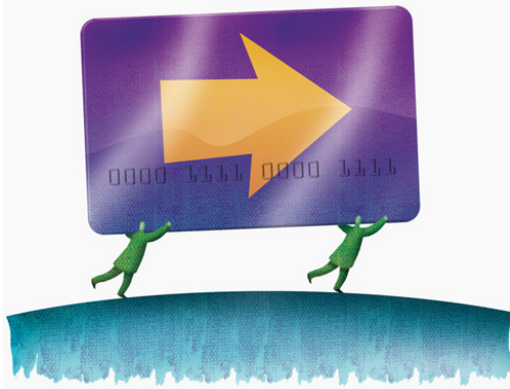


Caso: PayPal: El plástico electrónico

Este sistema permite a sus usuarios abrir una cuenta en Internet para realizar y recibir pagos desde una cuenta bancaria o tarjeta de crédito sin tener que entregar la información financiera a la otra parte, facilitando la relación electrónica entre compradores y vendedores.



Comprar a través de Internet ya es casi un imperativo de la vida moderna. A pesar de ello, uno de los principales problemas que suelen tener las empresas cuando comienzan a vender en la Web, son justamente los relacionados a la recaudación de pagos. La manera más sencilla y tradicional suele ser el cobro contra-reembolso, pero este tiene varios inconvenientes: costo, lentitud y gestión de las devoluciones, entre otros. Por otro lado, implantar una solución de pagos en la web mediante tarjeta de crédito puede resultar muy costoso.

Ante este problema, existe una solución intermedia que cada vez tiene mayor aceptación en el mundo. Se trata del cobro a través de [PayPal](#), sistema que explota la oportunidad generada por la transferencia de dinero entre dos partes.

PayPal es un sistema de pago que permite a sus usuarios abrir una cuenta en Internet para realizar y recibir pagos desde nuestra cuenta bancaria o tarjeta de crédito sin tener que entregarle nuestra información financiera, facilitando la relación electrónica entre compradores y vendedores. El único requisito para utilizar PayPal es disponer de una cuenta de correo electrónico. Además de enviar dinero sin compartir información financiera, el sistema entrega la flexibilidad de pagar con sus saldos de cuentas, cuentas bancarias, tarjetas de crédito o financiamiento promocional. La estrategia de PayPal busca que el consumidor tenga siempre la posibilidad de pagar como quiera y donde quiera, buscando convertirse en un medio de pago ubicuo (omnipresente).

Cada vez se ha ido extendiendo más el uso de este sistema, gracias a su sencillez, confidencialidad y rapidez. De hecho, [muchas tiendas en Internet lo incorporan](#), a pesar de contar con otros medios de pago. Para cualquier empresa que quiera utilizar Internet para desarrollar su negocio de comercio electrónico, PayPal es una opción para tener en cuenta.

Historia, tamaño y evolución

Con base en [San José](#), California, PayPal es uno de los medios de pago online más populares en Internet. Posee más de 153 millones de cuentas, está disponible en 190 mercados y maneja 25 divisas en todo el mundo. El desarrollo del servicio está apalancado de la infraestructura bancaria y utiliza avanzados sistemas de prevención del fraude en tiempo real, a fin de poder realizar transacciones financieras por Internet de forma segura, rápida, sencilla y eficaz. Así, facilita el comercio electrónico internacional, posibilitando los pagos en distintos lugares, divisas e idiomas.

PayPal nace de la fusión en el año 2000 de la compañía de criptografía y pagos para dispositivos Palm Pilot, Confinity, fundada en 1998 por Peter Thiel, Max Levchin, Luke Nosek y Ken Howery, con la compañía de servicios financieros en Internet X.com fundada por Elon Musk.

PayPal fue comprado en octubre de 2002 por [eBay](#), cuando ya era el método de pago usado por más del 50% de sus usuarios y competía con su propio sistema de pago. Esta compra se debe a que el pago hasta ese momento había sido el punto más débil del exitoso modelo de eBay, el mercado online más grande del mundo. Esta empresa no estaba interesada en el desarrollo de un sistema de pago, ya que consideraba que no era parte de su modelo de negocio, por lo que trató de llegar a acuerdos para facilitar los pagos en línea con instituciones financieras externas, pero estos esfuerzos no fueron exitosos.

Este fracaso impulsó a que eBay creara su propio sistema de pago en línea, para lo cual compró una pequeña compañía llamada Billpoint en 1999, destinada a gestionar el pago de las transacciones entre sus clientes. Este sistema competía con PayPal en su plataforma y ante el gran número de clientes que habían creído en PayPal, eBay consideró que la compra de esta plataforma le entregaba [valor agregado](#) y permitía unir una gran base de clientes y usuarios en su sistema.

Hoy en día, PayPal está compuesto principalmente por tres servicios de pago en línea: el servicio de pago global PayPal, [Payflow](#) (servicio que integra todo el procesamiento del pago directamente en los comercios a través de los servidores de PayPal) y [Bill Me Later](#) (servicio que permite pagar por la compra después de haberla realizado mediante una cuenta u otro medio). Asimismo, cuenta con una plataforma abierta de pago para las empresas llamada [PayPal X](#), que permite a los desarrolladores crear aplicaciones de pago en múltiples plataformas y dispositivos.

Actualmente, PayPal cuenta con cerca de 98 millones de cuentas activas en 190 mercados y maneja 25 divisas alrededor del mundo, convirtiéndose en uno de los grandes facilitadores del comercio electrónico global. De acuerdo a un estimado por Forrester Research, sobre los 12 mayores mercados de comercio en el mundo, en 2010 el volumen de pago manejado por la empresa representó un 18% del total del comercio electrónico global.

Asimismo, PayPal cuenta con sitios web en 21 mercados, incluyendo Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, Hong Kong, Italia, Israel, Japón, México, Holanda, Polonia, Singapur, España, Suiza, Turquía, el reino unido y Estados Unidos.

Durante el primer cuatrimestre de 2011, los ingresos del sistema representaron cerca del 40% de los ingresos de eBay. El año 2010, en tanto, los ingresos fueron de US\$ 3.4 billones, representando un 23% más que el año 2009. En 2010, los negocios internacionales aportaron el 47% de los ingresos. El volumen de transacciones fue de US\$ 92 billones, aumentando un 28% sobre el año 2009. De estas transacciones, "PayPal Merchant Services" procesó cerca de US\$ 56 billones, mostrando un aumento de 42% con respecto al año anterior.

Modelo de Negocios

Cualquier cliente puede abrir una cuenta PayPal en una operación simple que puede tomar hasta cinco minutos. Consiste en llenar un formulario de solicitud de una página y proporcionar el número de su tarjeta de crédito o información bancaria, a la que sólo PayPal tiene acceso. Sin embargo, la cuenta no se activa hasta que el cliente ha validado la cuenta bancaria o tarjeta de crédito utilizada. Generalmente, esto se realiza a través de un pequeño cargo de PayPal a esa cuenta. Luego, el consumidor valida la cantidad y vuelve a PayPal para comprobarlo. Los medios de pago quedan guardados en el sistema, para la facilidad de transacciones posteriores.

Otra forma de verificación es un código que aparece en el informe mensual de la tarjeta de crédito, el cual debe ser verificado en el sitio de PayPal. En definitiva, PayPal ofrece a los consumidores comprar con seguridad sin revelar la información de su tarjeta de crédito y pagar cómoda y rápidamente al comprar en eBay u otras tiendas de Internet. Los clientes ahorran tiempo al no hacer los complejos procesos de enviar por correo cheques y giros postales y luego esperar a que estos se liquiden para que los artículos lleguen.

Cuando se utiliza PayPal para pagar una compra, el dinero se retira de la cuenta bancaria o de la tarjeta de crédito, y se transmite automáticamente al sistema de procesamiento de pago, donde un intermediario financiero operado en forma privada, rastrea y transfiere los fondos entre las instituciones financieras.

En un principio, PayPal ofrecía su servicio en forma gratuita, buscando financiarse mediante los intereses sobre los fondos que se mantenían en las cuentas de los usuarios. Sin embargo, la mayoría de éstos retiraban sus fondos de forma inmediata. Por otra parte, la gran mayoría de las transacciones eran financiadas mediante pago con tarjetas de crédito, lo que le costaba a PayPal alrededor del 2% del valor de pago, en lugar de usar las transferencias electrónicas de cuentas bancarias, que eran mucho más económicas.

Sumado al modelo de intereses que puede obtener de los dineros disponibles en las cuentas de sus usuarios, PayPal funciona también mediante el cobro de un pequeño cargo para cada transacción en línea. Para las cuentas de los clientes, la suma promedio que se cobra por las transacciones de menos de US\$ 15 es de US\$ 0.30. Sin embargo, las tasas varían de acuerdo al volumen de las transacciones.

Para los comercios, PayPal ofrece aceptar tarjetas de crédito y transferencias bancarias de manera rápida y sencilla; y vender a escala internacional aceptando diferentes divisas y formas de pago locales. Además, este sistema generalmente es más barato de implementar que una tarjeta de crédito. Esta es una gran ventaja para los pequeños y grandes negocios que desean vender artículos por internet, ya que este servicio requiere el pago por tarjetas de crédito y eso es muy caro.

Debido a su modelo adaptable y la facilidad de registro de usuario, PayPal se ha convertido en el sistema de pagos online de mayor éxito para las transacciones C2C (Consumer to Consumer).

El éxito de PayPal en términos de usuarios y volumen de ventas se debe a una estrategia de tres fases:

Fase 1: Al comienzo se centró en la expansión de su servicio entre los usuarios de eBay en Estados Unidos, por lo tanto el volumen de los pagos venían en su mayoría de la plataforma de subastas. El sistema era muy atractivo para los vendedores de la subasta, la mayoría de los cuales eran individuos o pequeñas empresas que no podían aceptar tarjetas de crédito. De hecho, muchos vendedores no podían acogerse a una "cuenta de comerciante" con tarjeta de crédito, porque no tenían un historial de crédito comercial. Además, el servicio permitió aumentar el número de compradores, ya que podrían financiar las cuentas PayPal usando tarjetas de crédito o saldos de cuentas bancarias, sin revelar números de tarjeta de crédito a vendedores desconocidos. Esto se suma a una campaña de marketing agresiva para acelerar su crecimiento, del depósito de US\$ 10 en las cuentas de nuevos usuarios de PayPal, sumando US\$ 10 por cada nuevo usuario que se refería.

Fase 2: Debido al éxito anterior, comenzaron a expandirse a sitios internacionales de eBay. Con el fin de aumentar su base de usuarios, PayPal decidió apalancarse de algunas de las preocupaciones existentes de los vendedores y compradores que lidiaban con el comercio electrónico, simplificando y facilitando los procedimientos relativos a litigios, fraudes y pasivos. Asimismo, implementaron programas de protección al comprador y al vendedor, en alguno de los cuales PayPal se hacía responsable por el uso no autorizado de sus cuentas, devoluciones por quiebra de algunos comerciantes y pérdidas debido a devoluciones, entre otros.

Fase 3: Luego de perfeccionar el modelo de negocio y aumentar su penetración nacional e internacional en eBay, PayPal inició su estrategia fuera de esta empresa. El fuerte crecimiento que obtuvieron al agregar múltiples plataformas, a pesar de la desaceleración del crecimiento en eBay, llevó a la reorganización del modelo en 2003, creando una nueva unidad de negocio llamada “[PayPal Merchant Services](#)”. Esta proporcionaba soluciones de pago a los comerciantes de comercio electrónico de las pequeñas y grandes empresas fuera de la comunidad de eBay.

A partir del segundo semestre de 2004, los servicios de “PayPal Merchant Services” dieron a conocer varias iniciativas para inscribir a los comerciantes en línea fuera de eBay, que incluyeron: la reducción de la tarifa de transacción para los comerciantes de alto volumen; mejorar la relación con procesadores de pago; estrategias para buscar grandes comercios como Dell, iTunes y otros; reducción de tasas para compras en línea y otros “micropagos” y puesta en marcha de PayPal Mobile, entre otros.

Riesgos

El uso de uno u otro medio de pago siempre tienen un riesgo asociado. La seguridad para los consumidores es menor en PayPal, en comparación con la que ofrecen las compañías de tarjetas de crédito o débito. Si la tarjeta es robada, las compras realizadas pueden ser recuperadas usualmente con un monto máximo para el cliente. PayPal, en cambio, no devuelve el dinero de las compras realizadas por terceros, a menos que la empresa logre recuperarlo y se cumplan otras condiciones adicionales.

El sistema de transacciones de PayPal opera directamente sobre la cuenta corriente del receptor, por lo que no puede ser reembolsado en caso de alguna anomalía, dado que el dinero es retirado de la cuenta inmediatamente después de que se realiza la transferencia de dinero. En cambio, con las tarjetas de crédito no se retira inmediatamente el dinero.

Cabe destacar que PayPal no es un banco, es una empresa privada que presta algunos servicios financieros y no está respaldada por ningún sistema bancario, si PayPal quiebra el dinero se pierde. Por su parte, según las condiciones de servicio de PayPal, cuando alguien se hace usuario, renuncia a los derechos de reembolso por utilización fraudulenta o no autorizada de su tarjeta de crédito.

Otro riesgo es la falta de cobertura legal. Al ser una empresa estadounidense, cualquier problema que tome la vía legal deberá resolverse en Estados Unidos, lo que dificulta a los usuarios extranjeros defender sus derechos.

Las condiciones de PayPal se podrían catalogar de abusivas, ya que cambian constantemente. Entre sus páginas de condiciones se aprecia la falta de legislación internacional sobre este tipo de empresas. Según éstas, PayPal puede bloquear preventivamente las cuentas de un usuario sin tener que dar más explicaciones. De hecho, existen numerosos casos que explican este tipo de abusos por parte de PayPal, e incluso se han constituido asociaciones de usuarios que

han interpuesto demandas judiciales.

PayPal puede embargar el saldo de la cuenta indefinidamente, por lo que para recuperar las cantidades embargadas, puede ser necesario mucho tiempo.

La competencia

Los competidores que han intentado competir por una cuota de mercado con PayPal son numerosos, pero pocos han conseguido obtenerla, debido a la fuerte barrera de entrada que supone la confianza y la reputación de un sistema sólido que funciona, o bien porque no cuentan con la alianza estratégica como la que tiene PayPal con eBay. Sin embargo, PayPal presenta algunos problemas con su servicio al cliente, a lo que se suma la mayor demanda por transacciones más rápidas, donde las soluciones de 1 clic están ganando popularidad. Este no es el caso de PayPal, ya que existe un gran paso entre comprar ahora y autenticarse, lo cual entrega una oportunidad a nuevos procesadores de pagos que agreguen valor.

Los principales competidores de PayPal son:

- **Google Checkout:** Alternativa de Google que busca cerrar el círculo del negocio en el que uno busca, encuentra y paga. Cobra una comisión un poco menor a PayPal con un 2% + US\$ 0.2 por transacción.
- **Amazon Checkout:** Impulsada por el gigante Amazon. Es relevante especialmente por su gran poder en el comercio electrónico.
- **2Checkout:** Es otra alternativa que tiene un costo inicial de configuración de US\$ 49 y cobran un 5.5% de comisión, además de US\$ 0.45 por venta.
- **AlertPay:** Con menos comercios sólo cobran un 2.5% por transacción.
- **ccNetPay:** Es otra alternativa de pagos online con comisiones del 2,5 a 5,5% y un cobro fijo por venta de US\$ 0.20 a US\$ 0.65 dólares.

Desafíos

Las tres mayores oportunidades actuales de la convergencia en el mundo de la tecnología están dadas por el denominado “SoLoMo”: social, local y móvil. PayPal busca entregar soluciones que incluyan nuevas herramientas para pagos móviles y una nueva solución de productos digitales que permite a los consumidores pagar por los medios de comunicación, música y juegos en sólo dos clics. Bajo este concepto, PayPal introdujo el 2010 varios sistemas, entre los que se puede nombrar: “PayPal Embedded Payments”, “PayPal Apps”, “PayPal Business Payments”, “PayPal for Digital Goods” y “ [PayPal Mobile](#)”.

En este ámbito, Facebook ya anunció que va a utilizar PayPal para pagar su comunidad de desarrolladores y adoptar la solución “PayPal for Digital Goods”, para hacer compras en Facebook. Esta es una de las apuestas que tiene PayPal para descubrir cómo rentabilizar el potencial de las redes sociales como pieza clave de su expansión.

En el mundo móvil, una de las amenazas es la posibilidad de las operadoras de permitir realizar compras y transferencias desde los celulares, que podría llegar a eliminar las compañías de tarjetas de crédito. Y PayPal requiere que sus usuarios posean una tarjeta de crédito o débito

para realizar transacciones.

Por el momento están abordando otros medios de pago, como la necesidad de ir al banco para cobrar un cheque. A finales de 2010 actualizaron su aplicación para iPhone, sumando la posibilidad de hacer depósitos de cheques con sólo sacarles dos fotos. A sólo 36 horas después de lanzado ya se habían depositado US\$ 100.000 en el sistema. El servicio lo entrega la empresa BankServ, y tiene algunas limitaciones, los cheques tardan unos días más en acreditarse de lo que tardan por las vías tradicionales y hay límites de montos diarios para depositar, además de que sólo se puede hacer a través de iPhone por ahora, aunque no es de extrañar que pronto se extienda a otros teléfonos.