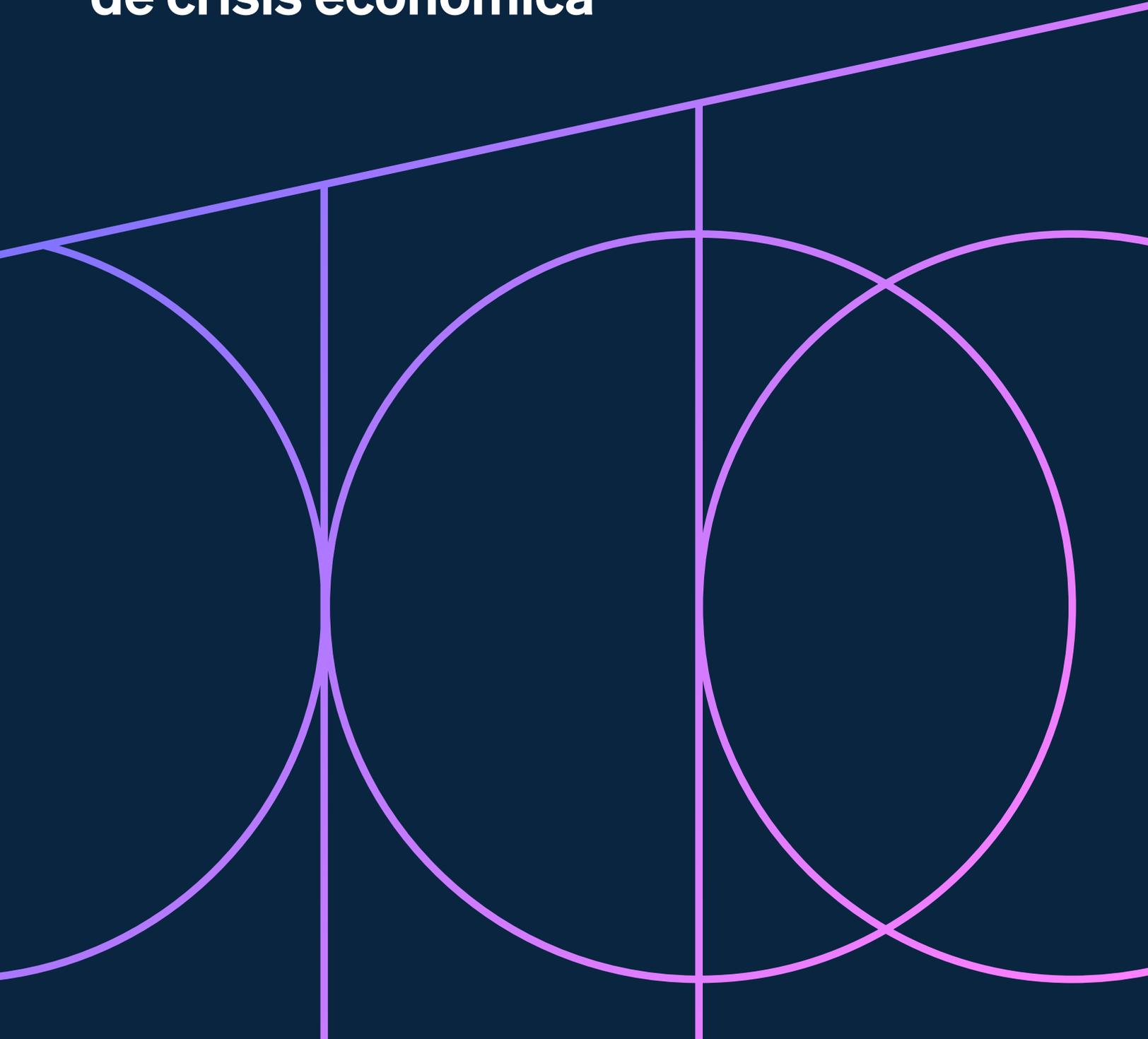




stripe
INSIGHTS

Estrategias del sector *fintech* y servicios de pago en tiempos de crisis económica



Introducción

Durante el último año, cuando todas las empresas —incluida la nuestra— se enfrentaron a nuevas dificultades económicas, nuestras conversaciones con los usuarios comenzaron a centrarse cada vez más en el crecimiento. Nuestra misión siempre ha sido aumentar el PIB de Internet y en momentos difíciles y de inestabilidad económica, ese objetivo se ha vuelto aún más importante.

En este sentido, hemos trabajado con Milltown Partners para encuestar a más de 2500 líderes de empresas, responsables de pagos, ejecutivos financieros y gerentes de productos de todo el mundo para averiguar cómo planean hacer crecer sus empresas en la situación económica actual. En concreto, les preguntamos por los tres caminos principales para obtener más ingresos y reducir los costos: la optimización del proceso de finalización de compra, la integración de servicios financieros y la automatización de las tareas administrativas.

En este informe presentamos los temas y las conclusiones más importantes de nuestro análisis y te decimos cómo puedes adaptarte con éxito a la situación económica actual. Además, les pedimos a varios usuarios y socios de Stripe que nos compartieran sus puntos de vista sobre sus previsiones para incluirlos a lo largo de este informe.

Resumen ejecutivo

- **Las empresas se centran tanto en el crecimiento como en la reducción de costos.** A pesar de los retos económicos, las empresas encuestadas están centrando sus esfuerzos casi de igual manera con un empate de 50-50 entre: encontrar nuevas formas de aumentar los ingresos y reducir los costos.
- **Las empresas adaptarán su *checkout* a la ubicación de sus clientes para maximizar los ingresos.** Del 39 % de las empresas que planean expandirse a nuevos países en 2023, el 82 % personalizarán su experiencia de *checkout* en función de la ubicación de los clientes y el 80 % ofrecerán diversos métodos de pago.
- **Casi todas las empresas, independientemente de su modelo de negocio y sector, planean integrar servicios financieros.** En 2023, el 75 % de las empresas de todo el mundo tienen pensado ofrecer servicios financieros integrados a sus clientes. La mayoría empezará por ofrecer cuentas bancarias y tarjetas.
- **Las empresas automatizarán las tareas financieras para liberar tiempo de los empleados.** Además, una mayoría significativa de los encuestados, afirmaron que si pudieran liberar una hora semanal del tiempo de sus ingenieros mediante la automatización de las tareas financieras, destinarían más del 20 % de ese tiempo a investigar o desarrollar nuevos productos y otro 20 % a mejorar los productos existentes.
- **Las empresas planean unificar sus proveedores de software.** El 70 % tiene previsto consolidar la cantidad de programas de software que utilizan en 2023, en particular el software de facturación y pagos B2B. Entre los líderes de empresas que afirman que planean consolidar proveedores, los principales objetivos son centralizar datos y reducir costos.

Las empresas buscarán nuevas formas de generar ingresos

Aunque esperábamos que las empresas redujeran los costos de manera drástica a fin de afrontar la crisis actual, nuestra encuesta reveló que muchas siguen centradas en encontrar nuevas oportunidades para obtener más ingresos. Les preguntamos a los encuestados si se centran más en reducir costos o en invertir en crecimiento, la mitad afirmaron que se comunican de manera activa con clientes nuevos e invierten en nuevas funcionalidades de productos, en lugar de centrarse principalmente en reducir costos.

Porcentaje de líderes de empresas que ya persiguen las siguientes fuentes de ingresos:



« Opinión de nuestros socios

Algunos de nuestros clientes de toda la vida se mostraron abiertos a debatir ideas sobre nuevas oportunidades que habían estado posponiendo. Cuando la economía estaba en auge, se centraron en ampliar sus líneas de negocio existentes. Actualmente, la sensación general es que quieren diversificar sus fuentes de ingresos y posicionarse para poder ofrecer a sus clientes más opciones que antes».

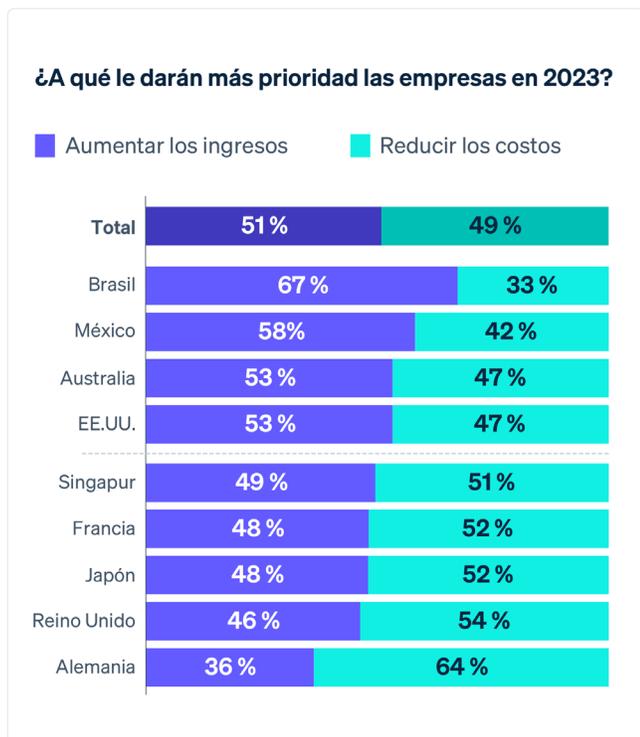
Michael Yared

CEO



Muchas empresas ya están ampliando sus nuevas fuentes de ingresos para satisfacer las necesidades cambiantes de sus clientes. Entre los modelos de negocio más utilizados se encuentran: la venta directa al consumidor, los programas de fidelidad, los *marketplaces* y la implementación del comercio electrónico en toda la cadena de suministro (es decir, ayudar a los distribuidores, revendedores o comerciantes minoristas a comprar productos del fabricante en línea).

Sin embargo, existen algunas diferencias en los resultados en función del país. Por ejemplo, los líderes de empresas de mercados emergentes como México y Brasil se centran más en aumentar sus ingresos, mientras que los de Alemania y el Reino Unido dan prioridad a la reducción de costos. Esto puede deberse a que las empresas de los mercados más experimentados (como Alemania y el Reino Unido) solo pueden crecer si desplazan a un competidor, lo que es difícil de lograr, mientras que las empresas de los mercados emergentes tienen más oportunidades naturales de expansión.



En esta sección, destacamos dos formas en que las empresas planean generar nuevos ingresos: optimizando la experiencia de *checkout* e integrando servicios financieros en su software.

Las empresas planean expandirse a nivel internacional, pero muchas siguen sin entender el valor de la adaptación local

Nuestros clientes comentan que una de sus principales preocupaciones es la conversión durante el proceso de compra. Destinan tiempo, dinero y recursos a generar reconocimiento de marca, atraer tráfico al sitio web y optimizar las páginas de sus productos y aun así, los posibles clientes abandonan sus carritos de compra a último momento. Esto resulta aún más difícil a medida que las empresas se expanden y tienen que adaptarse a las preferencias de pago de sus clientes en todo el mundo.

Gracias a nuestros [informes anteriores sobre el estado de los procesos de compra](#), sabemos que cualquier inconveniente en la experiencia de pago, por más pequeño que sea, puede generar pérdidas de dinero. El objetivo de esta encuesta, era averiguar si las empresas entienden la importancia de la optimización del proceso de *checkout* especialmente cuando crecen a nivel internacional.

Entre el 39 % de las empresas que tienen previsto expandirse a países completamente nuevos en 2023, el 82 % personalizarán la experiencia de *checkout* que ofrecen en función de la ubicación de sus clientes. Aunque este proceso de adaptación o localización no se trata únicamente de traducir la página y mostrar los precios en moneda local, sino también de ofrecer diversos métodos de pago en función de cada mercado.

« Opinión de nuestros clientes

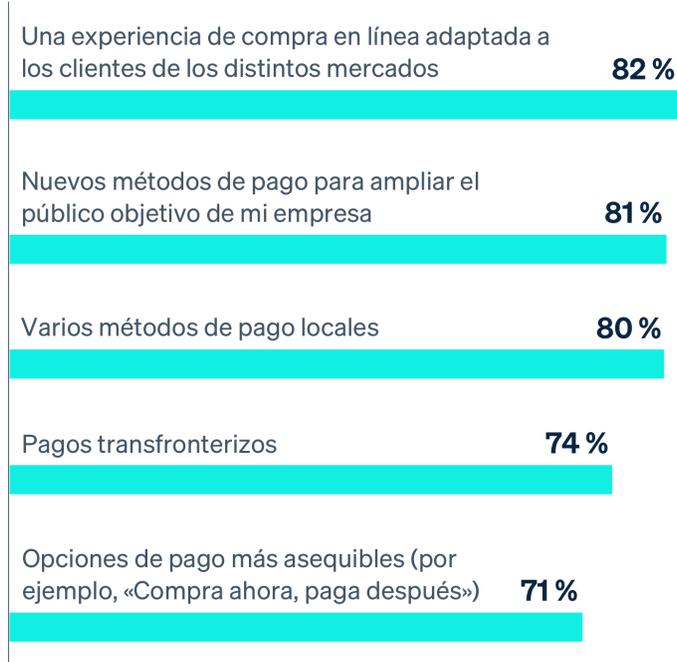
Durante las crisis económicas, solemos ver más innovación. Los líderes empresariales suelen buscar nuevas formas de generar oportunidades para optimizar y maximizar su negocio. Por ejemplo, analizar la automatización operativa para reducir costos y al mismo tiempo, ampliar la oferta comercial con nuevas ubicaciones y con métodos de pago adicionales que puedan facilitar la conversión de clientes».

Amit Sagiv

Codirector de Wix Payments



¿Cuáles de las siguientes optimizaciones del de checkout van a priorizar las empresas en 2023?



Sin embargo, muchas empresas aún no comprenden totalmente lo importante que son los métodos de pago para los clientes. Observamos que el 38 % de los líderes de empresas pensaban que los clientes no dejarían de completar el formulario de finalización de compra simplemente porque no incluía su método de pago preferido como opción disponible. Sin embargo, en [estudios anteriores de Stripe](#), el 85 % de los clientes afirmó que lo haría.

Prácticas recomendadas para adaptar la experiencia de checkout

- Identifica los principales países en los que deseas vender y asegúrate de adaptar de forma local la experiencia de checkout; para ello, traduce la página y muestra los precios en moneda local.

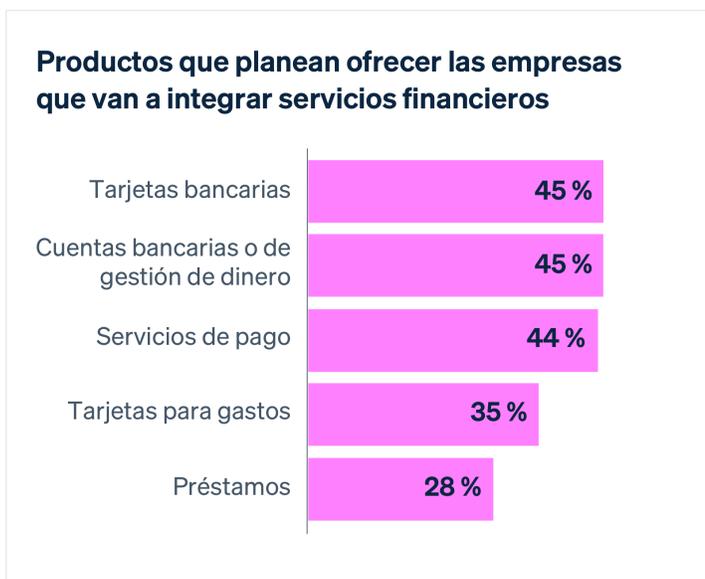
- Presenta de forma dinámica los métodos de pago correctos en el proceso de *checkout* en función de la ubicación de tus clientes o del dispositivo que utilicen.
- Personaliza los campos del formulario de pago para recopilar la información correcta para cada país. Por ejemplo, si tu formulario reconoce una tarjeta del Reino Unido, deberías añadir de forma dinámica un campo adaptado al formato del código postal británico.
- Considera la posibilidad de ofrecer servicios de la modalidad «compra ahora, paga después» si son populares en la zona donde están establecidos tus clientes y el valor medio de tus pedidos es elevado.

Casi todas las empresas planean integrar servicios financieros, independientemente de su modelo de negocio

La proliferación de las herramientas de banca como servicio (BaaS) facilitó más que nunca la **integración de servicios financieros** (como tarjetas de gastos empresariales, cuentas monetarias y el acceso a préstamos) de forma directa en sus productos. En los últimos años, predominó el uso de servicios financieros integrados en las plataformas verticales de SaaS (Software como Servicio), como la plataforma de software que se utiliza para que los electricistas administren su agenda, además de ofrecer la posibilidad de aceptar pagos y obtener servicios financieros dentro de la misma plataforma. Estas funcionalidades de los servicios financieros integrados permiten a las plataformas destacarse frente a la competencia al permitir que las empresas gestionen todo desde una sola herramienta, en lugar de tener que utilizar sistemas dispares y lidiar con requisitos bancarios complejos.

Sin embargo, de los 2500 líderes de empresas provenientes de sectores como el tecnológico, el comercio electrónico, los servicios financieros y el industrial que encuestamos, el 75 % afirmó que es probable que opten por la integración de

servicios financieros digitales en 2023. Esto significa que casi todas las empresas que encuestamos, independientemente del modelo de negocio, tienen interés en convertirse en proveedoras de servicios financieros. Los servicios financieros integrados aún son relativamente nuevos y representan una herramienta tan flexible que las empresas mostrarán esta tendencia de maneras diferentes (según la naturaleza del negocio y su relación con los clientes). Por ejemplo, es posible que una empresa de comercio electrónico de venta directa al consumidor ofrezca una tarjeta de fidelidad que recompense a los clientes cada vez que compren en esa empresa o un *marketplace* multilateral puede ofrecer cuentas financieras y tarjetas para transferencias a cuentas bancarias a sus proveedores de servicios.



Sin embargo, encontramos algunas diferencias según la ubicación de la empresa. Las empresas en mercados emergentes, como Brasil y México, tienen más probabilidades de ofrecer servicios financieros integrados que las empresas en economías más consolidadas. Es posible que esto se deba a que los proveedores de servicios financieros tradicionales en los mercados emergentes no están satisfaciendo las expectativas de los clientes, lo que agudiza la necesidad de contar con alternativas.

« **Opinión de nuestros socios**

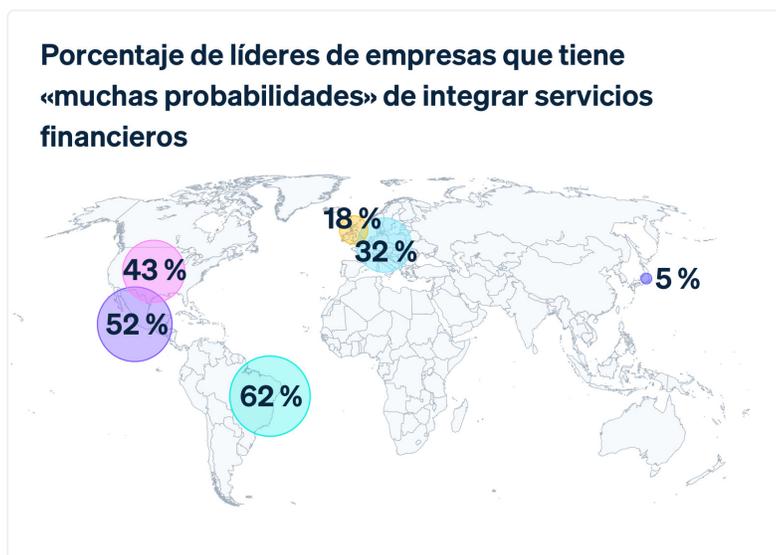
Los mercados emergentes suelen liderar la innovación en materia de pagos, debido a la menor penetración de las redes de tarjetas y los servicios financieros tradicionales, además del rápido desarrollo de los operadores de telecomunicaciones y de Internet. La rápida expansión de la disponibilidad de Internet y de teléfonos inteligentes en estos países, han ofrecido a esos consumidores lo que nosotros en mercados financieros más desarrollados, consideramos alternativas».

Dan Carter
 Director Ejecutivo de estrategia de pagos internacional



Los mercados en crecimiento tienen más probabilidades de integrar los servicios financieros digitales que los mercados más desarrollados:

- El **62 %** de los líderes en Brasil tiene muchas probabilidades de hacerlo
- El **52 %** de los líderes en México tiene muchas probabilidades de hacerlo
- El **43 %** de los líderes en Estados Unidos tiene muchas probabilidades de hacerlo
- El **32 %** de los líderes en Alemania tiene muchas probabilidades de hacerlo
- El **18 %** de los líderes en el Reino Unido tiene muchas probabilidades de hacerlo
- El **5 %** de los líderes en Japón tiene muchas probabilidades de hacerlo



También observamos que las empresas en Japón son las que tienen menos probabilidades de considerar la integración de servicios financieros en 2023. Es posible que esto se deba a que muchas empresas japonesas tradicionales aún utilizan sistemas internos heredados que no permiten incluir servicios financieros adicionales.

Prácticas recomendadas para integrar servicios financieros

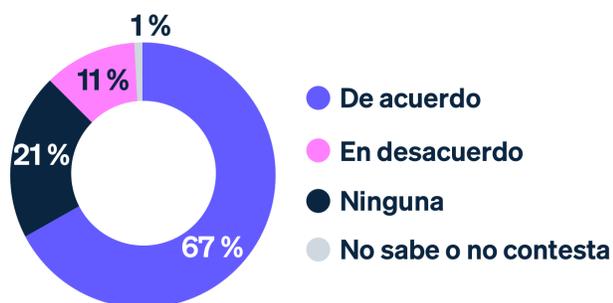
- Identifica un público objetivo desatendido y que tenga una gran necesidad. Los bancos e instituciones financieras tradicionales suelen crear ofertas generales para todo el mercado, lo que permite que tu empresa desarrolle productos financieros adaptados a un público específico.
- Si los clientes están interesados en la financiación, pero tu empresa no está preparada para ofrecer el acceso formal a los préstamos, considera habilitar los métodos de pago de la modalidad **«compra ahora, paga después»**. Estas opciones de pago permiten a los clientes financiar las compras por comercio electrónico de inmediato y pagarlas a plazo en cuotas fijas.
- Decide cómo vas a desarrollar tu solución de servicios financieros integrados. No es necesario que seas el titular de la infraestructura financiera o de la tecnología que utilizas (aunque, desde luego, puedes optar por ello). En su lugar, puedes trabajar directamente con un banco o asociarte con un proveedor de BaaS. La mayoría de las empresas utilizan una solución BaaS para desarrollarse y salir al mercado con mayor rapidez y facilidad. Lee nuestra **guía de introducción a BaaS** para saber qué debes buscar al seleccionar un proveedor de BaaS.

Las empresas reducirán los costos mediante la automatización

Además de buscar obtener más ingresos, las empresas se centran cada vez más en mejorar sus márgenes de beneficios y afirman que esto responde directamente a la creciente presión económica.

¿En qué medida están de acuerdo las empresas con la siguiente afirmación?

«La crisis económica hace que mi empresa se centre en mejorar sus márgenes»



Sin embargo, los líderes no buscan necesariamente reducir o pausar sus inversiones en sus planes de contratación, productos o expansión. En su lugar, se centran en estrategias sostenibles a largo plazo, como la automatización de tareas manuales repetitivas (para aumentar la eficiencia) y la consolidación de proveedores de software.

Las empresas automatizarán las tareas financieras para que los equipos de ingeniería y finanzas puedan dedicar más tiempo al trabajo estratégico

Cuando los recursos son limitados, las empresas se esfuerzan más para garantizar que sus equipos de ingeniería y negocios se centren en lo más importante, como mantener el producto principal y agregar nuevas funcionalidades, en lugar de dedicar horas a tareas que no contribuyen al crecimiento. Sin embargo, las empresas afirman que sus equipos dedicaron más tiempo en lugar de reducirlo, al trabajo operativo en los últimos tres años.

Entre directores financieros y personas con cargos de responsabilidad en departamentos de finanzas...



El 62 %

de los encuestados coincide en que el cumplimiento de la normativa fiscal se convirtió en una prioridad mayor en el intento de reducir costos y evitar multas.



El 60 %

coincide en que, en los últimos tres años, su equipo financiero dedicó más tiempo al trabajo operativo y menos al estratégico.



El 60 %

está de acuerdo en que la mala calidad de los datos dificulta el cierre de libros contables con precisión y a tiempo.

« Opinión de nuestros socios

La gestión de los datos de las empresas es un ámbito en el que existe una gran discrepancia entre el estado ideal y la realidad. Sabemos que los datos son valiosos y también que son cada vez más importantes cuando se combinan con otros datos para llegar a mejores conclusiones, el problema es que los datos se recopilan en silos. Las empresas que inviertan en sistemas para recopilar, centralizar datos y extraer conclusiones a partir de ellos, estarán mejor equipadas para navegar en los entornos económicos inciertos que se avecinan».

Kieran Kennedy

Director de *marketplace*



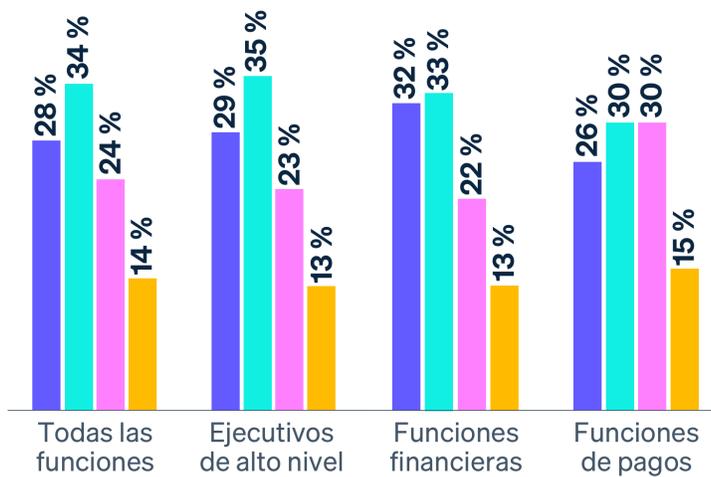
Cumplir con la normativa fiscal es siempre igual de importante, pero puede tener un impacto aún mayor durante una crisis económica, ya que las empresas se centran más en reducir costos y deben evitar multas adicionales. Por ejemplo, si las empresas ignoran las complejidades fiscales, corren el riesgo de incumplir totalmente la normativa y de pagar multas e intereses, además de los impuestos no recaudados.

Asimismo, las empresas pierden tiempo y dinero al intentar cerrar sus libros contables. El 31 % de los encuestados afirma que unificar los datos de varios orígenes es la tarea más laboriosa que su equipo financiero se podría evitar. Las empresas, sobre todo las grandes empresas con más de mil empleados, suelen tener varios proveedores de software, una combinación de sistemas propios y externos, además de sistemas heredados que con el tiempo, les quedan chicos. Esto descentraliza los datos, lo que obliga a los equipos financieros a descargar de manera manual, los informes de los distintos sistemas para cerrar sus libros contables o conciliar transacciones.

A fin de ahorrar tiempo y recursos a los empleados, las empresas prevén automatizar estas tareas financieras habituales, como la elaboración de informes y la conciliación. En concreto, las empresas quieren automatizar la facturación y los pagos B2B, así como la contabilidad y la conciliación de ingresos.

Procesos financieros que las empresas están deseando automatizar

- Contabilidad y conciliación de ingresos
- Facturación y pagos B2B
- Facturación y cotización a efectivo
- Cálculo y declaración del impuesto



La automatización de tareas permite que las empresas destinen más tiempo a sus prioridades. Una mayoría significativa de los encuestados afirmaron que si pudieran liberar una hora semanal del tiempo de sus ingenieros, destinarían más del 20 % de ese tiempo a investigar o desarrollar nuevos productos y otro 20 % a mejorar los productos existentes.

Prácticas recomendadas para automatizar las tareas financieras

Una de las formas más sencillas para ahorrar recursos y tiempo a los empleados, es encontrar un proveedor de software que pueda automatizar las siguientes tareas:

- **Conciliación de facturas:** conciliar de manera manual las facturas con los pagos recibidos puede suponer muchas horas de trabajo por cada transacción. En su lugar, busca un proveedor que ofrezca la conciliación automática, que verifique automáticamente que las facturas emitidas coincidan con los pagos recibidos para que tus equipos de contabilidad y finanzas no tengan que hacerlo de manera manual.
- **Reconocimiento de ingresos:** los informes de ingresos y el cumplimiento de la normativa de contabilidad internacional (como la ASC 606 y la IFRS 15) se complican rápidamente a medida que aumentan los volúmenes de pagos y las líneas de productos. La solución ideal ayuda a simplificar los procesos de contabilidad y reconocimiento de ingresos sin necesidad de recursos de ingeniería adicionales o configuraciones complicadas. Esta herramienta debería darte una visión completa de tus ingresos y permitirte acceder a los datos de las transacciones, de la gestión logística y a las condiciones de facturación, así como analizar toda esta información.
- **Declaración de impuestos:** elige un proveedor de software que pueda verificar automáticamente tus obligaciones fiscales, además de ayudarte a cumplir con la normativa y cobrar el importe correcto de impuestos en función de la ubicación de tus clientes. Deberías poder acceder instantáneamente a toda la información que necesitas para cada ubicación de presentación, de modo que tú o tu contador puedan declarar y enviar impuestos fácilmente.

Las empresas unificarán la cantidad de programas de software que utilizan para centralizar los datos y reducir los costos

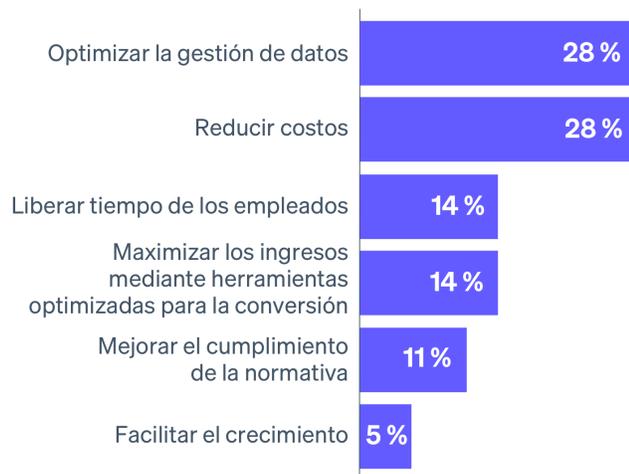
La década de 2010 se caracterizó por la explosión de los proveedores de SaaS, que permitieron que las empresas automatizaran funciones comerciales esenciales para liberar tiempo y recursos. Sin embargo, nuestra encuesta sugiere que esta proliferación generó un nuevo problema: demasiados proveedores.

El 41 % de las empresas afirman que implementaron un nuevo software de pagos de terceros en los últimos dos años y como resultado, dedican más tiempo del que desearían a la gestión de proveedores. El 70 % tienen previsto consolidar la cantidad de programas de software que utilizan en 2023, en particular el software de facturación y pagos B2B.

Entre los líderes de empresas que afirman que planean consolidar proveedores, los principales objetivos son centralizar datos y reducir costos.

Principales motivos por los que las empresas planean consolidar los proveedores de SaaS

¿Cuál es la razón principal por la que tu empresa desea llevar a cabo la consolidación?



« Opinión de nuestros clientes

Las soluciones de pago son siempre muy importantes y complejas y requieren muchos recursos para su creación, mantenimiento y desarrollo continuo. A diferencia de cuando se tiene un retorno de inversión en la compra de nuevas tecnologías de pago demostrado, especialmente cuando existe la posibilidad de asociarse con un proveedor de software que cuenta con especialistas propios y puede preparar el sistema para el futuro».

John Low

Director de riesgo digital

**F R A S E R S
G R O U P**

Además, el 20 % de las empresas desarrollaron su propio software en los últimos dos años y más de la mitad se arrepiente de esa decisión.

Las soluciones propias pueden generar costos inesperados a largo plazo, ya que requieren un mantenimiento continuo para admitir lanzamientos de nuevos productos, modelos de negocio, experimentos de tarifas, expansión internacional, cambios en los requisitos normativos y muchos otros desafíos a medida que las empresas crecen.

Entre los líderes de empresas que desarrollaron un software propio



El 52 %

se arrepiente del tiempo o el costo que invirtieron en desarrollar y utilizar soluciones propias.



El 73 %

coincide en que el uso de programas de software de facturación o pagos propios conlleva costos de oportunidad.

Prácticas recomendadas para unificar proveedores de software

- Considera la posibilidad de unificar el software financiero (como pagos recurrentes, facturación y reconocimiento de ingresos) en un solo sistema, en lugar de utilizar soluciones puntuales para mejorar la elaboración de informes y cerrar los libros contables con mayor rapidez.
- Busca un proveedor de servicios de pago que te permita sincronizar las métricas de negocio críticas con tu almacén de datos, de modo que puedas elaborar informes detallados y acceder a todos los datos desde un solo lugar.
- Unifica los pagos electrónicos y en persona con un único proveedor para obtener una visión completa de tus clientes en todos los canales.
- En lugar de utilizar una solución antifraude independiente, elige un proveedor de servicios de pago que pueda detectar y bloquear automáticamente el fraude, además de mejorar tus tasas de autorización de pagos.

¿Cómo puede ayudarte Stripe?

Stripe es una plataforma que actúa como infraestructura financiera y ayuda a las empresas a encontrar nuevas oportunidades de crecimiento ante la crisis económica. A diferencia de los procesadores de pagos tradicionales, Stripe prioriza la tecnología en la resolución de problemas de pagos y se encarga de todas las complejidades que implica el movimiento de dinero para que los equipos puedan ser más rápidos, llegar antes al mercado y destinar los recursos donde más se necesiten.

Todos nuestros productos ofrecen componentes básicos, con poco código o sin código, que pueden combinarse de diferentes maneras, en función de lo que necesiten tus clientes y de lo que sea relevante para tu empresa.

Acepta pagos electrónicos, en persona o a través de tu plataforma

- Acepta **pagos** y transfiere dinero a nivel internacional con las potentes optimizaciones inteligentes y las API de Stripe, diseñadas para ayudarte a obtener más ingresos.
- Detecta y bloquea el **fraude** mediante modelos de *machine learning* que se alimentan de datos de millones de empresas de todo el mundo.
- Crea tu propio **proceso de compra en persona** y unifica tus canales en línea y fuera de línea con herramientas flexibles para los desarrolladores, lectores de tarjetas previamente certificados y gestión de hardware basada en la nube.
- Integra pagos y transferencias a cuentas bancarias en tu **plataforma o marketplace**, amplía las experiencias de pago de extremo a extremo y crea nuevas fuentes de ingresos, como suscripciones, *marketplaces*, venta directa al consumidor y programas de fidelidad.

Automatiza el cobro de ingresos y las finanzas

- Factura a los clientes mediante **suscripciones** o **facturas** puntuales, obtén más ingresos, admite nuevos productos o modelos de negocio y acepta pagos recurrentes en todo el mundo.
- Optimiza la **contabilidad** para poder cerrar los libros contables con rapidez y precisión, además, automatiza y configura los informes de ingresos para simplificar el cumplimiento de la normativa.

- Sincroniza tu cuenta de Stripe **con tu almacén de datos** para cerrar los libros contables más rápido y obtener más información sobre tu empresa.
- **Automatiza el cobro de impuestos** en tus transacciones, simplifica el cumplimiento de la normativa fiscal y accede a los informes que necesitas para presentar las declaraciones de impuestos.

Integra servicios financieros en tu plataforma o producto

- Crea, gestiona y amplía un **programa de tarjetas** comerciales con tarjetas físicas y virtuales para tus clientes o las propias necesidades de tu empresa.
- **Integra una cuenta de gestión de gastos** en tu *marketplace* o plataforma para permitir que tus clientes retengan fondos, paguen facturas, ganen intereses y gestionen el flujo de caja.
- Ofrece una **financiación rápida y flexible** para que los usuarios puedan gestionar los flujos de caja e invertir en crecimiento.

Para obtener más información sobre cómo Stripe puede ayudarte a hacer crecer tu empresa, **contacta con nuestro equipo de ventas**.

Las tarjetas de crédito comerciales de Visa® se emiten mediante Celtic Bank, un banco industrial autorizado en Utah, miembro de la FDIC.

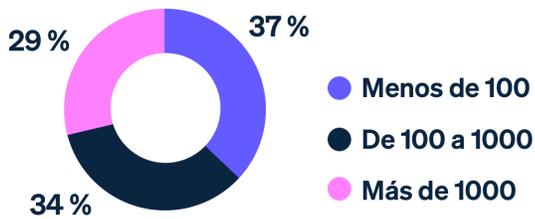
Stripe Treasury es proporcionado mediante Stripe Payments Company, una entidad de transferencia de dinero con licencia, con fondos que se encuentran en Evolve Bank & Trust y en Goldman Sachs Bank USA, miembros de la FDIC.

Los préstamos de capital los emite Celtic Bank, un banco industrial autorizado en Utah, miembro de la FDIC. Todos los préstamos están sujetos a la aprobación de crédito.

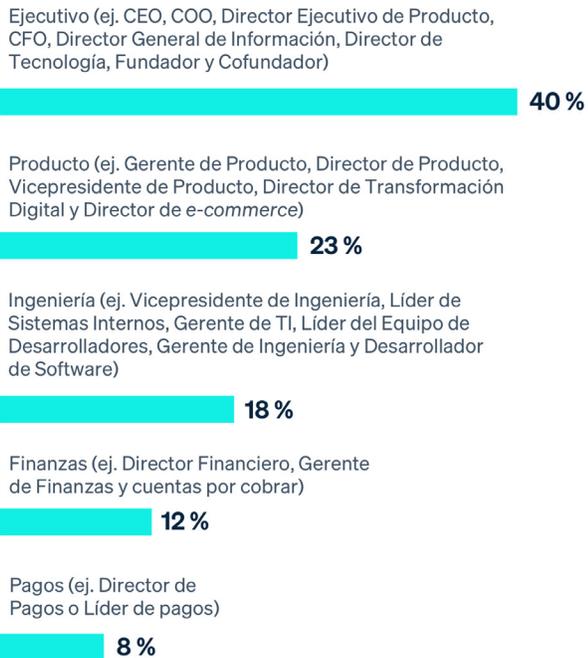
Metodología

Trabajamos con Milltown Partners (en colaboración con su proveedor de datos, Focaldata) para encuestar a más de 2500 líderes de empresas de 9 mercados de todo el mundo (Alemania, Australia, Brasil, Estados Unidos, Francia, Japón, México, Reino Unido y Singapur) que estiman que sus empresas obtienen al menos el 10 % de sus ingresos de las ventas en línea.

Cantidad de empleados



Puesto actual en la empresa





stripe
INSIGHTS

Para obtener más información sobre cómo Stripe puede ayudarte a hacer crecer tu empresa, **contacta con nuestro equipo de ventas.**

