

Consejos para elegir la mejor pasarela de pago para un negocio on line

En el proceso de constitución de un negocio de comercio electrónico muchas veces la pregunta estrella que se plantea es ¿qué pasarela de pago escoger? Desde Foster Swiss se trabaja con los mejores proveedores de procesadores de tarjetas de crédito del mundo. Por ello, indican cuáles son las características que deben tenerse en cuenta para tomar la mejor decisión

El primer factor que se debe tener en cuenta es si la pasarela de pagos es admitida por nuestra plataforma de comercio electrónico. Plataformas como Prestashop o Magento poseen una serie de plugins o extensiones que se deben implementar para integrar con éxito la pasarela de pago elegida. Aunque generalmente no existen problemas de compatibilidad es necesario descubrir si existe algún problema al respecto.

El siguiente paso es elegir de qué manera es preferible recabar los datos de pago del cliente. Existen tres formas:

Forma de pago directamente a través del sitio web: De esta forma los datos serán registrados en nuestro servidor. La experiencia de pago es sencilla para los clientes que consiste en introducir los datos en un formulario de nuestra propia web. Desafortunadamente es el método menos seguro por lo que habrá que tomar las correspondientes precauciones para ajustarse al Estándar de Seguridad de Datos para la Industria de las Tarjetas de Pago (en inglés: PCI DSS). A no ser que el negocio esté facturando millones al año este no es el método más rentable debido a los altos costes para integrar todos los requisitos de seguridad (cortafuegos, software antivirus, cifrado de datos...)

Método iFrame o redirección: Una alternativa para que el cliente pueda introducir sus datos de pago directamente en nuestro sitio web es a través de un marco flotante seguro o redirigir a los clientes a una página de pago alojada en nuestro servidor. Es una forma más segura que la anterior.

Método de pago en el sitio web pero los datos son enviados directamente desde el navegador a una pasarela de pago fuera de nuestro servidor. De esta forma los clientes escriben sus datos de tarjeta en un formulario de una página en nuestro sitio web pero la información se envía directamente al servidor del procesador de pagos online. Los datos de la tarjeta del cliente no pasan por el servidor del ecommerce ni quedan registrados en su servidor. Las responsabilidades de seguridad del comerciante disminuyen con este método.

Es necesario asegurarse de comprender los estándares de seguridad de datos (PCI) en su versión 3.0 actualizados a 1 de Enero de 2015 donde se explican con más detalle las distintas categorías, así como los métodos de compra en línea compatibles con estos estándares.

La siguiente decisión que es necesario tomar es si es más conveniente contratar una pasarela de pago

y una cuenta merchant por separado o bien un proveedor que ofrezca ambos servicios. Algunos proveedores del sector ofrecen tan solo la pasarela de pago (la tecnología que se encuentra entre el sitio web y las redes de pago). Por otra parte se requiere que el propietario del ecommerce posea su propia cuenta merchant una cuenta bancaria especial donde recibirá los pagos de los productos o servicios que consigue vender. Por ejemplo PayPal y Stripe ofrecen ambos servicios combinados.

Por lo general, es más fácil la segunda opción y suele conllevar menos tiempo de instalación y cuotas mensuales más bajas. Sin embargo, las comisiones por transacción tienden a ser mayores. Por este motivo los emprendedores que empiecen en el mundo del comercio online preferirán la opción combinada (todo en uno). Si se factura una gran cantidad de dinero es preferible poseer una cuenta merchant diferente de la que ofrecen los proveedores de pagos.

Es importante no limitar a nuestros clientes a una única pasarela de pago. La mayoría de las plataformas de comercio electrónico permiten ofrecer múltiples opciones a los clientes. Introducir diferentes pasarelas de pago es útil también en caso de que alguna falle. La pasarela de pago más utilizada es PayPal y, por tanto, debería ser incluida entre los métodos de pago. Muchos consumidores tienen cuentas PayPal y prefieren pagar de esta forma ya que se evitan introducir sus datos bancarios o de tarjeta de crédito.

No hay que olvidar hacer un estudio de las tarifas de estos proveedores ya que tanto las pasarelas de pago como las cuentas merchant pueden tener cuotas mensuales o comisiones por transacción que pueden ser fijas o variables en función del porcentaje sin olvidarnos de cargos extra por devoluciones. El comparador de precios PaymentBrain especializado en este sector puede ser una herramienta muy útil.

Algunos proveedores de pagos firman contratos con los comerciantes que pueden durar dos años o más. Esto puede ser perjudicial si al cabo de un tiempo no estamos satisfechos con el servicio que nos ofrecen. Otros proveedores ofrecen contratos sin ningún tipo de permanencia. Por eso, debemos cerciorarnos de qué estamos aceptando con nuestra firma.

Los procesadores de pagos son una clave vital para el buen funcionamiento del negocio online por lo que si tienen buena reputación será más fácil decantarse por uno o por otro. Si encuentra un procesador del que no ha oído hablar antes hay que ser más cauto antes de lanzarse a firmar con ellos.

El empresario del negocio online deberá comprobar que la pasarela de pago realiza las funciones que realmente necesita. Quizás, no sea necesario cobrar al cliente una única vez sino periódicamente de forma automatizada, lo que llamamos pagos recurrentes. O quizá nuestro modelo de negocio consista en ser intermediarios, es decir cobrar a clientes en nombre de los vendedores que tenemos en nuestro marketplace. Buscar la pasarela de pago que reúna las funcionalidades que necesitamos es crucial.

Hay una gran cantidad de métodos de pago online en todo el mundo, desde las archiconocidas redes de pago Visa y Mastercard hasta métodos utilizados muy localmente. Es necesario asegurarse de la

compatibilidad de nuestra pasarela de pago con los métodos de pago usados por nuestro público objetivo. De lo contrario se perderán ventas.

Hay que tener en cuenta que existen algunos negocios en el mundo del comercio electrónico catalogados de alto riesgo como por ejemplo el sector del juego, del contenido para adultos, del tabaco, cigarros electrónicos o relacionados con los viajes. Debido a esto muchos proveedores de pago no querrán trabajar con este tipo de empresas. Será entonces cuando habrá que buscar un proveedor especializado en trabajar con negocios de alto riesgo.

Finalmente, se recomienda acudir a una consultora especializada en ofrecer soluciones para negocios online como Foster Swiss. Ofrecen servicios de procesamiento de tarjetas de crédito para los comerciantes de todo el mundo. Y es que miles de empresas han sido capaces de aumentar las ventas y los beneficios gracias a los consejos de los expertos que se han ofrecido a través de nosotros durante muchos años. Nuestras pasarelas de pago cuentan con la mayor protección contra el fraude y procesan los pagos en más de 100 monedas. Ofrecen atención al cliente los 365 días del año durante las 24 horas del día.

Datos de contacto:

Foster Swiss

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>