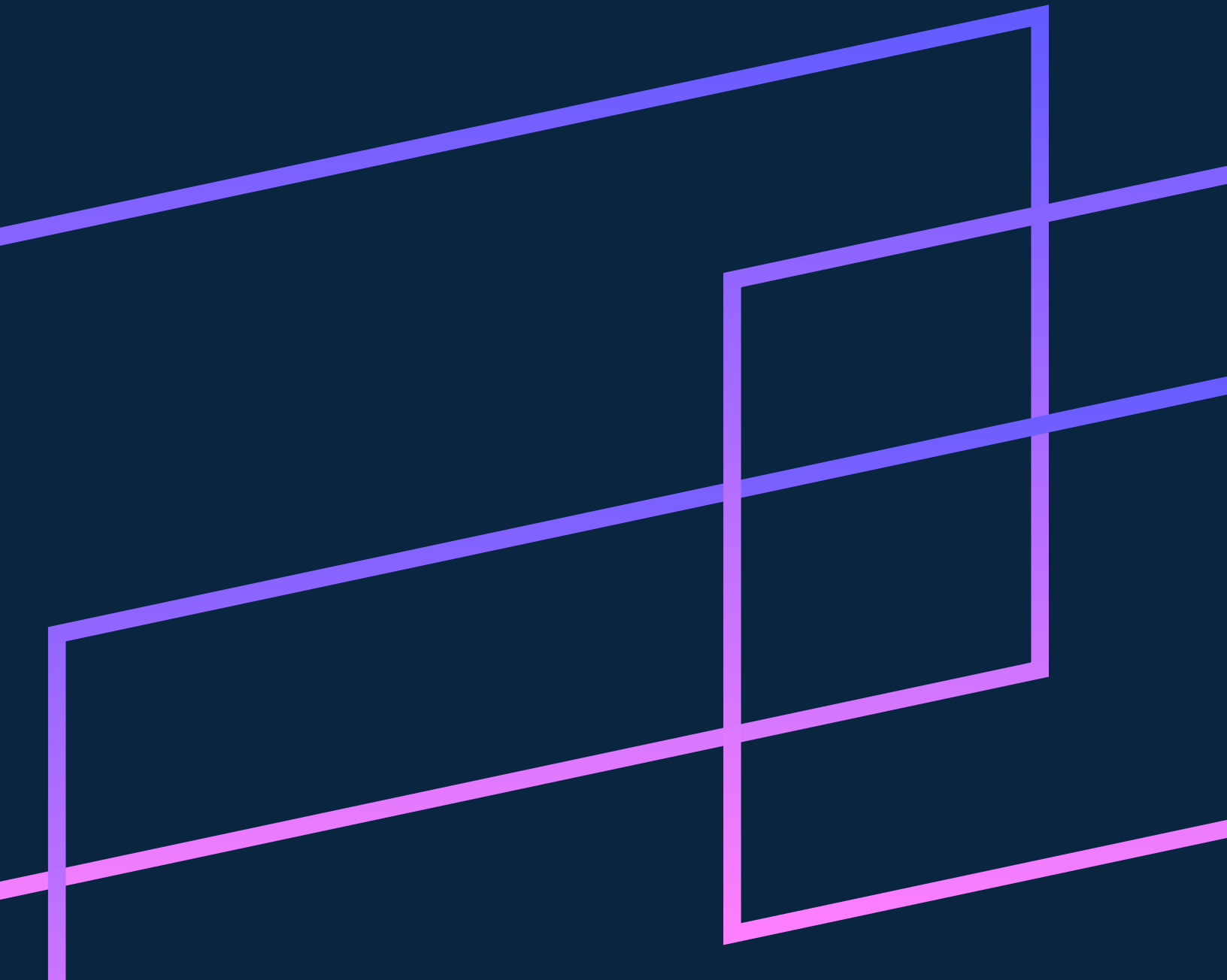




Guía sobre solicitudes de propuestas (RFP) de proveedores de pago



Introducción

La diversificación de la plataforma de Stripe es un fiel reflejo de nuestra filosofía: creemos que el procesamiento de pagos —tal y como se ha entendido tradicionalmente— es una oferta demasiado reducida para dar respuesta a lo que la mayoría de empresas quiere solucionar cuando busca un proveedor de pagos. En la última década, los pagos han dejado de ser, simplemente, el origen de buena parte de los costes de una empresa para convertirse en un propulsor estratégico para la innovación, el aumento de los ingresos y la transformación del negocio. Los compradores de hoy día quieren algo que va mucho más allá de un servicio *low-cost*.

Muchas de las empresas que recurren a Stripe buscan cambiar un sistema heredado y poco flexible por otro que ofrezca un mantenimiento más sencillo y económico. Quieren un proveedor moderno y con un amplio abanico de funcionalidades que pueda unificar los datos de las transacciones en todos sus sistemas, hacer realidad el potencial de innovación de su negocio y adaptarse a su pila tecnológica actual. La plataforma de Stripe ha evolucionado para dar respuesta a estas necesidades: ahora es más modular e interoperable que nunca y ofrece tanto herramientas básicas de procesamiento de pagos como funciones para optimizar el proceso de compra, detectar el fraude, elaborar informes, reconocer los ingresos y mucho más.

En esta guía sobre solicitudes de propuestas (a las que se suele hacer referencia con las siglas RFP), hemos recogido las funcionalidades más esenciales —aunque, a veces, se pasen por alto— que deberías tener en cuenta a la hora de elegir un proveedor de pagos. Estas son las preguntas que nuestros clientes nos han dicho que les hubiese gustado formular a sus anteriores proveedores. Ten en cuenta que esto no es una lista exhaustiva de criterios de RFP, sino más bien una serie de preguntas (más allá de las cuestiones básicas sobre las pasarelas y el procesamiento de pagos) que pueden serte de utilidad.

Si quieres empezar a trabajar en tu solicitud de propuestas cuanto antes, al final de esta guía encontrarás una plantilla con preguntas relacionadas con los aspectos más importantes que debes tener en cuenta:

- 1 Requisitos del modelo de negocio
- 2 Experiencia de integración
- 3 Arquitectura
- 4 Rendimiento de los pagos
- 5 Cobertura internacional y optimización del proceso de compra
- 6 Gestión de riesgos
- 7 Informes y análisis
- 8 Conciliación
- 9 Privacidad y seguridad
- 10 Servicios para profesionales y gestión de las cuentas

Requisitos del modelo de negocio

Antes de iniciar un proceso oficial de solicitud de propuestas, la primera pregunta que debes hacerte es: «¿Cuál es nuestro modelo de negocio hoy y cómo podría evolucionar durante los próximos 5 a 10 años?».

Tal vez te interese buscar un proveedor que, más allá de satisfacer tus necesidades básicas de pagos, pueda colaborar contigo para alcanzar objetivos estratégicos a largo plazo. Esto requiere encontrar un candidato que esté a la vanguardia del sector de los pagos, que admita una gran variedad de modelos de negocio con una plataforma integrada y que se haya situado como un líder en un ecosistema que está en constante evolución.

Por ejemplo, si gestionas un comercio minorista que busca lanzar un *marketplace* para consumidores que te ayude a atraer a un nuevo tipo de cliente, tendrás que considerar si tu proveedor de pagos puede admitir un modelo de negocio en el que haya varias partes involucradas, dividir y enrutar fondos, gestionar los procesos de *onboarding* de vendedores de acuerdo a las normativas de cada país y enviar transferencias a nivel mundial. Si quieres aumentar los ingresos recurrentes y la retención lanzando un programa de membresías, tendrás que plantearte si tu proveedor de pagos es compatible con tu modelo de precios, si admite suscripciones, si incluye funcionalidades para evitar bajas involuntarias o si tiene funciones de reconocimiento de ingresos y elaboración de informes. Las fronteras entre los distintos canales de comercio están cada vez más difuminadas, por lo que también debes tener en cuenta si tu proveedor de pagos admite una oferta omnicanal integral, con funcionalidades para pagos en persona que se integren con sus soluciones en línea.

Preguntas para los proveedores

Además de evaluar las funcionalidades de pago para un *e-commerce* que hemos descrito en esta guía, es aconsejable tener en cuenta los siguientes factores en función de tu modelo de negocio específico.

Para negocios con modelos de ingresos recurrentes:

Empresas tan distintas como **negocios de SaaS**, proveedores de contenido digital, servicios de entrega bajo demanda, marcas de *e-commerce* y muchas más ofrecen suscripciones, membresías de pago o programas de fidelización en los que necesitan cobrar a sus clientes de forma recurrente. Si tu modelo de negocio se ajusta a esta descripción, deberás tener en cuenta estas preguntas:

- ☐ ¿El proveedor de pagos también ofrece alguna solución interna de facturación?
 - ☐ De no ser así, ¿el proveedor de pagos puede integrarse directamente con el sistema de facturación que hayas elegido? ¿Es capaz de unificar la lógica de facturación y de pagos para reducir los costes y la complejidad?
- ☐ ¿Cómo reduce la pérdida involuntaria de clientes? ¿Puede demostrar la eficacia de sus métodos?
- ☐ ¿Qué modelos de tarifas admite tu proveedor de facturación? Por ejemplo, ¿admite facturación basada en el consumo, tarifas por niveles, tarifas planas con cargos adicionales por consumo, pruebas gratuitas o descuentos?
- ☐ ¿Te ayudan a cumplir la normativa fiscal? ¿Pueden calcular y cobrar automáticamente el IVA o el impuesto sobre las ventas en tus suscripciones o facturas?

- ☐ ¿Cuánta flexibilidad ofrecen en los pagos? Por ejemplo, ¿se puede pagar con antelación una suscripción antes de iniciarla, programar una suscripción para que se inicie en una fecha futura, fijar una fecha de inicio anterior o cobrar en cuotas?
- ☐ ¿Permite el flujo *online* del *checkout* que los clientes inicien una suscripción? ¿Les invita a mejorar su suscripción de un plan mensual a uno anual?
- ☐ ¿Hay algún portal específico para que tus clientes gestionen sus suscripciones y facturas y puedan consultar y actualizar los datos de pago?
- ☐ ¿Las transacciones se incluyen en cuadros y gráficos de reconocimiento de ingresos (por ejemplo, distribuciones de ingresos)? ¿Y en informes de la cuenta (por ejemplo, balances de situación, estados de resultados, libros de débitos y créditos)?
- ☐ ¿Se puede integrar fácilmente con tu CRM o ERP actual?
- ☐ ¿Cuánto se tarda en completar la integración? Una vez hayas integrado a tu nuevo proveedor, ¿con qué rapidez se pueden lanzar nuevas tarifas?

Para más información sobre otros criterios de facturación, consulta la [Guía de solicitudes de propuestas de facturación](#) de Stripe.

Para negocios como *marketplaces* o plataformas:

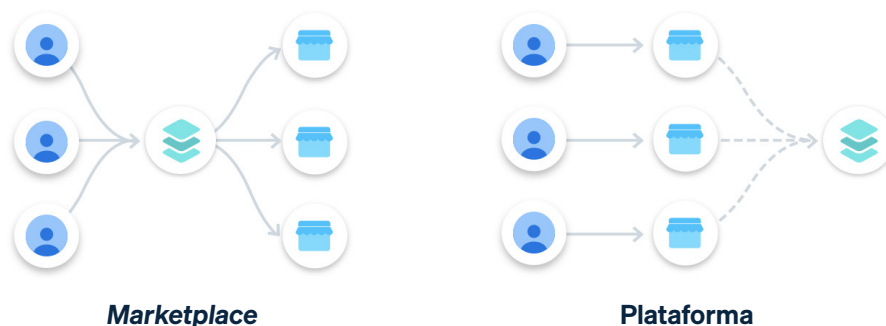
- ☐ ¿El proveedor ofrece funcionalidades de *onboarding* progresivo? Es decir, ¿pueden los clientes (comercios, vendedores o proveedores de servicios) proporcionar la cantidad mínima de datos que exija la normativa vigente al crear la cuenta y rellenar la información adicional más adelante?
- ☐ ¿Qué herramientas se ofrecen para la verificación de identidad del vendedor? ¿Los procesos de verificación se realizan mediante programación o de forma manual?
- ☐ ¿Ofrece paneles de gestión e informes prediseñados para tu plataforma o *marketplace*? ¿Y para tus clientes?
 - ☐ ¿Puedes analizar tu volumen, ingresos y costes y consultar cómo afectan los cambios de precios a tus márgenes?
- ☐ ¿Puedes personalizar la solución a tu identidad de marca para controlar la experiencia de cliente de principio a fin?
 - ☐ ¿Cuánta flexibilidad tienes a la hora de elegir qué funcionalidades quieres controlar internamente y cuáles quieres delegar en tu proveedor?
- ☐ ¿Qué frecuencia puedes elegir para las transferencias? ¿Ofrecen transferencias instantáneas?
- ☐ ¿Qué herramientas ofrece el proveedor para gestionar el riesgo, los reembolsos y las disputas?
- ☐ ¿Admite trabajar con vendedores o proveedores de otros países? ¿Puede gestionar el *onboarding* a nivel internacional?
- ☐ ¿Cuánto tarda, de media, un nuevo usuario en poder empezar a vender en tu *marketplace* o plataforma? ¿Pueden ofrecer referencias de clientes de un tamaño y complejidad similares a los de tu empresa?

- ☐ ¿Qué métodos de pago están disponibles para los vendedores y los proveedores de servicios? Por ejemplo, ¿admiten monederos digitales, métodos de pago locales y métodos del tipo «compra ahora, paga después»?
- ☐ ¿El proveedor ofrece pagos presenciales, recurrentes o desde las facturas?
- ☐ ¿Admite opciones de cobro en varias divisas para gestionar mejor las complejidades del cambio de divisas?
- ☐ ¿El proveedor te permite integrar y monetizar pagos y servicios financieros adicionales? ¿Puedes ofrecerles a tus clientes que admitan pagos en persona, reciban transferencias instantáneas y soliciten financiación?
- ☐ ¿Permite monetizar los pagos en tu negocio? ¿Puedes añadir un porcentaje a los ingresos de tus clientes o una comisión a cada pago?

Los modelos de negocio con distintas partes involucradas existen en muchas formas, aunque los **marketplaces** y las **plataformas** son los dos casos más comunes.

Un **marketplace** es una empresa online que conecta a vendedores o proveedores de servicios con consumidores que compran bienes o servicios (como Lyft o DoorDash).

Una **plataforma** es una empresa que permite a otras empresas vender productos y servicios aprovechando su infraestructura (como Shopify o Mindbody).



Para negocios que aceptan pagos en persona:

Si tu empresa acepta pagos tanto en línea como en puntos de venta presenciales, es imprescindible que valores cómo ofrecer una experiencia de **comercio unificado**.

- ☐ ¿Puedes gestionar los pagos en línea y en persona en un solo lugar para simplificar la elaboración de informes y unificar las vistas de tus clientes?
- ☐ ¿El proveedor utiliza la actividad y los datos de los clientes en los distintos canales para personalizar la experiencia, las estrategias de marketing y los programas de fidelización?
- ☐ ¿Te permite ofrecer una experiencia coherente en todos los canales?
- ☐ ¿Puedes crear un proceso de compra personalizado con tu propia integración en el punto de venta? ¿Puedes elegir entre varias integraciones de POS de terceros?

- ☐ ¿Ofrece opciones que faciliten la atención al cliente? Por ejemplo, ¿puedes cobrar a tus clientes directamente en la mesa u ofrecer opciones de recogida en tienda para pedidos en línea?
- ☐ ¿Te permite aceptar los métodos de pago que más rápido están creciendo, como Apple Pay, Google Pay y otros monederos digitales?
- ☐ ¿El lector de tarjetas funciona con datos móviles? ¿Ofrece un modo sin conexión para que puedas aceptar pagos en lugares con cobertura limitada?
- ☐ ¿Hay algún panel de control desde el que puedas gestionar y supervisar tus lectores de tarjetas?
- ☐ ¿Puedes expandirte fácilmente a nuevos canales y mercados con la mínima inversión de recursos de ingeniería?

Experiencia de integración

A la hora de tomar la decisión de invertir tiempo y recursos para seleccionar un nuevo proveedor, casi siempre hay un motivo subyacente que resulta de vital importancia para el negocio. Quizá las tasas de autorización de tu proveedor actual no sean las que esperabas o quizá la gestión de relaciones se haya deteriorado. Quizá consideres que sus limitaciones técnicas están dificultando la innovación o, en el peor de los casos, puede que haya sufrido una interrupción del servicio. También es posible que hayas decidido añadir un nuevo proveedor para mejorar el rendimiento, reducir las tasas de fraude, expandirte a nuevos países o añadir nuevos métodos de pago.

Ten en cuenta si el proveedor cuenta con las herramientas, tecnología y servicios necesarios para que la integración y la implementación se realicen de forma satisfactoria y en unos plazos que se ajusten a tus necesidades. Que la [documentación sobre las API](#) y los pasos a seguir sean perfectamente claros es un buen punto de partida para determinar cuán sofisticados son técnicamente. Asegúrate de que el proveedor ofrezca las interfaces de integración que necesites, como conectores e integraciones prediseñadas con las demás operaciones de tu negocio, el e-commerce y los sistemas informáticos que uses habitualmente. Además, si el proveedor trabaja con socios de integración y consultores con los que ya tengas relación encontrarás beneficios añadidos. Un proveedor potencial también debe tener los medios técnicos para adaptarse a tus requisitos específicos y ser capaz de crear soluciones a medida que ayuden a mejorar tu pila de pagos.

Preguntas para los proveedores

- ☐ ¿Puedes utilizar los servicios de procesamiento de pagos y software del proveedor en una configuración de varios procesadores que te permita seguir trabajando con tus proveedores de servicios de pagos actuales?
- ☐ ¿El proveedor solo procesa pagos u ofrece productos y servicios complementarios? Por ejemplo, ¿ofrece herramientas de prevención de fraude, optimización de autorizaciones, facturación, cálculo y cobro de impuestos, conciliación de ingresos, análisis, elaboración de informes y optimizaciones al proceso de compra?
- ☐ ¿Qué tipos de aplicaciones y conectores ofrece el proveedor para ayudarte a integrar flujos de trabajo importantes?
- ☐ ¿El proveedor tiene una red de socios certificados que puedan ayudarte a poner en marcha tu integración más rápido y aprovecharla al máximo? ¿Trabajan con consultores, integradores de sistemas globales (GSI) y otros socios tecnológicos?

- ☐ ¿Cuál es el tiempo promedio para poder empezar a utilizar sus servicios? ¿Qué recursos de desarrollo se espera que proporciones desde tu empresa? ¿Qué soporte ofrece durante la implementación?
- ☐ ¿Qué calidad tiene ese soporte y cuánto se tarda en implementar los recursos técnicos cuando se solicitan?
- ☐ ¿Qué lenguajes de programación admite la API? ¿Hay herramientas adicionales disponibles (como ejemplos de código, SDK y una documentación clara y práctica)?
- ☐ ¿Su documentación incluye fragmentos de código, guías paso a paso e instrucciones fáciles de seguir?
- ☐ ¿El proveedor ofrece soluciones que requieren poca o ninguna programación para ayudarte a ahorrar tiempo? ¿Cómo son estas soluciones *low-code* y *no-code*?
- ☐ ¿Ofrece entornos de prueba? ¿Tendrás acceso a tarjetas y cuentas bancarias de prueba adaptadas a tus necesidades de pagos?
- ☐ ¿Cuánto tiempo y coste de ingeniería te puede ayudar a ahorrar tu proveedor?

Arquitectura

A la hora de elegir a un proveedor, es importante buscar empresas con una plataforma unificada, que evite la necesidad de unir sistemas dispares. Un proveedor con **funcionalidades de pagos, facturación y lucha antifraude** unificadas, por ejemplo, puede ofrecerte una visión integral del rendimiento de tu empresa y ahorrarte el tiempo y los recursos que necesitarías para integrar y administrar varios proveedores. Ten en cuenta también la cantidad y complejidad de las tareas periódicas de mantenimiento que tendrá que realizar tu equipo. Recuerda que los recursos de ingeniería son limitados: para que tus equipos puedan centrarse en los proyectos que realmente aportan valor al negocio (en lugar de encargarse de hacer que los sistemas sigan funcionando), deberás buscar proveedores que inviertan en desarrolladores. De forma muy resumida, podríamos decir que debes asegurarte de que el proveedor pueda dar respuesta a tus necesidades de estabilidad, flexibilidad y escalabilidad y a tu hoja de ruta para el futuro.

Estabilidad

Cuando se procesan millones de transacciones todos los días, cualquier interrupción en el servicio conlleva unos costes importantes. El tiempo de actividad estándar del sector es del 99,95 %, lo que equivale a 263 minutos de inactividad al año. La disponibilidad líder del sector del 99,999 % lo reduce a 5 minutos y 15 segundos. Las interrupciones del servicio de un procesador no solo provocan que se pierdan ventas durante esa ventana de tiempo, sino que también afectan negativamente al valor vitalicio de esos clientes. Los clientes que vean sus resultados afectados por caídas en el procesamiento de pagos pueden optar por llevar su negocio a otra parte, lo que puede dañar la percepción de la marca. Al elegir un proveedor de pagos, asegúrate de que tenga un historial que demuestre que se esfuerza en minimizar el tiempo de inactividad y que valore la **transparencia en las métricas del estado de la plataforma**. Consulta su tiempo de actividad histórico. El proveedor ideal también deberá contar con procedimientos de conmutación por error en caso de caídas y, además, realizar sus tareas de mantenimiento sin provocar interrupciones.

Flexibilidad

Una infraestructura de pagos global, unificada y basada en las API permite que el desarrollo sea más rápido y te da la flexibilidad necesaria para innovar, añadir nuevos tipos de pago, expandirte a nuevos mercados y crear nuevas experiencias de pago y ofertas de servicios financieros. El socio ideal deberá ofrecer gran cantidad de opciones para que puedas elegir qué funcionalidades modulares quieres añadir hoy y, también, cuáles podrías querer añadir en el futuro. Además, en ambos casos, los recursos de ingeniería y los plazos necesarios para añadir nuevas funciones deberían ser mínimos. Por último, ten en cuenta que un proveedor de pagos con una infraestructura fiable y que se haya desarrollado desde el principio en una única plataforma global tendrá menos fallos, requerirá menos mantenimiento y dará espacio a tus desarrolladores para que se centren en los proyectos más importantes de tu negocio.

Escalabilidad

Debes poder confiar en que tu proveedor será capaz gestionar el volumen de peticiones incluso en picos extremos en la demanda. Es importante entender tanto el volumen habitual de procesamiento de transacciones como hasta qué punto puede escalar el proveedor. Para fijar un punto de referencia, ten en cuenta los picos de volumen que has experimentado en el pasado, por ejemplo durante las rebajas, las fiestas navideñas o cuando uno de tus productos se ha viralizado. Si las rebajas suponen un aumento del 70 % del volumen de procesamiento, asegúrate de que el proveedor que estás considerando contratar pueda escalar para trabajar a ese nivel. Pregúntales cómo realizan pruebas de carga y consulta su rendimiento histórico durante picos de tráfico similares.

Hoja de ruta para el futuro

Tu proveedor de pagos debe invertir en un equipo de desarrollo activo para proporcionar nuevas funciones, responder a los cambios en las dinámicas del mercado y mantenerse a la vanguardia de un sector que evoluciona constantemente. Un proveedor de pagos técnico con una base sólida que les permita adaptarse a los últimos cambios e innovaciones debe poder evitar tener que rediseñar por completo su plataforma y, potencialmente, aumentar sustancialmente sus tarifas en el futuro. Es importante que la hoja de ruta de tu negocio mantenga ciertas similitudes con la de tu proveedor y, en una situación ideal, que puedas sugerir ciertas modificaciones a sus planes de futuro para que puedan dar respuesta a tus nuevas necesidades.

Preguntas para los proveedores

- ☐ ¿El proveedor hace público su tiempo de actividad y ofrece una visión transparente de las métricas del estado de la plataforma en tiempo real?
- ☐ ¿Cuáles son los SLA para la disponibilidad de sus API? ¿Cuál es el tiempo de actividad histórico real de los últimos 12 meses?
- ☐ ¿La tecnología del proveedor de pagos complementará y mejorará tus sistemas actuales? ¿Puede ayudarte a reducir la complejidad y preparar tu pila de pagos para el futuro?
- ☐ ¿Con qué rapidez puede activar nuevos métodos de pago?
- ☐ ¿Qué fiabilidad y escalabilidad tiene su infraestructura? ¿Puede mantener un tiempo de actividad elevado de forma consistente durante períodos de alta demanda, como las navidades, el Black Friday y el Cyber Monday?
- ☐ ¿Puede escalar según tu volumen y gestionar los picos máximos?

Rendimiento de los pagos

En última instancia, tu proveedor te debe permitir aceptar pagos exactamente de la forma que necesiten tus negocios. Este proceso no siempre resulta tan sencillo como enviar un mensaje de autorización a través de las redes a los emisores: el sector de pagos con tarjeta tiene unos matices peculiares y los requisitos de las grandes empresas suelen ser únicos. Busca un proveedor de pagos que ofrezca funciones de pago básicas para apoyar tu modelo de negocio, sobre todo la capacidad de cambiar la «ergonomía» de las autorizaciones y capturas para adaptarse a tus necesidades. Por ejemplo, las empresas que ofrecen un servicio en el que el importe de la transacción total puede cambiar después de la autorización (como los servicios de transporte, las entregas bajo demanda o los que admiten propinas) pueden necesitar autorizaciones graduales o sobrecapturas (y, en algunos casos, ambas funciones). Otras empresas, como las del sector de viajes, pueden aprovechar las autorizaciones ampliadas para capturar fondos después de haber prestado sus servicios. Estos casos concretos demuestran la capacidad que tiene un proveedor de admitir distintos casos de uso.

Optimizaciones de autorizaciones

En un contexto en que unos pocos puntos de base de aumento en las autorizaciones de la red pueden generar ingresos adicionales por valor de millones de euros, es imprescindible que tu proveedor de pagos te ayude a aceptar más transacciones legítimas y, así, maximizar las tasas de conversión y de autorización, sin que se produzca un aumento en las tasas de fraude y contracargos. Para lograrlo, tu proveedor debe actuar como un socio estratégico y responder a los cambios del sector de los pagos: solo así podrá optimizar tus operaciones y el rendimiento de los pagos. Los proveedores más competentes utilizarán el *machine learning* para optimizar las autorizaciones y adaptarlas a las preferencias del emisor y de la red, tanto en la autorización inicial como en los intentos posteriores en tiempo real. Las integraciones directas con las redes y las colaboraciones con los emisores mejoran los modelos de *machine learning* y el rendimiento general de las autorizaciones, porque favorecen la comunicación continua, el intercambio de datos y la apertura de canales para que los proveedores de pagos puedan defender la legitimidad de un cobro en nombre de las empresas.

Los proveedores de pagos con los que trabajes deben comprender tu necesidad de conocer los detalles sobre los rechazos y entender cómo se han procesado las autorizaciones que se completan correctamente. Este es otro ámbito en el que un proveedor de pagos con conexiones directas con las redes de tarjetas y una plataforma unificada puede ofrecer un mejor rendimiento que los demás. Este tipo de proveedor es capaz de devolver códigos de rechazo más precisos y campos de datos mejorados, como códigos de respuesta brutos; ambos te ayudarán a entender mejor tus tasas de autorización, los beneficios generados a partir de las optimizaciones y las causas fundamentales de los rechazos. Tu proveedor de pagos debe ser proactivo al utilizar estos datos, recomendar estrategias de mejora, trabajar con emisores para abordar los problemas que puedan surgir y optimizar las tasas de autorización de formas específicas y adaptadas a tu modelo de negocio.

Un proveedor de pagos conectado con los emisores tiene varias formas de mejorar las tasas de autorización. En primer lugar, los proveedores de pagos que también actúan como emisores cuentan con un mayor grado de fidelidad en torno a los datos necesarios para optimizar las autorizaciones. Tienen acceso a mensajes de ISO en tiempo real y a la actividad de los reintentos de todos los adquirentes que aceptan sus tarjetas. Cuanto mayor sea la cartera de tarjetas de crédito y de débito emitidas, más datos únicos generará el proveedor de pagos sobre el rendimiento de las transacciones y más completa será esa información. Esto sirve como base de una toma de decisiones efectiva a la hora de elegir cuáles serán las próximas optimizaciones. Además, los proveedores de pagos que tengan relaciones estrechas con los emisores pueden actuar como defensores estratégicos para

las empresas. Por ejemplo, un proveedor de pagos que observa un pico de rechazos debe utilizar sus relaciones para comprender mejor el comportamiento de los emisores y crear estrategias de optimización para abordar las causas fundamentales. Un proveedor de pagos proactivo optimizará el rendimiento de los pagos en colaboración con los emisores y entenderá mejor cómo funcionan sus modelos de decisión.

Suscripciones y tarjetas registradas

En el caso de las empresas con modelos de suscripción o que trabajen con tarjetas registradas, un proveedor de primer nivel puede mejorar el éxito de las transacciones. Un proveedor básico permitirá tokenizar y guardar los datos de las tarjetas para compras o pagos recurrentes. Muchos proveedores de pagos ofrecerán estos tokens de red, pero los líderes del sector los utilizan alternativamente con los números de cuenta principales (PAN) de forma dinámica para que se aprueben tantas transacciones como sea posible. Además, estos líderes disponen de otras herramientas, como sistemas de actualización de tarjetas que permiten disponer siempre de la información más reciente sobre los datos de una tarjeta. Si vamos un paso más allá, los mejores proveedores aplicarán una lógica de reintentos inteligente con tecnología de *machine learning* para recuperar los pagos fallidos en las suscripciones. Disponer de códigos de rechazo precisos (obtenidos gracias a las conexiones directas con las redes de tarjetas) ayuda a optimizar la estrategia de reintentos y tratamiento de los datos para minimizar los errores en los pagos.

Costes

A la hora de optimizar los costes, el proveedor debe asegurarse de que tus costes de aceptación sean lo más bajos posible. La mejor manera de hacerlo es proporcionar los datos a nivel de transacción más precisos, incluyendo los costes de la red y de intercambio. Con los datos en la mano, tu proveedor debe guiarte hacia las estrategias adecuadas para minimizar los costes y garantizar que pagues las tasas de intercambio correctas y, a la vez, que estas sean lo más bajas posible. Tu proveedor de pagos debe ofrecerte herramientas y estrategias para evitar períodos de inactividad. Por ejemplo, debe ayudar a tu empresa a optimizar los flujos del proceso de compra y recoger la información necesaria para evitar los tiempos de inactividad y, al mismo tiempo, minimizar la fricción.

Autenticación reforzada de clientes (SCA)

Para las empresas que operan en Europa, la implementación completa de los requisitos de la SCA hace que elegir una solución sólida y fiable sea absolutamente imprescindible para el negocio. Tu proveedor debe disponer de una oferta de SCA sofisticada y sin fricción (por ejemplo, debería utilizar 3DS de forma dinámica). En la práctica, el proveedor debería optimizar entre 3DS1.0 y 3DS2.x cuando sea necesario y aprovechar las exenciones siempre que sea posible. Presta especial atención a las exenciones que admite cada proveedor y si se solicitan de forma automática, así como al umbral de evaluación del riesgo de transacciones (TRA, por sus siglas en inglés) del proveedor de pagos, especialmente en negocios que tengan un valor medio de transacción elevado.

Preguntas para los proveedores

- ☐ ¿Pueden admitir casos de uso adicionales de autorización y captura, como autorizaciones graduales, ventanas ampliadas de autorización y sobre capturas?
- ☐ ¿Cómo optimizan las conversiones y tasas de autorización?

- ☐ ¿Se utiliza el *machine learning* y la IA en los esfuerzos de optimización?
- ☐ ¿Te ayudan a comprender y mejorar el rendimiento en función de los matices de tu empresa? ¿Pueden ofrecer una visión transparente sobre cómo lograr un aumento de la tasa de autorización?
- ☐ ¿Qué alianzas mantiene el proveedor con los emisores para mejorar las tasas de aceptación?
- ☐ ¿Presentan los costes de los pagos de forma completamente transparente? Por ejemplo, ¿incluyen detalles sobre las comisiones de intercambio y de esquema asociadas a cada transacción? ¿Te presentan oportunidades para reducir esos costes?
- ☐ ¿Cómo mantienen actualizados los datos de los pagos para conseguir el máximo de transacciones completadas?
 - ☐ ¿Ofrecen un actualizador de tarjetas por lotes y en tiempo real? ¿En qué mercados?
- ☐ ¿Pueden ofrecer tokens de red? ¿Pueden optimizar su uso enrutando tokens o números PAN dinámicamente para mejorar la tasa de aceptación? ¿En qué mercados?
- ☐ ¿Admiten una lógica de reclamación de pagos para recuperar pagos fallidos que sea adecuada para tu negocio? Por ejemplo, ¿realizan reintentos automáticos siguiendo reglas personalizadas o utilizan una lógica de reintentos inteligentes con tecnología de *machine learning*?
- ☐ ¿Se pueden personalizar estas reglas lógicas sin dedicar recursos adicionales de desarrollo?

Cobertura internacional y optimización del proceso de compra

Si tu empresa trabaja en varios países, debes analizar si el proveedor puede satisfacer tus necesidades en cada mercado. Es especialmente importante tener en cuenta con qué facilidad se pueden activar nuevos **métodos de pago** sin integraciones adicionales ni tener que registrarse como una entidad local. Esto mejora drásticamente tu capacidad para agilizar el lanzamiento de tus productos en un nuevo mercado y aumentar las conversiones en cada país. Tu proveedor debe poder ayudarte a aumentar los ingresos y reducir los costes operativos con herramientas de métodos de pago realmente completas. También debes poder elegir la mejor solución de solicitudes de métodos de pago. Por ejemplo, deberían ofrecer optimizaciones basadas en el *machine learning* y funciones para que puedas escribir tu propia lógica personalizada.

Lo ideal es que tu proveedor tenga experiencia local en tus mercados prioritarios para poder ayudar a tu empresa a cumplir las normativas y los reglamentos de cada país tras cada actualización. La adquisición local puede generar tanto beneficios en la tasa de autorización como ahorro en los costes. Si gestionas un *marketplace* o una plataforma, debes tener en cuenta si tu proveedor puede liquidar fondos a nivel local y cubrir variaciones del tipo de cambio entre el momento del cargo y el momento de la liquidación.

Preguntas para los proveedores

Experiencia de compra

- ☐ ¿El proveedor ofrece un **proceso de compra acelerado**? Por ejemplo, ¿puede guardar datos bancarios o de la tarjeta para que, después, el cliente pueda finalizar la compra en un clic?
- ☐ ¿El proveedor ofrece la posibilidad de procesar pagos bancarios con las mismas ventajas que las tarjetas y con tarifas más reducidas que en el procesamiento de una tarjetas? Por ejemplo, ¿pueden confirmar las transacciones instantáneamente, protegerte ante los fallos más comunes de ACH y ofrecer una liquidación más rápida?
- ☐ ¿Podrás personalizar el estilo del formulario de pagos para adaptarlo a tu sitio web?
- ☐ ¿El proveedor gestiona la lógica de presentación de los métodos de pago para reducir fallos?
- ☐ ¿Ofrece funciones para rellenar automáticamente la dirección de facturación y entrega?
- ☐ ¿El proveedor puede calcular, mostrar y cobrar impuestos de forma automática en las transacciones que lo requieran?
- ☐ ¿Puede proporcionar mensajes automáticos de error en las transacciones?
- ☐ ¿Puede detectar automáticamente números de tarjeta erróneos, fechas de tarjetas caducadas o CVC/CVV incorrectos antes de enviar la transacción?

Cobertura internacional y localización

- ☐ ¿El proveedor puede ayudarte a respetar los reglamentos locales para maximizar las tasas de autorización y minimizar las tareas asociadas al cumplimiento de la normativa?
- ☐ ¿Puede optimizar dinámicamente tu flujo del proceso de compra en función de la ubicación del cliente? ¿Puede, por ejemplo, mostrar el importe en la divisa local de tu cliente?
- ☐ ¿A qué idiomas están traducidos sus productos? ¿Qué idiomas habla su equipo de soporte?
- ☐ ¿En qué mercados están disponibles sus productos?
- ☐ ¿En qué mercados ofrece adquisición local?
- ☐ ¿En qué mercados está conectado directamente a las redes de tarjetas?
- ☐ ¿Qué divisas de pago se ofrecen y en qué mercados? ¿Qué divisas de liquidación se ofrecen?

Métodos de pago locales

- ☐ ¿Cuáles son los pasos para configurar métodos de pago y con qué rapidez se pueden activar esos nuevos métodos de pago?
 - ☐ ¿Necesitarás dedicar recursos de desarrollo para admitir un nuevo método de pago?
 - ☐ ¿Permite configurar métodos de pago y escribir reglas personalizadas que determinen cuando aparece cada uno?

- ☐ ¿Debes registrarte como entidad local para completar el proceso de *onboarding* que requiera un método de pago local?
- ☐ ¿Cómo optimiza el rendimiento de estos métodos de pago?
 - ☐ ¿Ofrece la opción de hacer pruebas A/B de los métodos de pago?
- ☐ ¿Ofrece una vista unificada de todos los pagos, en la que se incluyan los distintos métodos de pago, para mejorar la elaboración de informes y la conciliación?
- ☐ ¿El proveedor te ofrece la posibilidad de mostrar opciones de financiación, como los métodos de pago del tipo «compra ahora, paga después», para reducir la fricción y mejorar las conversiones?

Liquidaciones transfronterizas

- ☐ ¿Debes registrarte como entidad local para habilitar las liquidaciones locales?
- ☐ ¿En qué países y divisas puede liquidar fondos el proveedor?
- ☐ ¿Se hace cargo el proveedor del riesgo de fluctuaciones en el tipo de cambio entre el momento del cargo y la liquidación?

Gestión de riesgos

Fraude

Unas tasas de fraude elevadas conllevan importantes consecuencias negativas, por lo que es importante que tu proveedor de pagos presente una solución antifraude de primer nivel. Las más sofisticadas deberán integrarse directamente en el flujo de pagos y utilizar modelos de *machine learning*, entrenados con miles de millones de transacciones, para mantener a raya las transacciones fraudulentas. Estos algoritmos adaptativos deben aprender continuamente para responder a nuevos vectores de fraude, minimizando los falsos positivos y las transacciones realmente fraudulentas. Si utilizas un proveedor con una solución antifraude completa, serás capaz de aumentar las tasas de autorización sin que eso suponga un aumento de los contracargos. Teniendo en cuenta que las empresas tienen necesidades específicas, la herramienta contra el fraude de tu proveedor debe ofrecer cierto grado de flexibilidad. Esto se consigue con normas personalizadas y una lógica empresarial que pueda responder de forma distinta a distintas puntuaciones de riesgo. La naturaleza del fraude cambia con rapidez y de forma continua, por lo que los proveedores líderes del sector te permitirán cambiar las reglas lógicas que apliques y hacer un *backtesting* de las normas sin tener que escribir tu propio código a medida. Por último, debes tener la capacidad para revisar transacciones marcadas como de alto riesgo por tu proveedor.

Disputas

Como bien saben las empresas, las disputas representan una carga importante (e inevitable) en el ámbito de aceptación de pagos. No obstante, eso no significa que tengan que generar una presión excesiva en tus operaciones o empeorar la experiencia de tus clientes. Un proveedor sólido puede ofrecer herramientas y experiencia para reducir el trabajo necesario a la hora de mitigar y responder a las disputas. En primer lugar, los proveedores de pagos deben ofrecer formas de evitar que se produzca una disputa, por ejemplo, utilizando descripciones dinámicas de los cargos e integrándose directamente con el sistema de gestión de reclamaciones de Visa y con Mastercom. Cuando se produzcan disputas, tu proveedor debe reducir tu trabajo manual presentando pruebas, adaptando su formato a las preferencias de cada emisor o red y respondiendo a las disputas siempre que sea posible. Si el proceso de reclamación requiere una intervención manual, los mejores proveedores ofrecerán herramientas y estrategias para maximizar las tasas de disputas resueltas a tu favor. La mayor parte de proveedores te permitirán responder a las disputas dentro de un portal dedicado, pero los más avanzados a nivel tecnológico te permitirán gestionarlas mediante programación a través de sus API.

Preguntas para los proveedores

Fraude

- ☐ ¿Ofrece una solución integrada contra el fraude? De no ser así, ¿cómo es el proceso de integración y cuánto duraría? ¿Requiere supervisión y actualizaciones?
- ☐ ¿Cómo mitigan los falsos positivos las herramientas disponibles?
- ☐ ¿La herramienta contra el fraude del proveedor calcula las puntuaciones de riesgo? ¿Existe flexibilidad en el tratamiento de las puntuaciones de riesgo?
- ☐ ¿Qué datos se utilizan para determinar las puntuaciones de riesgo y realizar una evaluación del riesgo de fraude?
 - ☐ ¿La herramienta contra el fraude utiliza *machine learning*? De ser así, ¿qué escala de datos de transacciones se utiliza para entrenar los modelos de fraude?
- ☐ ¿Puedes crear reglas personalizadas contra el fraude para decidir cómo gestiona tu empresa los pagos entrantes y bloquear actividades sospechosas?
- ☐ ¿La herramienta de prevención del fraude permite realizar revisiones manuales de las transacciones sospechosas?
- ☐ ¿Ofrece recomendaciones personalizadas basadas en el *machine learning* sobre los cargos que se deben reembolsar en función de la probabilidad de que den lugar a disputas?
- ☐ ¿Puedes hacer un *backtesting* de tus normas para ver qué habrían bloqueado? ¿Tienes que marcar de forma manual las transacciones disputadas?
- ☐ ¿Cómo funciona la solución contra el fraude con nuevos tipos de fraude como las pruebas de tarjetas?
- ☐ ¿Puedes personalizar cómo funciona el algoritmo de *machine learning* para tu empresa?
- ☐ ¿El proveedor proporciona análisis de fraude (como tendencias, recomendaciones proactivas y alertas) para identificar y mitigar patrones poco frecuentes de fraude antes de que se conviertan en problemas reales?
- ☐ ¿Facilita puntuaciones de riesgo para las transacciones que se procesan con otros procesadores de pagos?

Disputas

- ☐ ¿Qué herramientas o servicios se ofrecen para minimizar los contracargos?
- ☐ ¿Cómo optimiza y automatiza el proveedor las respuestas a las disputas para maximizar las probabilidades de éxito?
- ☐ ¿Puede calcular las probabilidades de tasa de disputas resueltas a tu favor de cada una de las disputas para ayudar a clasificar las prioridades de respuesta?
- ☐ ¿Te permite gestionar las disputas mediante programación utilizando una API, con funciones para cargar pruebas, responder a disputas y recibir eventos de disputas con *webhooks*?
- ☐ ¿Ofrece recomendaciones sobre qué pruebas presentar en cada disputa?
- ☐ ¿Se integra con soluciones de red como Verifi y Ethoca para ayudar a mitigar el riesgo de disputas o necesitarían una integración por separado?
- ☐ ¿Ofrece métodos que te ayuden a reducir tu tasa de disputas y reembolsar automáticamente transacciones específicas?

Informes y análisis

Asegúrate de que tu proveedor de pagos pueda presentar una visión unificada de todos los datos relacionados con los pagos y que pueda hacerlo con el nivel de detalle, el formato y la interfaz que necesites. Una vez más, un proveedor de pagos con una plataforma unificada e integraciones directas con las redes de tarjetas obtiene buenos resultados en esta categoría.

Un proveedor que dé la debida importancia a los datos ofrecerá detalles a nivel de transacción, que estarán disponibles en los formatos requeridos y con la posibilidad de obtener [informes personalizados](#), [consultas específicas](#) e [integración en tus sistemas actuales](#).

El proveedor debe ofrecer distintas opciones que se adapten a las necesidades de cada nivel de tu organización. Por ejemplo, los informes prediseñados que puedas descargar desde tu panel de control deben poder actualizarse al instante para generar resúmenes ejecutivos; además, los informes personalizados garantizan que tu equipo de pagos hace un seguimiento de tus KPI únicos, y los datos integrados con tu libro mayor de contabilidad, ERP u otras herramientas de inteligencia empresarial garantizan que los equipos de toda la empresa puedan acceder a los datos de pago necesarios.

Preguntas para los proveedores

- ☐ ¿El proveedor permite campos de datos personalizados que se puedan asociar a cualquier objeto (por ejemplo, un identificador único de la transacción al que se pueda realizar un seguimiento durante todo su ciclo de vida)?
- ☐ ¿Qué métricas clave y KPI se proporcionan de forma habitual a través del panel de control? ¿Qué informes prediseñados ofrecen?
 - ☐ ¿El sistema de informes se actualiza en tiempo real?

- ☐ ¿Puede admitir la ingesta de datos de forma continua y la integración en flujos o herramientas de supervisión con las que ya trabajas?
- ☐ ¿Se ofrecen API para importar datos en la infraestructura actual?
- ☐ ¿Qué herramientas están disponibles para analizar y visualizar datos de forma específica?
- ☐ ¿Ofrece canalizaciones prediseñadas que conecten tus datos de pago con tu proveedor de almacenamiento de datos?

Conciliación

Aunque se relaciona con los informes, la conciliación es independiente y diferenciada, y constituye una tarea importante para garantizar métricas financieras precisas y una visión unificada de tu empresa y para ser transparente durante auditorías y comprobaciones relacionadas con el cumplimiento de la normativa. A pesar de que es una función esencial del negocio, la conciliación puede ser innecesariamente compleja, muy manual y propensa a errores. Tu proveedor de pagos debe aliviar tus cargas operativas y mejorar las funciones administrativas con automatización, coherencia y control. El resultado final debe ser una conciliación precisa, que se complete rápidamente con un tiempo de desfase mínimo entre la liquidación y la disponibilidad de datos. Un proveedor sofisticado deberá ofrecer informes de transacciones agregados e individuales, con información clara sobre los reembolsos, los contracargos, las compensaciones y las comisiones. Si se producen discrepancias y se genera una excepción, el proveedor debe ayudar con la conciliación y facilitar la información requerida dentro de un plazo adecuado. Si aceptas otros métodos de pago además de tarjetas de crédito y de débito, asegúrate de que el proveedor consolide todos los métodos de pago (tarjetas, transferencias bancarias, etc.) para facilitar el proceso de conciliación. Por último, un proveedor debe canalizar datos en los sistemas que elijas, como tu CRM, ERP e incluso sistemas personalizados que introduzcan requisitos de informes adaptados a tus necesidades.

Preguntas para los proveedores

- ☐ ¿Ofrece una visión unificada de los pagos en toda tu empresa?
- ☐ ¿Admite informes a nivel de transacción que incluyan todas las comisiones y cargos asociados?
- ☐ ¿Pueden utilizarse los identificadores únicos de cada transacción para hacer un seguimiento de los pagos desde su origen hasta su liquidación, independientemente del canal (tanto en pagos presenciales en tu sistema POS como pagos en línea)?
- ☐ ¿Qué procesos de conciliación automatiza el proveedor?
- ☐ ¿El proveedor admite liquidación bruta o neta?
- ☐ ¿Cuánto tardan los datos en estar disponibles tras la liquidación?

Privacidad y seguridad

Es imposible exagerar el riesgo que conlleva una filtración de datos, tanto a nivel económico como a la reputación del negocio. Las vulnerabilidades son inadmisibles y las lagunas en la arquitectura de seguridad de un proveedor de pagos pueden causar estragos en tu organización. Los ataques de ciberseguridad cada vez son más sofisticados y la gran variedad de reglamentos internacionales sobre datos personales requiere un estudio y una toma de decisiones llena de matices. Como mínimo, se debe cumplir con la normativa del sector de tarjetas de pago (PCI). En la élite de este tipo de servicios, los proveedores de pagos están certificados como Proveedores de servicios con el Nivel 1 de PCI: el nivel más exigente de la certificación. Tu proveedor debe ofrecer un paquete de PCI para reducir el tiempo de validación que requiere la normativa PCI. Si decides almacenar datos de tarjetas y trabajar con un evaluador de seguridad certificado de PCI (PCI QSA, por sus siglas en inglés), tu proveedor debe simplificar al máximo el proceso de auditoría. Los proveedores de seguridad tendrán una capa centrada en la seguridad con protecciones coherentes y aplicadas para protegerse frente a vulnerabilidades y nuevos vectores de ataque. En cuanto a la privacidad, tu proveedor debe hacer que cumplas con distintas normativas, como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), y reducir la carga operativa que conlleva para el negocio garantizar la seguridad de los datos y el cumplimiento normativo.

Preguntas para los proveedores

- ☐ ¿Los servicios del proveedor cumplen con el Estándar de Seguridad de Datos de PCI (PCI DSS) y han sido validados por un tercero?
- ☐ ¿El proveedor puede mostrar informes auditados de SOC 1 y 2 y PCI?
- ☐ ¿Cómo se protege el sistema de ataques de denegación del servicio (DoS)?
- ☐ ¿El proveedor ofrece herramientas para minimizar o eliminar tu exposición a la normativa PCI y, al mismo tiempo, proporciona flexibilidad y control sobre la experiencia de tu *checkout*?
- ☐ ¿Tu proveedor puede tokenizar el número de la tarjeta directamente en el punto de interacción con el cliente?
- ☐ ¿Cómo se gestionan las transferencias de datos para garantizar que los datos sean seguros y cumplan con los estándares de PCI y con la normativa local pertinente (por ejemplo, el RGPD)?

Servicios para profesionales y gestión de las cuentas

Elegir un proveedor de pagos que ofrezca unos servicios profesionales de calidad es necesario para que tu implementación pueda completarse satisfactoriamente y facilitar el crecimiento futuro de tu empresa. Los mejores equipos de servicios profesionales ofrecen conocimientos técnicos para guiar a tu equipo a través de cada una de las etapas de la implementación, ayudarte a lanzar productos rápidamente, expandirte a nuevos mercados y eliminar el riesgo de tu configuración para que puedas sacarle el máximo partido a la solución del proveedor. Necesitarás un proveedor que pueda acompañarte durante todo tu recorrido (no solo durante la implementación) y ofrecerte un asesoramiento proactivo para ayudarte a optimizar tu integración actual y avanzar hacia los objetivos de tu negocio.

Preguntas para los proveedores

- ☐ ¿El proveedor tiene consultores en cada mercado que puedan asesorarte sobre los matices locales y compartir lo que han aprendido de la experiencia de otras empresas que ya operan en estos mercados?
- ☐ ¿El proveedor puede ofrecer referencias de clientes y casos de estudio detallados de empresas que estén intentando solucionar desafíos similares a los tuyos?
- ☐ ¿El equipo de servicios profesionales puede ayudarte a tener en cuenta futuras decisiones del diseño para crear soluciones escalables a tus próximos objetivos de crecimiento?
- ☐ Además de la implementación técnica, ¿el equipo de servicios profesionales te ayuda a gestionar los cambios en tus equipos de producto, ingeniería, finanzas, contabilidad, operaciones y atención al cliente?
- ☐ ¿El equipo de servicios de implementación puede ayudarte a ponerte en marcha dentro del plazo que te has fijado?
- ☐ ¿El equipo de servicios profesionales puede optimizar tus estrategias existentes de pagos, fraude y facturación para impulsar los ingresos y reducir los costes?
- ☐ ¿El equipo puede ayudarte a lanzar nuevas líneas de negocio, expandirte a nuevos mercados y anticiparte a cambios en las normativas y a las últimas tendencias financieras?
- ☐ ¿El proveedor te comunicará periódicamente si hay algún cambio en su hoja de ruta?
 - ☐ ¿El proveedor te da la oportunidad de que compartas tu opinión e influyas en su hoja de ruta?

Cómo ayuda Stripe a las grandes empresas

Empresas como [Ford](#), [Amazon](#), [Lyft](#) y [Atlassian](#) se han asociado con Stripe para dar respuesta a los desafíos de pagos específicos de sus sectores y crear mejores experiencias para sus cliente. Stripe ofrece una plataforma de infraestructura financiera completa para ayudar a las grandes empresas a transformar sus modelos de negocio, convertir más clientes a nivel internacional y reducir el tiempo y los recursos que dedican a los pagos para que puedan centrarse en su negocio principal.

Lanza nuevos modelos de negocio, como ventas directas al consumidor, suscripciones y *marketplaces* con la flexibilidad que te ofrece la infraestructura de Stripe. Optimiza el flujo de los fondos en toda tu empresa con fondos divididos, enrutamiento internacional de pagos y transferencias instantáneas; todo ello, con menos gastos operativos.

Desarrolla, lanza y escala rápidamente con soluciones tecnológicas avanzadas, unas API realmente potentes y una documentación detallada, que te ayudarán a desarrollar una sola vez y poder implementar en cualquier lugar. Accede a informes financieros estructurados, crea consultas personalizadas o canaliza datos de Stripe en tu almacén de datos para cerrar tus libros más rápido y sacar conclusiones mucho más completas y acertadas de tus datos.

Prepara tu infraestructura de pagos para el futuro con una arquitectura de pagos fiable, escalable y flexible. Disfruta del tiempo de actividad líder del sector, la confianza de una solución que ha sido capaz de gestionar picos en el volumen de transacciones que batan récords año tras año, y la modularidad que necesitas para añadir nuevos métodos de pagos y crear experiencias memorables para tus clientes.

Maximiza los ingresos y minimiza los costes con optimizaciones a las autorizaciones que aprovechan la tecnología del *machine learning* y los reintentos inteligentes, integraciones directas con las redes y estrechas relaciones con los emisores. Mantente a la vanguardia del sector de los pagos con flexibilidad en las autorizaciones y las capturas para adaptarte a las necesidades de tu negocio.

Convierte más clientes a nivel mundial con funciones de adquisición local en los principales mercados del mundo para aumentar la conversión y las tasas de autorización. Activa métodos de pago locales con una única integración y ofrece una experiencia de compra totalmente localizada y optimizada en función de la ubicación de cada cliente.

Si necesitas más información, [contacta con nuestro equipo de ventas](#).