

Un 36% de los españoles tiene más suscripciones a servicios digitales ahora que antes de la pandemia

- Un nuevo estudio del banco móvil N26 revela que el gasto medio mensual por persona en suscripciones digitales roza los 40€, un 11% más
- Un 35% de las personas de entre 25-34 años tiene más de cuatro suscripciones
- 1 de cada 4 españoles se plantearía cambiar a un modelo de banca de suscripción y pagar una cuota mensual fija si ésta fuera igual o menor a lo que paga en comisiones

Madrid, 3 de junio de 2021. La economía de las suscripciones, espoleada por la pandemia, avanza imparable por todo el mundo y sus números son incontestables. **En España, un 36% de los ciudadanos tiene más suscripciones a servicios digitales ahora que antes de la pandemia**, según un nuevo estudio¹ presentado hoy por el [banco móvil N26](#) y en el que han participado más de 1.000 personas. En una coyuntura compleja como la actual, en la que muchos consumidores han optado por ahorrar y recortar gastos, **el presupuesto mensual por persona en suscripciones digitales asciende a casi 40€**, un 11% más que antes de la pandemia.

El aceleramiento de la cultura de la suscripción es particularmente destacada entre los consumidores más jóvenes, lo que sugiere que la pandemia ha actuado como catalizador de un nuevo perfil de *super-suscriptores*. **Un 35% de los jóvenes de entre 25 y 34 años tiene cuatro o más suscripciones** frente a un escaso 12% entre los mayores de 65 años. Asimismo, este grupo gasta más del doble de dinero en estos servicios (44,15€) que los mayores de 65 años (22,68€).

En cuanto a lo que **más valoran los españoles a la hora de suscribirse a un nuevo servicio, un 39% indica que es clave que pueda darse de baja sin penalización** económica y un 33% prioriza la opción de poder acceder al servicio donde quiera y cuando quiera.

El [informe de N26](#) también apunta que el crecimiento de las suscripciones podría estar ligado a la limitación de varias actividades de ocio durante algunos momentos de la pandemia, como ir al cine, asistir a un concierto o irse de compras. **Más de la mitad de los españoles (57%) paga una cuota mensual por un servicio de entretenimiento**, mientras que un 27% está abonado a una plataforma de música y un 26% tiene una suscripción a un servicio de moda o belleza.

Marta Echarri, directora general de N26 para España y Portugal, señala: *“Pagar una cuota plana por un servicio a la carta se está convirtiendo en la norma para muchos consumidores. A pesar de que todavía existe una brecha generacional, creemos que la*

¹ Estudio realizado en abril de 2021 por Sapio Research para N26 con respuestas recogidas a través de un cuestionario online entre 1.006 internautas españoles a partir de 18 años de edad.

demanda por servicios de suscripción va a seguir creciendo y se extenderá de manera generalizada a otras áreas más allá del entretenimiento como la salud o los servicios financieros”.

El modelo freemium en banca, al alza

Una de las tendencias reflejadas en las conclusiones del estudio es la creciente aceptación del modelo *freemium* -ofrecer un servicio básico de calidad de forma gratuita y dar la opción a los clientes que lo deseen de pagar una cuota fija por servicios de valor añadido- entre los clientes de banca. Según los datos analizados por N26, **un 25% de los clientes bancarios se plantearía cambiar a un modelo de banca de suscripción y pagar una cuota plana mensual si ésta fuera igual o menor a lo que paga actualmente en comisiones.** En la actualidad, con las comisiones por servicios básicos más las comisiones ocultas de muchas entidades superando los 20€ al mes, el número de personas que se cambiarían a un banco con un modelo freemium asciende al 40% entre la población de 25-34 años.

“Los clientes de banca de todas las edades comienzan a plantearse si no les aportará más valor un modelo de suscripción que el tradicional de comisiones ocultas y letra pequeña. Si los bancos tradicionales quieren seguir siendo relevantes deben adaptarse a las demandas de los nuevos consumidores y analizar cómo el modelo de suscripción ya está definiendo el futuro del consumo”, añadió Marta Echarri.

N26 lleva tiempo estudiando los cambios en los patrones de consumo de los consumidores. En 2020, el banco móvil lanzó su informe [‘De la libreta al móvil: evolución del ecosistema financiero’](#) en el que detectaba, entre otras tendencias, el adiós a las sucursales bancarias, el avance hacia una sociedad *cashless* y la creciente aceptación de un modelo de suscripción similar a los de Spotify o Amazon Prime. Desde entonces, el modelo de tarifa plana continúa ganando adeptos.

Sobre N26

N26 es el primer banco móvil global. Valentin Stalf y Maximilian Tayenthal fundaron N26 en 2013 y lanzaron el producto inicial en 2015. Hoy N26 es uno de los bancos con mayor crecimiento de Europa: cuenta con más de 7 millones de clientes en sus 25 mercados. La compañía tiene más de 1500 empleados en Berlín, Barcelona, Madrid, Milán, París, Viena, Nueva York y São Paulo. Gracias a su licencia bancaria y a su modelo completamente digital, N26 opera a un coste mucho más bajo sin legados tecnológicos y sin los altos costes de una red de sucursales. Además, está disponible para Android, iOS y desde la web. N26 ha recaudado cerca de 800 millones de euros de reconocidos inversores, entre los que se encuentran Insight Venture Partners, GIC, Tencent, Allianz X, Valar Ventures, Redalpine Ventures y miembros de Zalando. La compañía opera actualmente en: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Francia, Finlandia, Grecia, Irlanda, Islandia, Italia, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Suecia, Suiza y Estados Unidos, donde opera a través de la filial N26 Inc., establecida en Nueva York y en colaboración con Axos® Bank, miembro de FDIC.

Website: n26.com | Twitter: [@n26ES](https://twitter.com/n26ES) | Facebook: facebook.com/n26es |

YouTube: youtube.com/n26bank

Blog: <https://n26.com/es-es/blog>

Contactos Prensa

N26 - Prensa e-mail: prensa@n26.com

Pedro Rodríguez, PR & Comunicación N26 España: pedro.rodriguez@n26.com | +34 629 017 304

MARCO

n26@marco.agency | Paloma Casillas - 676 54 79 43 | Celia Zamora - 678 89 82 48