

SERVICIOS

El sistema de pago PayPal amenaza el imperio de las tarjetas de crédito

El sistema de pago 'online' tiene 60 millones de cuentas activas en 190 países ● Sus ingresos se disparan a una media anual del 35% ● En España, las tarjetas de crédito dominan el 93% de las transacciones en Internet

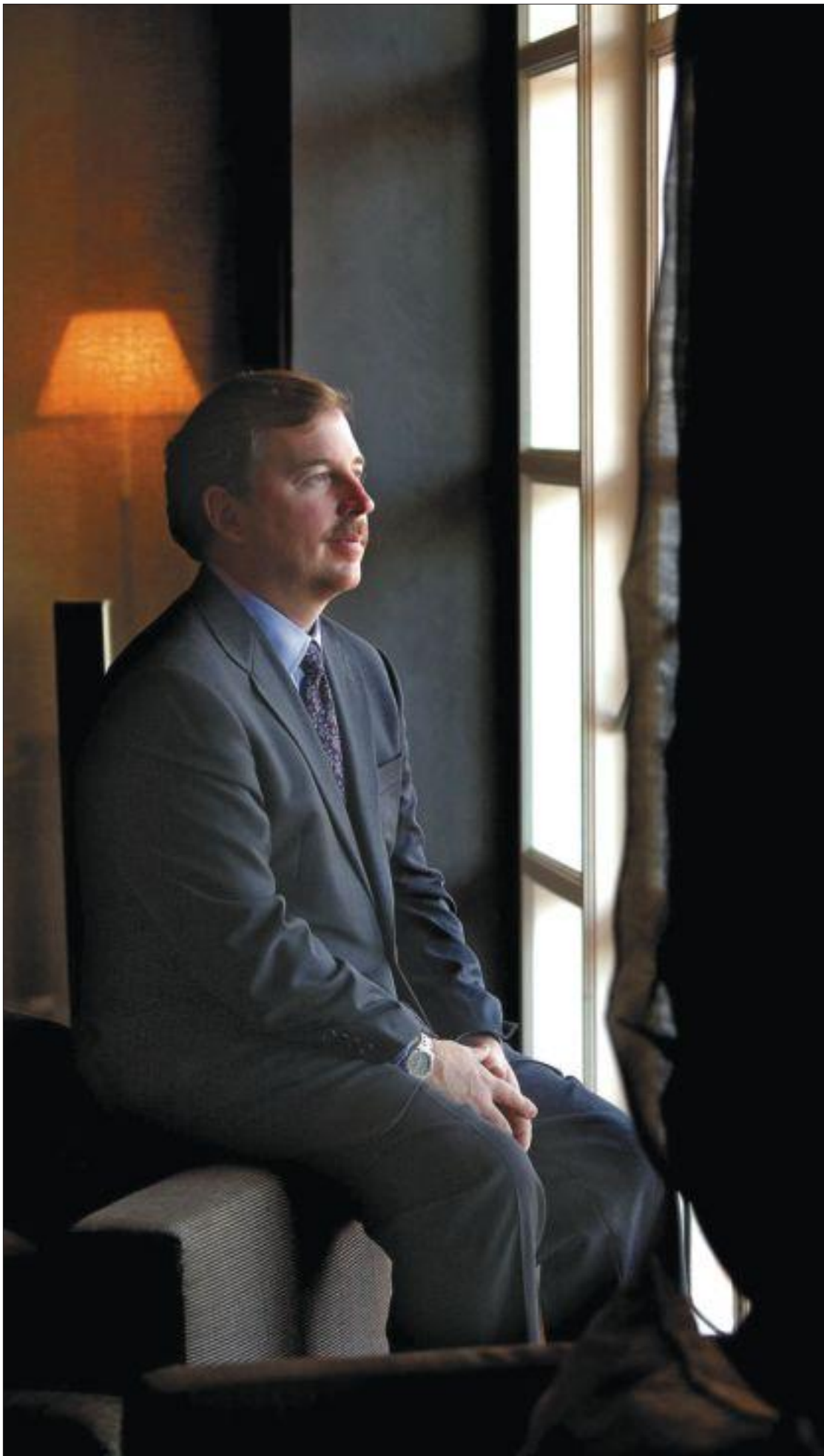
MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Scott Thompson se siente un hombre con suerte. Apenas ha cumplido seis meses al frente de PayPal y en su inmutable sonrisa ya se intuye el peso de la responsabilidad. PayPal es uno de los iconos de Internet: navegó en la tormenta de las *puntocom*, se convirtió en la niña bonita de eBay, y hoy es líder en sistemas de pago *online*, con más de 60 millones de cuentas activas, 1.900 millones de dólares de ingresos anuales, 6.500 empleados y presencia en 190 países.

Desde un rincón del californiano San José, Thompson mueve los hilos. La pequeña *start-up* que a comienzos de 2000 supuso una amenaza para el dominio de eBay, opera hoy en el corazón de su cuartel general. Le bastaron dos años desde su fundación en 1998 para arrasar entre los internautas más avezados, y especialmente en eBay, donde el 25% de las transacciones se hacían a través de PayPal y no con el sistema propietario de la *web* de subastas. Meg Whitman, la carismática consejera delegada de eBay durante los 10 últimos años, utilizó una estrategia sencilla pero efectiva: si no puedes con ellos, cómpralos.

Los 1.500 millones de dólares que puso sobre la mesa en el verano de 2002 convencieron a Peter Thiel y Max Levchin, fundadores de PayPal, para vender la compañía. Sin saberlo, su idea visionaria de "crear una nueva moneda mundial" estaba moldeando los cimientos del comercio electrónico. Mucho ha cambiado desde entonces. Sobre todo los nombres. Whitman renunció a eBay el pasado enero y Scott Thompson ha saltado al trono del nuevo PayPal. "Meg era increíble, sólo puedo aplaudir su logro de transformar eBay en un fenómeno global".

El reto de Thompson será muy similar: extender el reinado de PayPal más allá del paraguas de eBay; construir una marca mundial de pagos *online*. Parte de un legado inmejorable. En 2007, PayPal generó transacciones por valor de 47.400 millones de dólares, el 40% fuera de Estados Unidos; eBay es todavía la clave del éxito. Casi el 60% de las operaciones de PayPal proviene de la página de compra venta de productos. Pero el negocio fuera de eBay, según Thompson, "está creciendo muchísimo". Y marca distancias: "¿Google Checkout? Sí, es competidor, pero nosotros ofrecemos más elección y en más países". **Página 5**



Scott Thompson, en su visita a Barcelona.

CARMEN SECANELLA



Seguridad

El ciberespionaje industrial creció el 18% en España durante el último año

Página 3



Internet

Crear los nuevos dominios aprobados por el ICANN costarán más de 31.000 euros

Página 6



Arte

El español Jordi Jordà, premio Ars Electronica por su mesa sensible Reactable

Página 8



Tribunales

El artista Steve Kurtz, absuelto de fraude postal tras comprar bacterias por la Red

Página 8



Cultura

Dinosaurios virtuales en el Museo Paleontológico de Elche

Página 9

SERVICIOS



Scott Thompson.

CARMEN SECANELLA

Thompson: "La mayoría de pagos con PayPal se harán fuera de eBay en 2009"

El presidente de PayPal apuesta por el crecimiento de los pagos por móvil ● En Australia, el portal de subastas sólo acepta pagos con este sistema ● "El comercio electrónico en España se desarrollará rápidamente"

Viene de primera página

A sus 50 años, Scott Thompson conoce muy bien las entrañas de PayPal. Desde 2005 ha sido el responsable de la arquitectura, estrategia y desarrollo tecnológico de la compañía. Su pasado como director de Tecnología en Inovant, filial de Visa, y en Barclays Global Investors, le ha conferido una reputación de tecnólogo. Ahora se enfunda el traje de consejero delegado en sustitución de Rajiv Dutta, número tres de eBay.

Pregunta. Las tarjetas de crédito siguen siendo, de lejos, el medio de pago preferido en Internet. ¿Desbancarán algún día a Visa y Mastercard?

Respuesta. No es el objetivo. Competimos con el comportamiento del consumidor, con su costumbre de introducir directamente en la *web* sus datos financieros. Nuestra propuesta es ofrecer cualquier medio de pago, tarjetas de crédito, débito, cheques... para hacer las transacciones seguras y fáciles.

P. ¿Les preocupa el crecimiento de servicios como Google Checkout o Bill Me Later?

R. El mercado de pagos tiene un volumen enorme, siempre habrá competencia. Son competidores directos, pero ofrecemos mayor capacidad de elección en el pago y estamos en muchos más países. Partimos de un punto muy bueno.

P. ¿Por qué PayPal es más seguro que utilizar Google Checkout o tarjeta de crédito?

R. Quien utiliza PayPal nunca comparte su información financiera en una transacción. Enviamos el dinero a los vende-

dores en tu nombre, tú escoges dónde quieres recibir los productos y al comerciante le facilitamos identificadores de venta para registrar la transacción.

P. Aun así, el *phishing* y robo de identidad será un problema para los medios de pago.

R. El *phishing* afecta a toda la industria. Cualquiera que tenga presencia en Internet tie-

"Checkout y Bill Me Later son competidores directos, pero ofrecemos mayor capacidad de elección en el pago y estamos en muchos más países"

ne que preocuparse. Trabajamos mucho con los proveedores de servicios de Internet para resolver estos problemas. Con Microsoft trabajamos en mejorar la seguridad del navegador al acceder a PayPal.

P. Recientemente, su responsable de seguridad, Michael Barrett, aconsejó no utilizar Safari por problemas de seguridad. ¿Siguen manteniendo la recomendación?

R. Colaboramos mucho con Apple. Sobre Safari, Barrett se refería a que esperaba ver desarrolladas algunas de las opciones de seguridad disponibles en otros navegadores, cosa que están haciendo.

P. El 58% de los pagos realizados con PayPal provienen de compras en eBay. ¿Buscan aumentar su peso fuera de eBay?

R. Nuestro negocio fuera de

eBay crece muy rápidamente, en 2009 los pagos fuera de eBay serán mayores. Cada vez más comercios y empresas acuden a PayPal como método de pago en su *web*. Dos millones de empresas lo utilizan tanto dentro como fuera de eBay.

P. El primer trimestre del año ha sido muy bueno, con un incremento del 32% en ingresos, al igual que durante el 2007. ¿No notarán la crisis?

R. Apenas hemos comenzado a conseguir los objetivos que nos planteamos. Tenemos una penetración del 54% de los productos vendidos en eBay. Hemos implantado PayPal en Skype, con una penetración del 30%, y en otras propiedades de eBay como Stubhub.com o Marktplaats.nl.

P. El 43% del negocio de PayPal proviene de fuera de Estados Unidos. ¿Qué importancia tiene España en su estrategia?

R. No publicamos datos por países, pero España es muy importante. Este año, nuestro negocio internacional rebasará al de EE UU y será un cambio permanente, queremos crecer mucho en Asia. España no es el mercado más grande en Europa, pero el comercio electrónico se desarrollará muy rápido.

P. La mitad de los internautas españoles no compran *online*. ¿No le parece mucho?

R. No todos los sectores y empresas han trasladado su negocio a Internet. El comercio electrónico en España aún se basa en viajes, billetes de vuelos, hoteles... Ocurre en muchos países. Educando al consumidor es cuestión de tiempo.

P. Recientemente, eBay Australia decidió aceptar sólo PayPal como medio de pago. Han llovido las críticas en todo el mundo. ¿Por qué se hizo?

R. PayPal es sinónimo de elección. Lo que queremos hacer en Australia es aumentar el nivel de seguridad de los pagos y la confianza entre el comprador y el vendedor. Sabemos que PayPal es el método de pago más seguro en un mercado *online* abierto.

P. ¿Tomarán la misma decisión en Europa o EE UU?

R. Estamos analizando muy de cerca lo que ocurre en Australia y de ahí aprenderemos mucho. De momento no hemos tomado la misma decisión en ningún otro país.

P. ¿Piensan invertir en nue-

"Cada vez más comercios acuden a PayPal como método de pago en su *web*. Dos millones de empresas lo emplean tanto dentro como fuera de eBay"

vos canales de pago?

R. Seguimos invirtiendo en el móvil. Será una plataforma muy interesante en el futuro. Y en nuevas formas de pago, como *Pay Later*, que hemos estrenado en Estados Unidos y lanzaremos fuera. También aceptaremos más divisas, hace poco hemos anunciado el shekel israelí. No tardaremos mucho en comerciar con todas las divisas del mundo.

La tarjeta de crédito arrasa en España como medio de pago en la Red

M. Á.-M.

El comercio electrónico se prepara para despegar en los próximos años. En España, las compras *online* mueven anualmente más de 3.000 millones de euros, según Red.es. Aun así, sólo el 16% de españoles compra en Internet, frente al 28% de media en Europa. El cambio lo imprimirán los jóvenes consumidores, menos desconfiados sobre la privacidad de sus datos financieros. Según Forrester Research, el 31% de los compradores *online* en Europa llevan menos de un año en la Red.

Los sistemas de pago alternativos aspiran a convertirse en la llave del comercio electrónico. PayPal ha sido el primero en llegar y hoy es el gigante en un mercado todavía diminuto comparado con el volumen de transacciones amasadas directamente por Visa, Mastercard y los grandes bancos. "En EE UU tenemos el 25% de las ventas totales, pero globalmente nuestra cuota es del 9%", asegura Thompson. El reconocimiento de marca de PayPal es imbatible: el 97% de los consumidores en EE UU que han oído o usado medios de pago en Internet conoce PayPal, frente al 21% de Checkout.



Paypal.

En Europa, Paypal cobra entre el 1,9% y el 3,4% del volumen de la operación más 0,35 euros de comisión. Firmas como iTunes, Dell o Delta Airlines ya lo admiten, pero otras como Amazon, en lucha directa con eBay, o grandes supermercados se resisten. Su prioridad es extenderse por Europa. "El 24% de nuestro volumen de pagos es entre países", señala Thompson.

En EE UU, el servicio más popular después de PayPal es Bill Me Later. Cuenta con más de 200 empleados y 900 compañías aceptan el sistema, entre ellas Walmart y Toys Rus. El pasado diciembre, Amazon asestó un golpe a eBay al anunciar el soporte a Bill Me Later. Poco antes, la compañía de Jeff Bezos había lanzado FPS (Flexible Payment Service, en sus siglas en inglés), una aplicación *web* con la que los desarrolladores pueden crear sistemas de pago sin necesidad de recurrir a PayPal. El otro contendiente, Google Checkout, disponible sólo en EE UU y Reino Unido, controla menos del 4% de los pagos *online*. Google cobra menos comisiones y regala cupones de 10 dólares.

En España, los medios de pago alternativos sobreviven a la sombra de las tarjetas de crédito. Sólo el 7% de las compras son con PayPal. ePagado, desarrollado por Bankinter, lucha por aumentar sus 180.000 registros y casi 3.000 comercios adheridos.

PAYPAL: www.paypal.com
BILL ME LATER: www.billbelater.com