

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

Movistar+ presenta una plataforma de aplicaciones para realizar compras desde el televisor

- **Como parte de su visión del Hogar Digital, Telefónica amplía su catálogo de Living Apps disponibles en Movistar+ con la creación “Compras”, un escape-rate de aplicaciones desarrolladas por diferentes compañías para realizar compras de forma sencilla y segura.**
- **Esta nueva plataforma, lanzada de forma progresiva, permite a las empresas llevar su propia tienda online a los millones de usuarios de Movistar+ y crear un nuevo punto de venta innovador para relacionarse con sus clientes.**
- **En colaboración con CaixaBank, partner financiero del proyecto, el servicio incorpora una solución de pagos con tecnología avanzada para la gestión de las operaciones.**

Madrid, 18 de diciembre de 2020.- Movistar+ ha lanzado una nueva plataforma de aplicaciones de *tv-commerce* para que sus usuarios puedan realizar todo tipo de compras cómodamente desde su casa a través del televisor. Las nuevas [Living Apps](#), como se denominan las aplicaciones para la televisión de Movistar+, están agrupadas en la sección “Compras”, a la que se accede a través de la pestaña “Apps” del menú de inicio de Movistar+.

Con este nuevo canal, cualquier empresa, independientemente de su tamaño, podrá disponer de su propia tienda online y ofrecer a los usuarios de Movistar+ una innovadora experiencia de compra sencilla y segura a través de la televisión. La sencillez radica en que los usuarios no tendrán que descargar ni instalar ningún tipo de software. La experiencia de uso se beneficia también del ecosistema de dispositivos de Movistar en el hogar. Las compras se realizan con su mando a distancia o con la voz si el usuario cuenta con el [Mando Vocal Movistar+](#) o [Movistar Home](#), dispositivos integrados con Aura, el asistente virtual con inteligencia artificial de Telefónica.

Las empresas contarán con su propia pasarela de pagos y las compras se realizarán de forma totalmente segura gracias una innovadora solución desarrollada en colaboración con CaixaBank, *partner* financiero del proyecto. Este sistema de pago incorpora una tecnología avanzada para la gestión de los pagos que, entre otros servicios, asegura la trazabilidad de las operaciones y permite adaptar cada proceso a las necesidades del *marketplace*. Asimismo, la experiencia de uso resulta sencilla y cómoda. Para finalizar la compra, el usuario tiene que introducir primero su número PIN de compra de Movistar+ en la televisión. Después, recibirá una

notificación en la app móvil Mi Movistar, donde seleccionará el método de pago y verificará los datos de compra para completar la transacción.

“La televisión se ha convertido en el centro del hogar digital. Además de los contenidos habituales, ahora es también una ventana para disfrutar de todo tipo de experiencias que están reclamando los usuarios y que permitirá a las empresas crear un canal innovador de relación con sus clientes”, señala Óscar Solá, responsable de Living Apps en el área Hogar Digital de la unidad global de consumo digital de Telefónica. “Se benefician así no solo de la excelente conectividad que ofrece Telefónica, sino también de capacidades tecnológicas adicionales como la inteligencia artificial y múltiples dispositivos que permiten una experiencia de usuario única”,

Según el informe Omdia, “2021 Trends to Watch: Smart Home”, el impacto que la pandemia de la Covid-19 está provocando en nuestros hábitos ha empujado a muchos vendedores y proveedores de servicios en el mercado de los hogares inteligentes a acelerar las innovaciones y a ajustar rápidamente sus estrategias para satisfacer las nuevas demandas de los clientes. Algunos proveedores han desarrollado contenidos específicos para este tipo de formatos, para poder aumentar sus ventas y aumentar su visibilidad de una forma más atractiva, recalca el informe.

En este sentido, para facilitar una fácil y rápida integración, Telefónica ofrece a las empresas las herramientas y el soporte necesarios para poder lanzar su Living App. Son varias las que han comenzado a desarrollar sus propuestas con una oferta inicial que incluye, entre otros, productos tecnológicos y artículos para mascotas o cosmética.

El despliegue tecnológico de este nuevo canal de compras se realizará progresivamente hasta alcanzar los 1,3 millones de hogares que cuentan con un paquete de Movistar Fusión que cuenten con el dispositivo [Descodificador UHD](#) o el [Descodificador UHD Smart WiFi](#).

La creciente oferta de Living Apps disponible en Movistar+ se completa con otras propuestas de entretenimiento, deporte, cultura, viajes y diferentes servicios propios de Movistar.