

Desconectar
No recibir Llamadas

Please!!!
Please!!!



www.eduardoleyton.com

Medios de Pago e-Business

Modelo de Pagos - Seguridad

Fuente: Internet, La (R)evolución de e-Business (D.Amor)
Modelos de Negocios en Internet PostCrisis (Nuñez-Lugones)
y elaboración propia.

Eduardo Leyton Guerrero

Auditor de Tecnologías de la Información
www.e-cronia.com www.eduardoleyton.com

[Saltar a la primera página](#)



Uno de los escollos principales para la masificación de la economía digital ...es la percepción de inseguridad de las transacciones.

Otro de los aspectos que inciden en la masificación de este medio es el proceso de reclamos y el reconocimiento de calidad de las marcas on-line.



...algunas reflexiones previas:

El método de pago más utilizado por Internet son las Tarjetas de Crédito.

...esta modalidad representa casi el 60% del mercado en la región.

Según Gartner Group representan un 95% de la modalidad B2C. en los USA.

Es el método más cómodo y seguro (SET), pero la percepción de los usuarios es de mayor riesgo que una transacción comercial vía teléfono.(¿?!!)

Nuestro análisis se focalizará principalmente en L. América

Medios de Pagos y Seguridad

Las transacciones electrónicas deben someterse a una:

Confiabilidad - Integridad - Disponibilidad : SL

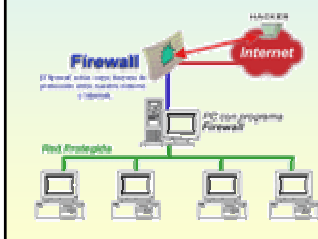
Identificación →

Comprobación →

Verificación →

Aprobación →

...para que sean validadas y se gatille la cadena de valor del e-negocio



www.eduardoleyton.com

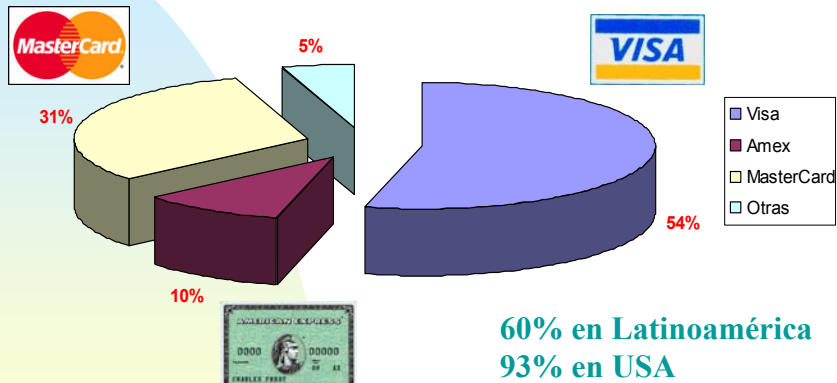
Confianza = Transacciones

Facilidad de Compra (pago)

Cliente Fidelizado

Viabilidad - Continuidad - Competitividad

Medios de Pago On-Line en E-Business



Fte.: Boston Consulting Group (2002-2003)

www.eduardoleyton.com



I. Clasificación de Medios de Pagos On-Line B2C

- Tarjeta de Crédito: Visa, MasterCard, American Express, Otras.
- Tarjeta Virtual (e-card): Medios de tarjetas únicas o propias de cada institución, ejemplo: Unibanco Brasil, altas normas-seguridad.
- Billetera Virtual: Los usuarios definen la modalidad de pago y localización de entrega sólo una vez (código), quedando la Información en un servidor seguro del "merchant" o en un ASP (aún no existe un modelo de pago estándar: proposición de modelos de pago discimil por amazon, yahoo, passportMS, Banca, otros => hacia la consolidación de un estándar)

Billetera Global (Multisite): Cliente registrado pero menos fidelizado, tiende a ser utilizado por empresas más pequeñas. Ventajas/Desventajas del ASP.

Billetera Individual: Captura de datos del cliente en forma propia, mayor fidelización del cliente. Ventajas/Desventajas del Portal o Site... posible migración

Este mecanismo constituye en sí, un modelo de negocios

!!! analícelo...!!!

www.eduardoleyton.com



I. Clasificación de Medios de Pagos On-Line **B2C**

• **Cuenta Electrónica:** Modelo de pago en base a transferencia de dinero vía correo electrónico (paypal, e-count, xcom). Funciona en forma similar a una tarjeta bancaria/débito; el dinero depositado se transforma en electrónico y se perfecciona comercialmente con un código secreto de pago del cliente. Sólo puede usarse si el “merchant” está adherido a esta forma de pago. Este modelo a tenido éxito por sus bajos costos en pagos o micropagos efectuados por clientes por contenidos, (bits), música o productos de bajo valor, que al compararlo con las comisiones de Visa/MasterCard y otras son de alto valor...inclusive más que el producto en sí. Ello a reunido 2 conceptos: velocidad, eficiencia y... yo agregaría: **Seguridad Lógica.**

Este mecanismo es fuerte competencia de AOL de Citigroup, WellsFargo y Ebay con billpoint, BankOne con EmoneyMail, Western Union con MoneyZao, Yahoo entre otros.



I. Clasificación de Medios de Pagos On-Line **B2C**

• **Tarjetas de Prepago:** Evita al proveedor hacer un análisis crediticio en cada transacción. Funciona en forma similar a las tarjetas de prepago telefónica, etc. Es un estímulo para los MKT V/H. Posee un # y pass.

• **Tarjetas de Débito:** Funcionamiento limitado sólo a la bancarización en la región y a redes de cajeros. Cargo automático en CC (paykey, banelco, pagomiscompras.com, etc).

Medio/Pais	Argentina	Brasil	México
TC	57	62	58
Cash	17	2	9
Boleto Bancario	-	28	-
Transf.Bancaria	8	-	29
Otros	18	8	4

Fte.: Boston Consulting Group (2002-2003)

...todo ello en entornos de S.F. y S.L. apropiados



II. Clasificación de Medios de Pagos Off-Line B2C

- **Efectivo:** modalidad contra entrega, esta presenta una gran desventaja, pero aún así es un medio de pago preferido en países de bajo desarrollo y culturización de T.I.; alto riesgo en la manipulación (en algunos sites en Chile es utilizado).
- **Boleto Bancario:** (sólo BCB) Modalidad híbrida de pago off-line en caja u on-line con e-banking. El site emite documento con c.b.; representando una factura con todos los antecedentes del cliente, logística y el producto. Este es impreso y pagado en bancos (offline/online) perfeccionándose la transacción al abonarse el valor en el banco del Site. Presenta mayores ventajas que las T.deC.
- **Transferencia Bancaria:** Método utilizado por los B2B en modalidad híbrida on/off-line (e-banking) dependiendo del site. En España una modalidad exitosa, utiliza código 20 (entidad, ctl, suc, c.c.).



www.eduardoleyton.com



II. Clasificación de Medios de Pagos Off-Line B2C

• **Cheques (ChecNet):** Como medio de pago tradicional es utilizado en forma disímil en la región; NO es confiable ya que utiliza medios manuales de transportación, desfases en el tiempo o contra entrega. En USA se utiliza el cheque virtual o electrónico (ChecNet) que corrige los riesgos y desventajas señaladas utilizando e-banking: c.c.c. y número de cheque.

• **Sistemas de Punto de Pago: (Arg.)** Dirigidos a usuarios altamente inseguros y desbancarizados. La compra es on-line en el Site y el pago es off-line en pagofacil.com.ar quién comunica al portal para el perfeccionamiento de la transacción. En los mercados B2B ello no ha prosperado por los altos montos transados y el estudio crediticio que ello implica entre las contrapartes.



www.eduardoleyton.com



• **Tarjetas Virtuales/Prepago:** Similar a la modalidad on-line. Apto para los Marketplaces V/H o aquellos portales que NO quieren asumir riesgos crediticios.

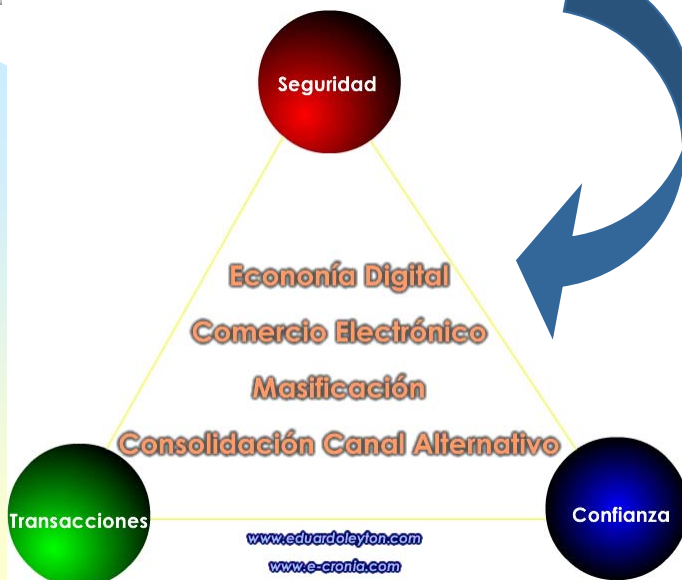
• **Escrows Accounts:** Simula un delivery v/s payment. Comprador envía dinero a una E.B. (3° agente comercial) que sólo, cuando se reciba la mercadería y/o el pago (Site), libera los fondos y cierra la transacción. La esencia de esta modalidad es la confianza y credibilidad de los compradores y vendedores con el “Accounts”.



www.eduardoleyton.com



Trilogía Fundamental para la:



www.eduardoleyton.com





ELG		Requisitos para el Pago Digital	
Audit	Aceptabilidad	La infraestructura de pago debe gozar de aceptación global.	
	Anonimato	Posibilidad que los clientes protejan su identidad.	
	Convertibilidad	Dinero digital pueda convertirse en otros tipos de fondos.	
	Eficiencia	Costo de transacción sea prácticamente nulo.	
	Flexibilidad	Debe admitirse varios tipos de pagos.	
	Integración	Compatibles con múltiples aplicaciones existentes.	
	Confiabilidad	El sistema de pago requiere de alta disponibilidad.	
	Escalabilidad	Que el ingreso de compradores y vendedores no colapsen el sistema.	
	Seguridad	Admitir pagos en redes abiertas con alta confidencialidad. (Internet)	
	Utilidad	El proceso de pago debe ser tan fácil como se pueda. (Steps: 1-5)	




www.eduardoleyton.com

ELG		Categorías de Pago en Línea	
Auditorías - Consultorías	Micro pagos	Transacciones menor a 5 euros/US\$. Las soluciones de pago adecuadas se basan en el "efectivo electrónico".	
	Pagos de Consumidor	Transacciones entre 5 y 500 euros/US\$. Los pagos se efectúan por tarjetas de créditos.	
	Pagos Comerciales	Transacciones sobre 500 euros/US\$. El débito automático o factura parecen ser las soluciones más apropiadas hoy... ¿!?!?	

www.eduardoleyton.com

Preguntas



