

FINANÇAS

DEFINA AS MELHORES FORMAS DE
PAGAMENTO PARA A SUA EMPRESA



SEBRAE



© 2019. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – SEBRAE/BA

Unidade de Gestão do Portfólio – UGEP

Rua Horácio César, 64 – Bairro Dois de Julho

CEP: 40.060-350 – Salvador / BA

Tel.: (71) 3320-4436

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Carlos de Souza Andrade

Diretor Superintendente

Jorge Khoury

Diretor Técnico

Franklin Santana Santos

Diretor Administrativo e Financeiro

José Cabral Ferreira

Unidade de Gestão do Portfólio (UGEP)

Gerente

Norma Lúcia Oliveira da Silva

Gerente Adjunto

Leandro de Oliveira Barreto

Analista

Viviane Canna Brasil Sousa

Analista

André Gustavo de Araújo Barbosa

Projeto Gráfico, editoração e revisão ortográfica

Yayá Comunicação Integrada

www.ba.sebrae.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia

SUMÁRIO

Mais opções para os consumidores, mais lucro para as empresas	4
As vantagens e desvantagens das diferentes formas de pagamento	8
Porta de ligação (Gateway) X Intermediador de pagamento: Conheça	15
Como definir as melhores formas de pagamento para sua empresa	18
Vamos vender mais?	22

MAIS OPÇÕES PARA OS CONSUMIDORES, MAIS LUCRO PARA AS EMPRESAS



Estabelecer estrategicamente diferentes formas de pagamento é crucial para impulsionar os negócios, tanto no comércio tradicional como no e-commerce. **Oferecer diferentes opções de pagamento aos clientes, com vantagens que facilitam na hora da compra, é determinante para lucratividade em cada venda.** Combinar diferentes meios de pagamento para efetivar a compra é também uma maneira de facilitar a vida dos consumidores e assim vender mais.

Nesse contexto mercadológico, o consumidor está cada vez mais exigente e consciente dos seus direitos nas relações comerciais e, caso não consiga realizar as compras com sua empresa da forma como planejou, muito provavelmente vai buscar a concorrência. **Portanto, oferecer mais opções para os consumidores significa gerar mais lucro para sua empresa. Para isso, é importante conhecer as diferentes modalidades de pagamento disponíveis para definir quais são as mais interessantes para o seu negócio,** sem esquecer de avaliar as especificidades de cada forma de pagamento como taxas, prazos e segurança nos recebimentos.

As máquinas de cartão, por exemplo, ganharam popularidade por conta da comodidade que proporcionam aos clientes em razão das funções débito e crédito bem como das taxas e pacotes oferecidos pelas operadoras de cartão aos comerciantes de acordo com o perfil de cada negócio. As soluções que aceitam as principais bandeiras da região onde está o negócio contribuem no crescimento do faturamento, por conta da comodidade que tanto agrada os consumidores.

Por outro lado, a empresa tem que estar no controle de todos os custos envolvidos quando adere à máquina de cartão. **Ou seja: o controle das finanças aumenta com as funções débito e crédito, mas é preciso considerar as taxas de operação e os pagamentos feitos a prazo.**

É recomendável comparar as opções de meios de pagamento, entre si, para identificar os meios mais vantajosos e seus pontos ofensores e gerir, de forma estratégica, para não impactar no faturamento negativamente.

Para o e-commerce, os meios de pagamento também devem ser bem definidos assim como dispor de um portal com plena funcionalidade e navegabilidade. Além de usar estrategicamente formas variadas de pagamento, disponibilizar facilidades no processo de compra tem auxiliado, por exemplo, na redução do abandono de carrinho nas compras online. **Para aumentar a taxa de conversão de vendas, há sites com facilidades no final da transação como a opção “one-click buy”, onde o consumidor pode salvar informações do cartão, endereço de entrega, entre outras, além de ser incentivado a realizar compras futuras por meio de um único clique.**



A taxa de conversão de vendas é um tema muito discutido no mercado de vendas online. Refere-se ao número de visitas recebidas na loja virtual e o número total de vendas realizadas. **Desse modo, dividindo o número de visitas pelo número de pedidos da loja, em um período específico, obtém-se a taxa de conversão.** Conhecimento é vantagem competitiva, e a empresa que incluir o e-commerce no seu planejamento de marketing deve atentar para as especificidades dos canais de vendas a fim de superar as adversidades impostas pela dinâmica do mercado.



A internet e as novas possibilidades para os negócios

A divulgação dos negócios ganhou uma força extraordinária com a potencialização da comunicação em rede. **O Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, o equivalente a 64,7% de toda população com idade acima de 10 anos.** Os dados são da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad C) de 2016, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2018.

Contudo, ainda há um considerável caminho a ser percorrido para que as vendas online tenham maior representatividade. No e-commerce, o abandono do carrinho de compras chega a 63%, o que significa que a cada 100 consumidores, 63 não finalizam as compras iniciadas na internet, segundo o portal E-Commerce Brasil, especializado em artigos técnicos e notícias de mercado do comércio eletrônico no Brasil.

Definir as melhores formas de pagamento em um ambiente digital seguro pode ser uma boa estratégia para aumentar a taxa de conversão de vendas. **A adoção da certificação digital é um bom exemplo: a ferramenta reforça a segurança da página em relação à proteção de dados do cartão de crédito, às informações pessoais do usuário e às senhas.**

A tendência de novos meios de pagamentos deve ser também considerada nas vendas, como a tecnologia que permite o pagamento por meio do celular. Um sistema de proximidade entre dois dispositivos eletrônicos compatíveis que trocam informações com segurança. Com a popularização dos smartphones entre brasileiros, o pagamento por meio dessa tecnologia se configura em oportunidade.

Quer seja no e-commerce, quer seja no comércio tradicional, a versatilidade nos negócios, no que se refere meios de pagamento, deve estar presente em todos os canais de venda. **Gerir o negócio, de modo a potencializar as vendas, exige do empreendedor um perfil analítico e inovador quanto à aplicabilidade dos meios de pagamento escolhidos.** A exemplo de empresas com ponto de venda físico, que **podem ter outros serviços associados ao uso da máquina de cartão**, como recargas de celulares pré-pagos. Além de gerar receita adicional, as possibilidades de trazer mais clientes para o estabelecimento só crescem.



AS VANTAGENS E DESVANTAGENS DAS DIFERENTES FORMAS DE PAGAMENTO

Se você quer converter potenciais clientes em vendas efetivas, conheça as principais modalidades de pagamento, suas vantagens e desvantagens.



Cartão de crédito

Sem dúvidas é o meio de pagamento mais usado mundialmente. **Com a expansão do e-commerce, houve um crescimento significativo do uso do cartão de crédito por conta da praticidade no ato do pagamento e a possibilidade de parcelamento.** Por outro lado, a empresa deve atentar às taxas cobradas pelas operadoras e aos prazos para recebimento dos valores.

Para aderir a esta modalidade de pagamento, vale destacar que o empresário tem um gasto mensal de 3% a 5% a cada transação concluída no aluguel da máquina, o que se configura como mais um custo na operação.



Vantagens

- Financiamento pré-aprovado, parcelamento e facilidade de pagamento, aumento do poder de compra;
- Agilidade de pagamento;
- Alternativa de pagamento no caso de indisponibilidade de dinheiro no ato da compra;
- Segurança no recebimento dos valores das vendas;
- Incentivo à fidelização dos clientes por meio dos cartões recomendados pelos bancos;
- Negociação diferenciada entre as empresas credenciadoras e as empresas com maior volume de vendas;
- Portabilidade

Desvantagens

- Liberação dos valores pelo banco após média de 30 dias da data da compra;
- Custo de taxa de remuneração para operadoras de cartão que chegam a embolsar até 6% do valor da compra;
- Aluguel da máquina do cartão;



Cartão de débito

Uma solução de vendas, por meio eletrônico, similar a uma ordem de pagamento que incide sobre os recursos disponíveis na conta do cliente por meio da assinatura de convênio com bancos. Em geral, utilizado em compras de pequenos valores, como alimentos, combustível, lazer, farmácias e serviços. O repasse do valor pago acontece em poucos dias ou até mesmo em questão de horas para a empresa .

Vantagens

- Praticidade;
- Segurança;
- Portabilidade;
- Pagamento à vista;
- Rapidez no recebimento do valor pago;
- Baixo risco para o comerciante.

Desvantagens

- Custo de taxa de operação;
- Aluguel da máquina do cartão.

Boleto bancário

Título de cobrança amplamente usado pelos brasileiros. Aproximadamente 1/5 das compras online efetuadas são pagas via boleto bancário no Brasil. Pode ser gerado pelo próprio comprador, quer seja pessoa física, quer seja por pessoa jurídica por meio de plataformas online ou pela empresa vendedora.

Por conta da praticidade para quem não tem cartão de crédito e, por se caracterizar uma forma de pagamento à vista, os boletos podem oferecer descontos atraentes. **Contudo, merece uma atenção: por mais que as taxas para emissão de boletos sejam consideravelmente baixas, há possibilidade de o cliente fechar uma compra no site e simplesmente não pagar a guia ou ainda a confirmação do pagamento ser um pouco lenta.** De qualquer modo, o processo é muito seguro e o próprio documento serve como comprovante.

Vantagens

- Rapidez no repasse do valor pago;
- Praticidade;
- Pagamento à vista;
- Taxas para emissão de boletos, consideravelmente baixas;
- Próprio documento serve como comprovante;
- Diminuição das inconsistências de pagamento;
- Redução das fraudes de emissão de boletos;
- Extinção dos erros de cálculo de multas e encargos por atraso.

Desvantagens

- Reserva do estoque até a quitação do boleto. Caso a guia não seja paga, a empresa pode perder novas vendas se seu estoque for pequeno;
- Pode levar até 5 dias para constatação do pagamento.

Carteira digital

Solução eletrônica que tem seu funcionamento de modo simples: um aplicativo de celular ou tablet guarda os dados do usuário que são utilizados nas transações online. **O benefício é a segurança promovida pelos aplicativos por possuírem bons recursos de privacidade e sigilo dos dados, que vão de criptografia até autorização biométrica.** As carteiras digitais não são novidades, mas vem ganhando destaque.

Vantagens

- Praticidade;
- Garantia das informações financeiras e pessoais em sigilo;
- Funcionalidade como conta bancária;
- Menos erro;
- Menos digitação;
- Sem burocracia.

Desvantagens

- Limites de transação diários e mensais;
- Cobranças de taxas.





Cheque

Meio de pagamento usado há alguns anos, o cheque tem perdido espaço para outras formas de pagamento, a exemplo do cartão de crédito e dinheiro.

Vantagens

- Possibilidade de vendas para um público que a concorrência não atenda por não aceitar esta modalidade de pagamento.

Desvantagens

- Menos clientes adeptos a esta modalidade de pagamento;
- Vulnerabilidade à inadimplência;
- Custo adicional ao negócio, por ser recomendável adesão aos serviços de empresas especializadas na verificação deste tipo de pagamento.

Dinheiro

Forma tradicional de pagamento e valorizada pelas empresas. Esta forma de pagamento é também atrativa para o cliente, porque muitas empresas oferecem desconto para quem opta por comprar através desta modalidade.

Vantagens

- Liquidez nos negócios;
- Não incide custo na operação.

Desvantagens

- Vulnerabilidade em razão de assaltos ou recebimentos de notas falsas.



PORTA DE LIGAÇÃO (GATEWAY) X INTERMEDIADOR DE PAGAMENTO: CONHEÇA



Em posse das informações sobre as modalidades de pagamento, conheça também os serviços usados por empresas de e-commerce que servem para transmissão de dados entre clientes, comerciantes e seus bancos. As informações são processadas automaticamente em um fluxo inteligente. Há dois serviços para esse propósito:

Porta de ligação de pagamento (gateway de pagamento)

Muitas empresas aceitam o pagamento com cartão de crédito por conta da porta de ligação, chamada de gateway de pagamento. **De modo descomplicado, seu funcionamento é como se fosse uma maquininha de cartão virtual: as informações são inseridas pelo cliente e enviadas aos responsáveis pela bandeira.**

Para tal procedimento, a instituição financeira checa se há limite disponível para a compra e se os dados informados estão corretos, como número, nome do titular, data de vencimento e código verificador, para autorizar ou não a compra. Lembrando que essa verificação não pode ser considerada antifraude, uma vez que é uma avaliação básica.

Normalmente, as portas de ligação possuem taxas mais acessíveis e ainda podem permitir alguma negociação com relação às condições comerciais a exemplo do adiantamento de pagamentos. **Entretanto, é necessário fazer um contrato específico com cada uma das bandeiras de cartão – o que pode tornar inviável para pequenos e médios empreendedores.**



Intermediador de pagamento

Seu funcionamento consiste como um meio de campo entre o cliente, empresa e instituições financeiras. No caso, o comprador paga ao intermediador que, por sua vez, aciona o banco ou bandeira de cartão de crédito. Se a compra for autorizada, a empresa efetua a venda.

Os intermediadores de pagamento são indicados para os pequenos e médios empreendedores. **Com eles, o cliente é levado no momento da compra a um novo ambiente, onde precisará se cadastrar e finalizar o negócio. Todo o procedimento é codificado para garantir a segurança dos dados.**

Como principal vantagem, o intermediador de pagamento exige o proprietário da loja virtual de assinar um contrato burocrático com bancos e empresas de cartão de crédito, sendo essa a característica que principalmente o diferencia do gateway de pagamento.

Alguns intermediadores de pagamento permitem que o seu cliente parcele suas compras em até 15 vezes. Caso o lojista tenha interesse, poderá retirar o valor à vista mediante o pagamento de uma taxa maior. Novamente, os riscos serão dos intermediadores de pagamento.

O intermediador se responsabiliza pela análise de risco e aprovação de vendas com cartão de crédito. **Desta forma, o lojista automatiza todo o processo, sem precisar de convênio com as administradoras e ficará protegido de fraudes,** além de evitar a burocracia de contratar cada operadora ou banco individualmente.

Diante dos recursos oferecidos, os intermediadores de pagamento cobram taxas mais altas que os gateways. Contudo, a praticidade e a acessibilidade para pequenos e médias empresas são aspectos que podem compensar essa diferença.



COMO DEFINIR AS MELHORES FORMAS DE PAGAMENTO PARA SUA EMPRESA

Para escolher as melhores modalidades de pagamento, é primordial comparar as vantagens e desvantagens de cada uma, lembrando que, no caso do e-commerce, quantidade pode ser entendida como qualidade. Logo, é preciso lidar com a pluralidade dos públicos que usam recursos variados e as desvantagens de cada meio de pagamento podem ser vistas como ameaças na performance das vendas.

Para definir as melhores formas de pagamento para sua empresa, é importante ficar atento aos critérios abaixo:

Perfil do público

Entenda o comportamento do seu público em profundidade em relação às finanças pessoais. **Enquanto uns compradores elegem o desconto** como um fator que impulsiona a aquisição do produto ou serviço, **outros priorizam o parcelamento**. Há ainda os indivíduos que não possuem cartão de crédito e buscam outros caminhos para realizar suas compras.

Os dados da sua carteira de clientes devem ser analisados de forma minuciosa para identificar a modalidade de pagamento mais utilizada. Assim poderá realizar pesquisas como enquetes, a fim de perguntar diretamente ao consumidor quais as suas preferências.





Análise do mercado

Conhecendo o público, é possível entender as melhores soluções de pagamento para seu modelo de negócio. Ficar atento para outras soluções praticadas pela concorrência também é importante para avaliar as possibilidades de inclusão na sua empresa. **As tendências de mercado, como as carteiras digitais, podem deixar a empresa um passo à frente dos concorrentes**, ainda que não seja um meio de pagamento popular.

Essa iniciativa de agradar os clientes nas opções de pagamento, quer seja por meio de pesquisa, quer seja analisando novas possibilidades de pagamento, favorece a imagem da empresa pela busca na melhoria do atendimento e consequente inovação dos processos.

Cobrança de taxas

Para o mercado online, as opções diversificadas de soluções de pagamento, em geral, cobram diferentes taxas. **No caso de intermediadores, por exemplo, é cobrada uma porcentagem por transação - que varia de 2% a 8% - e, em algumas situações, pode haver uma cobrança fixa por venda.** Com relação ao uso de boletos e débito online, há um pagamento de uma taxa de emissão, que varia de acordo com o banco escolhido e a negociação em si.

É recomendável ponderar as vantagens de adotar um intermediador de pagamento, ainda que pague um pouco mais, para ter a segurança nas transações ou desconsiderar as taxas ou os custos fixos impostos pelo intermediador de pagamento para investir em um sistema de antifraude próprio a fim de ter a segurança nos negócios.

Diferenças nos prazos

Cada forma de pagamento possui um prazo específico. O débito online é o mais rápido por ser feito de uma conta para outra. Já para o uso do boleto, é preciso levar em conta o prazo para o cliente pagar e o banco compensar - normalmente 72 horas úteis. No caso do cartão de crédito, a aprovação do pagamento é rápida, porém, o problema está no prazo de recebimento. **É recomendável obter informações com as operadoras e os intermediadores sobre o repasse do valor pago independente do meio de pagamento adotado.**

Bancos e bandeiras usualmente oferecem o serviço de antecipação de recebíveis. Mediante pagamento de taxas, é possível ter a liberação dos valores das compras realizadas com cartão de crédito no mesmo prazo das compras feitas via débito. O problema é que as taxas são extremamente altas, muitas vezes comprometendo a lucratividade do negócio. O melhor, portanto, é só acionar esse recurso em casos pontuais.



Facilidade de integração

Analise a facilidade de integração entre a solução de pagamento e sua plataforma de e-commerce. Normalmente, os intermediadores e os meios de pagamento são integrados com facilidade. Porém, o comprador costuma ser levado a um ambiente externo para finalizar a transação.

As portas de ligação de pagamento - *gateways* - podem ser incluídas na interface da plataforma para melhorar a experiência do usuário. Eles promovem a integração entre a plataforma, instituições financeiras e operadoras de cartão de crédito, oferecendo a forma de pagamento requisitada. Aprecie as funcionalidades e a performance dessas interfaces de pagamento.

Experiência do usuário

A experiência de compra descomplicada é o ambiente ideal para aumento das vendas. As transações financeiras, em poucos cliques, incentivam a efetivação do pagamento por conta do percurso fácil e intuitivo.

Segurança para a empresa

Atenção às fraudes. Soluções de pagamento mais seguras costumam oferecer sistemas para identificar a origem das transações e mostrar eventuais fraudes nos meios de pagamentos, o que assegura as transações para a empresa.



VAMOS VENDER MAIS?

A variedade de soluções de pagamento oferece vantagem competitiva aos negócios. **Para a empresa definir os meios de pagamento mais apropriados para seu modelo de negócio é necessária uma busca contínua por conhecimento, seja por meio da participação em palestras ou cursos, seja por pesquisa em portais de referência ou assessorias**, além da avaliação também constante sobre os impactos de cada meio de pagamento nas suas operações. Para mais orientações sobre meios de pagamentos para sua empresa, procure o Sebrae.





Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.ba.sebrae.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia