



# **GRADO EN COMERCIO**

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

### **“Medios de pago on-line en China”**

**JINYI SHI**

**FACULTAD DE COMERCIO  
VALLADOLID, JUNIO 2022**



**FACULTAD DE COMERCIO**  
Universidad de Valladolid

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**  
**GRADO EN COMERCIO**

CURSO ACADÉMICO 2021/22

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**“Medios de pago on-line en China”**

**Trabajo presentado por: JINYI SHI**

**Tutor: María del Amor Cumbreño Barreales**

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, Junio 2022

# ÍNDICE DE CONTENIDO

---

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	CONCEPTO E INTRODUCCIÓN AL PAGO ONLINE.....	3
2.1.	El concepto del pago online .....	3
2.2.	Características del pago online .....	4
2.3.	Clasificación del pago online.....	5
2.4.	El papel del pago online.....	6
2.5.	Problemas y riesgos con pago online .....	7
3.	COMPARACIÓN DEL PAGO ONLINE EN CHINA Y OTRAS REGIONES....	9
3.1.	Estado actual del desarrollo en China.....	9
3.1.1.	Evolución del desarrollo de pagos y situación actual .....	9
3.1.2.	Dimensión y velocidad de desarrollo industrial.....	16
3.1.3.	Principales empresas de pago online relevantes .....	22
3.1.4.	Razones por las que los pagos móviles online pueden seguir creciendo en China .....	29
3.2.	Estado actual del desarrollo en otras regiones .....	34
3.2.1.	El caso del pago online en otras regiones.....	35
3.2.2.	Principales medios de pago online relevantes .....	41
3.3.	Comparación de los medios de pago online entre China y otras regiones .....	49
3.3.1.	Comparación entre los medios típicos del pago online .....	49
3.3.2.	En respuesta al análisis anterior, se dan recomendaciones.....	55
4.	EL FUTURO DE LOS MEDIOS DE PAGO EN CHINA .....	58
5.	CONCLUSIONES .....	60
6.	REFERENCIAS .....	62

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

---

Gráfico 1 Frecuencia de los pagos por móvil en China .....	13
Gráfico 2 El medio de pago más utilizado por los consumidores chinos .....	14
Gráfico 3 Formas de pago online más utilizadas y razones para utilizarlas.....	15
Gráfico 4 Los principales medios de pago utilizados actualmente y las direcciones comerciales utilizadas para pago online.....	16
Gráfico 5 Tamaño de las transacciones de pago por móvil de terceros en China, 2011- 2019 .....	17
Gráfico 6 Operaciones de pago por móvil de terceros en China 2018-2019.....	18
Gráfico 7 Tendencias de consumo de algunas industrias chinas bajo la influencia de la epidemia.....	19
Gráfico 8 Cambios en el consumo de productos básicos de los residentes chinos durante el brote.....	20
Gráfico 9 Tamaño de las transacciones de pago por móvil de terceros y de pago por Internet de terceros en China, 2016-2025.....	21
Gráfico 10 Penetración de usuarios de pagos móviles de proximidad, por país,2019 (% de usuarios de smartphones).....	30
Gráfico 11 Principales escenarios de pago de los usuarios de plataformas de pago por móvil en China (2020).....	33
Gráfico 12 Medios de pago elegidos por los españoles al comprar por Internet.....	37
Gráfico 13 Medios de pago en Estados Unidos .....	38

---

## ÍNDICE DE FIGURAS

---

Figura 1 Funciones de Alipay.....	25
Figura 2 Las páginas de Alipay .....	26
Figura 3 Cómo evoluciona WeChat Pay .....	28
Figura 4 Medios de pago local en línea.....	35
Figura 5 El caso de los medios de pago en línea en los países europeos .....	36
Figura 6 Páginas de pago y páginas de aplicaciones (Apple Pay) .....	42
Figura 7 Formas del usar Google Pay.....	44
Figura 8 Página de Amazon Pay en la aplicación y en la web .....	46

## ÍNDICE DE TABLAS

---

Tabla 1 "Un Cinturón, Una Ruta" Pagos móviles (1+9 "Alipay") .....	24
Tabla 2 Tarifas de PayPal para comerciantes.....	49
Tabla 3 Comparación entre Amazon Pay y PayPal.....	50
Tabla 4 Comparación entre Apple Pay y Google Wallet.....	51
Tabla 5 Comparación entre Alipay y Apple Pay .....	53
Tabla 6 Comparación entre Alipay y PayPal .....	54

## Resumen

Con el desarrollo de la economía y la tecnología globales, junto con la llegada del comercio electrónico, los métodos de pago han evolucionado. Debido a la aparición de Covid-19, los pagos en línea están causando sensación en todo el mundo, afectando los métodos de pago en todo el mundo. Como líder en pagos digitales, China tiene cierta experiencia en pago online. Por lo tanto, a continuación se presentarán los métodos específicos de pago en línea en China y se compararán con otros países para analizar y describir el pago online de China y discutir su tendencia de desarrollo futuro.

## Palabras Clave

Pagos online, Pagos móviles en línea, Alipay, WeChat Pay

## Abstract

With the development of the global economy and technology, coupled with the advent of e-commerce, payment methods have evolved. Due to the emergence of Covid-19, online payments are making waves around the world, affecting payment methods all over the world. As a leader in digital payment, China has certain experience in online payment. Therefore, the following will introduce the specific methods of online payment in China, and compare it with other countries to analyze and describe China's online payment and discuss its future development trend.

## Keywords

Online payments, Online mobile payments, Alipay, WeChat Pay

## 1. Introducción

Los seres humanos han existido durante siglos y los métodos de pago globales han cambiado con el tiempo. Desde la aparición del primer método de pago, los seres humanos han ido confiando poco a poco en los métodos de pago para poder sobrevivir, y hasta hoy no podemos prescindir del pago.

Los métodos de pago existen como medio para el intercambio de bienes entre seres humanos, por lo que siempre han jugado un papel especialmente importante en los seres humanos. El trueque (moneda mercancía) es el método de pago más primitivo. Varias mercancías como la madera, el arroz, la harina, la tela, las aves, etc., son divisas mercancías en diferentes períodos. Debido al avance de los tiempos, ha surgido un método de pago más avanzado que es una moneda hecha de metales como el oro o la plata. A causa de la incomodidad del transporte y la falta de materiales, el ser humano ha descubierto billetes de menor precio y más precisos como sustituto de la moneda, y todavía usamos billetes hasta el día de hoy.

Con el desarrollo de la sociedad moderna y la tecnología electrónica, la aparición del dinero electrónico es un importante punto de inflexión en la transformación de los métodos de pago. Esto significa que se adopta el sistema de nombre real, las personas pueden salir solo con tarjetas bancarias y todas las actividades de transacción se completan mediante la red informática del banco. Cuanto mayor sea la distancia comercial, más rápido será el desarrollo económico y más fácil será el comercio de bienes entre diferentes países. Más tarde, el mayor desarrollo de la ciencia y la tecnología llevó a los seres humanos al "mundo digital", y las personas pueden realizar pagos vinculando sus propias tarjetas bancarias en teléfonos móviles y varios programas. La era del pago en línea acaba de aparecer en la vida de las personas y es muy utilizada. La conveniencia de Internet ha hecho que las compras en línea sean muy comunes, y los métodos de pago en línea se pueden usar para alimentos, ropa, vivienda y transporte en la vida diaria.

El Trabajo Fin de Grado presenta un análisis comparativo de Alipay y WeChat en China y Google Pay, Apple Pay, PayPal y Amazon Pay en Estados Unidos. El objetivo principal era ilustrar, analizar y comparar las diferencias entre los pagos en línea en China y otras regiones, y combinar los resultados para dar consejos sobre el futuro de los pagos en línea en China. Este trabajo se divide en cuatro partes:

El primer capítulo presentará la definición de pago en línea dada por bancos y académicos, y combinará sus puntos de vista para aclarar la definición de pago en línea. Desde la perspectiva de sus características, categorías y funciones, podemos tener una comprensión más profunda del pago online. Además, se analizarán los riesgos y problemas que trae el pago en línea, y se aclaran sus desventajas. Esta parte utiliza materiales de referencia para explicar en detalle qué es el pago en línea desde muchos aspectos y ángulos.

En el capítulo segundo se analizará el desarrollo y la situación actual de los medios de pago en China mediante cuestionarios y gráficos, que permitirán hacerse una idea de las principales formas de pago de los chinos, utilizando el análisis de datos para presentar los cambios en la dimensión y la tasa de crecimiento de los pagos en línea antes y después de covid-19. Además, se consultarán materiales de referencia para enumerar los principales métodos de pago en línea en otras regiones, y se describirán cuatro de los métodos más utilizados en todo el mundo. La atención se centrará en las diferencias entre los tres (Alipay, PayPal y Apple Pay), a fin de aclarar la dirección de desarrollo del pago en línea de China.

El tercer capítulo es una previsión del futuro de los métodos de pago chinos, presentando las posibilidades de cambios en los métodos de pago chinos durante la próxima década. Y en el capítulo cuatro se presentará las conclusiones extraídas del trabajo.

Con base en los datos y análisis anteriores, podemos comprender mejor el método de pago en línea de China, cómo ha evolucionado y en qué se convertirá probablemente el método de pago de China en el futuro.

Aquí me gustaría expresar mi agradecimiento a mi tutora, María del Amor Cumbreño Barreales, por su paciencia y ayuda en este trabajo. También quiero agradecer el apoyo recibido por mis amigos y a mi familiar por el aliento que me dio la motivación y la confianza para completar el Trabajo Fin de Grado.



## 2. Concepto e introducción al pago online

En este capítulo se realizará una introducción al concepto de pago online. También mostraré sus características, clasificación y papel por separado para describir los pagos en línea de forma más específica.

### 2.1. El concepto del pago online

Hasta la fecha, se han realizado muchos estudios sobre los pagos online desde muchas perspectivas diferentes, que posteriormente han llevado a la definición de los pagos en línea, dando lugar a diferentes conceptos. Debido al avance de los tiempos y la tecnología, los pagos en línea se utilizan con mayor frecuencia en el comercio electrónico, donde compradores y vendedores pueden realizar transacciones de forma más segura y fácil, y donde la plataforma puede apoyar y completar las transacciones en línea a distancia. El pago en línea también se define de forma más amplia como una plataforma que incluye no sólo los pagos y las transacciones en línea, sino también los comerciantes, los bancos y las plataformas de pago de terceros. Es un sistema y hay muchos actores involucrados.

Por ejemplo N26 Bank GmbH (2022) da la definición de pago en línea como "Un pago online es un intercambio electrónico de fondos que se lleva a cabo a través de una pasarela de pago o de un proveedor de servicios de pago. Los pagos online pueden hacerse por transferencia bancaria electrónica, con tarjeta de débito o crédito, un monedero digital, etc. Las operaciones online deben ser siempre seguras y estar protegidas por contraseña a fin de salvaguardar la información de pago del cliente. Esto incluye tarjetas de crédito, tarjetas de débito y servicios de pago de terceros, cheques electrónicos, transferencias bancarias, etc. "

Calabrese, N. (2022) piensa que "Los pagos en línea se refieren al intercambio electrónico de divisas a través de Internet. Estos pagos suelen consistir en la transferencia de fondos monetarios desde la cuenta bancaria o de tarjeta de débito o crédito de un cliente, a la cuenta bancaria del vendedor, a cambio de productos o servicios. Estos fondos pueden proceder directamente de la tarjeta de crédito o de la cuenta corriente del cliente, o de un sistema de pago en línea vinculado a las cuentas bancarias del comprador y del vendedor."

Por lo tanto, podemos sacar conclusiones de los puntos de vista anteriores. El pago en línea es un método de pago y liquidación a través de Internet, que puede ser una plataforma de pago y un mecanismo operado por las instituciones de pago. Algunas instituciones independientes con ventajas de solidez y reputación firman contratos con los principales bancos, y luego los clientes y vendedores intercambian métodos de pago a través de la plataforma. El pago en línea se divide en dos partes: pago en línea para

compras en línea y pago en línea móvil para terminales móviles fuera de línea. Para compras en línea, puede elegir una tarjeta bancaria para el pago, o puede elegir una plataforma de pago en línea (plataforma de pago de terceros).

Las transacciones de comercio electrónico a través de plataformas de pago en línea son diferentes de los métodos de transacción tradicionales. Debido a que la plataforma de pago en línea actúa como un intermediario en este momento, se establece entre ella y el banco con su propio crédito como garantía para garantizar la finalización sin problemas de las transacciones de comercio electrónico. La mayor parte del pago móvil en línea se usa descargando la aplicación en el terminal móvil, registrando y vinculando la tarjeta bancaria, y debe usarse cuando hay una red de datos móviles.

## 2.2. Características del pago online

Siguiendo las ideas de Singh, S. (2022) y Neuman, B, C., & Medvinsky, G. (1995), podemos extraer las siguientes conclusiones:

### i. Universalidad y aplicabilidad.

Los pagos en línea pueden ser aceptados por la mayoría de las personas. Por lo tanto, están dispuestos a utilizarlo para pagar cualquier cosa. La idoneidad de un sistema de pago se define como el grado de aceptación de los pagos en el punto de venta o en un sitio de comercio electrónico en línea.

Las tarjetas de débito y de crédito tienen un alto grado de idoneidad y la gente puede utilizarlas para pagar en la mayoría de los lugares. Sin embargo, la idoneidad de los sistemas de pago electrónico puede variar según el país o la región.

### ii. Seguridad y fiabilidad.

Lo que los usuarios se pagan entre sí es efectivamente dinero real y, por lo tanto, los sistemas de pago en línea tienen el potencial de convertirse en objetivos para los delincuentes. Un sistema competente para los pagos en línea debe ser difícil de descifrar para los demás y la infraestructura debe estar altamente disponible para garantizar que los usuarios y las empresas puedan realizar transacciones seguras con su dinero. Esto se debe a que la disponibilidad del servicio y el buen funcionamiento de la empresa dependerán de la disponibilidad y el buen funcionamiento de la infraestructura de pago.

Ahora que los servicios de Internet se prestan en redes relativamente abiertas, la infraestructura que soporta el comercio electrónico debe estar disponible y ser resistente a los ataques en un entorno en el que es fácil espiar y modificar los mensajes. Las monedas digitales deben almacenarse de forma que sean resistentes a la replicación, al doble espionaje y a la manipulación. Al mismo tiempo, cuando se transmite a través de Internet,

debe proporcionar protección contra los intrusos que intenten aprovecharla para un uso no autorizado.

iii. La virtualidad.

Los pagos online son principalmente servicios de pago prestados a través de Internet. Los servicios de pago se prestan en Internet para las dos partes de una transacción, ya que la actividad de pago entre las partes de la transacción también tiene lugar en Internet y no se recibe ni se paga dinero en efectivo como en las transacciones tradicionales, lo que le da un cierto carácter virtual. Los usuarios o las empresas utilizan las monedas digitales para las transacciones, haciéndolas más cómodas y sencillas.

iv. Escalabilidad.

A medida que aumente el uso comercial de Internet, también lo hará la demanda de servidores de pago. La infraestructura de pago en su conjunto debe ser capaz de manejar el aumento de usuarios y comerciantes para que el sistema pueda funcionar correctamente sin degradar el rendimiento y mantener la calidad del servicio. La presencia de un servidor central a través del cual deben procesarse todas las transacciones limitará el tamaño del sistema. La infraestructura de pago debe soportar múltiples servidores distribuidos por la red.

v. Intermediación.

La intermediación es la naturaleza más esencial de los pagos en línea. El origen del pago en línea es actuar como intermediario para resolver el problema de confianza entre compradores y vendedores en las actividades de comercio electrónico, y en todo el proceso de las transacciones de comercio electrónico, el pago en línea desempeña el papel de intermediario de crédito y no participa directamente en las transacciones entre compradores y vendedores. Sólo actúa como un tercero para proporcionar una plataforma de pago y liquidación de las transacciones entre compradores y vendedores para garantizar el buen desarrollo de las transacciones.

### **2.3. Clasificación del pago online**

De acuerdo con el desarrollo de los tiempos, tenemos muchas formas de pagar en Internet en esta etapa. En China hay diferentes formas de clasificar los pagos en línea.

a. Los pagos online se dividen en online y offline según la herramienta utilizada para realizar el pago. Los pagos online se realizan principalmente a través de Internet y los pagos offline se realizan principalmente escaneando el código QR en el teléfono móvil del usuario a través de herramientas como un terminal de punto de venta (TPV).

b. Hay dos tipos de empresas de pago según sus objetivos de servicio y funciones. Un tipo de empresa se basa en los grandes sitios web de comercio electrónico y les proporciona herramientas de pago en línea como Internet y el Internet móvil, con Alipay y WeChat como sus representantes.

c. Según la función y el modelo dominantes, los pagos en línea pueden dividirse en modelo de pasarela de pago, modelo de intermediario de crédito y modelo de cuenta de correo. Entre ellos, la pasarela de pago se refiere al papel de pago de terceros como puente virtual entre los bancos y los clientes contratados, conectándolos entre sí. Esta plataforma de pago integra muchas tarjetas bancarias en una sola plataforma, y en el proceso de liquidación de la transacción, el cliente puede pagar al comerciante por los bienes a través de una plataforma de pago en línea independiente, de modo que el pago en línea proporciona una plataforma en la que la empresa y el cliente pueden llevar a cabo un flujo fluido de fondos de la cuenta.

El modelo de intermediario de crédito es principalmente un servicio de pago en línea que asume la responsabilidad de un intermediario de crédito, responsable de asegurar que los pagos se realicen en lugar de los compradores y vendedores y de actuar como una garantía de crédito, por ejemplo, Alipay es este tipo de modelo de pago. Después de que el comprador y el vendedor hayan acordado cooperar, el comprador pagará los bienes a la plataforma de pago, y después de que el comprador haya recibido los bienes, el comprador notificará a la plataforma de pago en línea para realizar el pago, y la plataforma de pago en línea transferirá el dinero previamente depositado por el comprador desde la cuenta designada por el comprador a la cuenta del vendedor.

El modelo de pago por cuenta de correo electrónico es principalmente una transacción en la que ambas partes reciben y pagan por correo electrónico en Internet. El programa más utilizado hoy en día para este fin es Paypal, donde ambas partes se registran con su dirección de correo electrónico y utilizan una tarjeta bancaria Visa o Mastercard para vincular los fondos a la plataforma, y el pagador introduce su número de cuenta de correo electrónico para entregar los fondos, lo que hace que el proceso de transferencia sea rápido y sencillo.

## **2.4. El papel del pago online**

El desarrollo del comercio electrónico promueve la aparición y el desarrollo de plataformas de pago online. Las plataformas en línea pueden resolver de manera efectiva el problema del crédito de pago entre compradores y vendedores en el comercio electrónico y hacer que el pago en el comercio electrónico sea más conveniente. Con el

desarrollo del comercio electrónico, el pago en línea jugará su papel principal, y su papel se materializa en:

1. Ayudar a mejorar la eficiencia del comercio electrónico. Las plataformas de pago en línea brindan una gran comodidad a los comerciantes y consumidores. Se refleja en el hecho de que los consumidores utilizan el pago en línea para comprar artículos y pueden realizar varios tipos de pago. Bajo la acción del pago en línea, los comerciantes ahorran los pasos y los costos laborales de la cobranza, mejoran la eficiencia y promueven el desarrollo del comercio electrónico.

2. Reducir el riesgo de transacción. Existen riesgos de transacción tanto para los comerciantes como para los consumidores. Hay información falsa para el vendedor, lo que aumenta el costo operativo de la empresa. Para los consumidores, hay engaño, etc. Por lo tanto, la plataforma de pago en línea garantiza el no repudio del comportamiento y los negocios de las transacciones de comercio electrónico, previene de manera efectiva la ocurrencia de rechazos de pagos y fraudes, crea un buen entorno de transacciones y aumenta la confianza mutua entre compradores y vendedores. Cuando hay una disputa entre las dos partes de una transacción en línea, especialmente una disputa sobre el pago y la liquidación, el sistema puede garantizar el no repudio del comportamiento o negocio relevante. El sistema de pago de la red debe generar o proporcionar evidencia suficiente en el curso de la transacción para identificar rápidamente lo correcto y lo incorrecto en la disputa, lo que puede lograrse mediante tecnologías como las firmas digitales. Protege mejor los derechos e intereses legítimos de compradores y vendedores, reduce los riesgos de las transacciones, elimina eficazmente las preocupaciones de los compradores y vendedores sobre la seguridad de las transacciones en línea y promueve el desarrollo del comercio electrónico.

3. Satisfacer las necesidades de servicios de pago diversificados. La plataforma de pago está diseñada como un sistema de transacción abierto, que se apoya en más pagos en línea con tarjetas bancarias. Los usuarios pueden elegir el tipo de tarjeta bancaria y obtener una gama más amplia de servicios. Cuando se trata de terminales de pago específicos, la plataforma de pago en línea ha sufrido muchos cambios, no solo admite muchas tarjetas bancarias diferentes, sino que también puede pagar tarifas a través de terminales de PC e Internet, así como teléfonos móviles y otros terminales.

## **2.5. Problemas y riesgos con pago online**

Aunque Internet siempre ha facilitado la vida de las personas, también tiene riesgos. Por lo que voy a enumerar cuáles son los riesgos de los pagos en línea.

### 1. Riesgo de fuga de información personal.

Hay dos tipos de fuga de información personal: uno es que la información confidencial personal almacenada en el sistema se filtra debido a la violación del sistema del sitio web individual, lo que afecta a los consumidores relevantes e incluso provoca la pérdida de fondos. La otra es que debido a la negligencia o engaño del usuario, información como su cuenta, contraseña o código de verificación del teléfono móvil sea obtenida ilegalmente por otros como el phishing.

Hay algunos forajidos que convierten el blanco del crimen en Internet. Estafan las cuentas bancarias, las contraseñas y otra información de los usuarios mediante la creación de sitios web falsos, el envío de correos electrónicos falsos e incluso virus informáticos (como los virus troyanos). Phishing es un método típico de fraude. Por lo general, los estafadores utilizan el método de envío de mensajes de texto para llevar a las víctimas a sitios web falsos. Estos sitios son casi idénticos al real, y ganarse la confianza de la gente les permite a los usuarios ingresar información de cuenta y pago. Robar a través de troyanos también es un riesgo común. Los delincuentes roban los certificados de documentos de los clientes o los números y contraseñas de cuentas bancarias en línea por medio de tecnologías de red como programas troyanos.

### 2. Riesgo de crédito.

La forma de pago electrónico para expandir el negocio de servicios financieros es diferente a la de las finanzas tradicionales, requiere una estructura crediticia más alta y razonable para las transacciones financieras, y las instituciones financieras pueden enfrentar mayores riesgos crediticios. Tomando como ejemplo la banca en línea, la banca en línea evalúa la calificación crediticia del prestatario por medio de comunicación remota y procedimientos de determinación de crédito. Tal evaluación puede aumentar el riesgo crediticio de la banca en línea. Esto se debe a que es probable que el prestatario no cumpla con las obligaciones del préstamo de dinero electrónico, o porque el sistema de evaluación de crédito financiero que se ejecuta en la red del prestatario no es sólido, lo que resulta en un error de evaluación de crédito.

### 3. Problemas con las leyes y reglamentos pertinentes.

Con el rápido desarrollo de la tecnología informática y la continua aparición de nuevos métodos de pago en línea en todo el mundo, cada método tiene sus propias características técnicas, lo que puede dar lugar a diferentes disputas legales. Por lo tanto, la resolución de cuestiones legales también es particularmente importante. Además, hay muchas leyes involucradas en el negocio de pago en línea. En la actualidad, la legislación

de China en esta área está relativamente rezagada. Las leyes relacionadas con el pago en línea transfronterizo, la falsificación de pago en línea, el fraude de pago en línea, etc. se están formulando lentamente. y renovar En el futuro, con la aparición de nuevos métodos de pago, habrá una gran cantidad de nuevos problemas legales que deberán estudiarse y resolverse.

### 3. Comparación del pago online en China y otras regiones

Con el desarrollo del comercio electrónico global, la mayoría de los países de Europa, América y Asia tienen sus propios métodos de pago locales, cada país tiene diferentes hábitos de pago debido a las diferencias ambientales y culturales. Así que veamos las diferencias.

#### 3.1. Estado actual del desarrollo en China

En esta sección voy a mostrar el desarrollo y la situación actual de los pagos en China, la dimensión y la velocidad del desarrollo de la industria. Además voy a describir las formas habituales de pago en línea de los chinos y las razones del crecimiento de los pagos móviles en línea en China. Como resultado, podemos conocer mejor los pagos en China.

##### 3.1.1. Evolución del desarrollo de pagos y situación actual

El sector de los pagos online ha entrado en una fase de rápido desarrollo en China tras una exploración y práctica continuas, y el modelo de plataforma de pago en línea ha sido ampliamente aceptado y utilizado por los consumidores. Como consecuencia, la competencia en el sector de los pagos en línea es cada vez más feroz, por lo que es importante echar un vistazo a su desarrollo y comprender la situación actual.

##### i. Evolución del desarrollo de pagos en línea hasta 2020.

Desde la fundación de la Nueva China, los métodos de pago han cambiado considerablemente, con la introducción y circulación de billetes en 1955, como sellos de grano, arroz y aceite. En 1978, al desaparecer poco a poco la escasez de materiales, se suprimieron los billetes y el efectivo se convirtió en el principal método de pago. La primera tarjeta bancaria del mundo apareció en 1952, pero la primera tarjeta bancaria de China se emitió en 1985, y en 1991 se formó por primera vez el sistema de pago electrónico de China y comenzó la era de los pagos electrónicos.

Entre 1998 y 2002 se produjo la aparición de los pagos en línea, con la aparición de los servicios bancarios en línea. Esta etapa en el pago como un puente entre los comerciantes, los bancos y los consumidores, esta etapa para la etapa de pago de pasarela. Debido al bajo nivel de penetración de Internet en esta época, el número de usuarios era



muy reducido y el desarrollo era muy lento y estaba en periodo de exploración. De 2003 a 2007, la fase de desarrollo de los pagos en línea, Alipay se introdujo en el mercado en 2003, creando una cuenta virtual con funciones de intermediario de crédito y facilitando el desarrollo del comercio electrónico. Esta fase se caracteriza por ser la fase de intermediación del crédito.

De 2008 a 2009, la fase pionera de los pagos en línea. Durante esta fase, los pagos en línea ya no se limitaron al ámbito de las compras en línea, sino que empezaron a desarrollar el crédito en otras industrias, por lo que esta fase se caracteriza como la fase de los pagos industriales. Desde 2010 hasta la actualidad, la etapa de perfeccionamiento del pago en línea. En 2010 se introdujeron las "Medidas para la administración de servicios de pago por parte de instituciones no financieras" y las "Normas para la aplicación de las medidas para la administración de servicios de pago por parte de instituciones no financieras", y esta etapa se caracterizó como la etapa de normalización y regulación, que también fue una etapa de rápido desarrollo.

En 2011, el Banco Popular de China emitió la primera "Licencia comercial de pago". En el mismo año, el Banco Popular de China emitió el primer lote de licencias de pago, lo que significa que las empresas de pago de terceros han sido reconocidas por instituciones autorizadas. Esto muestra que existe un estándar para ingresar a la industria, al mismo tiempo que ayuda al gobierno a controlar el mercado de pagos. En 2013, Alibaba lanzó Yu'e Bao y los fondos de los usuarios de Alibaba comenzaron a transferirse a plataformas de pago de terceros. En 2014, Tencent lanzó los sobres rojos de WeChat. Bajo esta circunstancia, el Banco Popular de China emitió el Anuncio No. 6 Documento "Medidas para la Custodia de los Fondos de Reserva de Clientes de las Instituciones de Pago", lo que significa que el gobierno ha comenzado a establecer un mecanismo de supervisión y gestión para el pago de reservas de clientes para evitar riesgos de pago y mantener los derechos e intereses legítimos de los consumidores. (Pu, G. N., & Tang, X., & Wang, Y. Q., 2018)

Después del crecimiento explosivo del pago móvil provocado por los sobres rojos de WeChat, el Banco Popular de China emitió el Anuncio [2015] No. 43 "Medidas administrativas para los servicios de pago online de las instituciones de pago no bancarias", que requieren cuentas de terceros para activar el sistema de nombre real y dividir las cuentas de pago personales en una, dos y tres categorías. Esto puede garantizar la seguridad de las cuentas personales, mantener el orden económico normal y prevenir eficazmente el lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo. En 2016, Apple Pay ingresó a China, WeChat y Alipay comenzaron a cobrar tarifas de retiro, y China UnionPay



lanzó oficialmente el "estándar de pago con código QR". En 2017, se publicó el "Aviso de la Oficina General del Banco Popular de China sobre cuestiones relacionadas con la implementación del depósito centralizado de fondos de reserva de clientes de instituciones de pago", que señala la importancia del depósito centralizado de reservas de clientes de instituciones de pago: para rectificar y evitar la malversación y ocupación de fondos por parte de las entidades de pago El fondo de reserva de clientes incita a las entidades de pago de terceros a volver al origen del negocio de pago. (Pu, G. N., & Tang, X., & Wang, Y. Q., 2018)

En agosto de 2017, el Banco Central emitió el Documento No. 209 para exigir a las instituciones de pago que completaran el acceso a la "plataforma de pago y liquidación de la red de instituciones de pago no bancarias" y terminaran los trabajos preparatorios de la migración comercial antes del 15 de octubre de 2017. En la actualidad, más de 20 bancos e instituciones de pago de terceros han completado el trabajo de acceso. En resumen, la "plataforma de pago y liquidación de la red de instituciones de pago no bancarias" es una plataforma de compensación de transferencias construida para las instituciones de pago de terceros. Este cambio significa que el modelo directo se ha convertido en una historia, y las normas relativamente independientes de regulación de negocios para el pago y la liquidación ha vuelto a la etapa. (Pu, G. N., & Tang, X., & Wang, Y. Q., 2018)

Pu, G. N., & Tang, X., & Wang, Y. Q., (2018) identificaron seis beneficios de este cambio:

- a. La plataforma pone bajo supervisión todas las transacciones de transferencia, lo que hace que la cadena comercial sea más clara;
- b. Es beneficioso para el Banco Central controlar el flujo de fondos sociales en tiempo real;
- c. Ha reducido el tedioso proceso de acoplamiento entre las instituciones de pago y los bancos;
- d. Los derechos y responsabilidades de las partes que intervienen son más claros e independientes;
- e. Proporcionó más datos financieros al Banco Central para su supervisión;
- f. También proporciona un poder de discurso relativamente igual a los bancos pequeños y medianos o a las instituciones de pago, ya que quieren cooperar entre sí.

En los últimos años, pagar con el teléfono móvil se ha convertido en un comportamiento cotidiano en China. Según una encuesta, el 92% de los habitantes de las

principales ciudades de China utilizaron WeChat Pay o Alipay como método de pago principal en 2018. Este fenómeno también se da en las zonas rurales: el 47% de la población rural china utiliza regularmente los pagos por móvil. (Daxueconsulting,2021)

Los pagos digitales y móviles han crecido significativamente en el último trimestre de 2019 en China. De octubre a diciembre de 2019, los bancos del país procesaron 62.100 millones de pagos electrónicos, lo que representa un total de USD 93,45 billones, según estadísticas publicadas por el banco central del país. El valor de la transacción aumentó un 6,3 % con respecto al mismo período de 2018. De esos pagos, 30 700 millones fueron transacciones móviles, lo que representa un aumento del 73,6 %. En general, los bancos del país procesaron 95.900 millones de transacciones que no son en efectivo durante el período. Mientras tanto, las entidades no bancarias procesaron 202.500 millones de transacciones en línea en el trimestre. Se espera que la cantidad de personas que utilizan pagos móviles en China alcance los 790 millones en 2020, y los pagos de reconocimiento facial están en camino de adoptarse más ampliamente en todo el país, según Caixin. (Yi, D., 2020)

Hasta 2020, los pagos en línea se realizan principalmente a través de Alipay y WeChat, sobre todo en forma de códigos QR, mientras que el reconocimiento facial es todavía inmaduro y no se utiliza ampliamente. En general, ha aumentado el número de personas que utilizan métodos de pago en línea, pero no hay alternativa a Alipay y WeChat.

ii. La situación actual en China desde 2020.

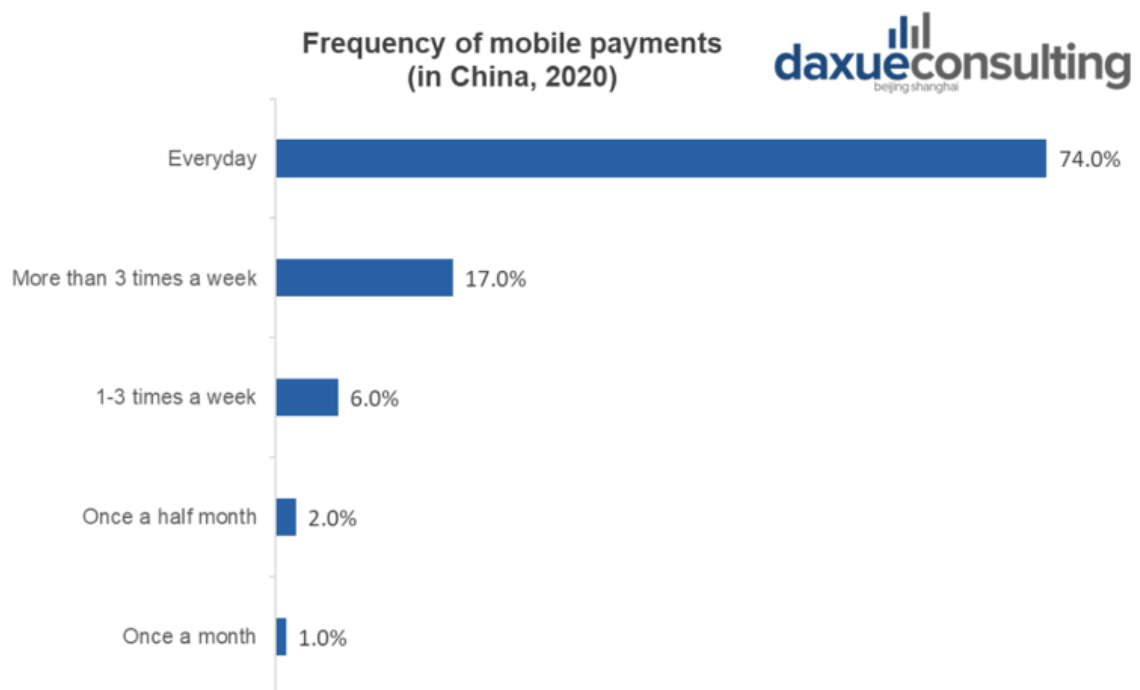
Los métodos de pago utilizados por los chinos en la actualidad se resumen en dos categorías principales, los pagos electrónicos y los pagos tradicionales. Para los bancos, existe un fuerte deseo de que los clientes reduzcan al mínimo el uso de efectivo, y los pagos electrónicos, como las tarjetas inteligentes, las tarjetas sin contacto, los teléfonos fijos, los ordenadores, las tabletas y los teléfonos móviles, son todas herramientas de pago que permiten a los clientes realizar los pagos cotidianos de consumo sin tener que retirar dinero en efectivo del banco, lo que no sólo aporta comodidad a los consumidores, sino que también facilita la creación de dinero por parte de los bancos comerciales. Porque cuanto menos efectivo tengan los residentes en mano, más efectivo retendrá el sistema bancario, mayor será el multiplicador monetario y mayor será la oferta monetaria. De ello se deduce que los pagos electrónicos pueden provocar fácilmente la inflación si la emisión de dinero no está bien controlada.

En este momento, el sistema de pago electrónico es muy complicado y los consumidores utilizan dispositivos electrónicos móviles para realizar los pagos, incluidos los teléfonos móviles, las tabletas, las máquinas de punto de venta, el pago de campo

cercano (NFC), el escaneo de códigos QR, el reconocimiento facial, etc. Hoy en día, la mayoría de los pagos realizados por residentes chinos a través de teléfonos móviles pertenecen a pagos móviles en línea, porque debe haber una condición para realizar el pago, es decir, Internet debe estar desbloqueado y no se pueden usar funciones como transferencia y pago. sin Internet, como Alipay y WeChat. Debido a la popularidad de Internet móvil y el avance de la tecnología, los métodos de pago en línea se han utilizado ampliamente tanto en línea como fuera de línea. Junto con la aparición de Covid-19, cada vez más chinos utilizan teléfonos móviles para realizar pagos en línea.

La mayoría de los pagos en línea móviles actuales se realizan mediante plataformas de pago online, que son instituciones no financieras. Actúa como un "intermediario" entre consumidores, comerciantes y bancos, firmando acuerdos con los bancos para ayudar a los bancos a realizar transferencias. Por lo tanto, el pago en línea de China sigue siendo inseparable del sistema del banco. Al mismo tiempo, algunos bancos han comenzado a construir sus propias plataformas de pago para competir.

### Gráfico 1 Frecuencia de los pagos por móvil en China



Fuente: Daxueconsulting,2021

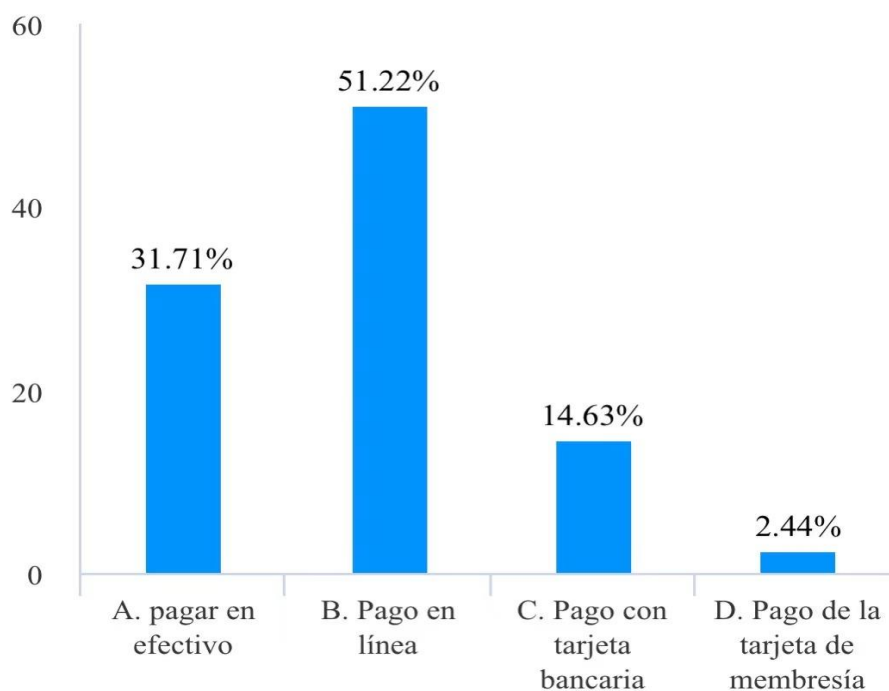
Según las estadísticas publicadas por el Banco Popular de China (PBOC) a principios de 2020, el número de pagos electrónicos procesados por los bancos en varios países aumentó un 6,3% en comparación con el mismo período de 2018. Se han registrado 62.100 millones de pagos electrónicos, de los cuales 30.700 millones eran pagos por móvil.

El volumen de transacciones, un 73,6% más que el año anterior. 776,08 millones de personas utilizaron los pagos por móvil en China en marzo de 2020. (Daxueconsulting,2021) Por lo tanto, el número de personas que utilizan el pago en línea ha aumentado año tras año en comparación con años anteriores. (Gráfico 1)

No hay mucha diferencia entre hoy y antes de 2020, WeChat y Alipay siguen siendo los principales métodos de pago, y el número de personas que los utilizan es mucho mayor. La gran diferencia entre el pago online y el anterior es que el comportamiento de utilizar el reconocimiento facial para pagar en comercios sin ningún dispositivo va madurando poco a poco, y el desarrollo e innovación de Alipay nos ha traído cada vez más sorpresas.

En el cuestionario sobre los métodos de pago de los consumidores, se preguntó a 82 consumidores, de los cuales 35 eran hombres y 47 mujeres. Esto incluía a los consumidores que eran estudiantes, empleados de instituciones, autónomos y otras profesiones. Para que los resultados del cuestionario fueran más representativos, se cubrieron cuatro grupos de edad, con la mayor proporción de consumidores de 19 a 30 años. En este cuestionario también se preguntaba por el nivel de alfabetización de estos consumidores, siendo la mayoría de ellos estudiantes universitarios o incluso de postgrado y un pequeño número de ellos con estudios secundarios o incluso inferiores.

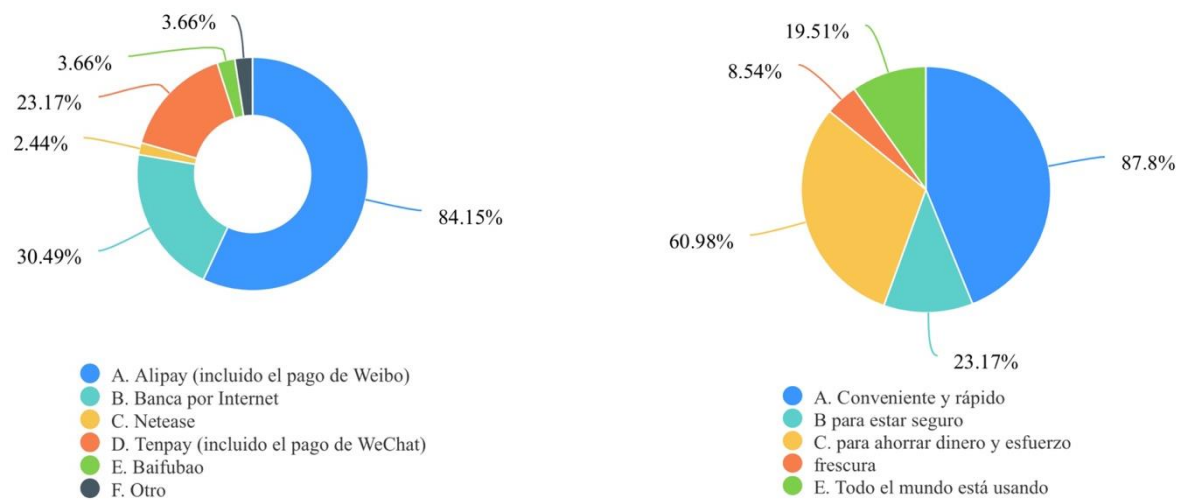
**Gráfico 2 El medio de pago más utilizado por los consumidores chinos**



Fuente: Cuestionario, 2022

Como se muestra en el Gráfico 2, la encuesta ha revelado que el método de pago que más eligen los consumidores chinos a lo largo del año es el pago por Internet, con más de la mitad de la población, de la que el 31,71% sigue prefiriendo utilizar el dinero en efectivo y aún menos utiliza las tarjetas bancarias físicas para pagar. Este fenómeno muestra un efecto secundario del menor nivel de alfabetización de las personas mayores debido a la diferencia de generaciones, lo que limita el desarrollo de los pagos en línea en los grupos de mayor edad. Los modernos avances tecnológicos son "poco amigables" con este colectivo, que suele tener dificultades para utilizar los dispositivos electrónicos. Además, la mayoría de los jóvenes han ayudado a sus padres y abuelos a utilizar los pagos móviles en línea.

**Gráfico 3 Formas de pago online más utilizadas y razones para utilizarlas**

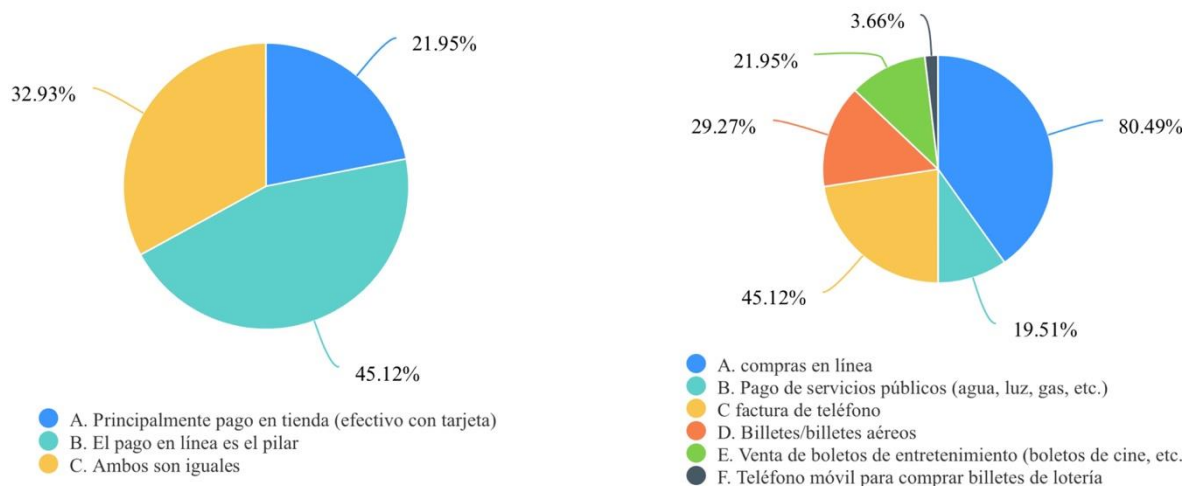


Fuente: Cuestionario, 2022

En el Gráfico 3 podemos analizar que la mayoría de los consumidores eligen Alipay para los pagos en línea. Según el último informe de Red de pago móvil (2022) "Alipay, WeChat Pay y Cloud QuickPass son los productos de pago móvil más utilizados por los usuarios. Los productos de pago móvil más utilizados por los usuarios son Alipay, WeChat Pay y Cloud QuickPass, que representan el 89,3 %, 81,3 % y 75,4 % de los escenarios en línea, como compras en línea, y el 89,3 %, 81,3 % y 75,4 % de los escenarios de pago fuera de línea. como el consumo en tiendas físicas 88,4%, 88,5% y 80,5%, además, la proporción de usuarios que utilizan clientes de banca móvil y otras aplicaciones de entidades de pago es de alrededor del 10%. Es más probable que los usuarios de WeChat Pay y Cloud QuickPass utilicen escenarios de pago fuera de línea, que son 7,2 y 5,1 puntos porcentuales más altos que los escenarios en línea, respectivamente; el uso de escenarios de pago en línea y fuera de línea de los usuarios de Alipay es básicamente el mismo."

La mayoría de los consumidores utilizan los métodos de pago online: el 87,8% opta por la comodidad y la rapidez y el 60,98% por el ahorro y la eficacia. La rapidez y la comodidad son importantes para la mayoría de las personas, y el hecho de que el software de pago en línea para móviles ofrezca descuentos a los consumidores al realizar los pagos es también un gran atractivo para los usuarios. A medida que el comercio electrónico entra en escena y crece rápidamente, la dependencia de los usuarios del consumo en línea aumenta y se convierte en un hábito del que es difícil escapar como forma cómoda de gastar dinero.

**Gráfico 4 Los principales medios de pago utilizados actualmente y las direcciones comerciales utilizadas para pago online**



Fuente: Cuestionario, 2022

Los pagos móviles en línea son atractivos, eficaces, cómodos y fáciles de usar, ya que sólo requieren la descarga de un software de pago y una conexión a Internet, y sustituyen a los métodos de pago tradicionales en muchos aspectos de la vida de las personas. Algunos ejemplos son las compras en línea, las compras fuera de línea, los pagos de servicios públicos, las facturas de teléfono, los billetes de coche, los billetes de avión y los locales de ocio. Como muestra el Gráfico 4, las compras en línea representan la mayor parte de los pagos, liderando el mercado de los pagos electrónicos.

### 3.1.2. Dimensión y velocidad de desarrollo industrial

En esta sección analizaré la evolución de la industria antes y después de Covid-19. El impacto de la epidemia en China puede observarse con mayor claridad.

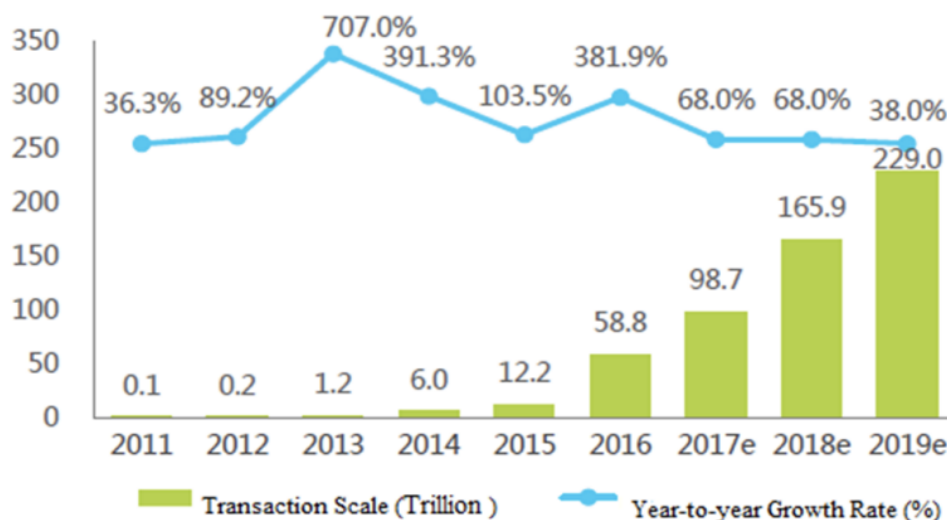
i. En la época anterior a Covid-19.

China, el mercado de pago móvil más grande del mundo, manejó un total de 532 814 000 millones de transacciones de pago móvil por un valor de 445,22 billones de RMB

en 2018, un 92,48 % y un 44,53 % más que el año anterior, respectivamente. Después del brote de la epidemia de Covid-19 en China en diciembre de 2019, la Asociación de Pago y Compensación de China emitió una iniciativa el 28 de febrero de 2020 para alentar a las personas a usar pagos móviles, pagos en línea y pagos con código de barras para evitar el riesgo de infección. Esto impulsará enormemente las transacciones de pago móvil en China, donde la cantidad de dichas transacciones alcanzará los 777,5 billones de RMB en 2020, con un aumento del 31,8 % sobre una base anualizada. (Research and markets, 2020)

Tras más de quince años de desarrollo, los pagos en línea han progresado y mantenido un alto ritmo de crecimiento, y no cabe duda de que la aparición y el desarrollo de las entidades de pago de terceros ha tenido un impacto significativo en la vida de las personas. Desde 2008, el mercado de pagos en línea en China ha podido progresar rápidamente, en parte debido al rápido aumento del número de usuarios, y en parte debido al desarrollo del software y los avances tecnológicos.

**Gráfico 5 Tamaño de las transacciones de pago por móvil de terceros en China, 2011-2019**



Fuente: Pu, G. N., & Tang, X., & Wang, Y. Q., 2018

En el Gráfico 5, podemos ver que la escala de transacciones alcanzó los 0,2 billones de RMB en 2012 y los 1,2 billones de RMB en 2013, lo que supone un aumento del 707,0% en comparación con 2012, año en el que la escala de transacciones de pago en línea creció más rápidamente. Pu, G. N., & Tang, X., & Wang, Y. Q., (2018) concluyen que " Según el informe de investigación de IResearch Inc (2017) sobre la industria de pagos móviles de terceros en China, indica que el tamaño de la transacción en 2017 alcanzó los 98,7 billones



de RMB, y también se espera que llegue a 165,9 billones de RMB con la tasa de crecimiento del 68% desde el año anterior en 2018.”

**Gráfico 6 Operaciones de pago por móvil de terceros en China 2018-2019**



Fuente: iResearch, 2019

Durante esta fase de 2018-2019, los volúmenes de transacciones de pagos móviles en línea de terceros han formado parte, en gran medida, de una tendencia al alza constante a medida que cambiaban los trimestres. Según el gráfico, el mayor volumen de transacciones en este periodo se produjo en el primer trimestre de 2019, seguido del segundo, con muy poca diferencia entre ambos trimestres, que fueron casi iguales. A principios de 2019 se produjo en general un mayor tamaño de transacciones en comparación con 2018. Esto se debe principalmente a la amplia disponibilidad de los teléfonos inteligentes y de la tecnología 4G, que ha proporcionado buenas condiciones para el rápido desarrollo de los pagos móviles en línea. Esto también ha llevado a una ampliación de los escenarios de aplicación de los pagos móviles, una alta tasa de penetración y una buena integración de lo online y lo offline, lo que refleja la creciente importancia de los pagos móviles online para las personas, que fue superada en términos de escala de transacciones en 2019. (Gráfico 6)

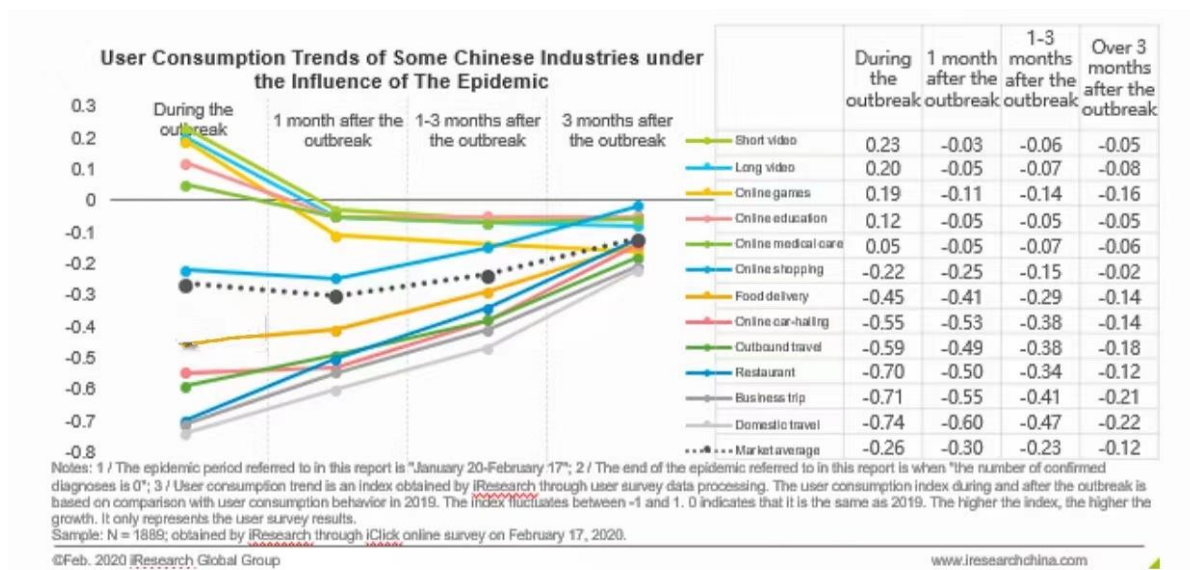
ii. En el periodo de Covid-19.

A finales de 2019 se produce un brote de Covid-19 en China y, para reducir la incidencia, se aplica una política de cuarentena en todo el país a principios de 2020. En este momento la gente no puede trabajar, las fábricas y la mayoría de las industrias no



pueden funcionar, por lo que las compras en línea, la industria de los viajes, los restaurantes, etc. son negativos. Las industrias de la educación en línea, los juegos en línea y el vídeo son positivas durante este periodo, ya que la mayoría de la gente no puede salir a la calle y los estudiantes sólo pueden tomar clases en línea en casa. El siguiente gráfico muestra que las industrias relacionadas con Internet están obteniendo mejores resultados. (Gráfico 7)

**Gráfico 7 Tendencias de consumo de algunas industrias chinas bajo la influencia de la epidemia**



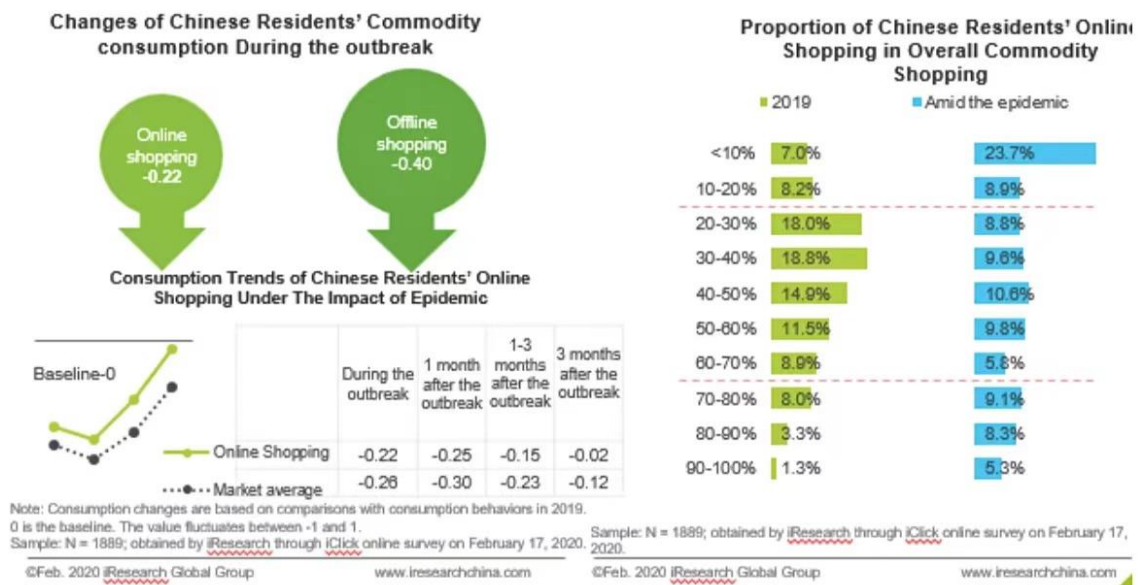
Fuente: iResearch, 2020

En los tres meses que siguieron a la epidemia, los valores anteriormente negativos de las compras en línea, el turismo y la restauración aumentaron lentamente, ya que la mayoría de los sectores ya estaban funcionando a medida que la situación mejoraba y se relajaban gradualmente diversas políticas. Sin embargo, todavía se encuentran en territorio negativo porque aún no son plenamente operativos y sólo puede decirse que han mejorado. Las industrias relacionadas con Internet, que anteriormente tenían valores positivos, están aumentando gradualmente sus valores. A medida que las escuelas se abren y menos gente no tiene nada que hacer, la gente empieza a llevar una vida normal, etc.

Al comienzo de la epidemia, las compras en línea y fuera de línea de los usuarios disminuyeron. En comparación con 2019, los índices de consumo de compras en línea y fuera de línea fueron -0,22 y -0,40, respectivamente. En términos de la proporción de productos de compras en línea, algunos usuarios intentan evitar las compras en línea tanto como sea posible. La proporción de usuarios cuyas compras en línea representaron menos del 20 % aumentó. Entre ellos, la proporción de usuarios cuyas compras en línea

representaron menos del 10 % aumentó considerablemente. Algunos usuarios eligen cambiar sus necesidades de compras fuera de línea a en línea. La proporción de usuarios cuyas compras en línea representaron más del 70 % aumentó. En el futuro, la tendencia de consumo de compras en línea seguirá siendo más alta que el mercado general. (iResearch, 2020) (Gráfico 8)

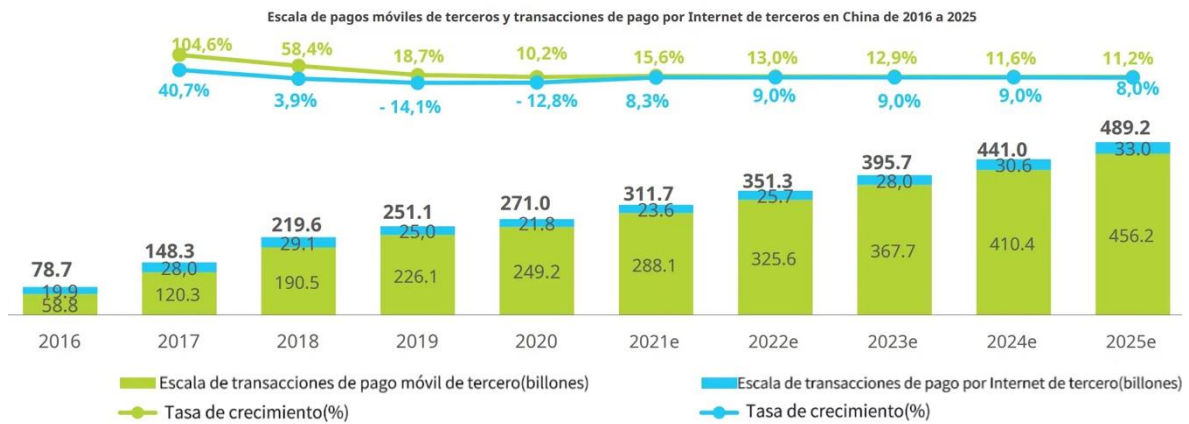
**Gráfico 8 Cambios en el consumo de productos básicos de los residentes chinos durante el brote**



Fuente: iResearch, 2020

De esto podemos concluir que la frecuencia de nuestros pagos en línea disminuyó significativamente al principio de la epidemia y que no compramos tan a menudo, además de que la velocidad de desarrollo de los pagos en línea se vio gravemente afectada y obstaculizada, lo que también fue muy perjudicial para el desarrollo económico.

**Gráfico 9 Tamaño de las transacciones de pago por móvil de terceros y de pago por Internet de terceros en China, 2016-2025**



Fuente: iResearch, 2021

Como se puede ver en el Gráfico 9, el pago online en 2020 se compara con el de 2019: la escala de transacciones por Internet es menor, porque las compras en línea no se pueden realizar debido al período de aislamiento a principios de año, por lo que el crecimiento tasa es -12,8%. El aumento en la escala del pago móvil se debe principalmente al hecho de que todas las industrias han estado trabajando normalmente a mediados y finales de 2020. La escala total de pagos móviles de terceros y pagos por Internet de terceros alcanzó los 271 billones de yuanes en transacciones de pago, un aumento de 20 billones en comparación con el año pasado. En 2021, se pronostica que la escala total alcanzará los 311,7 billones de yuanes, y la escala de pago por Internet aumentará y la tasa de crecimiento será positiva.

Y junto con el rápido crecimiento de la escala, la tasa de penetración de los pagos móviles de terceros ha aumentado gradualmente, y la tasa de crecimiento de la escala de la industria se ha estabilizado. Incluso en el año especial 2020, sólo los dos primeros trimestres de los pagos con código QR fuera de línea fueron objeto de cierto impacto, la industria en su conjunto todavía puede mantener una tendencia de crecimiento estable. La certeza del crecimiento futuro del sector radica en el continuo hundimiento de los pagos móviles de terceros en términos geográficos y de población, mientras que la posibilidad de otro crecimiento explosivo depende del nacimiento de nuevos productos fenomenales. La escala actual de las transacciones de pago por móvil de terceros proviene principalmente de las transacciones de pago relacionadas con el usuario C, mientras que todavía hay espacio para un alto crecimiento en la penetración de los pagos por móvil de terceros entre las empresas del lado B. Sin embargo, la clave para comprobar la importancia de la innovación es si una mayor innovación en el negocio de los pagos puede aportar

dividendos a las empresas más allá de las formas de pago tradicionales, y si la escala de la industria puede dar paso al próximo crecimiento explosivo. (IRResearch,2021)

### 3.1.3. Principales empresas de pago online relevantes

En el artículo anterior sobre el estado actual de pago online en China, se introdujo que los métodos más populares utilizados por los consumidores son Alipay y Tenpay, a continuación realizaremos un análisis de estas dos empresas típicas en el mercado chino de pago online.

#### i. Alipay

Alipay, como el método de pago en línea más utilizado en China, ha experimentado las siguientes etapas de desarrollo:

##### 1. Inicio de actividad de Alipay.

Taobao es la mayor y más popular plataforma de compras online de China, utilizada por aproximadamente mil millones de personas. Sin embargo, en los primeros días de la empresa surgieron muchas dificultades, entre ellas la falta de características para atraer a los consumidores a probar la nueva forma de comprar online. Después de que varios departamentos realizaran encuestas e investigaciones en el mercado, se llegó a la conclusión de que la falta de confianza en la transacción directa de dinero y bienes era el problema más importante que obstaculizaba el desarrollo de las compras en línea.

Por ello, en octubre de 2003, Taobao creó su propio departamento de pagos, Alipay, para resolver el problema de la desconfianza mutua entre compradores y vendedores. En esta etapa, Alipay se apoyó en Taobao para dar servicio a la escena de los consumidores en línea y proporcionar garantías de crédito a los comerciantes y consumidores, actuando como intermediario de crédito. La política de gratuidad para los usuarios tiene como objetivo atraer a más usuarios a Alipay, pero los comercios cobran por la estrategia para conseguir rentabilidad. Alipay comienza y penetra en la vida de las personas y la cobertura comercial de Alipay aumenta.

##### 2. Creación de una plataforma de pago independiente.

En 2004, Alipay se independizó de Taobao y se convirtió en Zhejiang Alipay Network Technology Co. En ese momento, los principales bancos lanzaron el negocio del pago rápido, pero fue difícil de desarrollar debido al nivel de aceptación de los clientes y al poco negocio. Por lo tanto, Alipay y la cooperación bancaria, los usuarios pueden abrir el pago rápido del banco a través de Alipay, en Alipay para la unión de la tarjeta bancaria, el pago puede utilizar directamente el depósito bancario, las compras en línea es por lo tanto más conveniente y rápido. Se entiende que a finales de 2006 había más de 300.000

comerciantes que no eran de Taobao, alcanzando el 30% del total. En 2008 se lanzó la estrategia de comercio electrónico móvil de Alipay, con aplicaciones descargadas en los teléfonos móviles para realizar pagos en línea, momento en el que el número de usuarios individuales aumentó significativamente, ya que los servicios públicos, como las facturas de servicios, podían pagarse en ese momento, y Alipay cubría aspectos de la ropa, la alimentación, la vivienda y el transporte de las personas, avanzando gradualmente hacia la consecución de la diversificación.

### 3. Nuevos servicios dentro de la plataforma: Financiación.

Alipay es una plataforma de pago online de terceros que, con el fin de mejorar la experiencia del usuario, ha comenzado a agregar servicios relacionados con las finanzas. En 2013, Alipay era la empresa de pago móvil más grande del mundo, con 300 millones de usuarios verificados con nombre real. El saldo de la cuenta en junio de este año puede obtener el servicio de valor agregado "Yu'e bao". Cuando se lanzó Alipay, los usuarios obtendrán intereses cuando depositen dinero en Yu'e bao en la cuenta de Alipay. El dinero también se puede pagar, brindando a los usuarios la experiencia más cómoda. En este momento, la gestión financiera de Internet comenzó a desarrollarse. Alipay también tiene un servicio de sobregiro como una tarjeta de crédito, gastando dinero primero y luego devolviéndolo, y ha lanzado servicios de pago a plazos como "Huabei" y "Jiebei". Ante la buena experiencia del servicio de Alipay, su Crédito Sésamo ha sido reconocido por el estado, e incluso se ha convertido en una credencial importante para consultar el crédito de las personas, aumentando así su pegajosidad.

### 4. Desarrollo del negocio en el extranjero.

Junto con el rápido desarrollo de los pagos móviles online en China, la competencia de varias plataformas similares a Alipay es feroz, a lo que se suma la alta frecuencia de personas que viajan fuera del país. A continuación, Alipay se dirigió a los mercados extranjeros y a los turistas salientes asociándose con instituciones financieras extranjeras. Además, se ha puesto en marcha un servicio de devolución de impuestos de Alipay, que puede realizarse en la ventanilla de devolución de impuestos del aeropuerto. Dado que los países cercanos a China son países en vías de desarrollo y no conocen bien los aspectos de la tecnología de Internet y los dispositivos móviles, Alipay tiene muchos años de experiencia en su desarrollo, por lo que está llevando su tecnología a los países del Sudeste Asiático. Al ser los principales destinos de los turistas chinos, carecen de tecnología, capital y experiencia, por lo que la tecnología china de pagos móviles en línea les ayuda a desarrollar los pagos móviles y a abrir sus mercados, además de utilizarlos y asociarse con instituciones financieras extranjeras para realizar pagos en línea en el

extranjero. (Tabla 1) Según Wikipedia, 26 países y regiones del extranjero tienen acceso a Alipay, que se utiliza en más de 300 mercados de todo el mundo y admite transacciones en 18 monedas extranjeras, como el dólar estadounidense, el dólar de Hong Kong, la libra esterlina, el euro y el yen japonés. El número acumulado de usuarios de Alipay en el extranjero ha superado los 40 millones, principalmente en Rusia, Estados Unidos, Brasil y España.

**Tabla 1 "Un Cinturón, Una Ruta" Pagos móviles (1+9 "Alipay")**

China continental	Alipay	Hong Kong, China	Alipay HK
India	Paytm	Malasia	Touch 'n Go
Tailandia	Truemoney	Indonesia	DANA
Corea	Kakao Pay	Pakistán	Easypaisa
Filipinas	GCash	Bangladés	bKash

Fuente: Cui, S., 2019

#### 5. La situación actual.

Alipay tiene una amplia gama de aplicaciones. El pago offline de Alipay actual se puede realizar escaneando el código QR en el móvil para cobro y pago, esto suele ser el caso en tiendas de conveniencia, restaurantes de comida rápida, etc. en la máquina de pago de autoservicio y no es necesario llevar un teléfono celular. Para el pago en línea, puede ingresar directamente el número de teléfono de la otra parte para transferir dinero directamente y saltar directamente a la aplicación para ir a la página de pago de Alipay para ingresar la contraseña, la huella digital o el pago de reconocimiento facial durante el pago de compras en línea.

Además, Alipay ahora también tiene un pequeño programa en Ant Forest y Ant Farm. Entre ellos, Ant Forest es una protección ambiental baja en carbono para el bienestar público, y cada usuario obtiene energía verde acumulando emisiones bajas en carbono en el teléfono móvil para criar un árbol virtual. Acciones como el número de caminatas, ciclismo de bicicletas públicas en el applet de Alipay, etc. Si los usuarios acumulan energía hasta cierto punto, pueden solicitar la plantación de árboles reales en lugares con daños ecológicos graves. Ant Farm es un pequeño juego de criar pollos. Puedes responder preguntas gratis una vez al día y pagar en línea y fuera de línea para obtener alimento. Si el pollo pone un huevo, puedes acumular un corazón rojo y cinco corazones rojos pueden acumularse Programas se utiliza para ayudar a los niños pobres a ir a la escuela o tratar a



los pacientes pobres. Estos dos pequeños programas son realmente significativos, pueden contribuir a la protección del entorno ecológico y ayudar a los necesitados.

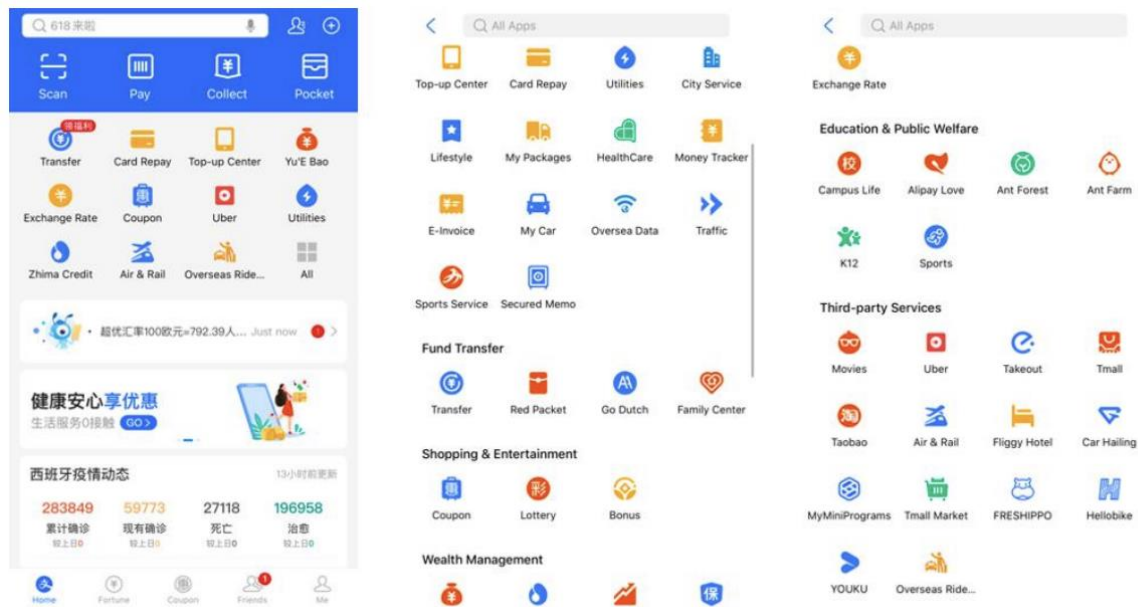
Aparte de lo anterior, hay muchas aplicaciones en Alipay para la cooperación. Puede abrir estas aplicaciones en forma de pequeños programas en él, y no necesita descargar estas aplicaciones. Estos incluyen compras, entretenimiento, transporte, salud y más (como las Figuras 1 y 2). Alipay es fundamental. El punto más importante es que debido a la aparición del Covid-19, las personas deben mostrar un "código QR de salud" verde cuando viajan en lugares cerrados. Si el código QR es rojo, las personas no pueden viajar libremente. El applet de salud También puede comprobar el estado de vacunación. Por lo tanto, la aplicación Alipay es muy importante durante la epidemia.

**Figura 1 Funciones de Alipay**



Fuente: Silkpay, 2021

**Figura 2 Las páginas de Alipay**



Fuente: Captura de pantalla de las páginas de Alipay

## ii. Tenpay

Tenpay es una plataforma de pago en línea propiedad de Tencent, cuyos principales productos son el pago WeChat y el pago QQ. WeChat, como un software de chat utilizado por la mayoría de los chinos, puede agregar a otros como amigos, que es la versión china de WhatsApp. Alipay es esencialmente solo un software de pago. Aunque también puede agregar amigos buscando números de teléfono, la mayoría de las personas todavía eligen WeChat como el software de comunicación. Alipay y WeChat, como competidores, tienen similitudes y diferencias. (Porque entre WeChat y QQ, la mayoría de las personas usan WeChat. Actualmente, el grupo de edad que usa QQ es relativamente bajo. El siguiente contenido se explica principalmente con el pago de WeChat).

### 1. El inicio de WeChat.

WeChat ahora tiene más de 1260 millones de usuarios en todo el mundo, ocupando el tercer lugar en el mundo. Las funciones principales de WeChat son relativamente más completas e integran la comunicación, la gestión financiera, las compras, el transporte y otros aspectos en uno solo. Sin embargo, WeChat comenzó como un software de chat social. En 2013, el pago de WeChat encontró un cuello de botella en la etapa inicial de su lanzamiento, principalmente debido a la falta de escenarios donde se puede usar el pago de WeChat. El envío de sobres rojos es una costumbre tradicional del festival tradicional chino "Festival de Primavera". La mención y el uso frecuentes de los sobres rojos de



WeChat en la Gala de Nochevieja 2013-2014 atrajeron a un gran número de usuarios para usarlos, sentando las bases para el desarrollo de WeChat Pay.

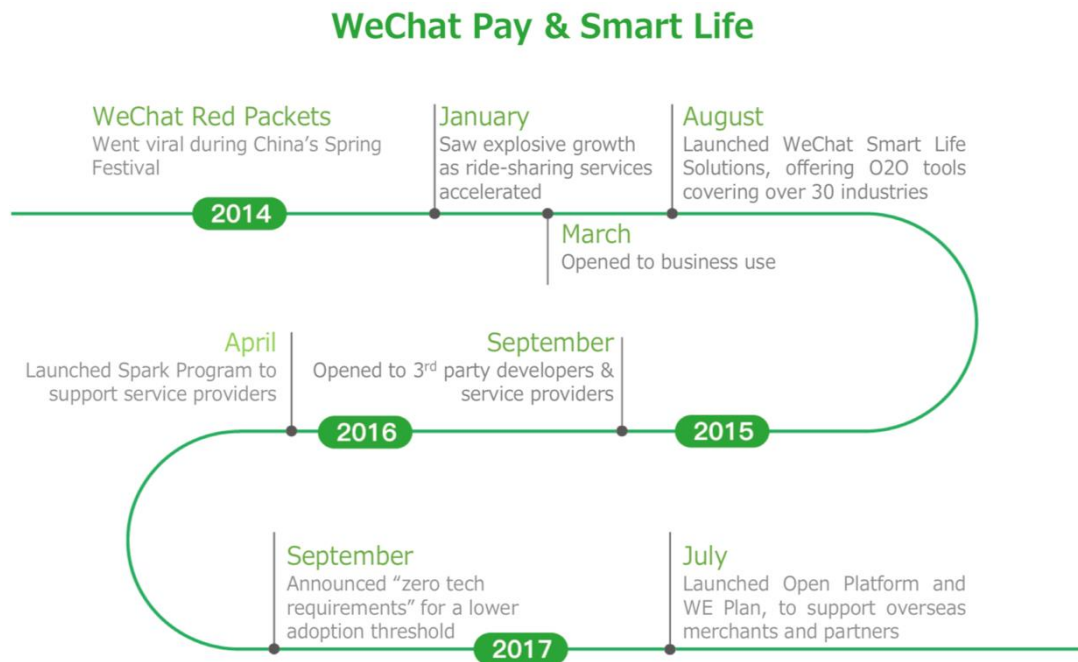
## 2. Fase de pago social en línea.

La popularidad de los sobres rojos de WeChat ha aumentado, lo que ha aumentado la cantidad de escenarios de pago social. Puede realizar transferencias en tiempo real en la interfaz de chat social y puede transferir fondos a sus amigos en cualquier momento. Por lo tanto, la frecuencia de WeChat pago ha aumentado. En términos de pago online, se hacen esfuerzos para ponerse al día con Alipay y romper gradualmente el fenómeno del dominio de él. En 2015, "Shake It" de WeChat Pay para agarrar sobres rojos apareció en la Gala del Festival de Primavera, y se enviaron y recibieron más de mil millones de sobres rojos. Desde entonces, los usuarios de WeChat han aumentado significativamente y WeChat Pay se ha convertido en el núcleo de los pagos sociales.

## 3. Apertura de la fase de pago fuera de línea.

El pago de WeChat ha madurado gradualmente, por lo que Tencent comenzó a explorar, investigar y aumentar los escenarios en los que se puede usar WeChat Pay. Debido a la popularidad y el uso de los códigos QR, el pago de WeChat usa códigos QR para ayudar a los compradores y vendedores a realizar el pago, desde pequeños y las tiendas medianas brindan el servicio de "código de recibo", que no requiere otras máquinas para cobrar el pago, y solo necesita colocar el código de cobro impreso en la recepción para que los consumidores realicen actividades de pago. Reduce en gran medida los gastos del equipo de caja registradora para abrir una tienda. En este momento, la tienda que usa el código de pago también está publicitando WeChat Pay, lo que ahorra el costo de la publicidad pero puede lograr mejores efectos publicitarios. El equipo de usuarios que usa WeChat Pay ha cambiado, es más potente. Debido a la alta frecuencia de ocurrencia en la vida de las personas, la mayoría de los usuarios potenciales se convierten en usuarios reales de pago de WeChat. En 2016, WeChat Pay logró un gran avance en el pago fuera de línea, lo que compensó en gran medida la imposibilidad de pagar las compras en línea.

**Figura 3 Cómo evoluciona WeChat Pay**



Fuente: Cui, S., 2019

#### 4. Comienza la etapa de servicios financieros.

Alipay ha brindado servicios financieros y WeChat también los está desarrollando activamente. WeChat puede vincular la tarjeta bancaria del usuario, y ahora la función de pago de la billetera WeChat está aumentando gradualmente, los usuarios pueden abrir un "mini fondo" y la tasa de rendimiento es del 1,74%. Es muy adecuado para usuarios con dinero en cuentas de WeChat, porque los sobres rojos y las transferencias que aceptan WeChat no se pueden almacenar directamente en la tarjeta bancaria, si se depositan en el mini fondo, será rentable. Mini Fund y Yu'e Bao tienen la misma naturaleza y se pueden usar para pagar en cualquier momento. Otros servicios financieros y servicios de seguros, como seguros médicos, servicios de seguros de vehículos, etc.

#### 5. La situación actual.

WeChat también es una aplicación indispensable en los teléfonos móviles chinos. Ahora WeChat también se puede usar para comprar en línea en Taobao, Tmall, etc., lo que permite el uso de servicios de pago en línea móviles tanto en línea como fuera de línea, lo que facilita enormemente el pago de las personas. Al igual que Alipay, WeChat también tiene una entrada para compras y entretenimiento, que cubre la vida, la comunicación, el transporte y el entretenimiento de las personas. En comparación con Whatsapp, también es una aplicación para que las personas se comuniquen, pero WeChat puede transferir dinero directamente a través de WeChat cuando el propietario cobra el alquiler y no

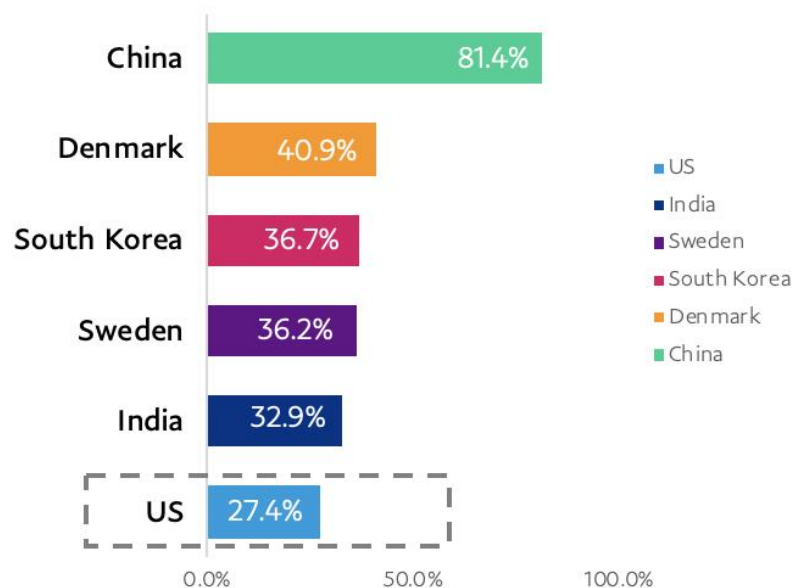
necesita usar otras aplicaciones bancarias para transferir dinero, lo cual es más conveniente. Los sobres rojos y las transferencias de WeChat son formas de dar dinero, pero la razón por la que los sobres rojos de WeChat son indispensables: a los chinos les gusta enviar sobres rojos en festivales importantes como el Festival de Primavera y los cumpleaños, y el significado de los sobres rojos de WeChat es haga clic manualmente para ver la cantidad adentro, es muy ceremonial, pero el límite máximo es de 200 yuanes. Si desea pagar más dinero, solo puede elegir transferir, pero la transferencia verá directamente la cantidad de dinero en la página.

Dos de los dos gigantes de Internet de China, Alibaba y Tencent, estaban y están compitiendo y ganando cuota de mercado en torno a los pagos en línea de terceros. WeChat y Alipay son muy similares, pero también tienen sus propias ventajas. Todas son aplicaciones relacionadas con la banca, en las cuales el usuario no necesita pagar una comisión, pero el dinero no puede ir directamente a la tarjeta bancaria al recibir el dinero. Si necesita transferir dinero a una tarjeta bancaria, debe pagar una comisión muy pequeña por encima de cierta cantidad, pero debido a que ahora es un mercado para el pago con código QR, más personas optan por no transferir dinero a una tarjeta bancaria, porque el pago también se puede hacer. Además, pueden utilizar tanto el dinero de la tarjeta bancaria como el dinero de la cuenta. De lo anterior, se puede concluir que la coexistencia de Alipay y WeChat es la mejor opción, porque en realidad son complementarios. Ahora parece que seguirán luchando en el futuro, y utilizarán sus respectivas fortalezas para llevar a la gente la aplicación más conveniente. No importa quién sea el ganador o los dos coexistan, son los consumidores los que se benefician.

#### 3.1.4. Razones por las que los pagos móviles online pueden seguir creciendo en China

China es actualmente un país con la mayor frecuencia de pago móvil en línea y el mayor número de usuarios que utilizan el pago móvil online. De acuerdo con los cambios en los métodos de pago en China, la situación de desarrollo en otros países es diferente. Todos los pagos nacionales son un cambio de efectivo a tarjetas de crédito a pagos móviles en línea. La diferencia en China es que el uso de tarjetas de crédito no es tan popular como el pago móvil online, y solo algunas personas lo usan. En otras palabras, se puede decir que el pago en China ha pasado del efectivo al pago móvil en línea, y la tasa de penetración de usuarios supera con creces la de otros países (como se muestra en el Gráfico 10). Así que echemos un vistazo a por qué el pago móvil en línea se está desarrollando bien en China.

**Gráfico 10 Penetración de usuarios de pagos móviles de proximidad, por país, 2019 (% de usuarios de smartphones)**



Fuente: Cui, S., 2019

#### 1. Cobertura de red inalámbrica perfecta.

El punto más importante en el pago móvil en línea es que solo se puede realizar con la ayuda de la red, por lo que la red 4G en el terminal móvil es particularmente importante. Los tres principales operadores representados por China Mobile, China Telecom y China Unicom, así como la recién establecida Iron Tower Company en 2014, promueven conjuntamente la cobertura de señales de redes móviles en China continental. En casi todas las áreas, como ciudades, áreas rurales y atracciones alpinas, podemos usar teléfonos móviles para navegar libremente por Internet. Tomando como ejemplo a los Estados Unidos, la mayoría de los operadores en los Estados Unidos son empresas comerciales, lo que debe considerarse en términos de costos y beneficios. Por lo tanto, las estaciones de señal siempre están ubicadas en áreas densamente pobladas y los problemas de señal son más evidentes en áreas remotas. suburbios y áreas rurales. Se entiende que a partir de 2018, se han construido más de 5 millones de estaciones de señal 4G en todo el mundo, y hay más de 3 millones en China continental, que es un 20 % más que la suma de otros países. Por lo tanto, la cobertura de la red inalámbrica es el factor más importante para el desarrollo del pago en línea de China Mobile.

#### 2. Las ventajas del pago móvil online lo hacen popular.

En comparación con la entrega de efectivo y el uso de tarjetas, las personas, especialmente los jóvenes, prefieren las ventajas del pago móvil. Las ventajas de la

conveniencia y la velocidad del pago móvil pueden superar las limitaciones de la región, la distancia, la red y el tiempo, mejorar en gran medida la eficiencia de las transacciones y brindar comodidad a los comerciantes y consumidores. Representada por Alipay y WeChat Pay, la operación es simple, cómoda y rápida, y no es necesario preparar cambio ni llevar una tarjeta bancaria. Siempre que vincule una tarjeta bancaria por adelantado, solo necesita usar un dispositivo como un teléfono móvil o una tableta para completar cada pago de consumo, lo cual es muy rápido. Cuando la señal de la red es normal, una transacción suele pagarse con éxito en menos de medio minuto. No solo mejora la eficiencia de la transacción, sino que también ahorra el tiempo de espera del usuario. Todos estos son factores importantes para atraer a los consumidores a un uso generalizado del pago móvil.

3. El predominio del comercio electrónico y el consumo en línea promueve el desarrollo del pago móvil.

La rápida popularización del consumo en línea se debe a que puede brindar una gran comodidad a los usuarios y hacer que las compras sean más fáciles y agradables. El rápido desarrollo y la expansión del comercio electrónico, como Taobao, Tmall y Jingdong, han respaldado en gran medida la existencia y la penetración de los pagos electrónicos. Alipay, como la cuota de mercado de pago móvil número uno en mi país, y Tenpay, que se incorporó a este mercado más tarde, pueden ganar la cuota de mercado actual por cada método, gracias a la prevalencia actual del consumo en línea.

Con la rápida llegada de la era de Internet móvil, el consumo en línea también está dando grandes pasos hacia la movilización. En la actualidad, el consumo en línea ya no se limita al lado de la PC, y el uso generalizado de teléfonos inteligentes y tabletas ha hecho que el consumo móvil sea una forma popular. Y la base de todo esto es el pago móvil. No es difícil prever que el pago móvil se convertirá en la primera entrada de los usuarios para consumir online. El consumo online seguramente se convertirá en un importante motor para el fuerte desarrollo del pago móvil.

4. Cambios en los hábitos de pago de los consumidores y el impulso de las tendencias de la moda.

La posibilidad de comprar bienes sin salir de casa a través del pago online es una tendencia que solo ha surgido en los últimos diez años. Ahora, cada aspecto de la vida de las personas está penetrado por el pago móvil en línea. En la actualidad, los teléfonos móviles de muchas personas son "billeteras", y varios softwares de pago han facilitado enormemente nuestras vidas. Esto no solo se debe al rápido desarrollo de Internet, sino también al cambio en los hábitos de pago de los consumidores, la aceptación de cosas

nuevas y el impulso de las tendencias de la moda, que han promovido en gran medida el desarrollo del pago móvil.

Además, el uso del pago móvil también se ha convertido en una moda y tendencia. Los pagos móviles son cada vez más populares, ya sea para consumo u otras ocasiones. Por ejemplo, enviar y recibir sobres rojos no solo es un tipo de diversión, sino también una moda y una tendencia, y también aumenta los sentimientos mutuos. Al mismo tiempo que se envía WeChat, se envía el sobre rojo y la gente está feliz de aceptarlo. Para funciones como cobro AA, cobro presencial, transferencia y otras funciones lanzadas por Tenpay, es conveniente y rápido, y se ha convertido en un estilo de vida que gusta a los consumidores en la actualidad.

#### 5. Los comerciantes y consumidores asequibles ayudan al pago móvil en línea.

En la etapa inicial del desarrollo de pagos móviles online, cuando los comerciantes cooperan con Alipay, WeChat Pay, QQ Wallet, etc. y lanzan actividades promocionales, ya sean transacciones en línea o fuera de línea, siempre atraerán a muchos clientes a comprar. Los comerciantes cooperan con estas empresas de pagos móviles en función de los beneficios mutuos. Los principales beneficios para las empresas son:

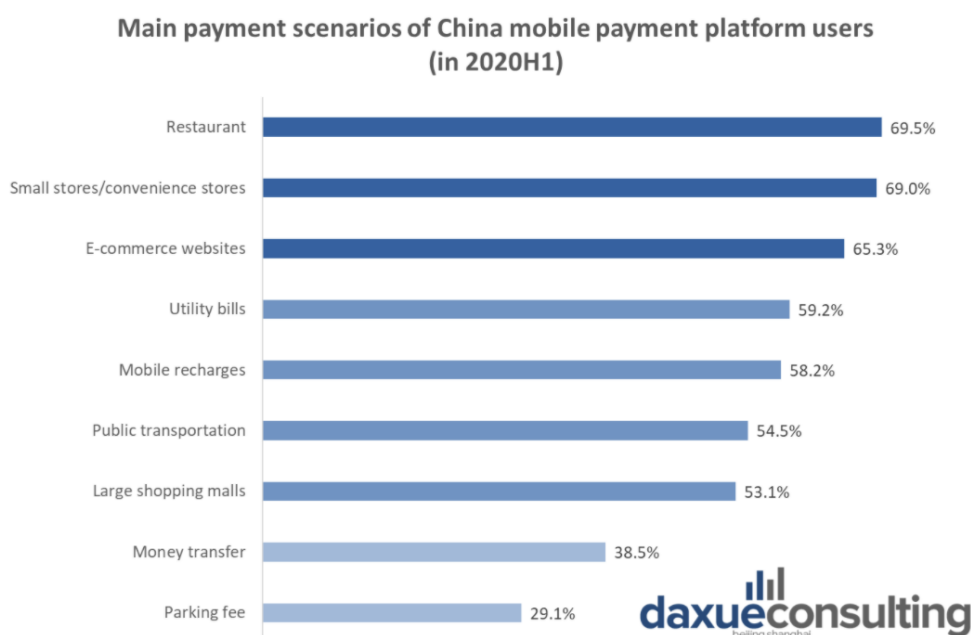
a. Puede mejorar la eficiencia de las transacciones. El uso de una máquina POS tradicional para deslizar una tarjeta requiere una cierta tarifa de deslizamiento, mientras que el pago con Alipay y WeChat tiene una cierta tarifa de servicio, pero el dinero se puede acreditar en la cuenta en tiempo real. Además, dado que no se trata de una transacción en efectivo, se ahorra el problema de dar cambio y se mejora la eficiencia de la transacción.

b. Ayudar a los comerciantes a administrar sus cuentas sin afectar la tasa de utilización de los fondos. Por ejemplo, el sistema de administración de antecedentes de Alipay tiene facturas muy detalladas y cada cuenta está claramente organizada. Al mismo tiempo, debido a que la operación de cobro y pago es simple y lleva menos tiempo, la cuenta se registra en tiempo real, lo que no afecta la tasa de utilización de los fondos.

c. Atraer más clientes y aumentar las ventas. Si los comerciantes implementan estos nuevos métodos de pago, se retendrán más consumidores. Además, las actividades de promoción de los comerciantes se promocionarán a los usuarios en las cuentas de Alipay o WeChat en tiempo real, y los usuarios pueden mantenerse al tanto de la información de diversas actividades. Al construir un canal de comunicación entre los comerciantes y los usuarios, nos esforzamos por convertir a los transeúntes en clientes, a los clientes en miembros y a los miembros en pedidos, lo que aumenta la cantidad de pedidos y las ganancias.

d. Los costos de caja del comerciante se vuelven más bajos. Para el recibo y el pago, solo necesita imprimir el código QR del recibo de WeChat o Alipay, y el cliente escanea el código para pagar sin comprar tecnología. Además, los códigos QR ahora son omnipresentes en China y los artistas de la carretera también los están usando. Como se puede ver en el Gráfico 11, hay muchos lugares donde se utiliza el pago móvil en línea, la mayoría de los cuales son restaurantes y pequeñas tiendas, sitios web de comercio electrónico, pago de facturas, grandes lugares de compras, etc.

**Gráfico 11 Principales escenarios de pago de los usuarios de plataformas de pago por móvil en China (2020)**



Fuente: Daxueconsulting, 2021

Para los consumidores, los beneficios también son evidentes:

a. Puede obtener descuentos directos. Por ejemplo, muchos comerciantes pueden usar Alipay para disfrutar de un 10 % o un 50 % de descuento, enviar cupones de descuento, como cupones de taxi, facturas telefónicas, tráfico, etc., y WeChat Pay para cualquier cantidad de consumo, puede disfrutar de descuentos aleatorios, descuentos instantáneos o sobres rojos en efectivo al azar, sorteos, etc. Estos son muy atractivos para los consumidores.

b. Puede ahorrar tiempo y aumentar la experiencia del usuario. Los consumidores, especialmente los jóvenes, prefieren usar el código de escaneo para pagar, porque es conveniente y rápido, lo que reduce en gran medida el tiempo de espera para pagar, lo que mejora la eficiencia de las transacciones y disfruta de la comodidad de comprar fácilmente.



Según el análisis, tanto los comerciantes como los consumidores prefieren el pago móvil, lo que debe promover vigorosamente el rápido desarrollo de los medios de pago móvil.

6. La popularización de los teléfonos inteligentes y las redes 4G tiene un efecto catalizador en los pagos móviles.

Entre los teléfonos móviles utilizados actualmente por los consumidores, más del 80% son teléfonos inteligentes. Cada vez más personas utilizan teléfonos inteligentes para realizar tareas diarias como viajes, consumo, compras, inversiones y gestión financiera. Ahora, cuando sale a tomar un taxi, va de compras y come, incluso sin una billetera, la gente puede hacerlo todo con solo un teléfono inteligente. Además de las compras y el consumo, la recarga, la transferencia, el pago de varias tarifas e incluso la gestión de inversiones y patrimonio se pueden completar fácilmente a través de métodos de pago móviles como Alipay y WeChat Pay con la ayuda de teléfonos inteligentes.

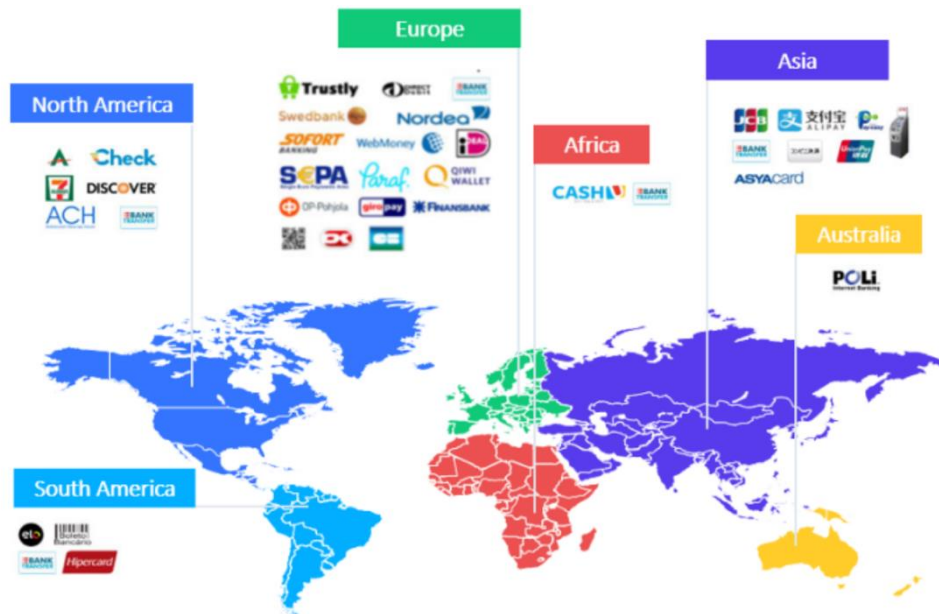
Además, el rápido desarrollo del pago móvil también depende de la popularización de la red 4G. En la actualidad, ya sea el pago de Alipay o WeChat, tiene que depender de la red inalámbrica. La señal de red 4G estable y fluida permite a los usuarios de Alipay o WeChat completar transacciones rápidamente en solo 10 segundos, lo que sin duda aumenta las opciones de pago móvil para consumidores y comerciantes. Además, el estímulo y el apoyo de las políticas oficiales han promovido en gran medida el desarrollo de la industria de pagos móviles de mi país.

### **3.2. Estado actual del desarrollo en otras regiones**

Con el auge de las transacciones sin efectivo en el mundo, al mismo tiempo debido a la popularidad de Internet y el desarrollo de la tecnología de la información, el auge de la industria del comercio electrónico ha atraído con éxito a una gran cantidad de usuarios de todo el mundo por la novedad de plataformas de pago online. Debido a la diferente relación entre regiones y países, habrá diferencias en la situación de pago entre cada país.



Figura 4 Medios de pago local en línea



Fuente: Cenusa, S., 2020

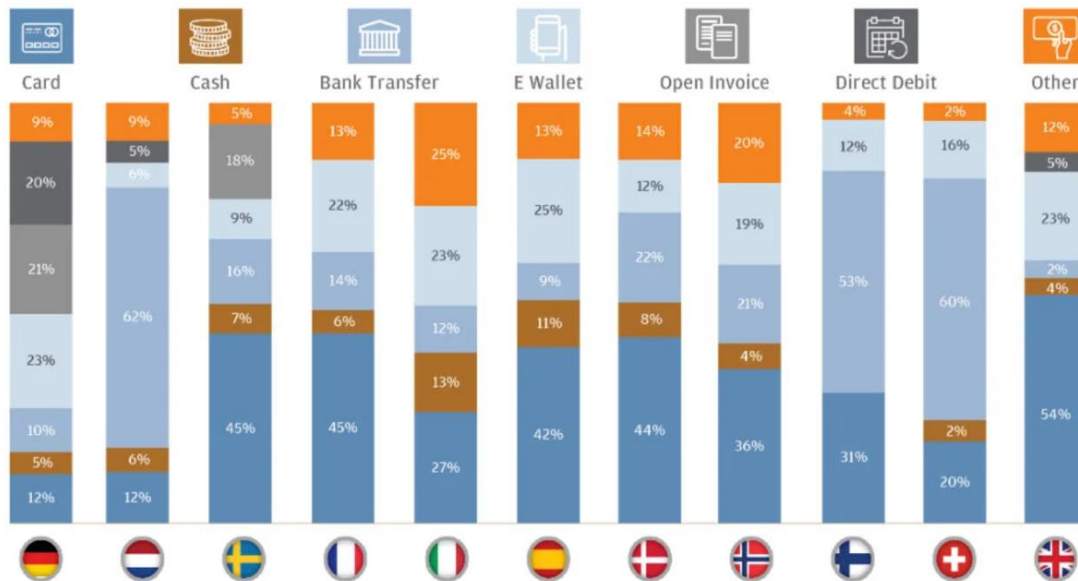
### 3.2.1. El caso del pago online en otras regiones

A continuación, analizamos las opciones de pago en línea en Europa, América y Asia-Pacífico, respectivamente.

#### i. En Europa

Con el paso del tiempo, el comercio electrónico ha madurado gradualmente, y cada vez más personas compran online. Al enfrentar los métodos de pago en Europa, se puede observar en la Figura 5 que los diferentes países tienen diferentes preferencias para el pago en línea. Stiltner, M. (2020) encontró que “Los Países Bajos y el Reino Unido tienen un PIB per cápita similar, pero más del 60 % de las personas en el primero prefieren usar transferencias bancarias para pagos en línea, mientras que el 50 % en el segundo prefiere usar una tarjeta de crédito.” Combinado con Ecommerce News (2021) se puede concluir: Los monederos digitales son el método de pago preferido a la hora de comprar online en Europa, representando el 44 %, el 42 % de los consumidores elige tarjetas para pagar y el 32 % elige PayPal. Para el método de pago en línea más popular, Alemania es la billetera digital, los holandeses eligen iDEAL, Visa y MasterCard tienen la mayor cuota en el Reino Unido, Bélgica es Bancontact, los italianos y los franceses prefieren los monederos digitales, y el uso de PayPal en España supone el 50%.

Figura 5 El caso de los medios de pago en línea en los países europeos



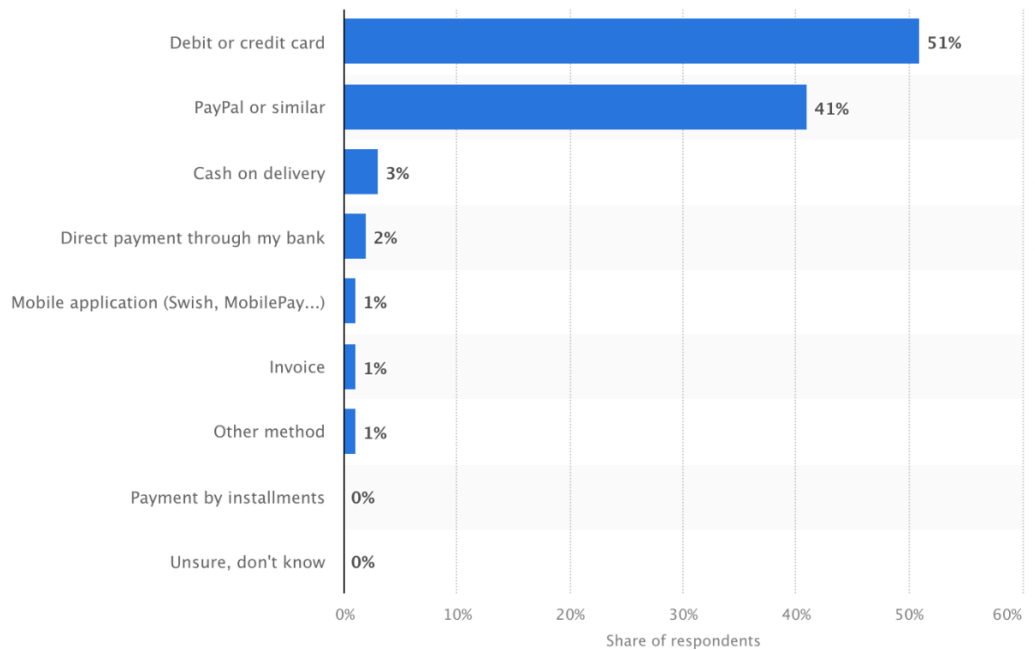
Fuente: Stiltner, M.,2020

Tomando España como ejemplo, describo en detalle sus métodos de pago online. Indra (2021) afirma que "El 70% de los españoles han reducido o abandonado el pago con dinero en efectivo y cerca del 30% no ha retirado efectivo en cajeros durante la pandemia, etapa en la que cerca del 60% de los españoles han sentido aversión a tocar efectivo o un datáfono. La tarjeta es el medio preferido para compras para más de seis de cada diez españoles y el 78% de la población usa la tecnología sin contacto para pagos en terminales de punto de venta (POS). España es el país europeo que más crece en el uso del móvil para compras por Internet. El 42% de los españoles compra en comercio electrónico con más frecuencia y el uso del Smartphone para compras por internet ha crecido del 50% del total en 2019 al 60% en 2020. Se consolida el proceso de digitalización bancaria en España. Ocho de cada diez usuarios bancarios ya tienen instalada la aplicación de su banco, de los que el 26% le da un uso diario y el 40% un uso semanal. "

En España, el comercio electrónico también está creciendo, y cada vez más personas usan Internet para comprar. Según una encuesta de Statista Research de 2022, el 51 % de las personas suele utilizar tarjetas de débito o crédito para realizar compras en línea, y casi el 40 % preferiría elegir el software de pago en línea de PayPal para realizar compras en línea. Además, los consumidores online españoles valoraron positivamente los métodos de pago online: el 69 % consideró que el pago online era muy seguro, el 23 % consideró que usar el pago online es rápido y cómodo, y el 4 % consideró que la fidelización es alta y la confianza es fuerte. A juzgar por los cambios en la situación de los pagos online

de 2020 a 2022, PayPal y las tarjetas bancarias son las más populares en España. (Gráfico 12)

**Gráfico 12 Medios de pago elegidos por los españoles al comprar por Internet**



Fuente: Statista,2022

## ii. América

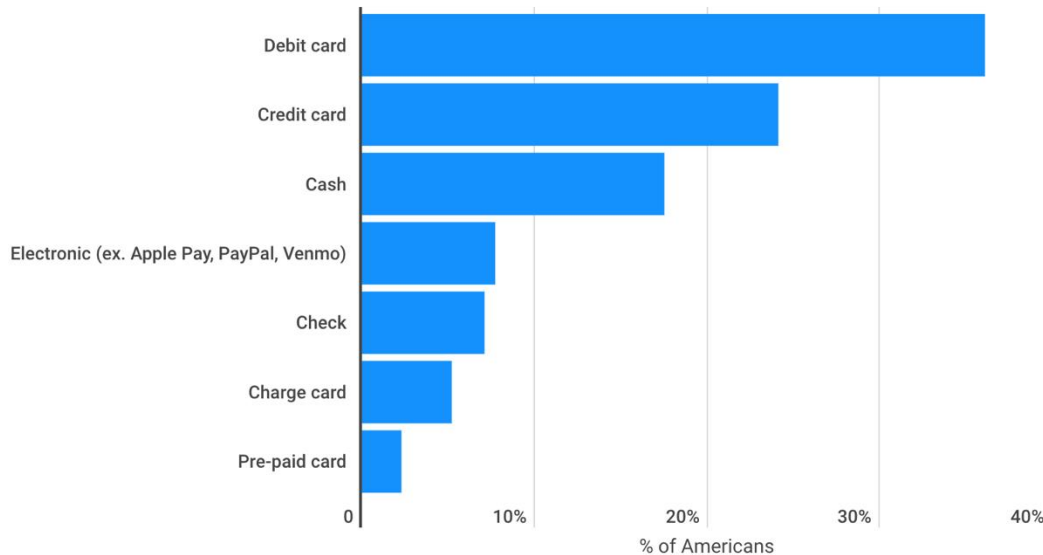
América del Norte es el origen de los pagos móviles en línea y su industria de pagos online está actualmente en una fase de rápido desarrollo. Y América Latina tiene una amplia gama de opciones de pago. Veamos cómo son los pagos en línea en toda América.

### a. América del Norte.

Las tarjetas tienen una presencia muy fuerte en Norteamérica. Las tarjetas de crédito son la forma de pago más común en Canadá y Estados Unidos, tanto en línea como fuera de ella, mientras que las tarjetas de débito son la segunda forma de pago más popular en Estados Unidos. El panorama de los pagos en Canadá está dominado por las tarjetas de débito y crédito. Mientras que aceptar pagos con tarjetas Visa, MasterCard y American Express es esencial para llevar un negocio de comercio electrónico con éxito, Interac, una red interbancaria canadiense, es un método de pago imprescindible para el éxito de los negocios en línea en Canadá. Interac es el sistema canadiense de tarjetas de débito y la red de transferencia de fondos a través de su servicio Interac e-Transfer. Además, los servicios de pago Apple Pay y Google Pay también son populares en el país. (Ecommpay, 2022)

Visa y MasterCard son los métodos de pago más utilizados en el comercio electrónico de EE. UU. El 96% de las 500 principales tiendas en línea de EE. UU. por ventas netas en 2020 ofrecieron pagos a través de estos métodos. Le siguió American Express con un 89%. Discover y PayPal también se encuentran entre los 5 mejores métodos de pago para el comercio electrónico de EE. UU. (Peters, L., 2022)

**Gráfico 13 Medios de pago en Estados Unidos**



Fuente: Laycock, R., & Choi, C., 2021

Como se puede ver en el Gráfico 13, La propagación de Covid-19 está obligando a muchos estadounidenses a agacharse, lo que a su vez provoca un aumento en las compras en línea. Un informe reciente de Adobe Analytics muestra que las ventas en línea en junio de 2020 aumentaron un 76 % con respecto al mismo período del año pasado. Al encuestar a 2001 adultos estadounidenses a través de Google Surveys del 22 al 26 de junio de 2020, Finder descubrió que el uso de un tipo de tarjeta es el método de pago preferido por casi el 70 % de la población. (Laycock, R., & Choi, C., 2021)

En concreto, el 36,07 % de los adultos estadounidenses prefieren utilizar una tarjeta de débito, lo que representa unos 92 millones de adultos estadounidenses. Otro 24,11% dice que prefiere una tarjeta de crédito, lo que representa alrededor de 61,5 millones de adultos. Agregue tarjetas de crédito menos comunes (5,20% o 13,3 millones de estadounidenses) y tarjetas prepagas (2,29% o 5,9 millones), y tiene un 67,67% de la población que desea realizar una compra en plástico. O casi 173 millones de personas. A diferencia de las tarjetas de crédito, las tarjetas de cargo no tienen un límite de crédito preestablecido y, por lo general, los saldos de los estados de cuenta vencen en su totalidad cada mes. La mayoría también vienen con una tarifa anual. (Laycock, R., & Choi, C., 2021)

¿Qué pasa con el efectivo? Los billetes y monedas son la opción de pago preferida solo por el 17,51% de los adultos. Si bien significa que el efectivo es el método de pago preferido para cerca de una quinta parte de la población adulta (44,7 millones), como "opción preferida" es solo alrededor de 10 puntos porcentuales más que los pagos electrónicos relativamente nuevos (7,72% o 19,7 millones) o cheques igualmente obsoletos (7,10% o 18,1 millones). (Laycock, R., & Choi, C., 2021)

#### b. América Latina.

La penetración bancaria en América Latina es relativamente baja, pero el uso de teléfonos inteligentes está en aumento y las compras en línea han aumentado durante el Covid-19. Según el estudio de Stiltner, M. (2022), se concluye que Brasil y México continúan liderando el gasto en comercio electrónico, representando Brasil el 32,5% del mercado y México el 28,8%. Sin embargo, a medida que se desarrolla el mercado de comercio electrónico de América Latina, también vale la pena observar sus otros países.

- Argentina: Alrededor de una cuarta parte de las personas en Argentina usan tarjetas bancarias como Visa y MasterCard. Los métodos de pago en efectivo como PagoFacil y RapiPago son los métodos de pago en línea más populares. Mercado Pago es el pago en línea líder en América Latina, popular en Argentina y muchos otros países latinoamericanos.

- México: Gigantes en línea como Alibaba y Facebook están invirtiendo activamente en la región, y los consumidores también usan Visa y MasterCard. Los consumidores sin cuenta bancaria pueden pagar en efectivo en la tienda de conveniencia OXXO, que tiene decenas de miles de puntos de venta. Por lo tanto, el método de pago en efectivo de OXXO es la forma más popular de pagar en línea. Las billeteras digitales internacionales como PayPal y más opciones locales como Masterpass y Mercado Pago también son populares en México.

- Brasil: Aparece entre los tres principales métodos de pago preferidos para tarjetas de crédito y débito en Brasil. Las tarjetas locales como Hipercard y Elo se usan más comúnmente que las tarjetas internacionales (Visa y MasterCard). Además, los pagos en efectivo a través de Boleto Bancário son tan comunes en Brasil que los comerciantes que deseen realizar ventas transfronterizas aquí deben utilizarlo como método de pago. Las billeteras electrónicas y las transferencias bancarias también son métodos populares de pago en línea en Brasil.

### iii. Asia-Pacífico

La región de Asia Pacífico también está en auge en el comercio electrónico, y cada país dentro de ella tiene sus propios métodos y preferencias de pago localizados. Stiltner, M. (2021) afirma que " Al observar el mercado de comercio electrónico global, se proyecta que la región de Asia Pacífico (APAC) sea una de las más lucrativas del mundo (Fondo Monetario Internacional)."A continuación, presentaré algunos métodos de pago en línea típicos de los países según la investigación de Stiltner, M. (2021) y Ecommpay (2021).

a. India: El potencial del comercio electrónico en la India es enorme y gastan mucho en compras transfronterizas. Y los monederos electrónicos y las transferencias bancarias dominan su uso, siendo Paytm el método de pago online más popular, utilizado por el 85% de los consumidores. En la India, los monederos electrónicos se prefieren a las tarjetas de crédito, lo que pone de manifiesto el espectacular crecimiento de este método en el país. El hecho de que el 53% de los encuestados prefirieron una transferencia bancaria y una billetera electrónica impulsadas por UPI, lo que ilustra la naturaleza evolutiva de este método de pago.

b. Indonesia: Los pagos en línea en Indonesia son muy diversos y la gente usa monederos electrónicos, tarjetas de débito, transferencias bancarias y efectivo para realizar los pagos. Sus métodos de pago de billetera digital más populares son OVO, Doku Wallet, Virtual Account. Entre ellos, OVO es el método de pago más utilizado y el mejor.

c. Malasia: Los consumidores de Malasia suelen tener varias tarjetas de crédito y débito. La banca en línea también ha tenido un impacto significativo en el panorama de los pagos locales, con bancos como Hong Leong, Maybank, CIMB, RHB Bank y Public Bank Berhad que ofrecen esta opción. Boost y MCash son sus monederos electrónicos de uso frecuente.

d. Japón: Japón tiene una alta penetración de Internet, banca y tarjetas de crédito. El 98% de la población tiene cuenta bancaria, el 87% tiene tarjeta de débito y el 68% tiene tarjeta de crédito. Además de las tradicionales Visa y MasterCard, los consumidores japoneses compran bienes y servicios a través de banca en línea, tarjetas de pago y monederos electrónicos como Rakuten Pay. Asimismo, con el pago de Konbini, los consumidores pueden pagar en tiendas de conveniencia (como 7-Eleven) en todo Japón.

e. Corea del Sur: Corea del Sur tiene la tasa de adopción de Internet de banda ancha per cápita más alta del mundo e ingresos de comercio electrónico de más de \$ 74 mil millones anuales. A los surcoreanos les encanta comprar en línea en sitios internacionales y los sitios estadounidenses representan el 75 % del gasto transfronterizo. La mitad usa Visa y MasterCard para pagar. El método de pago más utilizado es Shinhan Card, mientras que los métodos de pago que la mayoría de los coreanos dicen que

prefieren para las transacciones en línea son pagos simples como KakaoPay, Naver Pay y Samsung Pay.

### 3.2.2. Principales medios de pago online relevantes

El auge del comercio electrónico ha llevado a más tipos de métodos de pago en línea. Los métodos de pago online comúnmente utilizados en cada país son diferentes, por lo que esta parte selecciona varios métodos de pago en línea distintivos y de uso común para su análisis y comparación.

#### i. **Apple Pay**

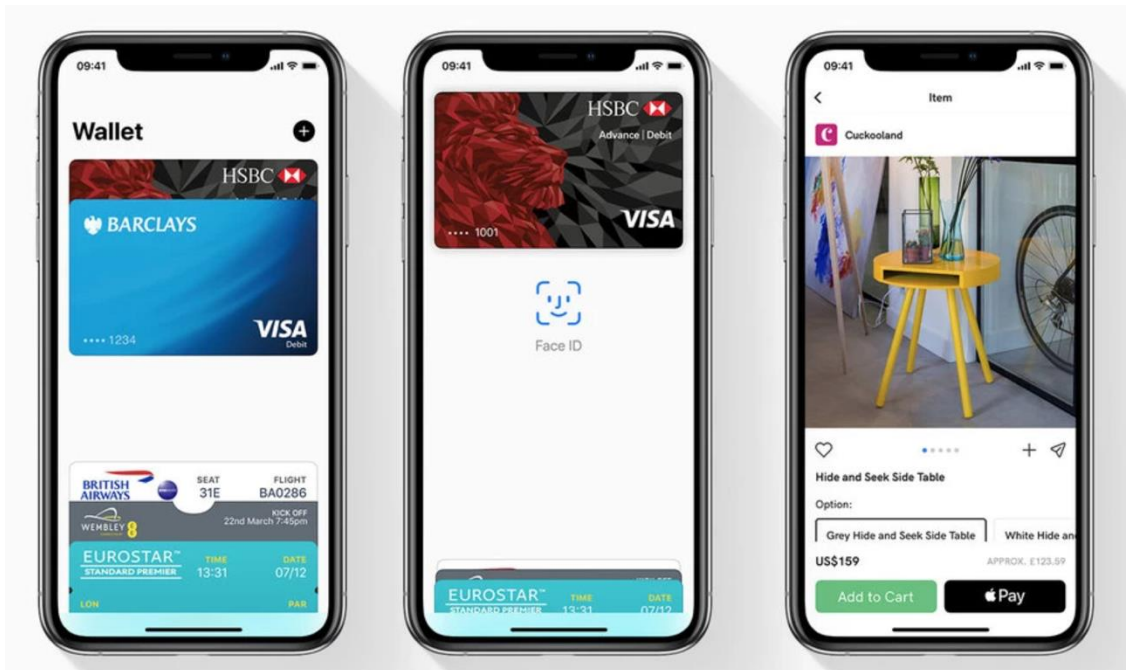
Apple Pay es un sistema de pago que reemplaza las tarjetas físicas y el efectivo en tiendas. Es tu dinero, elevado a un nuevo nivel de comodidad, seguridad y privacidad. Se trata de una tecnología de pago sin contacto integrada en iPhone, Apple Watch, Mac y iPad que actúa como monedero electrónico. Funciona sin que tengas que descargar aplicaciones adicionales ni lidiar con configuraciones engorrosas. (Apple, 2022)

Apple dice que Apple Pay es más rápido y fácil que las tarjetas de crédito, pagos en efectivo, privacidad y seguridad sin preocupaciones. Aceptado por millones de aplicaciones y sitios web, facilita los pagos en línea para los usuarios (Apple, 2022). Numerosas aplicaciones son compatibles con Apple Pay, que abarcan aplicaciones de viajes, aplicaciones de compras, aplicaciones de entretenimiento y aplicaciones de servicios. Estas son solo algunas de las aplicaciones compatibles con Apple Pay: Adidas, Bloom & Wild, Starbucks, Deliveroo, Apple Store, Topshop, Zara, ASOS, Uber, British Airways, Booking.com, Emirates, StubHub, DesignMyNight, Made.com. (Tillman, M., 2022)

Apple Pay se propuso por primera vez en el lanzamiento del producto iPhone 6 en 2014. Cook cree que se debe cambiar el statu quo de pagar con tarjetas físicas, porque la tarjeta de crédito tiene la posibilidad de ser robada y el número de la tarjeta se muestra directamente en la pantalla. superficie de la tarjeta. Por lo tanto, Apple Pay apareció en el ojo público con el iPhone 6 y usó Touch ID para verificar y asegurarse de que el propio usuario lo autorizó. Los usuarios solo necesitan unos segundos para configurar y simplemente agregar una tarjeta de crédito, débito o prepago en la aplicación Wallet en el iPhone. Continuará disfrutando de todos los beneficios asociados con su tarjeta sin perder ningún punto o recompensa. (Apple, 2022).



**Figura 6 Páginas de pago y páginas de aplicaciones (Apple Pay)**



Fuente: Tillman, M., 2022

En 2017, cuando Apple lanzó el iPhone X, el método de desbloqueo del teléfono cambió de Touch ID a Face ID, por lo que a partir de este modelo de teléfono se utilizó Face ID para verificar si el propio usuario usaba la función de pago. El alcance del uso puede ser en la tienda: Apple Pay se acepta en más del 85% de los minoristas en los EE. UU., por lo que puede usarlo en cualquier momento y en cualquier lugar. Si no está seguro, pregunte al comerciante. Apple Pay funciona en cualquier lugar donde se acepten pagos sin contacto. También puede pagar en aplicaciones y en línea: abra Safari en su iPhone, iPad o Mac, y use Apple Pay para pagar su compra. En lugar de completar formularios interminables, pague con solo un toque o un vistazo. También puede usar Apple Pay para suscribirse a servicios como Apple Music y Apple TV+, comprar aplicaciones y juegos en App Store o actualizar su almacenamiento de iCloud. Además, su tarjeta de embarque, varios boletos, así como su tarjeta bancaria, tarjeta de transporte y tarjeta de tienda se pueden almacenar en la aplicación de billetera. (Figura 6) (Apple, 2022)

La ventaja de usar Wallet es que lo que compras, dónde lo compraste y cuánto pagaste es información confidencial. Apple no almacena, vende ni usa esa información. Apple no almacena los números de tu tarjeta de crédito o débito ni los comparte con los comerciantes. En cambio, se crea un Número de cuenta de dispositivo único cada vez que agrega una tarjeta a Apple Pay. Y con Apple Card, su historial de gastos se genera directamente en su iPhone, por lo que Apple no lo tiene. (Apple, 2022)



## ii. Google Wallet

Google Wallet es un software para teléfonos móviles que puede actuar como una billetera, que fue lanzado por Google en 2011. Pero en ese momento, las formas en que se podía usar eran limitadas, inconvenientes de usar y solo para usuarios de Android. Requiere un teléfono Nexus S 4G de Sprint, un operador de telefonía móvil de EE. UU. Es compatible con los pagos del buzón de Gmail, actualiza la API de "compra instantánea" y lanza una API de acceso a la tarjeta de fidelización. Por lo tanto, en 2015 apareció Android Pay, que reemplazó a Google Wallet y, al igual que Apple Pay, se puede usar sin descargar. Es compatible con el pago sin contacto del teléfono móvil, también conserva el método de pago de Google Wallet y es más simple y conveniente de usar.

Con el avance de la tecnología, en 2018, Google actualizó nuevamente el sistema de pago y el nuevo servicio de pago "Google Pay" apareció a la vista del público. Es una plataforma de pago que combina Android Pay y Google Wallet, conservando las ventajas de ambos, y pagando y gestionando a través de la cuenta de Google del usuario. Lo puedes utilizar para añadir tarjetas de embarque, cupones, tarjetas de socio y similares, algo para lo que también lo puede sincronizar con Gmail. También lo puedes utilizar para enviar dinero de forma sencilla a tus amigos o familiares. También seguirá ampliándose en sus pagos online, y llegará a aplicaciones como eBay. (Fernández, Y.,2019).

Los usuarios de Android van a Google Play para descargarlo y los usuarios de iOS van a la App Store de Apple para descargarlo. Por supuesto, también admite el uso de computadoras, relojes y otros dispositivos. Google Pay puede utilizar autenticación física como reconocimiento de huellas dactilares, reconocimiento facial. En dispositivos sin reconocimiento de huella digital, utiliza una contraseña o activación gráfica para identificarse y realizar pagos.

Figura 7 Formas del usar Google Pay



Fuente: Google Pay, 2022

Realiza pagos en línea y fuera de línea más rápidos y seguros, solo necesita agregar información de tarjeta bancaria personal, para pagos online, puede usarlo para pagar en sitios web y aplicaciones, y también hay una función de acceso directo para que Google complete formularios automáticamente. Los pagos sin conexión se pueden realizar en las tiendas a través de dispositivos Android habilitados para NFC. (Figura 7)

La forma de funcionar es exactamente la misma que la de las tarjetas móviles. Tienes que acercar el dispositivo a un datáfono compatible y listo. Sin embargo, debajo del capó hay funcionando tecnologías de tokenización y criptogramas con los que se cifra la información de tu tarjeta interactuando con tu banco. Entre criptogramas y tokens lo que se hace es crear una especie de contraseña única cada vez que pagas. Esto es como si fuera una especie de capa de protección temporal para el pago que se utiliza en lugar del número de cuenta real. Con ello, cuando pagas en un comercio online o físico, lo que Google Pay comparte es este número de cuenta virtual y cifrado, de manera que mantiene oculto y protegido el real para guardar la información personal. (Fernández, Y.,2019) Google no cobra nada a los comerciantes por aceptar Google Pay. Sin embargo, si un comprador usa una tarjeta de crédito en la tienda con Google Pay, la compañía de la tarjeta de crédito puede cobrar una tarifa de transacción. (Google Pay, 2022)

En la conferencia de desarrolladores I/O 2022, Google presentó Google Wallet, una nueva aplicación para Android y Wear OS que, a diferencia de la Google Wallet anterior, permitirá a los usuarios almacenar tarjetas de crédito, tarjetas de fidelización,

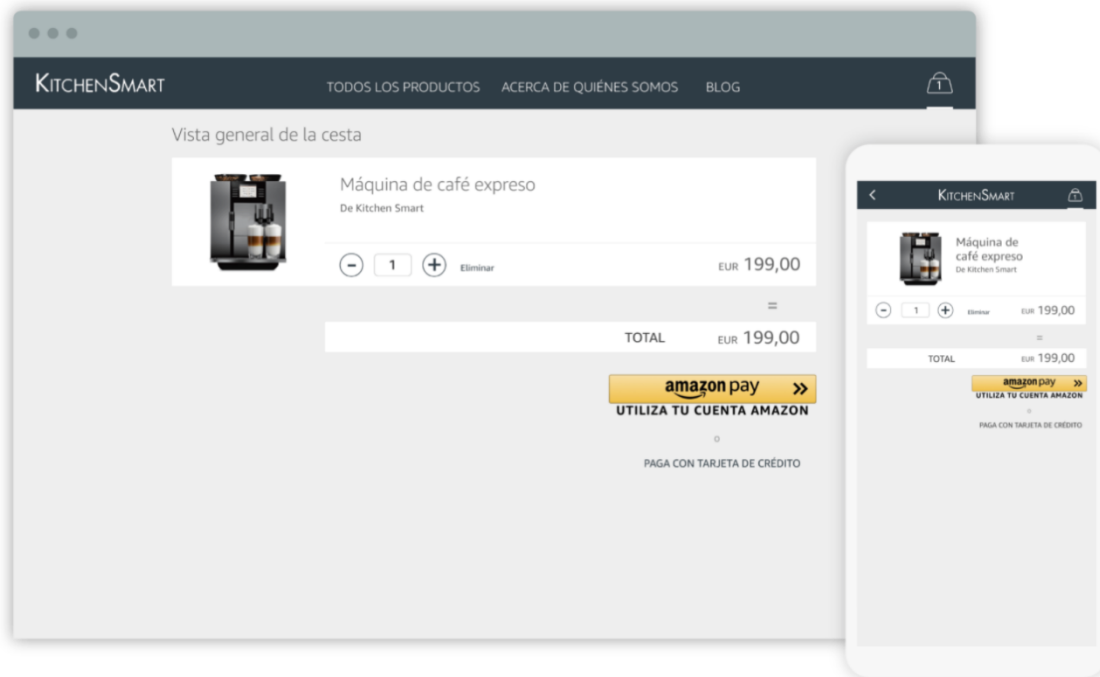
identificaciones digitales, tarjetas de transporte, entradas para conciertos, vacunas. tarjetas y otra información, más acorde a las necesidades de las personas. Google Wallet reemplazará completamente a Google Pay, a través de una actualización, en 39 países, incluidos México, Japón, Australia, Hong Kong y Francia. Si se encuentra en los EE. UU. o Singapur, Google Wallet se convertirá en el principal servicio de pago de Android y en la billetera donde guardará las llaves del hotel, la licencia de conducir, las tarjetas de embarque y más, además de realizar pagos sin contacto. Google Pay se mantendrá, pero solo como un servicio para enviar pagos a amigos y familiares. (Aguilar, N.,2022)

### iii. **Amazon Pay**

Amazon Pay es un servicio de procesamiento en línea lanzado por Amazon para sus usuarios en 2007 y también es una de las plataformas de pago online. Permite a los clientes pagar las compras con su cuenta de Amazon en sitios comerciales de todo el mundo. Cuando vea el logotipo de “Amazon Pay”, puede usar una tarjeta de crédito, una cuenta bancaria o simplemente el saldo de su cuenta de Amazon Pay.

La mayor ventaja de usar Amazon Pay para los usuarios con cuentas de Amazon es que los usuarios solo necesitan iniciar sesión en sus cuentas de Amazon en la página de pago y verificar que están operando por sí mismos, y utilizarán directamente la información personal que ya tienen almacenada. eliminando la necesidad de ingresar datos de entrega y pagar de inmediato. Los usuarios pueden verificar el estado de un pago o reembolso total o parcial simplemente haciendo clic en el botón Amazon Pay en la parte inferior de su pedido. Amazon Pay deposita fondos en la cuenta de pago inmediatamente después de que se completa una transacción del cliente. En este punto, es importante mencionar que los fondos permanecen en la cuenta hasta por 14 días como reserva, luego de lo cual los fondos pueden transferirse a una cuenta bancaria o tarjeta de regalo de Amazon.

Figura 8 Página de Amazon Pay en la aplicación y en la web



Fuente: Amazon Pay, 2022

Amazon Pay admite pagos desde PC y dispositivos móviles, lo que facilita a los consumidores pagar en sitios web y aplicaciones. (Figura 8). El pago simple y rápido no es el único requisito para los consumidores, poder pagar de forma segura es el más importante. Amazon Pay protege la información personal sobre los pagos de los usuarios.

Amazon Pay (2022) elabora " Amazon Pay es un proceso de pago rápido y seguro, y las compras de artículos físicos que cumplan los requisitos estarán protegidos por nuestra Garantía de la A a la Z. Compra en un abrir y cerrar de ojos con la información que ya tienes almacenada en tu cuenta de Amazon, o usa Alexa\* para pagar con tu voz y comprobar el estado de tu pedido. No compartimos el número completo de tu cuenta bancaria, tarjeta de crédito ni tarjeta de débito con los vendedores ni con organizaciones sin fines de lucro que acepten Amazon Pay. El vendedor solo recibe la información que sea imprescindible para que se pueda completar y ejecutar tu transacción. Esta información puede incluir tu nombre, dirección de correo electrónico y dirección de envío."

El servicio no te cuesta nada. Usar Amazon Pay no añade ninguna comisión a tus compras en los sitios web y las organizaciones que aceptan Amazon Pay. No añadimos comisiones de transacción, comisiones de inscripción ni ningún otro tipo de comisión. Sin embargo, el emisor de tu tarjeta podría cobrar comisiones, como por ejemplo comisiones de operaciones en el extranjero si tu tarjeta se emitió en un país diferente al país en el que

estás comprando, así como otras comisiones descritas en los términos y condiciones de tu tarjeta. (Amazon Pay, 2022)

Para transacciones en el Espacio Económico Europeo, cuando el volumen de transacción mensual es inferior a 10.000 euros, se requiere una tarifa de gestión del 2,7% de la comisión del vendedor más una tarifa de autorización de 0,35 euros; cuando el volumen de transacción es entre 10.000 y 50.000 euros, la comisión Es una tarifa de procesamiento del 2,4% más una tarifa de autorización de 0,35 euros.

Los vendedores también tienen ciertas ventajas al incorporar Amazon Pay. La primera es que consiguen tener las mismas garantías que tienen en la tienda online de Amazon y sin ningún tipo de coste adicional. Otra de las ventajas es que, a la hora de la compra, reciben todos los datos del cliente que tiene Amazon, por lo que la posibilidad de confusión es mucho menor. A esto debemos sumar que Amazon pone a disposición de todos los vendedores su sistema de detección de fraudes, por lo que los casos de impago bajan considerablemente. Además, también se es una buena baza para la tienda ver que podemos pagar con Amazon Pay. Gracias a eso los clientes confiamos más en que todo va a funcionar de manera correcta en esa web, por lo que la tienda gana en credibilidad y confianza. (Naranjo, M., 2021). Los comerciantes también pueden usarlo para aumentar la tasa de compra y la lealtad de los clientes, así como aumentar la tasa de conversión y el volumen comercial.

#### **iv. PayPal**

PayPal es una plataforma de pago de terceros fundada en diciembre de 1998, conocida como "Alipay" en China. Como la empresa de pago de terceros líder en el mundo, que se basa en las ventajas de recursos de su empresa matriz eBay, continúa desarrollándose. Además, PayPal ha ocupado la ventaja de ser el primero en mover el pago en línea en el mercado de pago global y se ha convertido en una plataforma de pago global segura y confiable con función de pago en tiempo real. En 2021, hay más de 400 millones de usuarios en todo el mundo, usándolo en más de 200 países y mercados y se puede negociar en 25 monedas. (PayPal, 2022)

En marzo de 2010, se lanzó el servicio de cliente de telefonía móvil y entró oficialmente en el mercado chino en 2019. PayPal ha ampliado su negocio de pagos y otras fortalezas técnicas a través de la innovación de productos, la integración de recursos relacionados y fusiones y adquisiciones, formando una cadena de valor industrial completa, estableciendo así gradualmente una ventaja competitiva y una posición de liderazgo en el campo de los pagos.

La cooperación en fusiones y adquisiciones de PayPal se centra en tres áreas:

a. Adquisición de empresas con una gran base de consumidores y comerciantes para generar ventajas de recursos para los usuarios, incluidas las pequeñas y microempresas y empresas de pago de comercio electrónico;

b. Adquisición de capacidades tecnológicas de pago relacionadas que la empresa ha establecido ventajas técnicas, que incluyen seguridad de pago, puerta de enlace y tecnología antifraude, etc., para asegurar el pago, brindar a los usuarios servicios de pago seguros y convenientes, y tiene tecnología avanzada en soluciones de pago;

c. Adquisición y cooperación en empresas de segmentos de la industria de pagos, mejorar las capacidades del servicio de valor agregado y mejorar la experiencia del usuario, incluidos los servicios de crédito y crédito, los servicios financieros, las soluciones de pago de la industria, etc. Desde la perspectiva del desarrollo de PayPal, para plataformas de pago de terceros nacionales, la acumulación de recursos de usuario a menudo requiere un proceso, especialmente en pagos transfronterizos, la cooperación razonable en fusiones y adquisiciones ayudará a expandir rápidamente las áreas comerciales relacionadas y acumular recursos de usuario y Soporte técnico para mejorar el valor y la experiencia del usuario.

Si desea utilizar PayPal, solo necesita descargar la aplicación, crear una cuenta y vincular su tarjeta bancaria personal para pagar. PayPal permite pagos en línea ingresando un número de teléfono o una dirección de correo electrónico directamente en el terminal móvil, incluidos los pagos internacionales y sin cambio de moneda. O puede escanear el código QR del comerciante para pagar el pago fácil. Además, se permite el pago de compras en línea para proteger los derechos e intereses de los consumidores. Si no están satisfechos, pueden proporcionar servicios de reembolso y reembolsar los costos de envío de devolución. Cifrar y monitorear las transacciones para evitar que los usuarios sean engañados e incidentes como el phishing. También ofrece servicios de pago a plazos para compras online, los pedidos entre 30 Euros y 2000 Euros se pueden dividir en 3 cuotas sin interés. (PayPal, 2022)

En cuanto a las posibles tarifas al usar PayPal: En la mayoría de los casos, el comerciante paga una comisión, dependiendo del país y la región, tomando como ejemplo las transacciones dentro de España, que está disponible en el sitio web oficial de PayPal (como se muestra en la Tabla 2). No existe comisión entre usuarios en el caso de transacciones personales nacionales sin cambio de moneda, y la comisión para transacciones internacionales varía según el país. Cuando se requiere cambio de moneda, la tarifa es equivalente al 3% de la tasa de cambio base.

**Tabla 2 Tarifas de PayPal para comerciantes**

Tipo de transacción	Tarifa
Forma de pago alternativa (APM)	1.2%+0.35 EUR
Transacciones con códigos QR (hasta 10,00 EUR)	1.4%+0.05 EUR
Transacciones con códigos QR (a partir de 10,01 EUR)	0.9%+0.10 EUR
Todas las demás transacciones comerciales	2.9%+0.35 EUR
Por devoluciones	16 EUR
Por disputa estándar	14 EUR
por disputa de volumen alto	28 EUR

Fuente: PayPal, 2022

### 3.3. Comparación de los medios de pago online entre China y otras regiones

En esta parte, voy a comparar y analizar los métodos de pago online presentados en la sección anterior y luego me inspiraré para el pago en línea en China.

#### 3.3.1. Comparación entre los medios típicos del pago online

Entre los métodos de pago anteriores, PayPal, Amazon Pay, Apple Pay y Google Wallet fueron creados por los Estados Unidos. Compáralos entre sí y analiza sus ventajas y desventajas.

##### i. PayPal vs Amazon Pay

Amazon Pay y PayPal son muy similares y existe competencia entre ellos, pero PayPal es utilizado por más tiendas en línea en España, la siguiente tabla compara los dos.

**Tabla 3 Comparación entre Amazon Pay y PayPal**

	PayPal	Amazon Pay
Fecha de creación	1998	2007
Empresa	PayPal	Amazon
Cuota de mercado(toda la red)	2,456%	0,098%
Accesibilidad	ios, android	ios, android, website
Coste para comerciante	2,9%+0,35EUR	<10000 2,7%+0,35EUR 10000-50000 2,4%+0,35EUR
Presencia internacional	Más de 200 mercados	18 mercados
Páginas webs que lo ofrecen	1.710.841	68.421
Forma de pago principal	por email o número de móvil, código QR. En website: pago de verificación en app	Al iniciar sesión en su cuenta de Amazon

Baghel, Y. (2019) estudió cuál es más ventajoso entre PayPal y Amazon Pay y concluyó:

1. En términos de monedas admitidas: PayPal se utiliza en más de 200 países y regiones y admite 25 monedas. Amazon Pay está disponible para comerciantes con sucursales en aproximadamente 18 países y admite cerca de 12 monedas. Por lo tanto, PayPal está diseñado para cubrir un rango más amplio y que más personas lo usen.

2. PayPal admite pagos en línea y fuera de línea, como la función de transferencia entre usuarios en línea y el pago del consumo del sitio web; los códigos QR fuera de línea se pueden escanear para pagos de comerciantes (no muy utilizados). Amazon Pay actualmente solo admite compras en el sitio web.

3. Al pagar compras online, use PayPal para evitar que los consumidores ingresen la información de su tarjeta y necesiten registrarse y proporcionar información de correo personal. Sin embargo, el proceso de pago de Amazon es más simple, los clientes solo necesitan hacer clic en el botón de pago de Amazon en la página del sitio web, eliminando la necesidad de ingresar información personal, y solo necesitan iniciar sesión en la cuenta de Amazon, brindando a los consumidores una experiencia de compra más conveniente.

4. Medios de pago: Amazon admite todas las principales tarjetas bancarias (tarjetas de crédito y débito), use PayPal para recibir las principales tarjetas de crédito, cuentas bancarias, cheques electrónicos y saldos de PayPal.

5. Seguridad: como marcas de confianza, tanto PayPal como Amazon se toman la seguridad muy en serio. Sin embargo, en muchos casos, incluso la más mínima sospecha puede resultar en el bloqueo de una cuenta de PayPal. Además, si usted, como vendedor, tiene numerosas devoluciones de cargo y quejas de clientes, PayPal puede limitar su



cuenta o suspender los pagos hasta por 21 días en caso de que algo salga mal con su transacción.

Esto incluso puede sucederles a los vendedores que comercian con ciertos tipos de materiales, como productos electrónicos, tarjetas de regalo y boletos para eventos, que son altamente fraudulentos. Del mismo modo, si se trata de artículos restringidos, como armas, productos de tabaco o productos falsificados, es posible que Amazon Pay no sea una buena opción para el comerciante.

Ambas plataformas de pago ofrecen métodos de pago fáciles y rápidos para comerciantes y consumidores. Sin embargo, no es posible elegir solo uno de estos dos métodos de pago, porque depende del lugar de negocios y del mercado objetivo global. De hecho, según un estudio, el 26 % de los compradores en línea de EE. UU. abandonaron un pedido el año pasado simplemente porque “el proceso de pago fue demasiado largo o complicado”, mientras que el 6 % lo abandonó debido a “la falta de opciones de pago adecuadas”. Las pasarelas de pago no se excluyen mutuamente y los comerciantes deben considerar la coexistencia de estos dos métodos, lo que es beneficioso para el volumen de ventas.

## ii. Apple Pay vs Google Wallet

Hoy, con la popularidad de los teléfonos móviles, Apple Pay y Google Wallet brindan a los consumidores otra cómoda posibilidad de pago. La aparición de esta billetera electrónica reduce el uso de tarjetas bancarias físicas, dándose cuenta así del fenómeno de no tener que llevar billetera al salir.

**Tabla 4 Comparación entre Apple Pay y Google Wallet**

	Apple Pay	Google Wallet
Fecha de creación	2014	2007
Número de usuario (2021)	500 millones	150 millones
Empresa	Apple	Google
Cuota de mercado(toda la red)	0,872%	0,295%
Accesibilidad	ios	ios, android(principal)
Coste	No se cobran comisiones de transacción a individuos 0,15%-0,25% de comisión por transacción para comerciante	No cobra ninguna comisión a los comercios y usuario
Presencia internacional	72 mercados	sobre 40 mercados
Páginas webs que lo ofrecen	608.927	206.138
Forma de pago principal	NFC en tienda; en Apple Store, en website	NFC en tienda; en website; por número de móvil o email

Traders.Studio (2021) considera que los dos son en gran medida el mismo producto, Apple Pay es más fácil de usar y Google Wallet es más funcional, y lo resume de la siguiente manera:

1. En términos de monedas admitidas: Apple Pay se usa en 72 países y regiones, y Google Wallet está disponible para comerciantes con sucursales en aproximadamente 40 países/regiones. Por lo tanto, el dispositivo Apple Pay cubre un rango más amplio y es utilizado por más personas.

2. Tanto Google Wallet como Apple Pay son sistemas de pago móvil y ambos pueden usar la tecnología NFC para pagos fuera de línea. Los pagos en línea se pueden comprar en la aplicación o el sitio web, y todo el proceso de pago se procesa automáticamente y se completa previamente con valores predeterminados. Google Wallet funciona en iOS y Android, y Apple Pay solo se puede usar en dispositivos con iOS. Pero para el pago fuera de línea, la mayoría de los usuarios de iPhone elegirán Apple Pay porque es más conveniente y rápido.

3. Aspectos de seguridad: ninguno de estos revelará los detalles de la tarjeta bancaria del usuario al comerciante, y solo necesitará configurar la información de la tarjeta cuando la use por primera vez. Google almacena la información de la tarjeta en sus servidores, emitiendo una "Tarjeta virtual de Google Wallet" para el dispositivo de cada usuario. El dispositivo utiliza esta tarjeta virtual para las transacciones, pero en realidad paga con la tarjeta bancaria vinculada, que está protegida por los servidores seguros de Google, por lo que el comerciante no obtiene la información real de la tarjeta. El sistema que utiliza Apple es "Tokenización", que consiste en ponerse en contacto con el banco emisor para obtener un token de dispositivo y una tarjeta DAN para transmitir a la otra parte.

4. Google actúa como intermediario y almacena la información de las tarjetas bancarias en los servidores de Google. La mayoría de las tarjetas se pueden agregar a Google Wallet (tarjetas de regalo, tarjetas de membresía, etc.) y su uso no involucra a los bancos. Apple Pay no es un intermediario y no rastrea las transacciones de los usuarios ni almacena información de tarjetas bancarias. Apple Pay transfiere la tarjeta al banco, se autentica con el banco y luego obtiene y almacena el DAN obtenido del banco.

5. Ni Apple Pay ni Google Pay cobran a los consumidores. Sin embargo, Google cobra a los comerciantes un porcentaje de las tarifas de transacción y publicidad, y Apple cobra el banco de la tarjeta a la que está vinculado el usuario. Google Pay actúa como una versión electrónica de la billetera, mientras que Apple Pay es el medio de pago. La elección entre los dos debe estar determinada por las preferencias de los consumidores.

Tanto Apple Pay como PayPal están disponibles en China y se usan con más frecuencia que los otros dos métodos de pago. Además, la mayoría de los consumidores en China usan Alipay, que es más grande que WeChat Pay, así que tome Alipay como ejemplo para compararlo con Apple Pay y PayPal.

### iii. Alipay y Apple Pay

**Tabla 5 Comparación entre Alipay y Apple Pay**

	Alipay	Apple Pay
Fecha de creación	2004	2014
Número de usuario (2021)	1200 millones	500 millones
Empresa	Empresa de tecnología de red Alipay	Apple
Cuota de mercado(toda la red)	0,966%	0,872%
Accesibilidad	ios, android	ios
Coste	No se cobra tarifa a los usuarios, pero 0,1% de tarifa de más de 20.000 yuanes (retiro a tarjeta de débito); 0,315% de comisión para comerciantes	No se cobran comisiones de transacción a individuos; 0,15%-0,25% de comisión por transacción para comerciante
Presencia internacional	Más de 300 mercados	72 mercados
Páginas webs que lo ofrecen	97.015	608.927
Forma de pago principal	código QR, por número de móvil	NFC en tienda; en Apple Store, en website

1. En términos de posición de mercado, la popularidad de Alipay en China es mucho mayor que la escala del uso de Apple Pay por parte de los consumidores estadounidenses. Apple Pay no necesita descargar la aplicación y solo es compatible con el sistema iOS, pero existen requisitos para dispositivos, como iPhone 6 y teléfonos móviles posteriores, Apple Watch, MacBook, iPad. Los comerciantes deben tener máquinas pos con función NFC. El costo de usar Alipay es más bajo en comparación con los dos. Los comerciantes solo necesitan imprimir el código QR para pagar, y los consumidores pueden usar la mayoría de los dispositivos para pagar, por lo que los requisitos de uso son más bajos y es más adecuado para la mayoría de los consumidores.

2. En China, Apple Pay se usa principalmente para tomar el autobús, vincular la tarjeta bancaria en Apple Wallet, identificarla mediante huella digital o Face ID, y luego cerrar la máquina de tarjetas para completar el pago en unos segundos. Comparando los dos, prefiero el principio de funcionamiento de Apple Pay desde el punto de vista del banco, porque Alipay y el banco son competidores y colaboradores. Apple Pay juega un papel

auxiliar, ayudando a los usuarios a obtener el permiso de pago del banco sin revelar la información real de la tarjeta del usuario. Yu'eobao de Alipay puede ganar intereses, lo que compite con los bancos, porque se puede pagar la cantidad en Yu'eobao o en la billetera de Alipay, lo que reduce el fenómeno de los usuarios que almacenan dinero en los bancos, y su tasa de interés es más alta que la de los bancos.

## vi. Alipay vs PayPal

**Tabla 6 Comparación entre Alipay y PayPal**

	Alipay	PayPal
Fecha de creación	2004	1998
Empresa	Empresa de tecnología de red Alipay	PayPal
Cuota de mercado(toda la red)	0,966%	2,456%
Accesibilidad	ios, android	ios, android
Coste	No se cobra tarifa a los usuarios, pero 0,1% de tarifa de más de 20.000 yuanes (retiro a tarjeta de débito); 0,315% de comisión para comerciantes	2,9%+0,35EUR para comerciante; Sin tarifas de usuario cuando la moneda no se convierte
Presencia internacional	Más de 300 mercados	Más de 200 mercados
Páginas webs que lo ofrecen	97.015	1.716.872
Forma de pago principal	código QR, por número de móvil	por email o número de móvil, código QR. En website: pago de verificación en app

1. Ambos se usaron originalmente en la plataforma de compras en línea y ambos son una plataforma de pago en línea que puede garantizar el pago de ambas partes. En la etapa posterior, se admiten las actividades de transacción de dinero entre usuarios y usuarios, y se adopta el sistema de nombre real para garantizar el aspecto crediticio de la transacción.

2. En términos del punto de partida del diseño del producto, PayPal se considera a sí mismo como una especie de tarjeta de crédito. Tiene muchos atributos de tarjeta de crédito y solo se usa para pagar en función. Alipay se considera a sí mismo como una tarjeta de débito. Por ejemplo, la función Yu'eobao de Alipay puede generar intereses. Además, tiene muchas funciones únicas, como los miniprogramas de bienestar público de Ant Forest y Ant Farm, que también están involucrados en el entretenimiento, el transporte, etc., brindando a los usuarios una experiencia más cómoda y conveniente.

3. PayPal es un método de pago global que se puede usar en aproximadamente 200 países y regiones. En China, generalmente se usa en compras en línea en el extranjero, vinculando la tarjeta bancaria de Visa o MasterCard; Alipay es la frecuencia de uso en China. El método de pago más alto ha logrado su uso a gran escala. Aunque Alipay se puede usar en el extranjero, la mayor parte del uso es en el aspecto de transacciones financieras entre extranjeros y chinos, principalmente para que los chinos paguen.

4. PayPal es un tipo de pago con nivel de membresía. Si los consumidores necesitan funciones cada vez más favorables, pueden pagar una tarifa para obtenerlas, lo que será más confiable en términos de protección de beneficios. Alipay no tiene distinciones de nivel de usuario, los trata por igual y básicamente no requiere comisiones al usarlos, lo que es más propicio para la universalización del pago móvil online. Si hay una disputa de pago, la cuenta de PayPal puede cerrarse. La diferencia es que Alipay no cerrará la cuenta fácilmente y el riesgo al usarla es menor.

5. En el campo de pagos y pagos internacionales, PayPal ha ocupado una posición de liderazgo durante mucho tiempo, lo cual es inseparable de su mecanismo y servicios de seguridad. Los usuarios están garantizados en términos de seguridad al pagar en línea, y la información específica de las tarjetas o cuentas bancarias no será revelada a los comerciantes. El mecanismo de Alipay para la protección y compensación de riesgos es mejor, y las tarjetas bancarias rara vez son robadas. Debido a diferentes mecanismos, en países extranjeros, si la tarjeta de crédito del titular de la tarjeta es robada, la organización general emisora de tarjetas permitirá que el comerciante asuma la responsabilidad. a la Asumir la responsabilidad.

### 3.3.2. En respuesta al análisis anterior, se dan recomendaciones

Con el rápido desarrollo de la industria de pagos global, especialmente el auge de los métodos de pago móviles, la competencia en la industria de pagos de terceros se ha vuelto cada vez más feroz. Por lo tanto, el negocio de los pagos enfrenta muchos desafíos. Empresas de Internet como Google y Apple han utilizado su enorme base de usuarios para involucrarse en pagos móviles, pagos online y otros negocios; están surgiendo Square, Cash Pay y otras empresas de pago enfocadas; Visa, MasterCard y otras organizaciones de tarjetas de crédito cubren Tiene una amplia gama de usuarios y tiene un grupo de usuarios global enorme en el campo del pago en línea, y la competencia en el mercado de pagos es cada vez más feroz. Según el análisis del artículo anterior, puede servir de inspiración al pago online de China.

En los últimos años, debido al rápido aumento de la industria del comercio electrónico, se está desarrollando la demanda del mercado de pagos de terceros. La

economía de comercio electrónico ocupa una posición importante en algunos otros países, y algunos incluso representan más de la mitad de la economía nacional. En comparación, la economía de comercio electrónico de China todavía se encuentra en la etapa de desarrollo, lo cual es una razón importante para esto. situación es un servicio de pago en línea. Para promover la expansión del comercio electrónico en China hoy, debemos comenzar desde el aspecto de los servicios de pago en línea.

Desde un punto de vista práctico, hay muchas formas de promover el rápido desarrollo de los pagos en línea. Por ejemplo, los departamentos pertinentes han introducido algunas políticas que favorecen el desarrollo del comercio electrónico o han mejorado algunos sistemas financieros, y el desarrollo actual de la comunicación es relativamente madura para promover su demanda ha aumentado considerablemente, pero el pago online aún no ha logrado el efecto deseado. Además, aunque la tendencia actual de toda la industria de pagos en línea va en aumento, todavía hay una homogeneización grave, un círculo vicioso de competencia, una conciencia débil y un nivel de gestión de bajo nivel, etc. Si solo confiar en las empresas para mantener la autodisciplina para mantener la estandarización del desarrollo de la industria de pagos electrónicos es difícil de lograr, al mismo tiempo, el gobierno debe supervisar e investigar adecuadamente, y las empresas deben tomar los mercados nacionales y extranjeros como la dirección, y perseguir el desarrollo del mercado de la industria.

Los datos que requieren medios de pago a nivel técnico son seguros. Para que todo el sistema sea más perfecto, debe cumplir con las disposiciones pertinentes de la ley y, al mismo tiempo, un tercero puede estar involucrado en el monitoreo, de modo que el pago de terceros pueda ser más transparente para garantizar su justicia. Se debe prestar más atención a la seguridad del pago en línea y se deben realizar actualizaciones oportunas para garantizar la seguridad del sistema. Porque el fenómeno del fraude online no ha disminuido, y además es uno de los serios retos para generar nuevos métodos de fraude con los tiempos. Con la ayuda del estado, el desarrollo del pago en línea será más estable, el fenómeno de mejora gradual y el desarrollo de Internet pronto aumentarán el volumen de negocios.

En la actualidad, las empresas de pago online no tienen una ventaja en términos de rentabilidad, y algunas empresas ya se han encontrado con situaciones en las que sus ingresos no pueden alcanzar sus gastos. Por ejemplo, los gigantes del comercio electrónico Alibaba y Tencent han invertido mucha energía en el pago electrónico, generalmente creando sus sistemas de pago a través de los ingresos operativos de otras empresas. El pago en línea se ha desarrollado en otras industrias como los seguros, el turismo, etc. La



compensación y liquidación de los servicios de pago de terceros puede impulsar la diversificación del pago en varias industrias y campos, y así promover el desarrollo de la sociedad.

Profundizar el desarrollo del pago móvil online para personas mayores, considerar el problema desde la perspectiva de los usuarios con discapacidades, optimizar el proceso de pago en línea móvil tanto como sea posible, mejorar su compatibilidad con teléfonos móviles antiguos y grabar videos didácticos para aumentar la tasa de utilización de tales grupos y lograr la universalización del pago móvil en línea lo antes posible. Debido a la dependencia de las personas en el pago móvil online, necesitan más servicios. En este momento, es particularmente importante optimizar y enriquecer los productos de pago y expandir los servicios de pago en línea a múltiples mercados en el futuro.

El desarrollo del mercado nacional de pagos online de China tiende a estar saturado y el potencial de desarrollo del mercado de pagos transfronterizos es enorme. Bajo las principales oportunidades de desarrollo de "Belt and Road" y la globalización, muchas empresas han introducido o exportado. Las empresas nacionales están ingresando activamente al mercado internacional, mientras que las empresas extranjeras están ingresando al mercado chino una tras otra para compartir dividendos. El comercio electrónico transfronterizo está entrando en una nueva etapa de mejora y desarrollo, y la demanda de pagos transfronterizos también aumentará, promoviendo el desarrollo de pagos transfronterizos. Además, la escala de turistas nacionales que eligen viajar al extranjero ha aumentado significativamente. Debido a la dependencia de los residentes nacionales del pago móvil en línea, las personas también tienen una fuerte demanda de pagos transfronterizos convenientes y seguros cuando están en el extranjero. En este caso, aunque Alipay, WeChat Pay, etc. se han expandido con éxito a muchos mercados extranjeros para satisfacer las necesidades de los usuarios en el comercio transfronterizo y los pagos en el extranjero, se concentran principalmente en el sudeste asiático y otros mercados. En comparación con PayPal, se concluye que la plataforma de pago en línea de China todavía tiene mucho espacio para la expansión en el pago transfronterizo en el futuro. Es necesario acelerar el proceso de globalización y llevar a cabo activamente la innovación modelo y la aplicación de tecnología.



## 4. El futuro de los medios de pago en China

China es el líder mundial en comercio móvil, una forma de compra que domina el comercio electrónico en el país. Casi las tres cuartas partes de las transacciones de comercio electrónico en China se realizan en dispositivos móviles, con \$873,300 millones en ventas en 2019. Una nación de entusiastas de los teléfonos inteligentes, China adoptó rápidamente las billeteras digitales, que ahora se utilizan para pagar la mayoría de los pagos de comercio electrónico. Ellos representan más de la mitad de la cuota de mercado. (J.P.Morgan, 2019). Entonces, para la tendencia de desarrollo futuro de los métodos de pago chinos, haga las siguientes predicciones:

1. El volumen de transacciones y el número de usuarios seguirá aumentando.

Desde que la aparición de Covid-19 ha afectado en gran medida todos los aspectos de las personas del mundo, ha promovido en gran medida la popularización y el uso de métodos de pago sin efectivo. El pago en línea móvil ya es el método de pago en línea más popular para bienes en China, y se espera que su popularidad continúe creciendo en los próximos años debido a su simplicidad y conveniencia. El gobierno fomenta el cambio de métodos de pago y aumentará su apoyo para promover el desarrollo de la industria del comercio electrónico, por lo que aumentará el volumen de transacciones de pago en línea.

2. El enriquecimiento de las herramientas de pago y la innovación de los medios de pago.

La competencia entre los métodos de pago se intensificará y el mercado madurará gradualmente. A medida que más personas usen Internet, la competencia será más intensa. Se refleja principalmente en una gran cantidad de inversión de capital, así como en la diversificación de los métodos de pago y la actualización de las herramientas de pago. La expansión de los métodos de pago permite a los usuarios disfrutar de servicios financieros más convenientes, utilizan Internet y redes 4G o incluso 5G para vincular y asociar cuentas bancarias y cuentas de pago online. Sin embargo, en este momento, el riesgo cruzado se hace mayor, se incrementará la coordinación entre las autoridades competentes en varios aspectos, y se dificultará la supervisión de estas cuentas.

3. Los servicios de la industria de pagos en línea serán más profundos.

Debido al desarrollo gradual del mercado de pagos, los servicios de la industria de pagos se profundizarán gradualmente y la experiencia del usuario será mejor. Por ejemplo, Alipay y WeChat brindarán más servicios de pago, no solo sirviendo a los usuarios en entretenimiento, administración de patrimonio y transporte, sino que también pueden

satisfacer las necesidades de un mayor desarrollo de la industria e intentar involucrar todos los aspectos de la vida.

#### 4. Surgirán métodos de pago de alta tecnología.

Ahora hay reconocimiento de huellas dactilares y reconocimiento facial para pagos móviles online, e incluso algunos supermercados pueden realizar el pago sin dispositivos móviles, simplemente usar el reconocimiento facial y luego realizar la deducción automática en el software Alipay. Sin embargo, en el futuro, puede haber una forma más conveniente para que las personas paguen, y la tendencia de pago se acercará más a la forma de salir sin un teléfono móvil. Por ejemplo, el automóvil también se puede pagar en el futuro, solo necesita registrar el número de placa en la plataforma de pago para lograrlo. Incluso la huella digital está vinculada a la tarjeta bancaria o plataforma de pago, y el pago no requiere el uso de un teléfono móvil, sino que solo requiere la identificación de la huella digital en la tienda. El poder de la ciencia y la tecnología traerá un gran salto al pago y brindará a las personas una vida cómoda y conveniente en gran medida. Es muy probable que el desarrollo estable y la amplia aplicación del "pago invisible" ocurran en el futuro.

#### 5. Los pagos serán cada vez más importantes a nivel mundial.

China está a la vanguardia de las billeteras digitales y los pagos móviles del mundo. Se ha transformado de un método de pago tradicional a un país de pagos digitales y ocupa una posición de liderazgo en el mundo. El número de personas que cambian del pago físico al pago móvil y usan el pago móvil es mucho mayor que en otros países. Gracias a la tecnología de inteligencia artificial, el método de pago ha cambiado de la popularidad del pago con código QR a depender únicamente del reconocimiento facial para pagar, y el pago de China ha ocupado una posición de liderazgo en el mundo. Con la innovación y el desarrollo continuos de los métodos de pago, el estado del pago de China será más importante en el futuro.

## 5. Conclusiones

1. El pago online es un método que requiere pago y liquidación a través de Internet. Puede ser una plataforma de pago y es un método de pago para el intercambio de divisas entre clientes y vendedores a través de la plataforma. Ayuda a mejorar la eficiencia del comercio electrónico y ahorra los pasos y costos de mano de obra para que los comerciantes cobren los pagos. Puede reducir el riesgo de la transacción, proporcionar un buen entorno comercial y aumentar la confianza mutua entre las dos partes. Puede satisfacer las necesidades de los usuarios de servicios diversificados y admitir una variedad de dispositivos de pago. Sin embargo, los pagos en línea no son completamente seguros y siguen existiendo riesgos al utilizarlos. La información personal puede filtrarse debido a la suplantación del phishing o virus, las cuentas y contraseñas pueden ser obtenidas ilegalmente por otros, y las instituciones financieras pueden estar expuestas a riesgos crediticios, etc.

2. En la actualidad, el pago en línea de China se realiza básicamente en el terminal móvil y los consumidores se han vuelto dependientes del pago móvil. Alipay y WeChat Pay son los métodos de pago en línea más utilizados por los chinos en 2021. La conveniencia y la velocidad son las razones por las que la mayoría elige el pago en línea y han reemplazado con éxito a los métodos tradicionales en la vida de las personas. Las funciones de WeChat y Alipay son muy similares, ambas requieren que el usuario vincule una tarjeta bancaria, que se puede utilizar como tarjeta de débito, por lo general, no se requiere comisión, excepto para retirar el dinero de la cuenta a la tarjeta bancaria. A diferencia de Alipay, WeChat es un software social y todos tienen funciones únicas, por lo que la coexistencia de los dos es la mejor opción.

3. El desarrollo del pago móvil online en China se debe a la alta cobertura de la red, el ahorro de tiempo y la simplicidad de uso también son factores importantes. Debido a la popularidad del comercio electrónico, el consumo online se ha convertido en la primera opción de las personas, y la llegada de Internet móvil hará que el pago salte al terminal móvil. La fuerte promoción de los comerciantes y las ricas funciones del software también son los catalizadores para el pago móvil en línea.

4. La mayoría de los países europeos utilizan carteras digitales o tarjetas bancarias para pagar, los estadounidenses prefieren pagar con tarjeta bancaria, las tarjetas bancarias y PayPal son los métodos de pago preferidos por la mayoría de los españoles, y hay una diversidad de métodos de pago en línea en Asia Pacífico y América Latina. Amazon Pay es similar y competitivo con PayPal, este último es utilizado por más personas, pero el primero tiene un proceso más simple y elimina el paso de completar la información personal.

Comparado con Google Pay, Apple Pay es más limitado y solo puede ser utilizado por el sistema iOS. Debido a la diversidad de métodos de pago, los comerciantes deben proporcionar varios métodos de pago para que los consumidores elijan con el fin de atraer a los clientes a consumir.

5. PayPal y Alipay tienen muchas similitudes, pero el primero se utiliza en muchos países, mientras que el segundo se ofrece principalmente a los chinos para realizar pagos dentro o fuera de China. Apple Pay puede utilizarse como pago NFC cuando se toma en transporte público, pero su uso en China es muy inferior al de Alipay. Sin embargo, Alipay sigue teniendo importantes deficiencias, y las comparaciones con PayPal sugieren que las plataformas de pago en línea de China todavía tienen más espacio para la expansión futura en los pagos transfronterizos, y necesitan acelerar el proceso de globalización y perseguir activamente la innovación del modelo y las aplicaciones tecnológicas. Es necesario llevar Alipay a la vida de las personas con barreras de uso, y realizar la universalización de los pagos móviles en línea lo antes posible. Con la llegada de Covid-19 a esta etapa, la frecuencia de los métodos de pago online ha aumentado. No sabemos cómo cambiará el futuro de los pagos globales, pero podemos imaginarlo, y sólo es posible si somos lo suficientemente valientes como para pensar en ello, porque con la tecnología, vale la pena esperar el futuro de los pagos.

## 6. Referencias

- Apple. (2022). *Apple*. Recuperado el 16 de 04 de 2022, obtenido de <https://apple.co/3LcBk1S>
- Aguilar, N. (16 de 05 de 2022). *Is Google Wallet the Same as Google Pay? We'll Explain*. Obtenido de <https://cnet.co/3PsFExu>
- Amazon Pay. (2022). *Amazon Pay*. Recuperado el 18 de 04 de 2022, obtenido de <https://amzn.to/3Lt7x5g>
- Baghel, Y. (06 de 03 de 2019). *PayPal vs Amazon Pay – Which Payment Gateway is the Best for Your Site?* Obtenido de <https://bit.ly/39Cwde8>
- Calabrese, N. (2022). *Online Payment*. Recuperado el 10 de 03 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3rA2GrR>
- Cenusa, S. (15 de 06 de 2020). *The Most Popular Online Payment Methods Globally and Locally*. Obtenido de <https://bit.ly/3NiFQgP>
- Cuestionario sobre la forma de pago de los consumidores (2022). Obtenido de <https://bit.ly/3N5U0BJ>
- Cui, S. (01 de 11 de 2019). *Why Does China Excel in Mobile Payments?* Recuperado el 15 de 04 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3sCT4Nn>
- Daxueconsulting. (2021). *Payment methods in China: How China became a mobile-first nation*. Obtenido de <https://bit.ly/3yrZKSk>
- Ecommerce News. (20 de 08 de 2021). *Preferred payment methods in Europe 2021*. Recuperado el 15 de 04 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3wii4Mo>
- Ecommpay. (2021). *Payment Methods and Systems in Asia*. Obtenido de <https://bit.ly/3LX2jis>
- Ecommpay. (2022). *Payment Systems in North America*. Obtenido de <https://bit.ly/3wU9eV3>
- Fernández, Y. (19 de 06 de 2019). *Google Pay: qué es, cómo configurarlo y bancos compatibles*. Obtenido de <https://bit.ly/39vsor4>
- Google Pay. (2022). *Google Pay*. Obtenido de <https://bit.ly/3Pupqnc>
- Indra. (28 de 01 de 2021). *El Covid-19 impulsa en España la digitalización de los medios de pago centrada en tarjetas, móvil y el abandono del efectivo, según Minsait Payments*. Obtenido de <https://bit.ly/3sQffQI>

- iResearch. (2019). *China's Third-Party Mobile Payment Transactions Rose 22.6% in Q2 2019*. Recuperado el 21 de 03 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3N6Zk86>
- iResearch. (2020). *2020 Consumption Trends in China Under The Influence of COVID-19*. Recuperado el 21 de 03 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3M14diN>
- iResearch. (2021). *Informe de investigación sobre la industria de pagos a terceros en China*. Recuperado el 21 de 03 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3MhFkzn>
- J.P.Morgan. (2019). *E-commerce payments trends: China*. Obtenido de <https://bit.ly/39GnEis>
- Laycock, R., & Choi, C. (14 de 04 de 2021). *Which payment method do Americans prefer?* Recuperado el 21 de 04 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3MgNGaD>
- N26 Bank GmbH. (2022). *Qué es un pago online*. Recuperado el 10 de 03 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3k0g9oo>
- Naranjo, M. (19 de 03 de 2021). *Amazon Pay: todo lo que quieres saber del PayPal de Amazon*. Obtenido de <https://bit.ly/3sJWwG6>
- Neuman, B, C., & Medvinsky, G. (1995). *NetCheque, NetCash, and the Characteristics of Internet Payment Services*. Volume 1, Issue 1&2, January. DOI: <https://doi.org/10.3998/3336451.0001.126>
- PayPal. (2022). *Qué es PayPal*. Obtenido de <https://bit.ly/3wn2zTc>
- Peters, L. (2022). *United States: Top 5 online payment methods 2020*. Recuperado el 21 de 04 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3LlzZG5>
- Pu, G. N., & Tang, X., & Wang, Y. Q. (2018). *Analysis on the Development and Trend of Third Party Payment*. DOI: <https://doi.org/10.2991/emehss-18.2018.88>
- Red de pago móvil. (19 de 04 de 2022). *La Asociación de Pago y Compensación de China publica el informe de la encuesta de usuarios de pagos móviles de 2021*. Recuperado el 10 de 03 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3kYExau>
- Research and markets. (04 de 2020). *Global and China Mobile Payment Industry Report, 2020-2026*. Recuperado el 17 de 04 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3wlrple>
- Research and markets. (06 de 2021). *North America Online Payment Methods 2021*. Recuperado el 17 de 04 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3wgOwi1>
- Silkipay. (01 de 12 de 2021). *La guía definitiva de Alipay*. Recuperado el 17 de 04 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3wggEC0>

Singh, S. (2022). *Characteristics of Electronic Payment System*. Recuperado el 10 de 03 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3P1CLn0>

Statista. (04 de 05 de 2022). *Which of the following methods do you prefer to use when you pay for a product you've bought online?* Recuperado el 10 de 05 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3yERleu>

Stiltner, M. (21 de 08 de 2020). *The European Payment Methods Merchants Can't Ignore*. Recuperado el 10 de 05 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3wtlKIT>

Stiltner, M. (23 de 04 de 2021). *What are APAC's Top Payment Methods in 2022?* Recuperado el 27 de 05 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3t3Fsev>

Stiltner, M. (12 de 04 de 2022). *The Ultimate Guide to Accepting Payments in Latin America*. Recuperado el 27 de 05 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3t4Hzyy>

Tillman, M. (27 de 01 de 2022). *¿Qué es Apple Pay, cómo funciona y cómo se configura?* Recuperado el 10 de 05 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3PhNjhQ>

Traders. Studio. (10 de 04 de 2021). *Apple Pay vs Google Wallet: cómo funcionan*. Obtenido de <https://bit.ly/3NrIjGY>

William, A, F. (27 de 10 de 2014). *Características y tipos de Sistemas de pago en Internet*. Recuperado el 10 de 03 de 2022, obtenido de <https://bit.ly/3Mq7yrz>

Yi, D. (18 de 03 de 2020). *China's Mobile Payments Grew More Than 70% in Q4*. Obtenido de <https://bit.ly/38QaNul>