

La moda apuesta por el pago fraccionado para impulsar sus ventas

La flexibilidad de dividir los pagos facilita el acceso a las compras de moda y aumenta el valor medio de los pedidos atrayendo a nuevos perfiles de consumidores.

Dividir el pago en cuotas facilita el acceso a las compras e incrementa las ventas

El sector de la moda está experimentando una transformación significativa impulsada por las nuevas tendencias de consumo y las soluciones de pago aplazado. La creciente popularidad de dividir el pago en varias cuotas no solo ha facilitado el acceso a las compras, sino que también ha demostrado ser una herramienta eficaz para incrementar las ventas de los comercios. Según el informe "Spain Buy Now Pay Later Business and Investment Opportunities Data Book 2025", se espera que el mercado de pagos BNPL en España crezca un 11,6% anual, alcanzando los 8.910 millones de dólares en 2025.

Esta tendencia ha cobrado especial relevancia en un contexto de creciente digitalización y búsqueda de mayor comodidad en las compras. De hecho, de acuerdo con el portal Modaes.com, más del 70% de los usuarios de servicios de "Compra Ahora, Paga Después" (BNPL) son millennials, comprendidos entre 25 y 35 años, un segmento que valora especialmente la flexibilidad financiera.

Los pagos fraccionados como motor de crecimiento en moda

La adopción de métodos de pago aplazado en el sector de la moda no solo incrementa el tique medio de las compras, sino que también contribuye a fidelizar a los clientes. Según el informe mencionado, el mercado BNPL en España ha experimentado un crecimiento robusto entre 2021 y 2024, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 19,5%. A cierre de 2024 la operativa de la solución [plazox](#) había crecido un 34% respecto al año anterior, por encima de esta dinámica ya alcista del mercado, lo que pone de relieve el valor que aporta a los consumidores.

"En un sector tan dinámico como el de la moda, ofrecer opciones de pago adaptadas a las necesidades de los consumidores se ha convertido en una ventaja competitiva para los comercios y en especial para los de moda. Con plazox, proporcionamos una solución sencilla y segura para que los clientes puedan gestionar mejor sus finanzas dividiendo los pagos y, al mismo tiempo, para ayudar

a los comercios a aumentar sus ventas", explica Luis Álvarez-Cascos Paredes, Director de Marketing, Negocio e Innovación de plazox.

Las compras de moda están, tradicionalmente, dentro del TOP5 de las compras fraccionadas con plazox y su importe medio de aplazamiento creció ligeramente en 2024, situándose por encima de los 200 euros y siendo superior a la media en el comercio físico. En términos de evolución de las operaciones aplazadas con plazox en este sector, 2024 finalizó con un crecimiento del 21%, más acusado en el comercio tradicional que en el *on-line* si bien este último presenta un nivel de uso por comercio más elevado.

Con el auge de las compras por internet y la búsqueda de una mayor personalización en la experiencia del cliente, el sector de la moda sigue apostando por herramientas que impulsen su crecimiento. El pago fraccionado, liderado por soluciones como [plazox](#), se consolida así como una de las palancas clave para el éxito de los comercios en esta nueva era de consumo.