles expresan una **clara preferencia por los bancos tradicionales**, con un 55% de confianza, lo que supone un aumento de **37 p.p.** respecto a 2018.

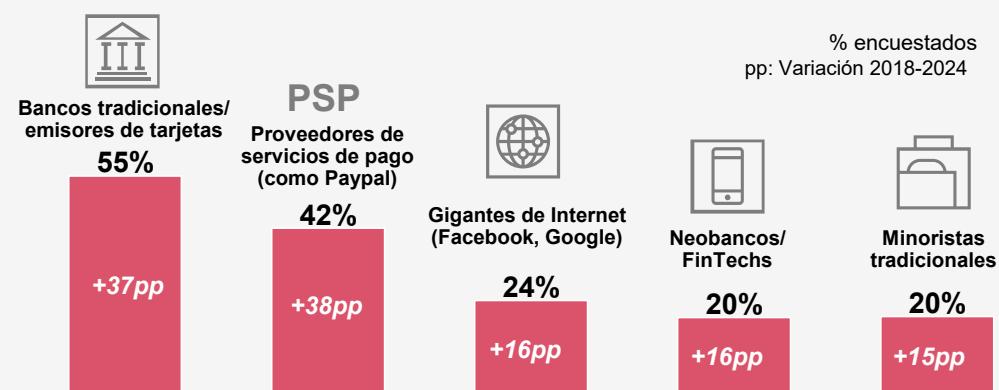
Este entorno sugiere una **mayor apertura del consumidor español** al intercambio de datos, especialmente cuando percibe valor añadido, pero también una preferencia clara por **actores financieros consolidados** en términos de confianza.

**GRÁFICO 6**  
Disposición a compartir datos a cambio de beneficios



Pregunta: ¿Estaría dispuesto a compartir sus datos (por ejemplo, transacciones de pago) para recibir recompensas/beneficios/servicios adicionales?.

**GRÁFICO 7**  
Proveedores más confiables para el intercambio de datos en España



Pregunta: ¿Con quién compartiría dichos datos? (Múltiples respuestas posibles).

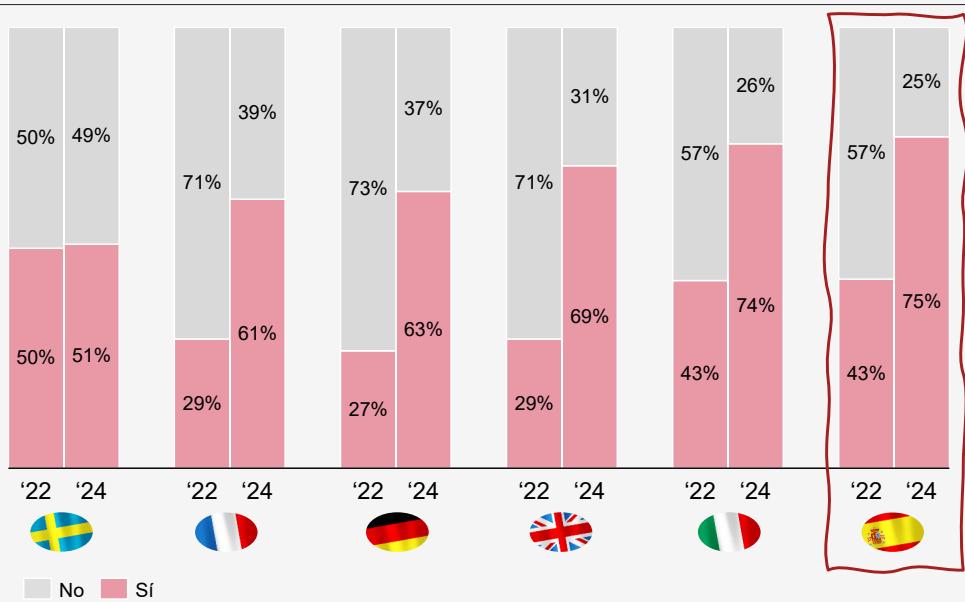
### 3. BANKING

## Los españoles estarían dispuestos a abrir una cuenta bancaria en los principales *players* tecnológicos y plataformas de redes sociales (75%)

La evolución del ecosistema bancario europeo se ve reflejada también en la creciente disposición de los consumidores a contratar productos financieros fuera del canal tradicional.

**España destaca como el país más abierto a player no tradicionales en banca:** en 2024, un 75% de los encuestados españoles afirma que estaría dispuesto a **abrir una cuenta bancaria en una empresa no tradicional** (por ejemplo, plataformas digitales o tecnológicas).

**GRÁFICO 8**  
¿Abrirías una cuenta bancaria en alguna de las siguientes empresas?  
Por país (2022 vs.2024)



Empresas: Paypal, WhatsApp, Google, Apple, Instagram y TikTok.

Las compañías que departen mayor interés como potenciales proveedores de servicios bancarios, **PayPal** se sitúa a la cabeza, con un 56% de los encuestados indicando que estarían dispuestos a abrir una cuenta con esta plataforma. Le siguen **WhatsApp y Google**, con un 29% y un 28% respectivamente, posicionándose incluso por delante de **Apple**, que alcanza un 19% de intención.

De forma más incipiente, **Instagram y TikTok** también figuran en las respuestas, con un 15% y un 9% de menciones respectivamente. Este dato revela una tendencia clara hacia la convergencia entre **entornos sociales, digitales y financieros**, especialmente entre los consumidores más jóvenes o digitalmente activos.

# RETOS Y OPORTUNIDADES

En un ecosistema de pagos y banca que evoluciona rápidamente y en el que las **fronteras entre sectores** se vuelven cada vez más difusas, los distintos actores — **bancos, fintechs y compañías no financieras** — enfrentan desafíos comunes, pero también disponen de oportunidades específicas para consolidar su posición y crecer en el nuevo entorno.

GRÁFICO 9

## Retos y oportunidades para *players* dentro y fuera del sector bancario

### Retos

1

Aumentar la conversión con experiencias “multi-opción” en el momento del pago

2

Enriquecer la información alrededor del pago para generar valor para el cliente y la compañía

3

Desarrollar propuestas de valor de Ecosistema que integren modelos de rewards monetizables

### Oportunidades



#### Bancos y entidades financieras

Impulsar soluciones, Apps, wallets evaluando cuáles son las capacidades operativas y tecnológicas más idóneas



#### Fintech y otros players de SF<sup>1</sup>

Desarrollar productos y servicios disruptivos y diferenciales para el cliente que sean integrables con terceros



#### Entidades No financieras

Facilitar la integración a nivel tecnológico y experiencia de cliente de diferentes alternativas de pagos

Usar el dato para anticipar necesidades y completar la oferta en un contexto de “beneficio mutuo” cliente - banco

Impulsar soluciones integrales que simplifiquen y conecten la operativa financiera y transaccional del cliente<sup>2</sup>

Incorporar servicios propios y de terceros ligados al pago que permitan aumentar la conversión

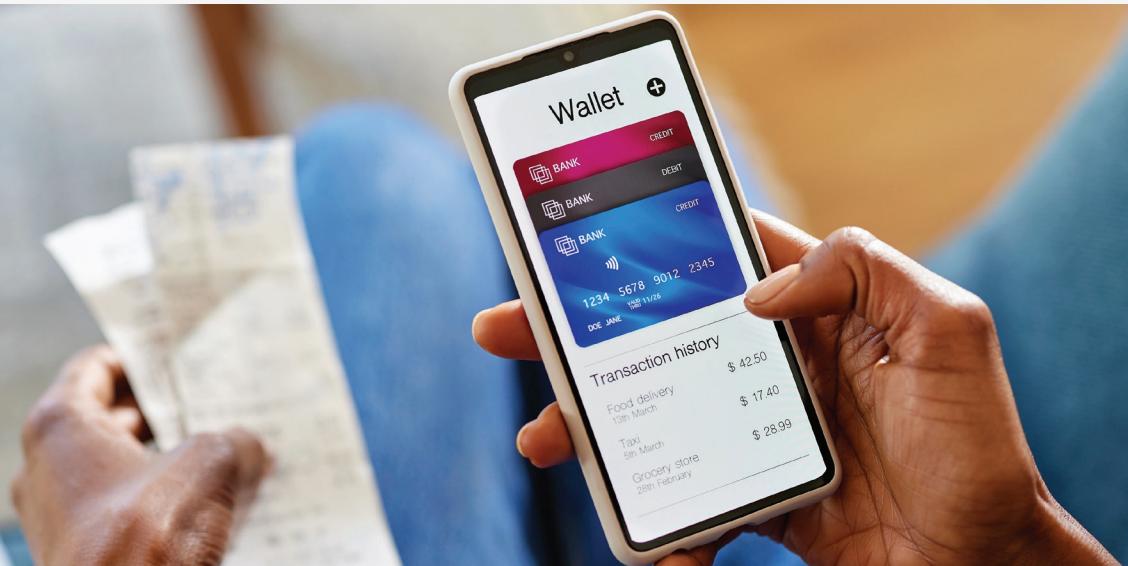
Adoptar un rol activo en ecosistemas con una propuesta de valor simplificada e integrada en la experiencia del socio

Facilitar la orquestación y activación del dato en ecosistemas de servicios (financieros y no financieros) multisocio

Liderar ecosistemas que desarrollen y fidelicen su base de clientes en colaboración con socios especialistas

Notas: 1) Servicios Financieros; 2) especialmente aplicable en el negocio de adquisición de pagos para comercios; 3) especialistas en pagos, financiación, seguros, inversión, etc.

Fuente: Strategy&



# TUS CONTACTOS DE MEDIOS DE PAGOS Y OPEN BANKING



**Pablo Martínez-Pina**  
Socio, Líder Sector Banca  
PwC España  
pablo.martinez-pina@pwc.com



**Alfonso Pradas**  
Director, Medios de Pago y  
Banca Strategy& España  
alfonso.pradas.gonzalez@pwc.com



**Javier Baixas**  
Socio, Servicios Financieros  
Strategy& España  
javier.baixas.valls@pwc.com



**Javier de Artiñano**  
Socio, Líder Consultoría Banca  
PwC España  
javier.de\_artinano.gomez@pwc.com



**Ana Martínez-Miralles**  
Socia, Corporate Finance  
PwC España  
ana.martinez.miralles@pwc.com



**Álvaro Benzo**  
Socio, Regulación Banca  
PwC España  
alvaro.benzo.gonzalez-coloma@pwc.com



**Javier Peñalver**  
Socio, Tax & Legal Banca  
PwC España  
javier.penalver.hernandez@pwc.com

# METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA

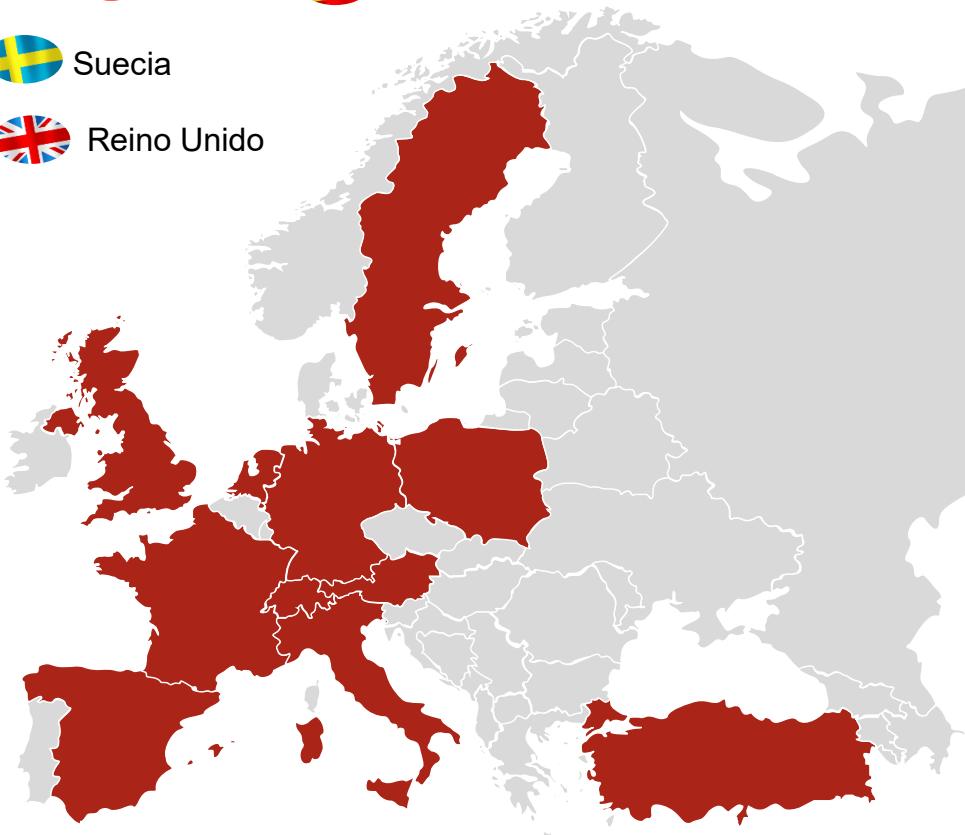
Desde el año 2018, PwC | Strategy& ha llevado a cabo una encuesta periódica dirigida a consumidores europeos y del entorno europeo con el objetivo de entender la evolución del ecosistema de pagos y del Open Banking. Esta encuesta, titulada “Payments and Open Banking”, se ha realizado en cuatro ediciones: 2018, 2020, 2022 y 2024.

A lo largo de estas ediciones, se ha mantenido una metodología basada en 10 preguntas clave que permiten analizar tendencias en medios de pago, nivel de adopción del Open Banking y grado de apertura de los clientes a nuevos actores.

Años	Países	Nº Participantes
2024	11	5.500
2022	15	5.750
2020	12	3.500
2018	10	2.500

En la encuesta de 2024, la población muestral se extiende a los siguientes países:

-  Austria
-  Francia
-  Alemania
-  Italia
-  Países Bajos
-  Polonia
-  España
-  Suiza
-  Suecia
-  Turquía
-  Reino Unido



<https://www.strategyand.pwc.com>

