

BORJA SANTOS, HEAD OF SPAIN AND PORTUGAL EN STRIPE: "PERMITIMOS GESTIONAR PAGOS DE FORMA INSTANTÁNEA E INTERNACIONAL"

Entrevista

Inés Ramírez Nicolás
eMarket Services Spain

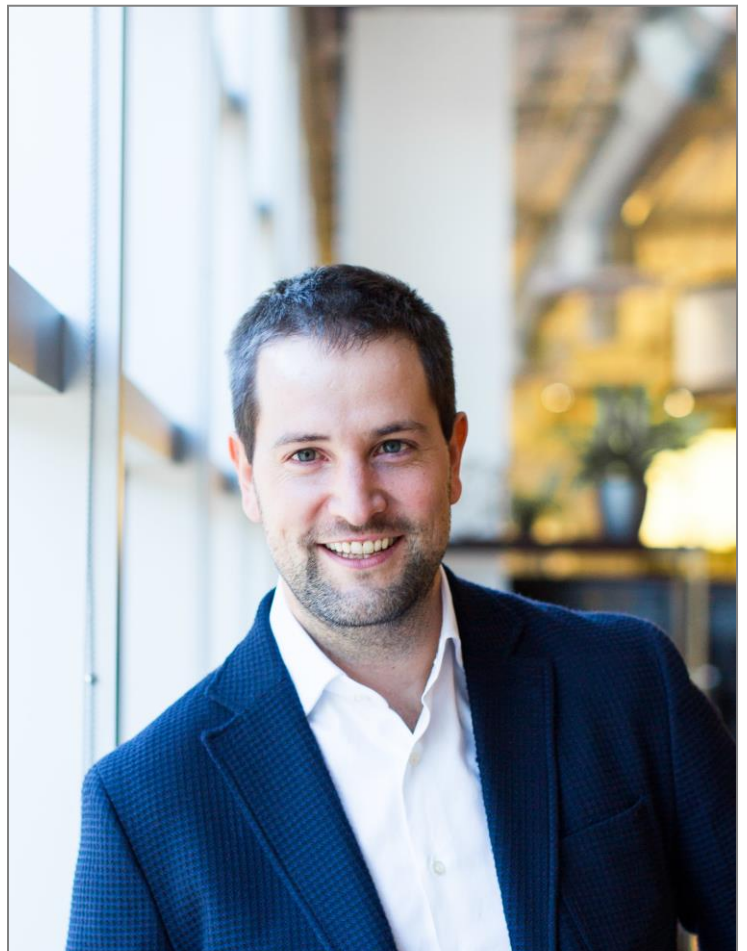
www.emarketservices.es

Junio 2018

Borja Santos es licenciado en Administración y Dirección de Empresas y tiene un eMBA por IESE Business School.

Cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector del comercio electrónico, donde ha trabajado para empresas líderes de la industria de EEUU, Francia y Reino Unido.

Actualmente lidera la revolución del mobile commerce en España con Stripe.



eMarket Services: ¿Cómo definiríais en pocas palabras Stripe?

Borja Santos: [Stripe](#) es una plataforma de pagos que permite gestionar un negocio online de forma instantánea e internacional, especialmente relevante para empresas que apuestan por el comercio a través del móvil, los marketplaces o los proveedores de software como servicio (Saas). Desde su lanzamiento en 2011, la compañía ha impulsado la revolución del comercio online, procesando miles de millones de euros al año en 25 países para algunas de las empresas más innovadoras y ambiciosas como Glovo, Chicfy, El Corte Inglés o Deliveroo. Al ayudar a tantas empresas a operar online, Stripe avanza de forma sólida en su misión de aumentar el “PIB de Internet”.

¿Qué os mueve a crear una empresa como esta?

Todo empezó cuando Patrick y John Collison, nuestros fundadores, experimentaron directamente las dificultades de aceptar pagos cuando trabajaban en lanzar un negocio online.

Ambos eran desarrolladores de software y emprendedores, y rápidamente se dieron cuenta de que, aunque en casi todas las áreas de actividad resultaba cada vez más fácil crear y lanzar una empresa online, los pagos seguían gestionados por plataformas tradicionales y eso complicaba el trabajo a los equipos técnicos y ofrecía una mala experiencia de usuario.

Les resultó evidente que se necesitaba una plataforma de pagos rápida y fácil que permitiese a los desarrolladores lanzar los servicios para empresas de cualquier tamaño, desde startups a empresas más maduras, incluyendo las grandes corporaciones.

¿Cómo funciona vuestro sistema de gestión de pagos?

Stripe facilita aceptar pagos online, ya sea en un sitio web o a través de una aplicación móvil. Antes de Stripe, un desarrollador de software que quisiera aceptar pagos online tenía que pasar semanas gestionando asuntos administrativos para crear una cuenta merchant y posteriormente integrar una pasarela siguiendo paso a paso una guía en pdf. Con Stripe, los equipos técnicos pueden acceder a documentación sencilla y online de manera que sólo agregando unas cuantas líneas de código pueden, en minutos, empezar a aceptar pagos de clientes de cualquier lugar del mundo y en más de 130 monedas.

Es importante señalar que el éxito de Stripe está ligado al de nuestros usuarios. Cada vez que se completa un pago con éxito entre nuestros usuarios, recibimos una comisión. Esto quiere decir que solo ganamos si nuestros usuarios ganan.

Stripe permite aceptar cualquier tarjeta de crédito y débito. Las tarjetas son el principal método de pago en España, pero por ejemplo en Portugal, Alemania, Holanda o China hay formas de pagar que tienen más relevancia, desde Stripe proponemos optimizar las ventas sin esfuerzos adicionales de integración siendo posible procesar pagos por iDeal, Sofort, Alipay, Multibanco o SEPA entre otros, así como con métodos de pago móviles como Apple Pay y Google Pay.

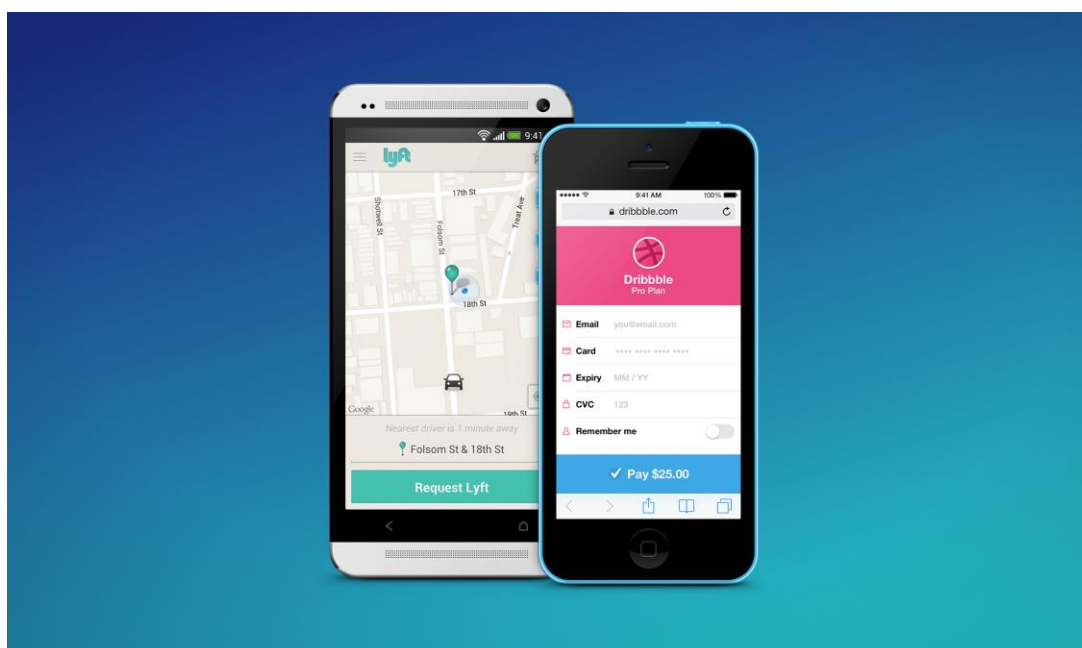
¿Qué ventajas tiene vuestro servicio para los vendedores frente a otras soluciones?

Stripe es la única solución de gestión de pagos que necesitará una empresa. Desde aceptar pagos y gestionar desembolsos, combatir el fraude o cumplir con la normativa

hasta contribuir a la expansión internacional de la empresa. Stripe permite trabajar con la máxima calidad, tanto si es una empresa ya establecida o una startup de reciente creación.

Con Stripe los equipos técnicos pueden ofrecer la mejor experiencia de usuario a los clientes finales y las formas actuales de vender por internet de forma rápida y sencilla, por ejemplo, el pago por one-click, suscripción o la gestión de cobros y pagos de marketplaces entre otras. En definitiva, desde el minuto 1 democratizamos la tecnología más avanzada para gestionar pagos.

Todos estos conceptos adquieren una relevancia crítica en el mundo tan cambiante como el que nos movemos, donde los pagos deben evolucionar en paralelo. Utilizando Stripe, nuestros clientes tienen asegurado el estar preparados para el cambio continuo, esto les permite tener una posición líder en nuevas tendencias del consumidor o por ejemplo estar adecuados al marco regulatorio.



¿A qué tipo de empresas está enfocada?

Cubrimos un espectro muy amplio, te diría que cualquier empresa que venda por Internet puede beneficiarse de nuestra solución. Hemos crecido en el mundo digital nativo, nos entendemos muy bien con empresas de nueva creación y crecimientos exponenciales, pero es cierto que en España cada día trabajamos más con empresas tradicionales que quieren adecuarse a los nuevos cambios de Internet o expandir sus ventas a nivel internacional. Algunos ejemplos de empresas con las que trabajamos son Twitter, Facebook, Shopify, Kickstarter, Salesforce o si hacemos foco en España, trabajamos con Glovo, Deliveroo, Chicfy, Hawkers o Spotahome, o algunas más tradicionales como El Corte Inglés.

El eCommerce sigue creciendo trimestre a trimestre. La facturación del comercio electrónico en España durante el segundo trimestre del pasado año aumentó un 23,4% respecto al mismo periodo de 2016, hasta superar los 7.300 millones de euros, según los datos recogidos la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ([CNMC](#)). Pero el

margen de mejora es muy amplio aún. La CNMC estima que en 2017 se podría superar los 25.000 millones de euros, sobrepasando la [facturación de 2016](#). Esta tendencia, imparable desde los últimos años, es solo la punta del iceberg ya que el eCommerce en España representa tan sólo el 4% de las ventas en España.

El pasado año habéis llegado a un acuerdo con Amazon, pero también habéis trabajado con otros grandes como Facebook, ¿cómo lográis conseguir dar el mismo servicio a estos gigantes y a pequeñas empresas de todo el mundo?

Hoy en día, lo más importante es la experiencia de usuario. Con la irrupción de las herramientas y servicios basados en la nube, los plazos de comercialización se hacen cada vez más cortos. Tanto si se trata de una empresa asentada o de reciente creación, hay dos preguntas que cualquier empresa se debería hacer antes de elegir una herramienta son: por un lado, ¿estoy optimizando los recursos que tengo para ayudar a crear la mejor experiencia de usuario? y por el otro, ¿va a escalar la herramienta con mi negocio?

Las mejores compañías son las que saben dónde centrar sus esfuerzos, en lugar de intentar centralizar y hacer todo ellas mismas.

¿Con qué tipo de plataformas puede integrarse Stripe? ¿Ayudáis en el proceso de integración?

Stripe es la solución para cualquier negocio online pero es especialmente relevante para una empresa con un rápido crecimiento a través del móvil, un marketplace o un proveedor de software como servicio (SaaS). Para utilizar Stripe existen diferentes posibilidades dependiendo de los recursos asignados a desarrolladores que tenga la empresa. Empresas como Glovo o Typeform integran la API directamente adaptando el servicio a sus necesidades. Otras empresas como Fundelia utilizan los plugings oficiales de PrestaShop, Shopify, etc.

Entre los productos que ofrecemos destacan [Stripe Connect](#), una plataforma de pagos para que marketplaces puedan aceptar dinero y emitir transferencias a destinatarios. Stripe Connect pone al alcance de los marketplaces los componentes necesarios para crear una plataforma de pagos compatible prácticamente con cualquier tipo de modelo empresarial: servicios bajo demanda, comercio electrónico, soluciones de crowdfunding o reserva de hoteles y tickets para eventos, entre otros.

¿En qué consiste el sistema de prevención de fraude Radar?

Los métodos tradicionales de lucha contra el fraude no están diseñados para los negocios en Internet de hoy en día. Stripe Radar funciona gracias a complejos algoritmos de 'machine learning' que aprenden automáticamente de la red de negocios internacional de Stripe para ayudar a identificar y prevenir el fraude.

Stripe Radar analiza cada pago utilizando las señales más relevantes para ayudar a detectar y bloquear el fraude. Los algoritmos de Radar se adaptan a los nuevos vectores de fraude gracias a las mejoras constantes del equipo de ingenieros de Stripe. Asimismo, Radar ayuda a detectar el fraude con precisión utilizando las señales procedentes de más de cientos de miles de compañías de todo el mundo. En algunos mercados más maduros,

existe una probabilidad del 80% de que la primera vez que una tarjeta se utiliza en cualquier negocio haya sido utilizada previamente en la red de empresas que usan Stripe.

A diferencia de los sistemas que requieren semanas de formación y que solo imitan el comportamiento humano de revisión manual, Radar permite apoyarse en la riqueza de datos de pagos (incluyendo información proveniente de bancos y redes de tarjetas), para luchar contra el fraude.

¿Ofrecéis algún otro servicio adicional?

Stripe funciona como una plataforma completa para negocios online y también ayuda a realizar tareas de contabilidad y facturación, así como la optimización de las experiencias de pago para dispositivos móviles. Además, cientos de servicios de terceros se integran con Stripe, desde servicios de envío de e-mail marketing hasta los de gestión de relaciones con los clientes.

Por otro lado, ayudamos a la internacionalización de las empresas con [Stripe Atlas](#), un producto creado para que los emprendedores de todo el mundo puedan acceder a los elementos básicos para constituir una empresa global en Internet. Así mismo contamos con otros productos como [Stripe Sigma](#), que permite que las empresas puedan tener una visión completa de su negocio con la capacidad de analizar todos sus datos de Stripe y ayudar a los equipos a obtener información rápidamente. A través de un acceso estructurado a sus datos, las empresas podrán identificar qué clientes tienen menos probabilidad de dejar de trabajar con ellas, investigar quién contribuye más al crecimiento de los beneficios, analizar qué productos son más populares. En este sentido, desde Stripe queremos facilitar al máximo las operaciones por Internet de nuestros clientes. Por eso, entre otras cosas, contamos con una sección especial en nuestra web - <https://stripe.com/works-with> - en la que se pueden encontrar herramientas de todo tipo y productos que ayudarán a las empresas a optimizar sus recursos.



¿Cuáles son los costes para las empresas por utilizar vuestra herramienta?

Stripe cobra una comisión del 1.4% + 25 céntimos en cada transacción con tarjeta de crédito en España y Europa que se efectúa a través de nuestra plataforma. Para negocios con un volumen superior a 30.000 €, tenemos una política de precios que se adapta caso a caso. En este sentido, Stripe es muy transparente en sus tarifas y precios. Cobramos un porcentaje por cada transacción y ya está. No hay sobrecargos adicionales por transacciones fallidas, tarjetas American Express o pagos recurrentes.

Hemos invertido mucho en construir un equipo extraordinario para la gestión de cuentas y soporte técnico, el equipo de Stripe España ofrece experiencia extensa en lo relativo a pagos y a entender los requerimientos que acompañan al crecimiento. Nosotros ofrecemos acompañar a nuestros clientes en la expansión siendo competitivos en nuestras tarifas, pero por encima de todo proveemos la mejor tecnología y el asesoramiento de una empresa líder.

Vosotros nacisteis con vocación internacional, ¿en qué manera puede ayudar Stripe a la internacionalización de las empresas?

Internet ha hecho que el mundo no tenga fronteras (si pensamos en el email, las videoconferencias o las redes sociales), pero cuando hablamos de ventas online aún seguimos un poco atascados en el plano físico. De hecho, 25 años después del mercado único, solo el 16% del eCommerce en la UE cruza fronteras. Nuestro objetivo es ayudar a las empresas a competir en base a los méritos de sus productos, independientemente de donde procedan.

Stripe está aquí para liberar todo el potencial de las empresas españolas. Permite poner en marcha un negocio online de forma instantánea e internacional y que las empresas puedan vender a cualquier persona y en cualquier lugar. Medimos nuestro éxito en la rapidez en que nuestros clientes crecen, y estamos muy orgullosos de ver como algunos de ellos se están convirtiendo en líderes globales en su sector (Northweek, Parclick).

Stripe ayuda a los emprendedores e innovadores españoles a gestionar sus negocios en la web y aplicaciones móviles, aceptar pagos y alcanzar expansión internacional instantánea. Stripe hace posible que las empresas reciban pagos en más de 130 monedas. Además de aceptar cualquier tarjeta de crédito y débito, Stripe es compatible con métodos de pago alternativos como Alipay así como con métodos de pago móviles como Apple Pay y Google Pay. Por otra parte, no importa la divisa o medio de pago que utilice un comprador, ya que la empresa que use Stripe recibirá el pago en su moneda, por ejemplo, una empresa española, recibirá el pago en euros.

Por otro lado, contamos con productos específicos como Atlas, producto creado para que los emprendedores de todo el mundo puedan acceder a los elementos básicos para constituir una empresa en Estados Unidos y operar globalmente.

¿Podéis contarnos algún ejemplo o caso de éxito de alguna empresa que utilice vuestros servicios?

Stripe ayuda a que los emprendedores gestionen sus negocios en la web y aplicaciones móviles, reciban pagos y puedan alcanzar una expansión internacional instantánea. Este último dato es especialmente relevante dado que una de las asignaturas pendientes que existen aún en el ecosistema emprendedor español es la vocación de internacionalización.



El 90% de las empresas españolas que usan Stripe tiene clientes internacionales antes de cumplir su primer año de actividad.

Uno de los casos más claros es el de Northweek, la marca deportiva del Grupo Hawkers, para quien la clara apuesta por la internacionalización, junto con la diversificación de su oferta de productos han sido clave en su éxito. En esta línea, la implantación de soluciones tecnológicas punteras como Stripe, ha sido determinante ya que ha permitido simplificar el proceso de pago a los compradores de cualquier lugar del mundo y con cualquier tarjeta de crédito. Northweek incorporó Stripe de forma nativa a través de Shopify y desde entonces han confiado en nuestra tecnología para optimizar ventas, pero también para proteger el negocio online frente al fraude. Para Northweek era vital reducir la fricción en el proceso de compra además de maximizar la tasa de conversión y minimizar la tasa de pagos rechazados. Gracias a Stripe han aumentado la visibilidad sobre sus ventas y ha mejorado su capacidad para predecir cómo le afectarán los diferentes movimientos del mercado.

¿Y tenéis algún consejo como expertos en pagos online que deberían saber las empresas que den sus primeros pasos en Internet?

Ten siempre presente la experiencia de usuario. Por ejemplo, piensa en la experiencia de pago con Deliveroo - en lugar de pasar la tarjeta o buscar efectivo, Deliveroo cobra al usuario a su tarjeta de crédito sin necesidad de sacarla del bolsillo. Aspiramos a hacer que el comercio sea así de fácil.

Stripe es la plataforma de pago más avanzada de Internet y eliminamos todas las complejidades de crear una estructura de pagos para que las empresas se puedan centrar en lo que de verdad les importa: su producto y su estrategia de mercado. Al integrar Stripe, serán capaces de crecer más rápido y escalar internacionalmente.