

Soluciones de pago alternativas: cómo están remodelando el panorama de los pagos

LIBRO BLANCO AXERVE

pay


Klarna.



Contenidos

Introducción	3
Pagos alternativos: qué, cuándo y por qué	4
Cuándo	4
Por qué	5
Nuevas soluciones para nuevas necesidades	5
¿Cuáles son los principales pagos alternativos y cómo funcionan?	7
Monederos o Wallet digitales	7
Pagos A2A	10
Buy Now Pay Later (Compra Ahora, Paga Después)	13
Criptomonedas	15
Pagos digitales y alternativos en el mundo	17
Volúmenes de monederos digitales: +100% en cinco años	18
Penetración de métodos de pago alternativos por región	19
Norteamérica	19
América Latina	20
Asia-Pacífico	22
Oriente Medio y África	24
Europa	25
España: los medios de pago alternativo	28
Las criptomonedas y los pagos	29
Análisis de Axerve sobre los pagos alternativos en el comercio electrónico	30
Metodología	30
Pagos alternativos: no solo monederos digitales	30
Métodos de pago alternativos preferidos por sector de productos	31
Conclusiones	33

Introducción

En una época en la que los **pagos digitales están en auge** tanto en el comercio electrónico como físico y se espera que alcancen más de **15 mil millones de dólares para 2027**, con una **CAGR del 16,3%** durante el periodo 2017-2027¹, no es de extrañar el rápido desarrollo y la creciente popularidad de nuevas soluciones de pago tanto a nivel internacional como local.

Si nos fijamos en la **evolución de los pagos**, en los últimos 30 años han surgido nuevos métodos, desde las soluciones más tradicionales de finales de 1990 como las transferencias bancarias online, los pagos contra reembolso y las tarjetas de crédito, hasta llegar a medios más recientes como los [monederos digitales](#), las plataformas [Buy Now Pay Later \(BNPL\)](#), las nuevas soluciones [Account-to-Account \(A2A\)](#) y las criptomonedas. Las nuevas necesidades de los consumidores y los avances tecnológicos han propiciado el desarrollo de instrumentos de pago paralelos a los más tradicionales, como las tarjetas de pago, el efectivo y los cheques, los llamados "**pagos alternativos**".

En este libro blanco vamos a observar los **diferentes tipos de pagos alternativos**, trazando su historia y profundizando en su difusión mundial y local. Al examinar más de cerca su **penetración en el mercado** de distintas zonas geográficas y sectores de productos, vamos a analizar la **tendencia al alza de las nuevas alternativas** a los pagos tradicionales en los distintos países del mundo. Si consideramos los monederos digitales, se espera que para 2025 sus volúmenes mundiales alcancen el **53% del total de transacciones de comercio electrónico** y el 39% para los puntos de venta².

La **creciente adopción de pagos alternativos** también está respaldada por el análisis de Axerve **en todos los sectores de productos**, desde la moda hasta la alimentación y las bebidas. Entre los clientes de Axerve que han adoptado métodos alternativos, **PayPal** es la solución líder en todos los sectores y territorios: el **59% de todos los pagos alternativos**. Además, según las observaciones de Axerve sobre el sector de la moda, uno de los más dinámicos en cuanto al número de integraciones de pagos alternativos, las empresas que han integrado **Klarna** han registrado **picos superiores al 54%** de los volúmenes gestionados con este método.

Existen muchos tipos de métodos de pago alternativos en el mercado global, con diferencias específicas en términos de funcionalidad, popularidad y uso según la región geográfica. De hecho, junto con las soluciones internacionales extendidas por todo el mundo, hay muchas alternativas locales que suelen ser extremadamente populares, como **iDEAL** en los Países Bajos o **Satispay y Bizum** en España.

En este ecosistema en constante evolución, la facilidad de integración de los pagos es un **elemento estratégico para que las empresas ganen en competitividad y reduzcan el tiempo de comercialización**. Contar con infraestructuras de pago que permitan una integración flexible y una orquestación de pagos optimizada puede marcar la diferencia.

1 - FinTech - In-depth Market Insights & Data Analysis | Statista, 2022

2 - Fintech Trends 2022 | Statista, 2022.

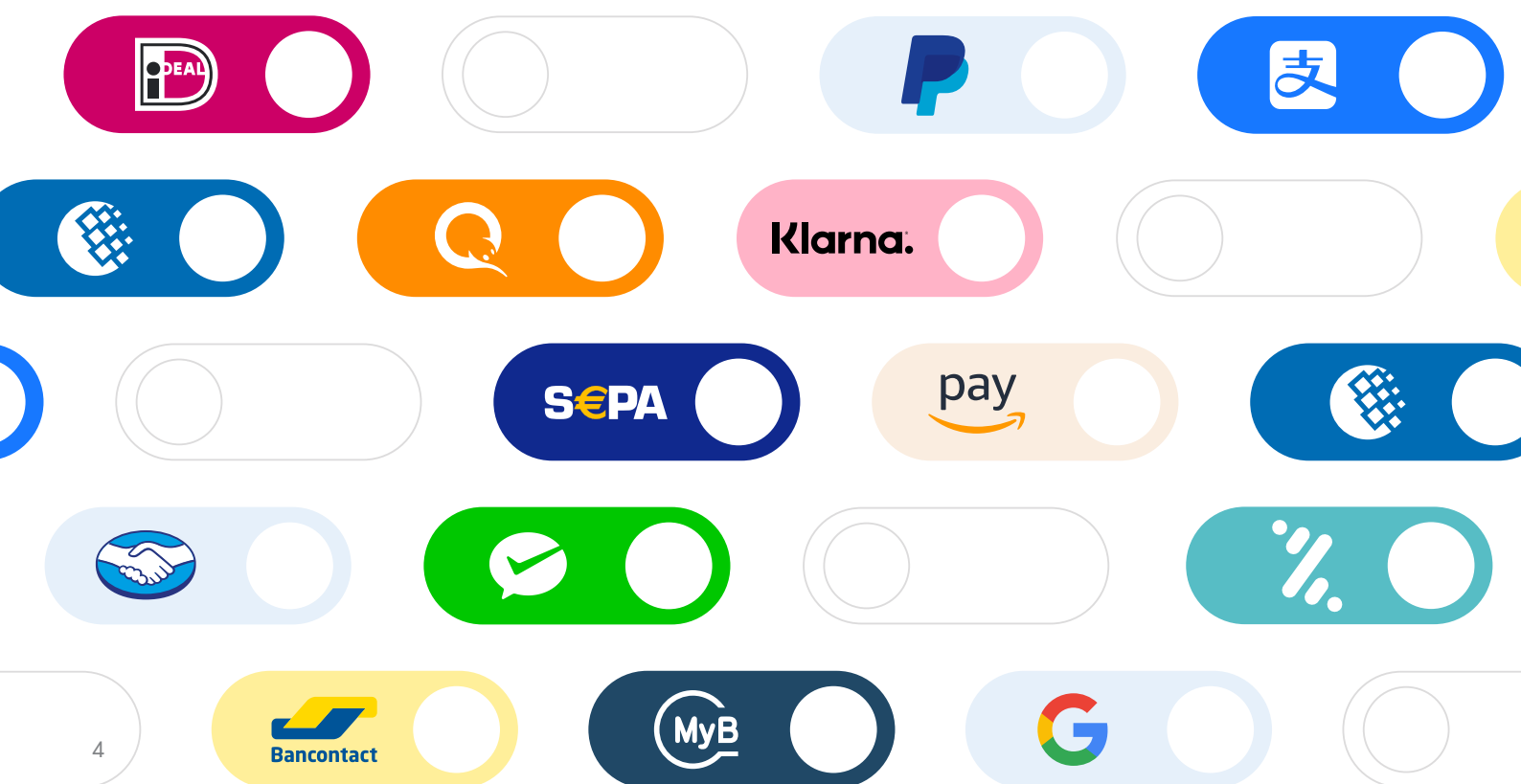
Pagos alternativos: qué, cuándo y por qué

El término pagos alternativos se refiere a todo lo que no encaja en los métodos de pago tradicionales utilizados para las compras en línea y físicas. En esencia, se trata de soluciones de pago alternativas a las tarjetas de pago, el efectivo y los cheques, las que se están haciendo tan comunes que en algunas zonas geográficas son más populares que las tradicionales. Los [monederos digitales](#), las fórmulas de [Compra Ahora y Paga Después](#) (BNPL), los innovadores pagos de cuenta a cuenta (A2A) y – aunque todavía en sus inicios – las [criptomonedas](#) son los instrumentos que forman parte del más amplio conjunto de pagos alternativos.

El auge actual de los métodos de pago alternativos resulta de una historia muy antigua, que desde el trueque y las primeras monedas y ha evolucionado a lo largo de los siglos hasta los primeros pagos digitales.

Cuándo

Todo empezó a **mediados de los 90**, cuando Internet se convirtió en un espacio de comunicación de masas y las empresas se dieron cuenta de su enorme potencial para vender productos y servicios. Fue un pago online, realizado en 1994 en la tienda online de Pizza Hut, que marcó la transición de los sitios web "escaparate" al Ecommerce tal y como lo conocemos, a través del que realizar las compras en línea posibilitadas por las primeras pasarelas de pago. Sin embargo, los pagos seguían finalizándose por **métodos convencionales**: transferencia bancaria, contra reembolso (o pago a la entrega) o los primeros [sistemas M.O.T.O.](#), hasta llegar a las tarjetas de crédito.



Por qué

Pero dichos pagos no estaban diseñados para los procesos online: los métodos tradicionales eran adecuados para las compras en tienda, pero solo fueron **"adaptados"** al nuevo comercio electrónico. De ahí las limitaciones con las que se encontraban las empresas y sus clientes:

- El comercio electrónico se expandía rápidamente por todo el mundo, pero la mayoría de estos métodos de pago **no cubrían todas las zonas geográficas**, lo que impedía a las empresas crecer internacionalmente.
- Los pagos tradicionales no siempre satisfacían las necesidades del comprador, lo que **repercutía negativamente en la experiencia del cliente**, elemento clave para llegar y fidelizar a los consumidores.
- El **proceso de pago era lento y complicado**, en conflicto con la rapidez y la experiencia de usuario que ofrecían las plataformas digitales emergentes.
- Una general **falta de confianza hacia la compra en sitios web**, agudizada por el hecho de que los pagos tradicionales no disponían de las defensas adecuadas para protegerse del fraude online.

La respuesta del mercado a estas dificultades fueron los **métodos de pago alternativos**.

Comenzaron a desarrollarse soluciones de pago y cobro en diversas partes del mundo para responder a las necesidades cada día más exigentes de los consumidores y negocios digitales. Fue **PayPal**, desarrollado en 1998, el que inició la **historia de los monederos digitales** a los que, con el tiempo, se han ido sumando otras soluciones, hasta llegar, en los últimos años, a las de **pagos Compra Ahora y Paga Después** (Buy Now Pay Later) o con **criptomonedas**, entre otros.

La oferta en este campo hoy en día es muy variada. El reto de los comerciantes es **conocer a su público objetivo**, para elegir los métodos que respondan a sus preferencias de pago les permitan ser competitivos en el mercado actual.

Nuevas soluciones para nuevas necesidades

Las soluciones de pago alternativas responden a una serie de necesidades específicas por **zona geográfica** o **público objetivo**, tanto en lo que se refiere a la experiencia del usuario como al proceso de pago. Veamos algunos de los principales casos de uso:



PAGOS B2C PARA EL MERCADO ONLINE DEL RETAIL

Para aumentar las ventas, mejorar la experiencia del consumidor y [reducir los carritos de compra abandonados](#), los **procesos de pago deben ser rápidos y sencillos**, tanto online como en tienda. Aquí es donde entran en juego las plataformas alternativas. Pensemos, por ejemplo, en los monederos digitales, que posibilitan los clientes pagar con un simple clic en su smartphone o acercando su teléfono al TPV, aprovechando la facilidad de uso de unas herramientas que ni siquiera requieren la introducción manual de los datos de la tarjeta para cada compra. Por otro lado, cuando se trata de grandes importes, existen también soluciones de Compra Ahora y Paga Después (Buy Now Pay Later) o pagos a plazos que, al ofrecer la posibilidad de fraccionar los pagos, permiten a los comerciantes alcanzar nuevos segmentos de público aumentando las oportunidades de venta.



TRANSACCIONES BUSINESS-TO-BUSINESS (B2B)

Cuando se trata de transacciones entre empresas, la **simplicidad**, la **automatización** y la **facilidad de integración** con otros sistemas lo son todo, y hoy en día las soluciones A2A cuentan con características ideales para responder a estas necesidades de los pagos B2B. Además, tras la introducción de la normativa PSD2 y de [nuevas entidades PISP](#) (Proveedores de Servicios de Iniciación de Pago), han surgido nuevas oportunidades de cobro que se han desarrollado en el entorno de la banca abierta, en que se posibilita acceder a los datos de las entidades bancarias y financieras a través de API.

Gracias a estas innovaciones, ahora el mercado dispone de nuevas soluciones que aprovechan las oportunidades de los **medios de pago A2A** más tradicionales (por ejemplo, transferencias bancarias o SDD) y ofrecen una experiencia de usuario más avanzada. Los métodos alternativos a las transferencias bancarias o los cheques permiten a los comerciantes **ahorrar tiempo y reducir los errores manuales** con un proceso racionalizado para realizar transferencias trazadas y, en ocasiones, incluso limitar los gastos en comisiones.



TRANSFERENCIA DE DINERO ENTRE CONSUMIDORES

Con los pagos entre particulares (Peer-to-Peer o P2P), las personas pueden transferirse fondos de un monedero o cuenta digital al instante y normalmente sin comisiones. Dentro de esta categoría caben los **monederos electrónicos** y los nuevos pagos **de-cuenta-a-cuenta (Account-to-Account o A2A)**, que simplifican el intercambio de dinero entre cuentas y pueden considerarse un paso más hacia un [futuro sin efectivo](#).

Ahora que ya hemos visto qué significan los pagos alternativos y a qué necesidades responden, vamos a profundizar en los diferentes tipos y cómo encajan en el mercado mundial.

¿Cuáles son los principales pagos alternativos y cómo funcionan?

Existen varios tipos de métodos de pago alternativos en el mercado, más o menos populares a escala mundial y local. En este capítulo vamos a explorar las **principales categorías**, trazando ejemplos concretos y **destacando las ventajas** que han marcado su éxito entre los comerciantes y consumidores. Comenzamos con la primera categoría.

Las tarjetas sin contacto, que ahora se aceptan en la mayoría de los comercios de todo el mundo, solían considerarse uno de los primeros métodos de pago alternativos a finales de la década de 1990. Alrededor de 2010, su popularidad creció rápidamente hasta llegar a ser hoy en día una forma de pago en plena regla y muy común.

Monederos o Wallet digitales

Son el **método de pago alternativo más extendido** y corresponden a la versión virtual de los monederos físicos. De hecho, los **wallet digitales** (o *e-wallet*) almacenan los datos de las tarjetas de crédito o débito de los usuarios, permitiéndoles pagar online y en tienda sin necesidad de presentar físicamente la tarjeta. Existen diferentes categorías de monederos digitales:

- **Monederos móviles (Mobile wallet)**
Se trata de **aplicaciones para dispositivos móviles**, como los smartphones y tabletas, que almacenan los datos de una o varias tarjetas de pago. Los usuarios pueden realizar pagos acercando el dispositivo a un terminal, escaneando un código QR o directamente desde su cuenta a la del comerciante. Ejemplos populares de mobile wallet son [Apple Pay](#), [Google Pay](#) y Samsung Pay.
- **Monederos online (Online wallet)**
Similares a los monederos móviles, pero normalmente solo están disponibles para pagos online. Tras registrar las tarjetas en el portal web, los pagos se finalizan con ingresar unas credenciales o mediante reconocimiento biométrico. PayPal, Amazon Pay y Alipay están entre los online wallet más utilizados.

Lo que destaca es que los monederos digitales son **soluciones seguras y populares por su facilidad** tanto de uso para los consumidores como de integración para los comerciantes físicos y online, los que pueden atraer nuevos clientes a través de los wallet digitales de alcance mundial. Al integrar monederos electrónicos u otros métodos de pago

alternativos (APM), los comercios se benefician de unas condiciones de precios transparentes, sin comisiones ocultas y, en algunos casos, con opciones de devolución gratuitas. Al mismo tiempo, sus clientes pueden elegir la **forma de pago con la que se sientan más a gusto**, en función de su idioma, origen geográfico y hábitos de compra, disfrutando a la vez de una mayor rapidez, mejor accesibilidad y la ausencia de costes adicionales.

Ejemplos de monederos digitales

Existen cientos de monederos digitales en el mundo, a menudo similares entre sí pero cada uno con características únicas. Veamos algunos ejemplos de los más populares:

- **Alipay:** monedero digital que domina el mercado chino. Desarrollado por Ant Group, es utilizado por el **92% de los usuarios de servicios de pago online en China**.³ Alipay solo está disponible para ciudadanos y residentes chinos y millones de comercios de todo el mundo ya lo han integrado. Permite pagar **escaneando un código QR** en tiendas, aplicaciones y sitios web, pero también admite otras opciones de pago, como transferencias bancarias, tarjetas y monedas digitales. Además, forma parte de un **ecosistema de servicios** que incluye inversiones, seguros y préstamos.
- **Amazon Pay:** desarrollado por Amazon, es una parte esencial de la experiencia de compra de Amazon en aplicaciones y sitios web. Los clientes pueden vincular sus tarjetas de crédito o débito **a su cuenta de Amazon**, a través de la cual realizan pagos, incluyendo transferencias bancarias y tarjetas regalo. Este *wallet* puede integrarse en cualquier Ecommerce, sin necesidad que el comerciante cree una tienda en el marketplace de Amazon.
- **Apple Pay:** disponible únicamente en el **ecosistema Apple** (iPhone, Apple Watch y otros dispositivos), este *wallet* permite a los usuarios de Apple vincular tarjetas a su cuenta y finalizar pagos acercando el dispositivo a un terminal con NFC. Apple Pay también posibilita pagos in-app y en sitios web. Una de sus características es que utiliza Touch ID o Face ID para la **autenticación biométrica**.
- **Click-to-Pay:** monedero digital desarrollado conjuntamente por los emisores de tarjetas de crédito y débito Visa, Mastercard, AmEx & Co. Está diseñado como una **experiencia de checkout express** para pagos de un solo clic, que no requiere la introducción manual de los datos de pago. El sistema utiliza el reconocimiento automático de dispositivos y el pago puede realizarse mediante tarjeta o transferencia bancaria. Para utilizar este servicio y empezar sus compras online, el consumidor solo necesita una tarjeta, un nombre de usuario y una contraseña.
- **Google Pay:** *wallet* para **dispositivos Android y en la web**. Al igual que Apple Pay, Google Pay permite a los usuarios completar pagos con tarjeta acercando el dispositivo a un terminal o incluso **escaneando un código QR**. Además, posibilita las compras en aplicaciones y sitios web – con tarjetas tanto de pago como de fidelización y de regalo – e incluye la posibilidad de utilizar datos biométricos para autenticar y finalizar la transacción.
- **PayPal:** es uno de los **monederos digitales más populares y utilizados** en el mundo y permite a los usuarios realizar pagos accediendo a la web o app con introducir credenciales o autenticándose por datos biométricos, dependiendo del dispositivo. Además de posibilitar [pagos entre particulares \(P2P\)](#) y a comerciantes, PayPal destaca por una característica: incluso al pagar con una de las tarjetas guardadas en la app, en realidad la tarjeta recarga la cuenta de PayPal desde la que se inicia la transacción hacia el comerciante. De ahí que este *wallet* **también participe en la categoría de los pagos de cuenta-a-cuenta (A2A)**.

3 - Statista Global Consumer Survey | Statista, 2022

- **Samsung Pay:** digital *wallet* que permite a sus usuarios hacer compras utilizando sus **dispositivos Samsung**, como smartphones y smartwatches, y a través del navegador. Los consumidores pueden vincular sus tarjetas de crédito o débito a su cuenta de Samsung Pay y realizar pagos sin contacto acercando su smartphone a un TPV habilitado.
- **WeChat Pay:** A través de una cuenta de WeChat – una [Super App](#) china que ofrece conjunto de servicios como mensajería, juegos y mucho más – sus usuarios (generalmente chinos y residentes en China) pueden vincular sus tarjetas de crédito o débito a la cuenta de WeChat Pay y realizar pagos **iniciando sesión y confirmando la compra**, o incluso escaneando un **código QR**. WeChat Pay es utilizado regularmente por el **84% de los usuarios que utilizan habitualmente servicios de pago digital** en China.³

Junto a los digital *wallet* más populares, existen monederos de criptomonedas que permiten a los usuarios realizar transferencias de monedas digitales de sus monederos a lo del comerciante. Los *wallet* de criptomonedas pueden utilizarse en dispositivos móviles, ordenadores o a través de la nube, y aprovechan la tecnología de descentralización que ofrece más privacidad y seguridad que otras soluciones.

Los que acabamos de describir son solo algunos ejemplos de los monederos digitales más populares en el mercado. Cada monedero tiene diferentes características, medidas de seguridad y tasas de aceptación, lo que hace aún más importante investigar y comparar las diferentes opciones antes de decidir cuál integrar en tu Ecommerce. Sin embargo, son muchas las ventajas que tienen en común.



Ventajas de los monederos digitales

1. **Comodidad para los clientes:** permiten pagos rápidos y seguros, gracias a procesos sin fricción que pueden aumentar las conversiones en el momento de la compra. Además, no requieren introducir la información de pago para cada transacción, ya que los datos ya se han guardado durante la suscripción.
2. **Mayor seguridad:** aprovechan servicios de tokenización, cifrado y otras medidas de seguridad para proteger la información confidencial de pago, reduciendo el riesgo de fraude y *chargeback* para los comerciantes.
3. **Acceso a los datos de los usuarios:** posibilitan almacenar información del cliente, como el nombre, la dirección y el historial de compras, que los comerciantes pueden utilizar para personalizar la experiencia de pago y dirigir campañas de *up- y cross-selling* (ventas adicionales y cruzadas).
4. **Agilización del proceso de pago:** al rellenar previamente la información del cliente en la caja virtual, se reduce el tiempo necesario para completar una compra, lo que hace que para los usuarios sea más fácil y ágil completar las transacciones.
5. **Reducción de costes:** pueden reducir los costes asociados al procesamiento de formas de pago tradicionales, como tarjetas de crédito o transferencias bancarias.
6. **Fidelización de clientes:** a menudo se integran con programas de fidelización, lo que puede aumentar la fidelización de los clientes y las tasas de retención para los comerciantes.
7. **Aumento de las ventas:** la experiencia de usuario "*click-to-pay*" de estas plataformas contribuye al nivel de satisfacción de los usuarios, que se ven impulsados a elegir los Ecommerce y las tiendas que les ofrecen sus instrumentos de pago favoritos. Esto contribuye a incrementar las ventas y a aumentar las tasas de conversión, gracias a la facilidad de uso de estas aplicaciones.
8. **Reconocimiento y reputación de la marca:** la integración de *wallet* populares puede ayudar a las empresas a aumentar el reconocimiento y la reputación de la marca. La integración de

herramientas de cobro innovadoras, rápidas y seguras mejora el recorrido del cliente y contribuye a reforzar la marca.

Es importante tener en cuenta que los beneficios de estos medios de pago pueden variar en función del contexto en el que se integren, las características del mercado en el que se opere y el recorrido del cliente específico de cada empresa.

Pagos A2A

Las plataformas de **pago A2A (de-cuenta-a-cuenta)** son métodos de pago en los que los **fondos se transfieren directamente de una cuenta a otra**. Estos instrumentos responden a diversas necesidades, desde el pago de servicios a la transferencia de dinero entre particulares o las compras online. En el marco de los pagos A2A caben varios medios de pago tradicionales, como las transferencias bancarias, pero en los últimos años se han incorporado también nuevas plataformas alternativas. Las plataformas de pago A2A pueden clasificarse en cuatro categorías:

- **Adeudo directo SEPA**, por transferencia bancaria o SDD (SEPA Direct Debit)
- **Aplicaciones para transferencias P2P**, como Venmo y Bizum
- **Monederos digitales**, como PayPal, Google Pay y Apple Pay
- **Métodos de pago alternativos** como MyBank, iDEAL o Sofort by Klarna

Aunque las criptomonedas no se consideran oficialmente un método de pago en todos los países, **pueden utilizarse para transferir fondos**. Por lo tanto, estas herramientas, como Bitcoin, Ether, Litecoin entre otras, **también participan en la categoría de pagos A2A**, ya que permiten transferencias directas de un digital *wallet* a otro dentro de la [blockchain](#), sin necesidad de una institución financiera tradicional.

Ejemplos de plataformas A2A

- **iDEAL:** es un método de pago online **muy popular en los Países Bajos**, apoyado por muchos comerciantes internacionales de comercio electrónico y la mayoría de los bancos holandeses. iDEAL permite a los clientes realizar pagos directamente **con sus credenciales bancarias** accediendo a su banca por Internet, por lo que el proceso de pago es sencillo y fácil de usar, ya que el cliente es redirigido desde la web del comerciante al la de su banco para completar el pago.
- **MyBank:** solución de pago paneuropea que permite a consumidores y empresas pagar online **directamente desde su banca electrónica**. Una vez elegido este método para finalizar la compra, hay que seleccionar el propio banco entre los propuestos en la página de checkout y confirmar el pago desde la ventana recapitulativa que resume todos los datos de la transferencia ya precumplimentados. Esta solución beneficia tanto al consumidor, que no tiene que rellenar manualmente los datos de la transferencia, como al cobrador, que no corre el riesgo de recibir transferencias incorrectas que causarían dificultades en caso de conciliación.
- **PayPal:** comúnmente conocido como un *wallet* digital, **PayPal se incluye también entre los pagos A2A**, ya que los flujos financieros ocurren concretamente entre las cuentas del comprador y del comerciante. Esta solución permite a sus usuarios **vincular su cuenta bancaria y tarjetas de crédito/débito a la cuenta de PayPal** y realizar pagos B2B, B2C o transferencias entre particulares (P2P), sin tener que ingresar cada vez su información financiera. Además, PayPal proporciona servicios para la seguridad de los procesos de pago, como la protección de compras, la resolución de disputas y la prevención del fraude online.
- **Satispay:** aplicación móvil muy popular en **Italia** que posibilita sus usuarios realizar pagos hacia empresas y particulares **conectando su cuenta bancaria**, la que va a recargar el saldo de la aplicación desde que se transfieren los fondos. [Satispay](#) puede utilizarse para compras en Ecommerce o en tiendas físicas escaneando el código QR del comerciante o simplemente transfiriendo el importe acordado a través de la aplicación. El proceso de pago se **basa en transacciones A2A SEPA**, en las que los fondos se envían directamente de la cuenta bancaria del cliente a la del beneficiario. La seguridad de este instrumento está garantizada por la protección mediante código PIN o, si el dispositivo lo permite, por reconocimiento biométrico.
- **SEPA Direct Debit (SDD):** más que un sistema de pago propiamente dicho, el Adeudo Directo SEPA es una **forma de pago A2A reconocida en la Zona Única de Pagos en Euros (SEPA)** muy utilizada en los servicios (por ejemplo, para el pago de servicios públicos), que permite a los comerciantes **cobrar pagos de las cuentas bancarias de los clientes** de forma periódica o puntual. Los cobros se realizan previa autorización del cliente a favor del proveedor mediante la **firma de un mandato**, que puede ser en papel o electrónico. El servicio, ofrecido normalmente por bancos o empresas especializadas (como Slimpay), se presta en dos modalidades: **SDD Core**, disponible para particulares y empresas, y **SDD B2B**, una solución solo para empresas, diseñadas para responder a las necesidades específicas de sus usuarios. SDD se considera un método de pago A2A tradicional y, aunque sea más indicado para el sector de los servicios, también puede resultar adecuado para lo de productos, por ejemplo, para pagos recurrentes.
- **Sofort by Klarna:** [Klarna](#), más conocida por su plataforma de pago **Compra Ahora y Paga Después**, adquirió Sofort GmbH en 2014, integrando su método de pago A2A - Sofort Direct Banking - en su conjunto de soluciones. Sofort by Klarna (también "Paga ahora" para las transferencias bancarias) es una solución de-cuenta-a-cuenta que permite a los clientes **realizar pagos mediante transferencias con notificación** en tiempo real al comerciante y al comprador. El servicio "Paga ahora" de Klarna también se aplica a pagos con tarjeta de crédito.

- **Bizum:** servicio de pago integrado en la **aplicación de banca móvil de los bancos participantes en España**, donde su uso es muy popular. Bizum permite transferencias de fondos de forma instantánea y segura, la que suele basarse en un flujo de la cuenta del cliente a la del destinatario. Las transferencias pueden realizarse tanto P2P entre usuarios de la aplicación, como para pagos en tiendas de Ecommerce y físicas, para los que Bizum ofrece también la función de pago por código QR a través de la aplicación.

A finales de 2021, Klarna ha activado un nuevo método de pago alternativo A2A en EE. UU. en colaboración con GoCardless, que en algunas regiones ofrece la solución de financiación de cuatro plazos llamada Pay in 4. Con Klarna Pay in 4, los clientes pueden pagar directamente con su cuenta bancaria, sin tarjeta u otro intermediario, lo que resulta en menores costes adicionales e intereses de las tarjetas de crédito.

Entre las formas de pago alternativas A2A se encuentra **Fabrick Pass**, una solución que aprovecha las oportunidades de la PSD2 en cuanto a la introducción de los [PISP \(Proveedores de Servicios de Iniciación de Pago\)](#). El servicio permite al comerciante **inicializar la transferencia de dinero desde la cuenta corriente del cliente mediante una transferencia SEPA previamente cumplimentada**.

Como pasa con los pagos A2A, el sistema subyacente es la transferencia, pero en este caso no es necesario que el proveedor de servicios tenga un acuerdo con el banco, precisamente porque la plataforma se basa en **procesos regulados por la nueva normativa europea PSD2**.

Ventajas de los pagos A2A

- **Mayor seguridad:** al aprovechar los sistemas de seguridad bancarios, como el cifrado y la autenticación de dos factores, permiten proteger la información sensible, reduciendo el riesgo de fraude y *chargeback* para los comerciantes.
- **Reducción de costes:** reducen costes de transacción en comparación con otras formas de pago, como las tarjetas de crédito y algunos pagos alternativos.
- **Límites elevados:** los límites de los pagos suelen ser más altos que los de otros instrumentos, lo que resulta ideal para el comercio B2B.
- **Transferencia de fondos garantizada:** muchas plataformas A2A adelantan los fondos al comerciante, incluso si la cuenta del pagador no tiene fondos suficientes en el momento de procesar la transferencia.
- **Mejora de la experiencia del cliente:** los compradores tienen una experiencia de pago más ágil e intuitiva, ya sea porque no tienen que introducir manualmente la información de pago o porque ya están acostumbrados a la interfaz de usuario de su banca por Internet.
- **Mayor accesibilidad:** estas herramientas no suelen requerir registro ni instrumentos de pago específicos, a diferencia, por ejemplo, del caso de los *wallet*. Basta con que el cliente tenga una cuenta bancaria y acceso a los servicios de banca por internet o móvil.
- **Cantidad y calidad de los datos:** especialmente en comparación con la transferencia bancaria clásica, las soluciones de pago alternativas de A2A garantizan la integridad de los datos y su corrección, dado que la cumplimentación previa de la transferencia es responsabilidad del comerciante.

- **Mejor gestión de la tesorería:** los comerciantes pueden optimizar la gestión de su liquidez gracias al acceso en tiempo real a los fondos abonados en cuenta.
- **Cumplimiento de los sistemas corporativos:** los pagos A2A pueden facilitar el cumplimiento de los requisitos corporativos, especialmente en términos de conciliación y gestión del flujo de caja.

Buy Now Pay Later (Compra Ahora, Paga Después)

Las plataformas **BNPL**, basadas en la fórmula **Compra Ahora y Paga Después**, son instrumentos de pago diferido que permiten a los consumidores adquirir bienes o servicios pagándolos a plazos. Este tipo de financiación a corto plazo está disponible tanto para retailers de Ecommerce como físicos, a pesar del sector de producto en el que opere la empresa. Desde las prendas de vestir hasta la electrónica, las plataformas BNPL están ganando popularidad, gracias a las soluciones generalmente sin intereses que resultan en **compras más cómodas para el comprador** y en **mayores oportunidades de venta para los comerciantes** al incrementar los ingresos medios potenciales.

Ejemplos de plataformas BNPL:

- **Afterpay:** conocida en Europa como **Clearpay**, permite a los clientes realizar pagos a plazos, tanto **online** como **en tienda**. Ofrece diferentes formas de pago en función de las necesidades del cliente y del canal de compra, desde la posibilidad de **pagar mensualmente en 6 o 12 meses** hasta completar la compra **en 4 plazos** (*Pay in 4 in-store*). Entre sus características se incluye un soft check, es decir, una **consulta suave de calificación crediticia**, y la aplicación de los intereses del préstamo para la solución con pagos mensuales. Cuando no se cumplan los planes de pago, habrá costes adicionales para los compradores.



- **Klarna:** muy utilizada en toda Europa, la aplicación de Klarna ofrece numerosas soluciones de pago, pero se la conoce sobre todo por sus fórmulas de pago a plazos (BNPL): **Paga en 30 días**, con cobro diferido en un solo plazo, o la fórmula por tramos, que permite el **pago en 3 plazos (o 4 plazos**, según el país). Ambas versiones no tienen ningún coste adicional ni interés para el comprador.
- **Laybuy:** es una plataforma creada en Nueva Zelanda, similar a Afterpay, que permite el pago en **6 plazos semanales**, con el primer pago en el momento de la compra. No hay comisiones ni intereses para el usuario, pero como muchas otras apps, Laybuy cobra **comisiones en caso de retraso en los pagos**. Una vez más, se realiza un *soft check* de calificación crediticia para evaluar el riesgo de las transacciones, y si la consulta falla, se deniega la compra. Además, la plataforma fija un importe máximo de compra en función de los resultados de la comprobación de la solvencia del comprador.
- **Scalapay:** La solución BNPL de Scalapay, muy común en Europa, permite a los consumidores comprar artículos online y en tienda pagando a plazos sin intereses. Los tramos de pago se abonan en la tarjeta vinculada durante el registro **y los plazos son mensuales**, tras el primer pago en el momento de la compra. También **los plazos pueden reprogramarse**, pero en caso de impago se aplicarán costes adicionales. Scalapay utiliza un algoritmo para evaluar el riesgo de cada transacción antes de aprobarla.
- **Sezzle:** muy conocido y utilizado en Norteamérica, Sezzle permite fraccionar los **pagos en 4 plazos**, el primero de los cuales es un anticipo del 25% que se abona en el momento de la compra, mientras que el resto se paga en otros **3 plazos cada 15 días**. Esta solución tampoco supone intereses para el comprador, prevé una evaluación del riesgo de crédito y cobra una comisión en caso de impago.

Ventajas de las plataformas BNPL

Como casi todos los sistemas de pago alternativos descritos en este libro blanco, los métodos de pago Buy Now Pay Later **cobran comisiones a los comerciantes** (como comisiones por transacción, intereses, etc.). Además, es importante tener en cuenta que los pagos a plazos están sujetos a una estricta normativa orientada a proteger al consumidor. Sin embargo, las ventajas para los comerciantes y sus clientes son muchas:

- **Aumento de las ventas y mejora de la lealtad de los clientes.** Esto es debido en parte porque los compradores pueden hacer compras más grandes y en parte por los programas de fidelización en los que invierten los proveedores de BNPL.
- **Aumento del recibo medio y ampliación del público objetivo.** Estas soluciones, por un lado, suben el valor potencial de la cesta de la compra, por el otro, alcanzan clientes que no podrían o no quisieran gastar grandes importes de una sola vez. Todo ello resulta en una mayor comodidad y flexibilidad para los consumidores, en comparación con las soluciones más tradicionales.
- **Mejora de la ventaja competitiva ante los competidores.** Combinando las plataformas BNPL con otros servicios de cobro, se aumentan las oportunidades para los clientes, ya que se enriquece el proceso de pago y se reduce el abandono del carrito de la compra.

Otro elemento esencial en la elección de estos instrumentos es que, por regla general, **adelantan al comerciante el importe total, asumiendo el riesgo de impago**. Esto simplifica los flujos de fondos y reduce los costes operativos, por ejemplo, para el cobro de deudas.

Antes de elegir qué solución de BNPL integrar, es importante evaluar todas las características de las plataformas individuales y elegir la que esté en consonancia con los objetivos, el modelo de negocio y el área geográfica de referencia de cada uno, prestando siempre atención a la normativa vigente en las regiones en las que se opera.

Criptomonedas

Las criptomonedas son **monedas digitales o virtuales** basadas en la criptografía, la que garantiza altos niveles de seguridad. Las transacciones en criptomonedas se almacenan en [ledgers digitales descentralizados](#) basados en la tecnología blockchain. Entre las plataformas que ofrecen wallet digitales para almacenar estas monedas se encuentran Coinbase, Ledger, Exodus, Electrum y ZenGo, entre otras.

Apple Pay es uno de los monederos digitales que pueden utilizarse para recargar los fondos de ZenGo, lo que constituye un ejemplo de fusión de dos métodos de pago alternativos. PayPal también ha introducido las criptomonedas como opción de pago y permite guardar, vender y comprar criptomonedas dentro de su app.

El **origen de las criptomonedas** se remonta a **2009**, cuando se creó el primer Bitcoin, pero su **difusión** puede rastrearse aproximadamente hasta **2017**, cuando su compraventa comenzó a registrar volúmenes significativos, sobre todo la de Bitcoin y Ether. A menudo se alude a estas nuevas monedas digitales como el ["futuro de los pagos"](#), ya que se utilizan como **método de pago alternativo** y, además, su **estructura descentralizada** elimina la necesidad de intermediarios y los gastos correspondientes. Sin embargo, como mencionado anteriormente, en varios países **todavía no se consideran un instrumento fiable**: a pesar de su potencial, también hay que tener en cuenta sus riesgos en comparación con otros instrumentos.

Entre las **ventajas más evidentes** de las criptomonedas destacan la **seguridad y la descentralización**. De hecho, las transacciones efectuadas con estos medios están protegidas por **modelos criptográficos avanzados** y la **tecnología blockchain**, que ofrece una mayor protección contra el fraude y la piratería informática.

Las redes descentralizadas no están controladas por entidades institucionales o gubernamentales y pueden utilizarse para transacciones transfronterizas en cualquier parte del mundo, por lo que son una herramienta ideal para empresas con una clientela internacional. Aunque ello proporcione a los usuarios una **mayor libertad y autonomía financiera**, no significa que las criptomonedas estén exentas de riesgos.

Entre los **puntos de preocupación** se encuentran la **volatilidad y la propia falta de regulación** que mencionábamos. En efecto, sobre todo en los últimos años, las fluctuaciones de su cotización han dificultado a las empresas determinar los precios y a sus clientes presupuestar las compras con estos instrumentos. En cuanto a la ausencia de regulación, a falta de entidades institucionales que supervisen las transferencias de criptomonedas, existe el riesgo de que se utilicen para el blanqueo de capitales y la financiación de actividades ilegales.

La introducción de stablecoins, es decir, **criptomonedas en las que el valor del activo digital está vinculado a una moneda fiduciaria** (por ejemplo, el dólar o euro), ha parcialmente atenuado la volatilidad de las criptomonedas. Sin embargo, **no garantizan la estabilidad** necesaria para tranquilizar a comerciantes y consumidores.

En definitiva, las criptomonedas aún no son aceptadas de forma universal y no constituyen una opción de pago viable para todos los usuarios.

Vamos ahora a profundizar en el mercado mundial de **pagos alternativos (APM)** a través de sus datos de penetración por zonas geográficas.



Pagos digitales y alternativos en el mundo

El valor de las transacciones por **pagos digitales** superará los **15 billones de dólares en 2027**, con una CAGR del 16,3% durante el periodo 2017-2027.¹ En la última década hemos sido testigos de una importante remodelación del sector bancario tradicional, especialmente en los ámbitos de los pagos, los préstamos, la gestión de patrimonios y la banca retail.

Este cambio no se ha limitado a las nuevas empresas de tecnología financiera, las llamadas start-ups Fintech, sino que también ha implicado a empresas *hi-tech* y de comercio electrónico como

Google, Amazon, Facebook, Apple y Alibaba, entre otras, que han conseguido aprovechar el conocimiento tecnológico, los datos y la base de usuarios para competir también en estos ámbitos.

El **comercio electrónico** seguirá registrando los volúmenes más elevados, alcanzando los **9.240 mil millones de dólares para 2027**. Sin embargo, los pagos móviles por TPV también experimentarán un crecimiento significativo, por lo que se espera que asciendan al 38% del total en 2027, con **5.751 mil millones de dólares**.

Digital payments transaction to grow at CAGR of 16.3% during 2017-2027

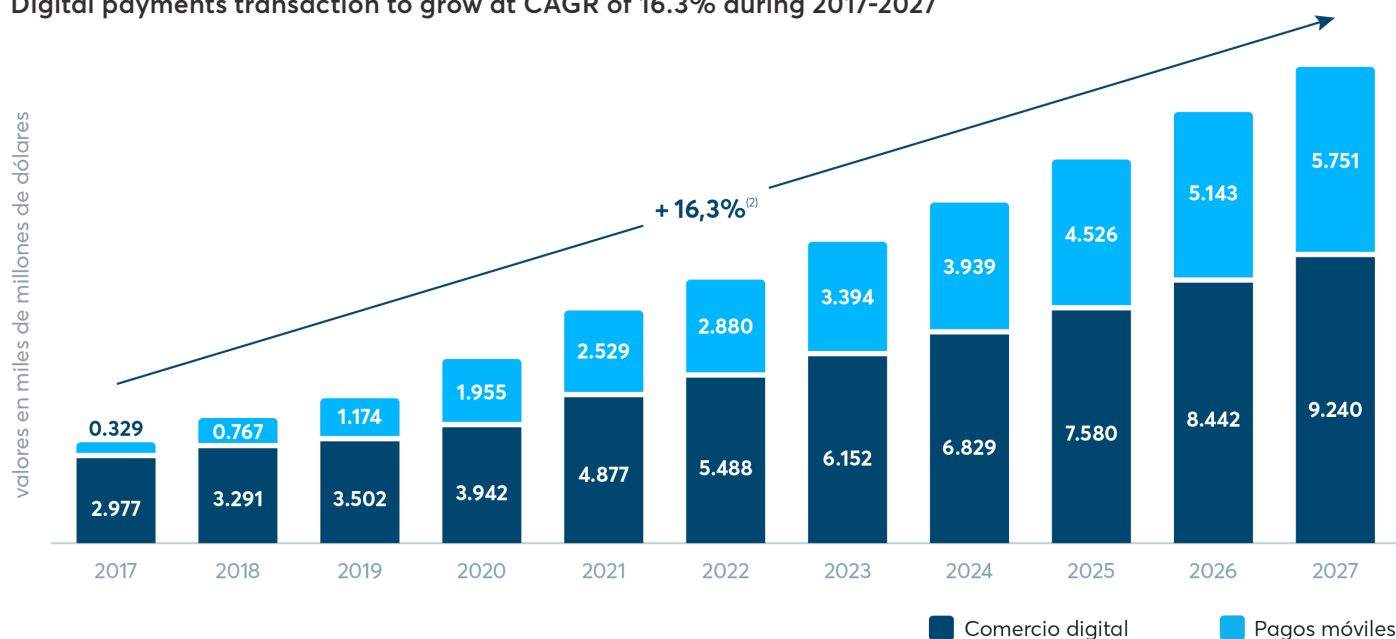


Gráfico 1 - Fuente: FinTech-In-depth Market Insights & Data Analysis | Statista, 2022

Penetración estimada de monederos digitales: 2021-2025

		2021	2025*
Global	Comercio electrónico	49%	53%
	TPV	29%	39%
Asia-Pacífico	Comercio electrónico	69%	72%
	TPV	44%	56%
Norteamérica	Comercio electrónico	29%	33%
	TPV	10%	15%
Europa	Comercio electrónico	27%	29%
	TPV	10%	15%
Latinoamérica	Comercio electrónico	19%	25%
	TPV	8%	15%
Oriente Medio y África	Comercio electrónico	17%	26%
	TPV	12%	21%
		*previsión	

Fuente: Fintech Trends 2022 | Statista, 2022

Volúmenes de monederos digitales: +100% en cinco años

Los monederos digitales figuran entre los medios de pago alternativos con mayor potencial de penetración a escala mundial.

De hecho, a **nivel global** los monederos digitales constituirán el **53% de las transacciones de Ecommerce** y el **39% de las de punto de venta**. Pero es en Asia-Pacífico donde alcanzarán la penetración más alta, pasando del 69% de 2021 al 72% en 2025 en el caso de los pagos Ecommerce y del 44% al 56% en el mismo periodo para los de punto de venta.

Penetración de métodos de pago alternativos por región

Los medios de pago tradicionales, en particular las tarjetas de crédito y débito, a menudo están dejando el paso a plataformas alternativas. La adopción de estas nuevas plataformas por parte de los consumidores no implicará necesariamente la desaparición de las tarjetas, sino más bien su transformación. Como en el caso de los *wallet* digitales, que reducen el uso de tarjetas en sentido propio interponiéndose como punto de contacto intermedio en el flujo de pago entre el consumidor y el comerciante.

¿Cuáles son y van a ser las herramientas preferidas y más utilizadas por los consumidores de todo el mundo? Para responder a esta pregunta, vamos a realizar un análisis de las distintas zonas geográficas.

Norteamérica ok

Muchas de las plataformas de pago alternativas se originaron en Norteamérica. Sin embargo, las tarjetas de pago siguen siendo los medios de pago preferidos por los consumidores norteamericanos, aunque su uso en algunos casos esté disminuyendo, tanto online como en tiendas.

Si observamos el periodo 2021-2025⁴, los pagos de Ecommerce por monedero digital crecerán del 29% al 33%, superando tanto a los pagos con tarjeta de crédito, que disminuirán del 31% al 28%, como a los pagos con tarjeta de débito, que pasarán del 21% al 20% del total.

En cuanto a transacciones en tienda, los pagos por monedero digital alcanzarán el 15% del mercado para 2025, frente al 10% de 2021.

Aumentarán también los pagos con tarjeta de débito, pasando del 30% al 34%, mientras que los con tarjeta de crédito descenderán del 40% al 36%.

Según la Global Consumer Survey 2022 de Statista⁵, finalizada en septiembre de 2022, las formas de pago alternativas preferidas en EE. UU. para los pagos móviles durante 2021 fueron:

- PayPal 57%
- Apple Pay 53%
- Cash App 51%
- Google Pay 38%
- Chase Pay 15%

Junto a estos, cabe mencionar: Samsung Pay (14%), Bitpay (8%) y Fitbit Pay (8%).

Si nos fijamos en los pagos de Ecommerce, los medios más populares fueron:

- PayPal 57%
- Apple Pay 82%
- Venmo 38%
- Google Pay 29%
- Apple Pay 27%
- Amazon Pay 26%

Asimismo, el número de instrumentos de pago utilizados es más amplio. En particular, las plataformas de pago a plazos, o Compra Ahora y Paga Después (BNPL), están registrando un éxito significativo. Baste decir que, en octubre de 2022, casi el 37% de los Ecommerce estadounidenses participantes en una encuesta⁶ ofrecían Klarna como uno de sus métodos de pago disponibles. El interés por estas formas de pago no deja de crecer, y se espera que para 2026 los volúmenes de estas formas de pago en Estados Unidos superen los 143 mil millones de dólares, frente a los 77 mil millones de 2022.⁷

4 - The Global Payments Report 2022 | Worldpay, 2022

5 - Global Consumer Survey | Statista 2022

6 - Number and share of merchants who use Klarna as a buy now pay later | BuiltWith e Statista, 2022

7 - US Buy Now, Pay Later (BNPL) Payment Value 2021-2026 | MAG e eMarketer, 2022

Canadá, al igual que Estados Unidos, reafirma el predominio de las tarjetas entre los instrumentos de pago preferidos. Según el Global Consumer Survey 2022, entre los pagos alternativos más utilizados en Canadá en los últimos 12 meses se encuentran:

- PayPal 87
- Interac 48%
- Apple Pay 27
- Google Pay 22

Interac es un circuito interbancario canadiense fundado en 1984, que permite a sus clientes retirar efectivo, enviar dinero y pagar mediante adeudo directo en su cuenta bancaria.

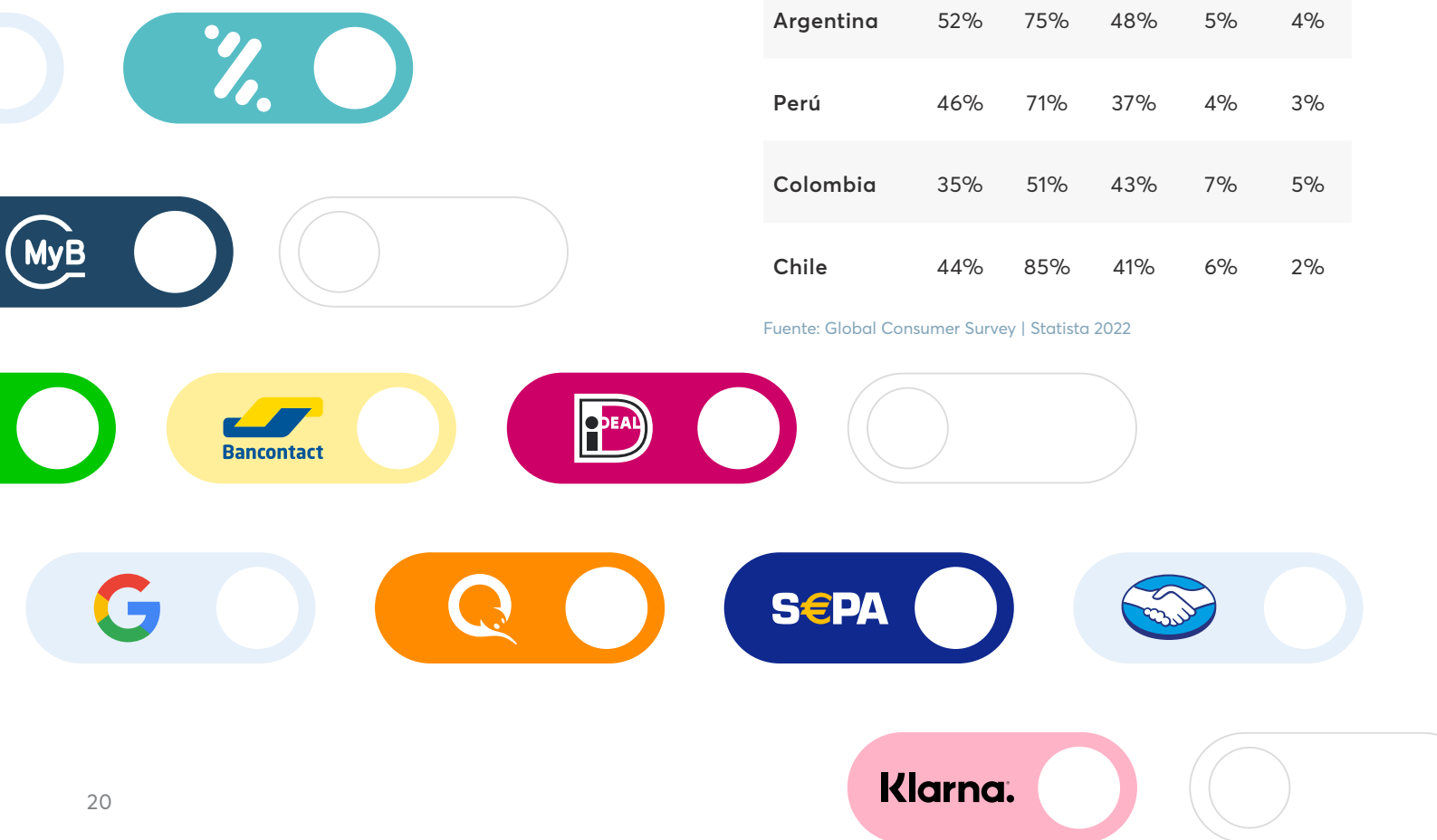
América Latina

Los consumidores de América Latina también están mostrando interés en los monederos digitales, que **para 2025** representarán la herramienta utilizada para el **25% de todos los pagos de Ecommerce**, frente al 19% en 2021. También crece su utilizzo en los **pagos en tienda**: del 8% en 2021, los *wallet* digitales se utilizarán para el **15% de las transacciones en 2025**.⁴

Analizando la popularidad de los pagos alternativos en el comercio electrónico en algunos de los países de esta región, podemos elaborar un ranking:

	Tarjetas de crédito	Tarjetas de débito	Medios de pago alternativos	A2A (adeudo directo)	Contra reembolso
México	42%	63%	44%	19%	3%
Brasil	60%	55%	44%	38%	22%
Argentina	52%	75%	48%	5%	4%
Perú	46%	71%	37%	4%	3%
Colombia	35%	51%	43%	7%	5%
Chile	44%	85%	41%	6%	2%

Fuente: Global Consumer Survey | Statista 2022



Y el caso de los pagos en tienda:

	Tarjetas de crédito	Tarjetas de débito	Medios de pago alternativos	Efectivo	Cheques
México	41%	63%	44%	71%	3%
Brasil	64%	70%	33%	59%	2%
Argentina	48%	71%	46%	77%	2%
Perú	42%	71%	40%	73%	1%
Colombia	32%	52%	37%	80%	1%
Chile	40%	86%	23%	58%	2%

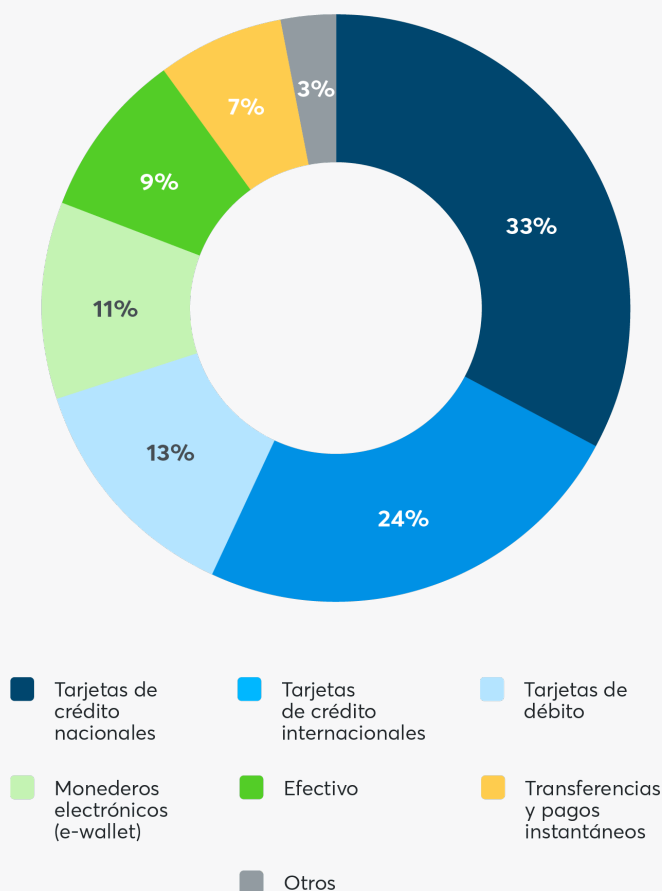
Fuente: Global Consumer Survey | Statista 2022

Lo que destaca observando los pagos online en toda la región⁸ es que la mayor cuota de mercado (57%) corresponde a los realizados por tarjetas de crédito nacionales e internacionales. Las tarjetas de débito suponen el 13% del volumen de pagos y los monederos digitales (*e-wallet*) el 11%.

Un dato llamativo es que las **transferencias bancarias**, que representaban sólo el 7% de los pagos en 2021, **crecerán más que otros sistemas para 2024**. Si bien representan uno de los instrumentos de **pago de cuenta a cuenta (A2A)** más tradicionales, **crecerán un 55%** en el período **2020-2024**.

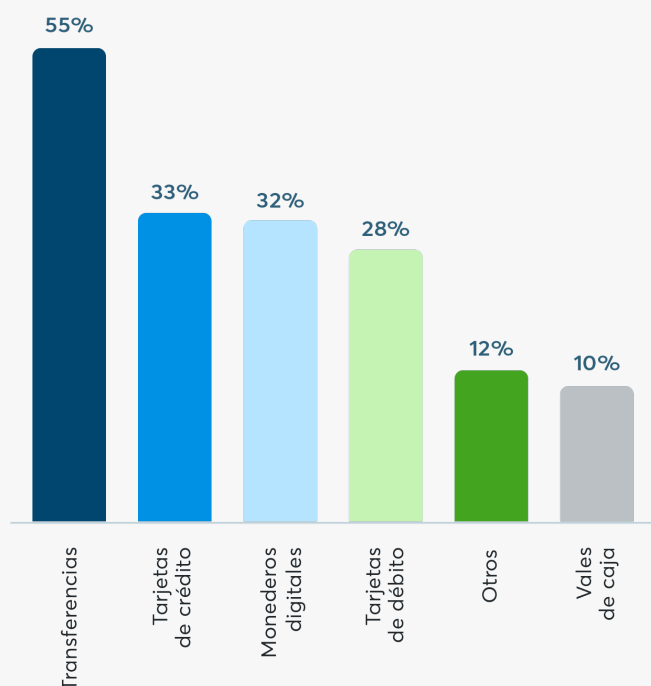
La adopción de tarjetas de crédito y débito experimentará un aumento, del 33% y el 28% respectivamente. El uso de monederos digitales aumentará un 32%, impulsando también las tarjetas de crédito, ya que son los instrumentos subyacentes de estas aplicaciones.

Pagos online por método de pago (2021)



Fuente: Notini, basado en AMI, 2022

CAGR proyectada para 2020-2024



Fuente: Americas Market Intelligence, Latin America Ecommerce Blueprint 2020-2024

8 - Accelerating Digital Payments in Latin America and the Caribbean | IDB Lab e World Economic Forum, 2022

Un vale de caja es un bono regalo que puede utilizarse para adquirir bienes o servicios en una tienda o una específica cadena minorista. El valor del vale se expresa en efectivo y puede utilizarse como pago parcial o total de una compra.

El elevado porcentaje de personas que **no tienen acceso a los servicios bancarios** en América Latina⁹ dificulta el acceso al crédito al consumo convencional, lo que sienta las bases para un **aumento de la difusión de las fórmulas BNPL**. Según datos publicados en el libro blanco "BoaCompra's Digital Renaissance in Latin America", las soluciones de pago a plazos para el Ecommerce en esta región representaban a finales de 2021 el 1% del mercado, pero alcanzarán el 3% para 2025.

Asia-Pacífico

Con los datos de la región de Asia-Pacífico durante 2021 en la mano⁴, en comparación con las previsiones para 2025, hay un elemento llamativo: en el ámbito de los **pagos de Ecommerce**, el 69% del total de pagos de 2021 se han realizado con **monederos digitales** o métodos alternativos, porcentaje que aumentará hasta el 72% para 2025. También han aumentado en el periodo el uso de las tarjetas de débito (del 8% al 9%) y las plataformas BNPL (del 1% al 2%). En cambio, disminuirán los pagos por tarjetas de crédito (del 13% al 11%), transferencias (del 5% al 3%) y contra reembolso (del 3% al 1%).

Los *wallet* electrónicos se confirmarán como los instrumentos más utilizados **en las tiendas**: del 44% en 2021, su cuota de mercado ascenderá al **56% para 2025**. El crecimiento de estos medios alternativos se producirá a expensas de todas las demás formas de pago: desde las tarjetas de crédito (del 19 % al 17 %) y débito (del 15 % al 14 %) hasta el efectivo, cuyo uso bajará del 16 % al 8 %. En cambio, la adopción de instrumentos de pago aplazado se mantendrá sin variaciones, en torno al 1%.

China figura entre los países **más fragmentado en cuanto al uso de pagos digitales**, debido también al avance tecnológico experimentado en los últimos años.

Según el Global Consumer Survey de Statista, entre los pagos alternativos online más utilizados en este país se encuentran:

- Alipay 92%
- WeChat Pay 84
- UnionPay 43
- Jdpay 25%
- Apple Pay 20%

Y el listado sigue, con aplicaciones como Tenpay, Bestpay, PayPal o Huawei Pay, entre otras.

En cuanto a pagos en tienda, **en el periodo 2017-2021**⁴ dos herramientas han registrado una tendencia al alza: **los wallet**, que han pasado del 36% al **54% del total de pagos**, y las tarjetas de crédito, que han representado el 12% de las transacciones en 2017 y el 14% en 2021. En cambio, han disminuido los pagos con tarjeta de débito (del 31% al 16%) y los pagos en efectivo (del 21% al 10%).

Al igual que China, **Corea del Sur** también es terreno fértil para los sistemas de pago alternativos. Según una encuesta realizada en 2021 sobre el uso de estos instrumentos en las tiendas¹⁰, entre los más populares se encuentran:

- Naver Pay (75%)
- Kakao Pay (64%)
- Samsung Pay (38%)
- Toss (31%)
- Payco (27%)

A los que se pueden añadir: Smile Pay, Rocket Pay (Coupang) y SSG Pay.

En cuanto a pagos en Ecommerce, junto con de las tarjetas de crédito utilizadas por más del 70% de los encuestados, los surcoreanos se sirven de varias **plataformas de pago alternativas** (en más del **39% de los casos**) como las que mencionamos para las compras en establecimientos, transferencias de crédito (alrededor del 31%) y tarjetas de débito (más del 28%).

En **Japón**, el efectivo sigue dominando los pagos en el punto de venta. En 2021¹¹, el 90% de unos 45.000 consumidores han afirmado que este es su medio preferido para pagar en los establecimientos. Quedan en segundo lugar (73% de las preferencias) las tarjetas de crédito, seguidas por los **pagos alternativos (41%)** y las soluciones de **e-money o dinero electrónico** (más del 28%), que suelen ser tarjetas de prepago o tarjetas emitidas por empresas de transporte como Suica y Pasma.

Cabe señalar que el Gobierno japonés lleva mucho tiempo invirtiendo en reducir el uso del efectivo. Así lo confirma un estudio publicado por el METI (Ministerio de Economía de Japón) en **marzo de 2022**¹², que revela que más del **51% de los encuestados** utiliza regularmente **aplicaciones de pago basadas en códigos QR**, como PayPay y R Pay (Rakuten Pay), pero también otros **wallet digitales y apps A2A**, como Line Pay, Nanaco, Konbini, Waon y Rakuten Edy, cuyo uso suele limitarse a cadenas comerciales de retail.¹³

Dichas apps a menudo se utilizan para las compras de Ecommerce en la fórmula pick-and-pay, ya que se requiere que el comprador esté presente en la tienda. En Japón⁵, los **instrumentos de pago preferidos en Ecommerce** son:

- tarjetas de crédito (67%)
- adeudos directos/A2A (43%)
- pagos alternativos (21%)
- tarjetas de débito (14%)
- contra reembolso (10%)

Asimismo, en los países del sureste asiático, los pagos alternativos están suplantando a las tarjetas de pago y al efectivo.⁴ En **Indonesia**¹⁴, el uso de la moneda física en las tiendas se ha reducido **del 79% al 51%** entre **2017 y 2021**. Durante el mismo período, se ha producido un aumento de la adopción de **monederos digitales** (del 5% al 19%), tarjetas de crédito (del 7% al 12%) y débito (del 8% al 12%). Curiosamente, las soluciones de **pago a plazos** han supuesto el **4%** de los pagos en 2021.

Con el tiempo, el pago en efectivo también se ha reducido en **Tailandia**.¹⁵ En el periodo 2017-2021, su adopción ha caído del 68% al 63%, junto con la de las tarjetas de crédito (del 23% al 8%), débito (del 6% al 4%) y prepago (del 2% al 1%). Además, los instrumentos de pago a plazos en tienda han alcanzado del 4% del mercado tailandés.

10 - Most popular mobile shopping apps among mobile shoppers in South Korea in 2021 | Opensurvey, 2021

11 - Preferred payment methods in Japan as of January 2021 | MMD Labo, 2021

12 - 3rd Commission for further promotion of cashless payments in small and medium-sized stores FY 2021 | METI, 2021

13 - Best cashless payment options in Japan: what they are and how to use them | timeout.com, 2022

14 - Digital payments in Indonesia | Statista, 2022

15 - Market share of cash, credit cards, and other payment methods at point of sale (POS) in Thailand in 2017, 2019, 2020 and 2021 | Statista, 2022

En Australia, los pagos en tienda con monederos electrónicos consiguen el 32% de las preferencias, frente al 67% de las tarjetas de débito, el 57% del efectivo y el 39% de las tarjetas de crédito.⁵ Según un estudio¹⁶, entre los **métodos de pago alternativos** disponibles en los comercios australianos figuran: PayPal (presente en el 57% de las tiendas encuestadas), pagos A2A/transferencias bancarias (56%), Apple Pay (26%), BPay (23%) y Google Pay (17%). Para los pagos a plazos, las plataformas más comunes son Afterpay (17%) y ZipPay (12%).

Según los análisis publicados por PPRO¹⁷, los **índices de utilizzo online** de estos instrumentos es muy parecido, aunque las transferencias bancarias sean mucho menos frecuentes: el 49% de las compras se pagan por tarjeta, el **24% por wallet** y el 2% por contra reembolso.

En Nueva Zelanda¹⁸, en el quinquenio 2017-2021, el uso de tarjetas de crédito para transacciones offline ha crecido del 39% al 42%, así como la adopción de **monederos móviles (del 2% al 7%)** y efectivo (del 8% al 11%). Una tendencia opuesta se ha notado en las tarjetas de débito, cuyo uso ha disminuido del 47% al 31%. En 2021, las soluciones BNPL en Nueva Zelanda han supuesto el 5% de los pagos en puntos de venta físicos.

En cuanto a **compras online**, los consumidores neozelandeses favorecen las tarjetas de crédito (34% del total de pagos en 2021), los **monederos móviles (20%)**, las tarjetas de débito (16%), las transferencias (15%) y las soluciones Buy Now Pay Later (10%).

Oriente Medio y África

En 2021, en la región de Oriente Medio y África, los **pagos alternativos en tiendas físicas** han alcanzado representaban el 12% del total y en 2025 alcanzarán el 21%.⁴ Esto encaja una tendencia alcista de la **difusión de los instrumentos electrónico y digitales**, si bien el **efectivo** sigue siendo uno de los métodos de pago preferidos (**44%** del total de pagos en 2021).

En cuanto a las compras en Ecommerce, en 2021 el 17% del total de pagos se ha realizado con medios alternativos, porcentaje que subirá al 26% para 2025

Distribución de los métodos de pago (2021 – 2025)

Establecimientos	2021	2025
Efectivo	44%	31%
Tarjetas de crédito	20%	22%
Monederos digitales	12%	21%
Tarjetas de débito	12%	14%
Financiación	6%	6%
Tarjetas de prepago	5%	4%
BNPL	1%	1%
Ecommerce	2021	2025
Tarjetas de crédito	31%	33%
Monederos digitales	17%	26%
Transferencias	16%	16%
Contra reembolso	14%	7%
Tarjetas de débito	13%	11%
Tarjetas de prepago	3%	1%
BNPL	1%	1%

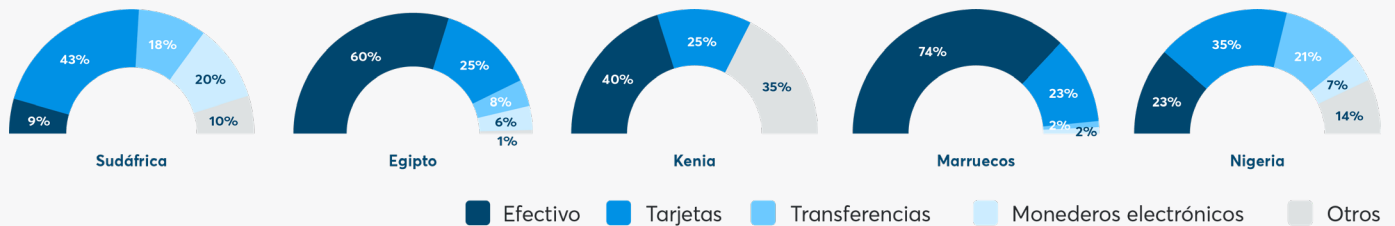
Fuente: Global Payments Report 2021 | Worldpay, 2022

16 - PayPal 2020 eCommerce Index | PayPal, 2020

17 - The Asia Pacific online payment market | PPRO, 2021

18 - Market share of cash, credit cards, and other payment methods at point of sale (POS) in New Zealand in 2017, 2019, 2020 and 2021 | Statista, marzo 2022

Distribución de los métodos de pago online en 2021



En **África**, la presencia de diferentes instrumentos de pago es muy heterogénea. En **2021**, en Egipto, Marruecos y Kenia, el efectivo seguía siendo el instrumento predominante para las compras online, mientras que en Sudáfrica y Nigeria las **tarjetas y monederos electrónicos** ya cubrían **más del 50% de los pagos de Ecommerce**.¹⁹

El proceso de alfabetización informática en el continente africano, en comparación con el resto del mundo, ha pasado por alto la fase de la informática. De hecho, muchas poblaciones africanas han pasado de un contexto socioeconómico rural a una digitalización "móvil" sin pasos intermedios. Esta peculiaridad también ha afectado al ámbito de los pagos y, de hecho, en África las alternativas de pago más comunes son las **aplicaciones desarrolladas por los operadores de telefonía móvil** en colaboración con las grandes redes internacionales. Entre las más populares figuran MTN MoMo, airtel money y JUMIA PAY, en colaboración con Mastercard, Orange Money, M-PESA y Visa.

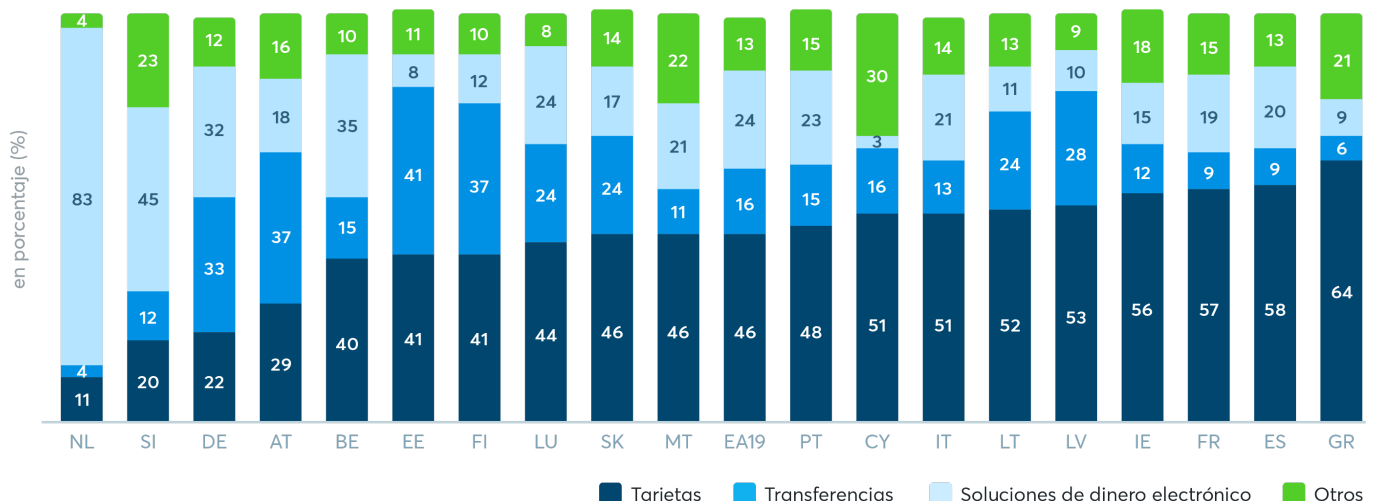
Europa

En 2021, los **pagos alternativos en Ecommerce** representaban el 27% del total en Europa, y llegarán al **29% para 2025**. En cuanto a pagos en tiendas, estos instrumentos suponían el 8% del total, y en **2025** representarán el **15%**.⁴

Un estudio sobre los hábitos de pago de los consumidores en la zona del euro realizado por la Unión Europea (SPACE 2022)²⁰ revela datos interesantes sobre los pagos digitales en Europa.

En lo que respecta a los **pagos en comercios electrónicos**, la situación es **muy variada**. Mientras que en los Países Bajos el predominio de los pagos alternativos es aplastante (83%), en Chipre (8%) o Grecia (9%) estas plataformas solo representan una pequeña parte de los pagos.

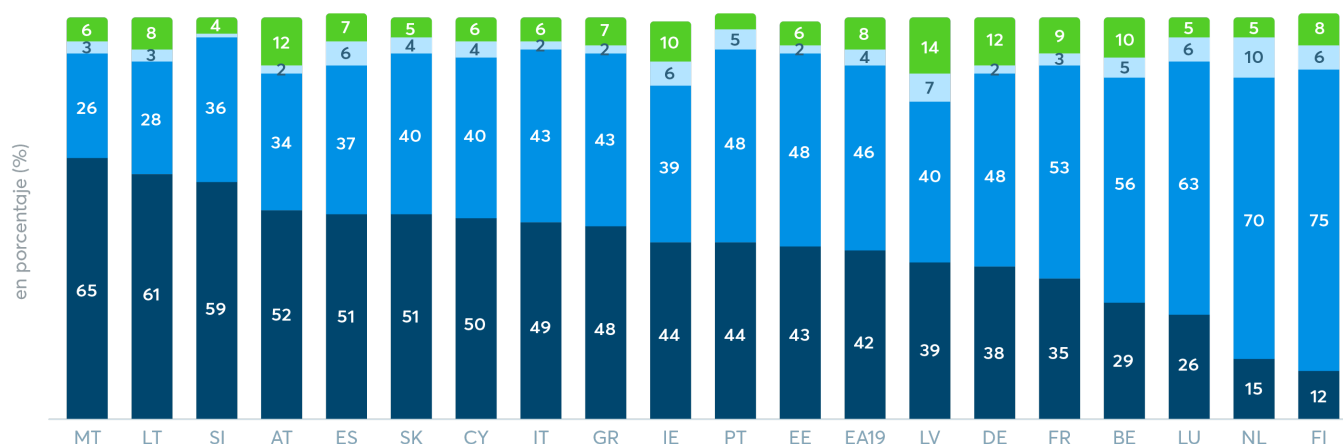
Valor de los pagos de comercio electrónico por instrumento



19 - Distribution of online payment methods in selected African countries as of 2021 | PPRO, 2021

20 - Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE) | BCE, 2022

Instrumentos de pago utilizados en comercios en 2022 (por importe de pagos)



Fuentes: BCE, estimaciones basadas en datos de De Nederlandsche Bank, Dutch Payments Association (2022) y Deutsche Bundesbank (2022).

■ Efectivo ■ Tarjetas ■ Mobile App ■ Otros

En 2022, el **59%** de los pagos en establecimientos en Europa se han realizado **en efectivo**. Un dato que sigue disminuyendo, ya que en 2019 este medio suponía el 72% del total de pagos. En cambio, las tarjetas y las apps móviles experimentan una tendencia al alza, como vamos a mostrar.

Pagos alternativos en los países europeos

A continuación, observamos los datos más significativos de algunos estudios y encuestas realizados durante 2021 y 2022 sobre el uso de diferentes pagos alternativos por país.

Alemania:

Comercio electrónico (Métodos de pago alternativos)

- PayPal 92%
- Klarna 51%
- Amazon Pay 28%
- Giropay 18%
- Apple Pay 14%
- Google Pay 14%
- Paydirekt 7%
- Afterpay 5%

En tienda*

- Google Pay 57%
- Apple Pay 56%
- App bancaria 50%
- PaybackPay 48%
- App cadena minorista 28%
- Alipay 16%
- Bluecode 2%

Austria:

Comercio electrónico (Métodos de pago alternativos)

- PayPal 84%
- Klarna 59%
- EPS Überweisung 33%
- Amazon Pay 29%
- Apple Pay 16%
- Google Pay 13%

En tienda

- Efectivo 78%
- Tarjetas de débito 57%
- Tarjetas de crédito 32%
- Monederos digitales 13%
- Tarjetas de prepago 13%
- Cheques 2%

Finlandia:

Comercio electrónico (Métodos de pago alternativos)

- PayPal 80%
- MobilePay 66%
- Klarna 63%
- Trustly 24%
- Nordea Siirto 17%
- Google Pay 22%

En tienda

- Tarjetas de débito 63%
- Tarjetas de crédito 16%
- Efectivo 10%
- Monederos digitales 7%
- Financiación tradicional 3%
- BNPL 1%

* Fuente: Payment behaviour in Germany in 2021 | Deutsche Bundesbank Eurosystem, 2022

Francia:

Comercio electrónico (Métodos de pago alternativos)

- PayPal 90%
- Amazon Pay 15%
- Apple Pay 15%
- Paylib 15%
- Google Pay 12%
- CM-CIC 4%
- Klarna 2%

En tienda

- Tarjetas de débito 49%
- Tarjetas de crédito 33%
- Dinero en efectivo 9%
- Monederos digitales 4%
- Financiación tradicional 3%
- BNPL 2%

Italia:

Comercio electrónico (Métodos de pago alternativos)

- PayPal 91%
- Amazon Pay 20%
- Google Pay 17%
- Satispay 15%
- Apple Pay 10%
- Masterpass 5%
- Klarna 4%

En tienda

- Efectivo 35,4%
- Bancomat/tarjetas de débito 35%
- Tarjetas sin contacto 15,4%
- Tarjetas de crédito 8,3%
- Métodos de pago alternativos 4,3%

Países Bajos:

Comercio electrónico (Métodos de pago alternativos)

- iDEAL 89%
- PayPal 67%
- Tikkie 59%
- Klarna 37%
- Afterpay 33%
- Apple Pay 21%
- Google Pay 16%
- Amazon Pay 8%

En tienda

- Tarjetas de débito 76%
- Efectivo 49%
- Monederos digitales 27%
- Tarjetas de crédito 20%
- Tarjetas de prepago 9%
- Cheques 6%

Portugal :

Comercio electrónico (Métodos de pago alternativos)

- Tarjetas de débito 63%
- Monederos digitales 59%
- Débito directo 56%
- Tarjetas de crédito 46%
- Pago contra reembolso 20%

En tienda

- Tarjetas de débito 85%
- Efectivo 77%
- Monederos digitales 33%
- Tarjetas de crédito 32%
- Tarjetas prepago 8%

Reino Unido:

Comercio electrónico (Métodos de pago alternativos)

- PayPal 88%
- Apple Pay 32%
- Google Pay 21%
- Klarna 20%
- Amazon Pay 18%
- Clearpay 13%

En tienda

- Tarjetas de débito 45%
- Tarjetas de crédito 28%
- Efectivo 11%
- Monederos digitales 9%
- BNPL 3%
- Financiación tradicional 2%

España: los medios de pago alternativo

No nos engañemos: **en España la población se siente a gusto a pagar con efectivo**. De hecho, según el observatorio de la Community Cashless Society de The European House – Ambrosetti²¹, nuestro País figura entre las 30 peores economías del mundo en cuanto a intensidad de uso de este medio de pago, con una **tasa de efectivo en circulación sobre el PIB del 15,3% en 2022**.

Sin embargo, esto no significa que los españoles no utilicen instrumentos de pago digitales. De hecho, El análisis de los datos procedentes de varias fuentes autorizadas, como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y las Naciones Unidas, confirma un crecimiento de la **penetración de las tarjetas de crédito** en España, que ha rozado el **60% a finales de 2022** y está destinada a acercarse al **72% para 2028**.²²

Además, cabe destacar que los **volúmenes de pagos digitales** en España han superado los **78 mil millones** de dólares en 2022, y las previsiones de mercado pronostican que ascenderán a los 90 mil millones en 2023.²³

Pero vamos al grano: ¿cuáles son las **herramientas de pago preferidas por los españoles**? En cuanto a **compras online**⁵, en España se suele pagar por:

- Tarjetas de débito 58%
- Métodos de pago digitales 58%
- Tarjetas de crédito 47%
- Tarjetas de prepago 19%
- Facturación 15%
- Contra reembolso 12%
- Pago por adelantado 10%

Lejos de estar en la cola, los pagos digitales y alternativos resultan ser muy populares, tanto que plantan cara a las tarjetas de débito.

Así que entremos más en detalle y veamos cuáles son las **plataformas alternativas más utilizadas online** por los españoles:

- PayPal 89%
- Amazon Pay 23%
- Google Pay 23%
- Apple Pay 11%
- Paysafecard 4%
- Masterpass 3%
- Klarna 2%

En el **punto de venta**²⁴, el efectivo sigue siendo el principal instrumento. Sin embargo, los medios digitales están acortando la distancia, mostrando una tendencia en alza con respecto a los años anteriores:

- Efectivo 44%
- Tarjetas de débito 25%
- Tarjetas de crédito 21%
- Monederos digitales 8%
- Financiación tradicional 2%

A los **monederos y plataformas alternativas** aún les queda camino por recorrer en lo que respecta a los pagos en tienda, pero siguiendo una tendencia notablemente al alza, por lo que alcanzarán el **15% para 2025**.²⁴ Mientras tanto, echamos un vistazo a las **apps más populares**⁵ entre los españoles para las compras en tienda:

- Bizum 58%
- PayPal 42%
- Apple Pay 25%
- Google Pay 20%
- CaixaBank Pay 19%
- BBVA Wallet 18%
- Samsung Pay 8%

21 - Cash Intensity Index | Observatory of the Cashless Society Community of The European House – Ambrosetti, 2022

22 - Penetration rate of credit cards in Spain from 2013 to 2028 | Statista and World Bank, marzo de 2023

23 - Digital Payments - Spain | Statista, marzo de 2023

24 - The Global Payments Report 2023 | Worldpay, 2023

Las criptomonedas y los pagos

Aunque la tecnología en la que se basan se considera una revolución en muchos ámbitos, **a las criptomonedas les está costando emerger** en el ámbito de los pagos.

En los últimos años, varias empresas han mostrado interés por las criptomonedas – Microsoft, Starbucks y Gucci entre otras – y a menudo las han integradas en su oferta de métodos de pago, aunque a veces dando marcha atrás por la alta volatilidad de estas monedas, sobre todo a finales de 2021 y principios de 2022.²⁵

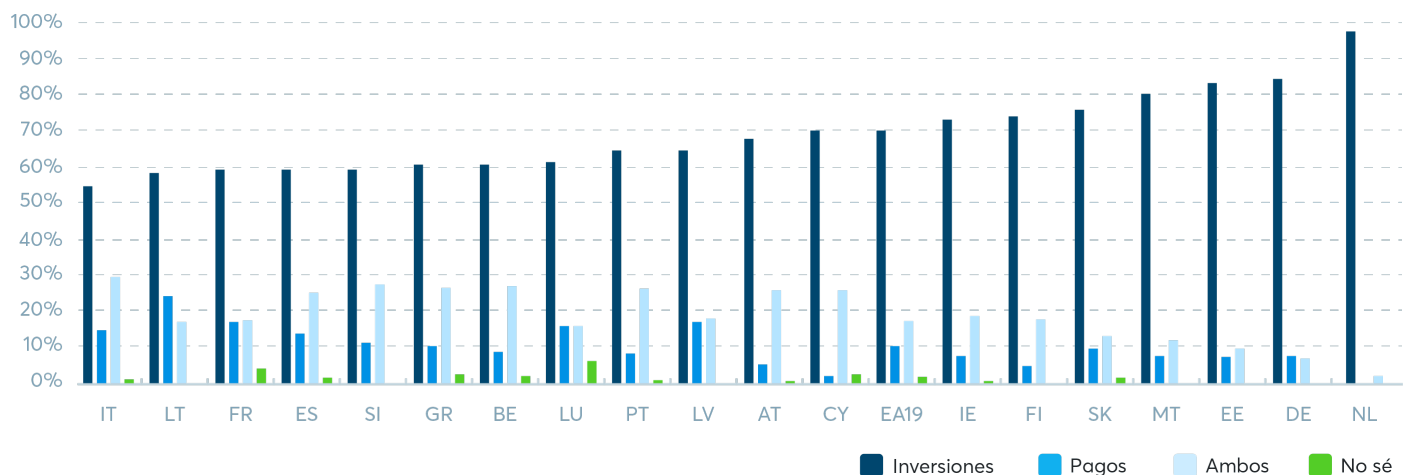
¿Cómo están abordando este asunto las empresas de pago? Visa, Mastercard y PayPal, por ejemplo, llevan tiempo invirtiendo en este ámbito, por reconocer gran potencial de la tecnología blockchain.

Ahora bien, las criptomonedas **ya no son una tecnología al alcance de muy pocos**. Hoy en día, estos instrumentos son conocidos por un público cada vez más amplio y no quedan relegados exclusivamente a las inversiones.

Los datos recogidos por el Banco Central Europeo muestran que las criptomonedas ya no se identifican exclusivamente como un instrumento de inversión, sino también como **un activo para pagos**. En concreto, el 25% de los ciudadanos españoles encuestados afirma servirse de estos instrumentos para ambos fines, entre los porcentajes más altos de la muestra.

La atención que despiertan estos activos digitales está respaldada por una encuesta realizada por Deloitte y PayPal a finales de 2021 en Estados Unidos.²⁶ La investigación ha revelado que el **64% de las empresas participantes** ha registrado un **interés significativo por las criptomonedas entre sus clientes**. Además, el 85% declara que espera que los pagos con criptomonedas se impongan de aquí a 2026, incluso en el ámbito B2B. Justo por estas razones, el 38% de los encuestados califica como prioritaria la integración de las criptomonedas en sus flujos de pago, y el 47% incluso como muy prioritaria.

Empleo de criptomonedas en Europa



Fuente: Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE) | BCE, 2022

25 - Paying with Bitcoin: These are the major companies that accept crypto as payment

26 - Merchants getting ready for crypto | Deloitte e PayPal, 2021

Análisis de Axerve sobre los pagos alternativos en el comercio electrónico

Según hemos observado en los capítulos anteriores, identificar con precisión la penetración de los distintos métodos de pago alternativos es complicado, sobre todo por la falta de datos objetivos incluso los relativos a las propias plataformas.

Por ello, hemos **recopilado y analizado datos de Axerve**, que cuenta con una perspectiva basada en miles de comerciantes online que operan en todo el mundo.

Metodología

Hemos examinado los datos agregados de Axerve sobre las transacciones de los comerciantes de Ecommerce durante el periodo entre el 5 y el 31 de enero de 2023, es decir, el periodo de rebajas de invierno. El análisis ha abarcado todo el conjunto de comerciantes que han integrado medios pagos alternativos, agrupados por sector de productos con el fin de identificar el peso de los pagos alternativos en los ingresos totales.

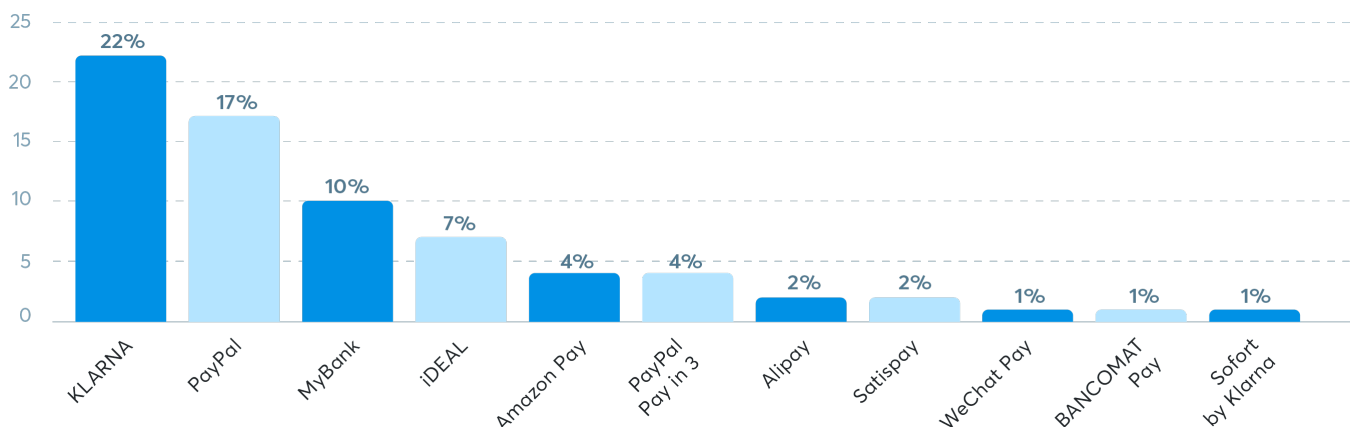
Pagos alternativos: no solo monederos digitales

Como hemos visto en capítulos anteriores, los **monederos digitales se encuentran entre las herramientas más utilizadas** en el mundo, pero el análisis de la base de clientes de Axerve confirma que las plataformas Buy Now Pay Later y las nuevas soluciones A2A, como iDEAL y MyBank, también están encontrando el favor de los compradores.

PayPal se confirma como la aplicación de mayor volumen, siendo **el método del 59% del total de pagos alternativos**. Le siguen **MyBank**, con el **25%**, y **Sofort by Klarna**, que representa el **3%** del total de cobros con instrumentos distintos de las tarjetas de crédito.

Hay que tener en cuenta que los comerciantes pueden haber integrado uno o varios pagos alternativos con una conexión directa, es decir, sin pasar por los flujos gestionados por Axerve.

Alternative payments on total collections



Fuente: Análisis de Axerve sobre los comerciantes que han integrado los instrumentos de pago alternativos contemplados en el gráfico

Por esta razón, también hemos comparado el valor del valor transaccionado de los instrumentos individuales con el total cobrado por los comerciantes de Ecommerce que han integrado esas alternativas específicas.

Es **Klarna**, con su fórmula de pago a plazos, el **método alternativo** que registra la mayor penetración con respecto al total de cobros (22%), seguido por **PayPal**, que, como veremos a continuación, demuestra ser el **monedero digital más utilizado en todos los sectores**. Entre las formas de **pago A2A**, son **MyBank** e **iDEAL** las soluciones de mayor peso, con un 10% y 7% respectivamente, mientras que **Satispay** y **Sofort by Klarna** registran solo un 2% y 1% de los volúmenes totales cobrados por los Ecommerce que las han integrado.

Métodos de pago alternativos preferidos por sector de productos

Analicemos los datos por sector de productos y observemos las distintas agrupaciones según el ámbito en el que operan.

El sector de la *Moda y accesorios* resulta ser el más dinámico, es decir, el que cuenta con un mayor número de herramientas alternativas integradas. Los negocios que han integrado **Klarna** alcanzan **picos de cobros superiores al 54%**, señal de que la apreciación de esta herramienta en el sector es muy alta. Sin embargo, **PayPal** es la plataforma que ha alcanzado los volúmenes medios más elevados, con más del **32%** del total. Entre los instrumentos de pago propios de determinadas zonas u origen geográfico de los compradores, destacan **Alipay** (mercado chino) con casi el **9%** y **Bancontact** (utilizable solo por usuarios de Bélgica) con más del **3% de los volúmenes totales** de quienes lo integraron.

En el área de *Alimentación y Bebidas*, **PayPal** lidera el ranking con más del **33% de los volúmenes**, mientras **Amazon Pay**, el monedero digital internacional más reciente de los analizados, supera el **7%**. Se trata de un sector está bastante fragmentado, pero, además de las plataformas que acabamos de mencionar, cabe citar **MyBank**, que supera el **3%**, **Satispay** (plataforma A2A utilizada por los consumidores italianos), con más del **3%**, y **PayPal "Paga en 3 plazos"**, una herramienta de pago de BNPL, que se acerca al **3%** del total.

Los Ecommerce de *Electrónica de consumo* es una de las categorías de tiendas online con mayor volumen de pagos con monederos y medios alternativos en general. Las tiendas que han integrado **PayPal** a través de Axerve registran más del **35%** de su facturación con este instrumento. Entre las soluciones de pago a plazos, la integración de **Klarna** como opción de pago resulta acertada, ya que esta solución de BNPL supone el **22%** de los ingresos, mientras que **PayPal "Paga en 3 plazos"** se acerca en algunos casos al **12%** de las transacciones.

En las tiendas online que venden artículos de *Belleza*, es decir, cosméticos y productos de cuidado personal, **PayPal** se mantiene como la plataforma con los volúmenes más interesantes: más del **26%** del total. Pero otros medios alternativos muestran índices similares: **iDEAL** (en algunos casos incluso superior al **7%**), **Klarna BNPL** (con picos superiores al **6%**) y, en exclusiva para el mercado italiano, **Satispay** (por término medio, en torno al **5%** de los volúmenes).

El sector de los *Viajes y el transporte*, junto con el de la moda, es uno de los más heterogéneos en cuanto a la adopción de pagos alternativos, ya que depende de los mercados a los que se dirigen los comerciantes. Es interesante observar que los **pagos A2A** (Giropay, iDEAL, MyBank, Satispay y Sofort by Klarna) representan en conjunto **casi el 13%** del total de transacciones. En este sector, son medios de pago como **Alipay** e **iDEAL**, destinados a China y los Países Bajos respectivamente, los que registran los volúmenes más importantes: **42%** y **39%** del volumen total. **PayPal** representa más del **21%** de la facturación total de quienes han integrado este instrumento, mientras que **MyBank** supera el **11%**.

Si nos fijamos en las empresas que operan en el *ámbito B2B*, sin distinción de productos, las que han integrado **PayPal** registran en torno al **24%** de su volumen de negocio con esta herramienta. Llamativo es que **PayPal "Paga en 3 plazos"** supera el **4%** de la facturación cuando figura como opción de pago. **MyBank**, una herramienta ideal para este ámbito, debido también a sus límites de importe mucho más elevados que los típicos de las tarjetas de crédito, se limita a poco menos del **3%**.

En cuanto a pagos en el sector de *muebles y artículos para el hogar*, **PayPal** destaca entre los monederos digitales, alcanzando la cifra media más alta de uso: casi el **46%** (porcentaje al que solo se acercan la **grande distribución organizada** con algo más del **45%**). Los demás instrumentos de pago están muy fragmentados y las tarjetas, como en todos los sectores encuestados, siguen siendo el método de pago preferido. En el sector de los seguros, los **adeudos directos SEPA** recurrentes alcanzan un volumen significativo, con alrededor del **7%** de los pagos.

Conclusiones

Han pasado treinta años desde la introducción de las primeras formas de pago alternativas y, desde entonces, la evolución en este ámbito no ha dejado de avanzar. **El aumento constante de las ventas en el comercio electrónico** y los avances tecnológicos han llevado a consumidores y empresas a ser cada vez **más exigentes también en la fase de pago**, tanto online como en tienda.

Es por ello que **el mercado se está volcando en soluciones de cobro que permitan gestionar diferentes canales**, como puntos de venta, páginas web, tótems, páginas de aterrizaje y máquinas expendedoras, entre otros. Al mismo tiempo, **crece la oferta de herramientas alternativas**, para responder a un público con preferencias, origen geográfico y tipo de producto o servicio adquirido cada vez más heterogéneos.

Los **volúmenes de pagos digitales** seguirán creciendo: **en 2027** supondrán más de **9 billones de dólares online** y casi **6 billones en tiendas**. Los **monederos digitales impulsarán este crecimiento** en todo el mundo, con una cuota de mercado del **53% para el comercio electrónico** y del **39% para los pagos en tienda**. Datos que también confirman las observaciones de Axerve, que subrayan la adopción de métodos alternativos en todas las industrias de productos y, en particular, en el sector de la **Moda**, que está demostrando ser uno de los sectores más dinámicos: baste decir que **quienes han integrado Klarna**, en la fórmula de pago a plazos, han alcanzado **picos de cobros de hasta el 54%** con esta solución.

Como ya se ha mencionado, en los próximos años podemos esperarnos un panorama muy fragmentado en términos de pagos alternativos a escala mundial, por lo que será esencial que los comerciantes se doten de plataformas de cobro capaces de orquestar una multitud de soluciones, en un ecosistema cada vez más complejo también en lo que respecta a la cadena de suministro de servicios relacionados - adquirentes, soluciones de prevención del fraude, pagos alternativos integrados. En este contexto, será crucial disponer de los recursos necesarios para actuar con rapidez a fin de optimizar las ventas y reducir los costes.

Fuentes y referencias

1. [FinTech - In-depth Market Insights & Data Analysis | Statista, 2022](#)
2. [Fintech Trends 2022 | Statista, 2022.](#)
3. [Statista Global Consumer Survey | Statista, 2022](#)
4. [The Global Payments Report 2022 | Worldpay, 2022](#)
5. [Global Consumer Survey | Statista 2022](#)
6. [Number and share of merchants who use Klarna as a buy now pay later | BuiltWith e Statista, 2022](#)
7. [US Buy Now, Pay Later \(BNPL\) Payment Value 2021-2026 | MAG e eMarketer, 2022](#)
8. [Accelerating Digital Payments in Latin America and the Caribbean | IDB Lab e World Economic Forum, 2022](#)
9. [Global Initiative towards post-COVID-19 resurgence of the MSME sector | United Nations Development Account Project 2023W](#)
10. [Most popular mobile shopping apps among mobile shoppers in South Korea in 2021 | Opensurvey, 2021](#)
11. [Preferred payment methods in Japan as of January 2021 | MMD Labo, 2021](#)
12. [3rd Commission for further promotion of cashless payments in small and medium-sized stores FY 2021 | METI, 2021](#)
13. [Best cashless payment options in Japan: what they are and how to use them | timeout.com, 2022](#)
14. [Digital payments in Indonesia | Statista, 2022](#)
15. [Market share of cash, credit cards, and other payment methods at point of sale \(POS\) in Thailand in 2017, 2019, 2020 and 2021 | Statista, 2022](#)
16. [PayPal 2020 eCommerce Index | PayPal, 2020](#)
17. [The Asia Pacific online payment market | PPRO, 2021](#)
18. [Market share of cash, credit cards, and other payment methods at point of sale \(POS\) in New Zealand in 2017, 2019, 2020 and 2021 | Statista, marzo 2022](#)
19. [Distribution of online payment methods in selected African countries as of 2021 | PPRO, 2021](#)
20. [Study on the payment attitudes of consumers in the euro area \(SPACE\) | BCE, 2022](#)
21. [Cash Intensity Index | Observatory of the Cashless Society Community of The European House – Ambrosetti, 2022](#)
22. [Penetration rate of credit cards in Spain from 2013 to 2028 | Statista and World Bank, marzo de 2023](#)
23. [Digital Payments - Spain | Statista, marzo de 2023](#)
24. [The Global Payments Report 2023 | Worldpay, 2023](#)

www.axerve.com/es

