



Medios de Pago

*Cómo cobrar por tus
ventas online*

ÍNDICE

1. MEDIOS DE PAGO ONLINE.....	4
Tarjetas de crédito vía pasarela de pago.....	6
Vendedor.....	6
Comprador	7
Transferencia bancaria.....	7
Vendedor.....	7
Comprador	8
Medios de pago en efectivo.....	8
Vendedor.....	8
Comprador.....	9
2. MEDIOS DE PAGO OFFLINE	10
Medios de pago en efectivo	11
Vendedor.....	11
Comprador	11
Tarjetas de crédito y débito	12
Vendedor.....	12
Comprador	12
Sugerencias para trabajar con tarjetas de crédito en tu negocio.....	13
3. CONSEJOS PARA INTEGRAR TUS CANALES ONLINE Y OFFLINE	14
4. SÍNTESIS	17
5. SOBRE TIENDA NUBE	19

En el presente ebook vamos a explorar las alternativas de pago existentes para concretar una venta en tu tienda online. Más allá de que tu canal de venta sea internet, existe la posibilidad de recibir dinero de manera offline, además de online.

A continuación, vamos a ver las ventajas y desventajas de cada medio de pago tanto para el vendedor como para el comprador. ¡Empecemos!



1. MEDIOS DE PAGO ONLINE

MEDIOS DE PAGO ONLINE

Cobrar por tus ventas de manera online significa realizar la transacción sin tener contacto personal con el comprador; es decir, mediante una transacción electrónica. El mayor beneficio que se desprende de esta modalidad para quienes cobran es la **posibilidad de captar compras impulsivas**. Por ejemplo, alguien que entra a tu tienda online a las 3 a.m. y decide comprar en ese instante ¡va a poder hacerlo!

A la hora de cobrar por internet, la tendencia es utilizar una pasarela de pago que actúe de intermediaria entre el comprador y el vendedor .

Antes que nada, ¿qué es una pasarela de pago? Como indica su nombre, una pasarela es un **punto entre dos partes: vendedor y comprador**. Específicamente, las pasarelas de pago tienen integraciones con tarjetas y bancos particulares y ofrecen el servicio de cobrarle a tus clientes evitando, así, que tengas que cerrar acuerdos específicos con estas entidades.

La mayor ventaja que se desprende de esta modalidad de cobro es la **simplicidad**: te registrás en la pasarela y ya podés empezar a cobrar por tus ventas instantáneamente. ¿Cómo funciona? El dinero se va a acreditar en una cuenta virtual y luego vas a poder transferirlo a tu banco o cobrarlo a través de un cheque. Algunas pasarelas muy conocidas en Argentina son PayU y Mercado Pago.

Si bien es posible cobrar online sin usar una pasarela, pueden surgir múltiples desventajas. Por ejemplo, vas a tener que cumplir con muchos certificados de seguridad, realizar personalmente las integraciones con los distintos bancos, contratar un programador para que configure el pago online en tu tienda, entre otras.

Estas condiciones demoran tiempo y requieren dinero, por lo que son más útiles para aquellos que tienen mucho volumen de venta online. Por

eso mismo, a lo largo de este capítulo, vamos a analizar únicamente la solución de las pasarelas de pago.

Existen diversos medios para cobrar online con esta modalidad y cada uno de ellos tiene ventajas y desventajas para ambas partes: comprador y vendedor. Veamos cuáles son:

Tarjetas de crédito vía pasarela de pago

Ventajas para el vendedor

- Permite recibir pagos las 24 horas del día.
- Le brindás mayor credibilidad a tu negocio.
- Podés recibir pagos desde cualquier lugar del mundo.
- Minimizás el riesgo de recibir dinero (billete) falso.
- A pesar de que ofrezcas financiación en tus ventas, siempre se va a acreditar el dinero en un pago, absorbiendo las cuotas la pasarela de pago.
- No es necesario comunicarse con los bancos emisores de tarjetas para conseguir financiación sin interés ya que la pasarela de pago se encarga de eso.

Desventajas para el vendedor

- Vas a tener que pagar una comisión por ventas que puede variar según la empresa (entre un 4% y 6% aproximadamente).
- Si bien el dinero se te va a acreditar en máximo 1 día (entre 2 y 24 h), la pasarela de pago puede tardar hasta 15 días en liberar el dinero para que lo retires.
- Corrés riesgo de caer en el fraude online: si entregás el producto y el cliente luego denuncia ese pago a su banco, el banco te va a descontar el dinero a vos, si es que no lográis demostrar la transacción.
- Dentro del resumen de cuenta del cliente (comprador) aparecerá el nombre de la pasarela de pago (ej.: Mercado Pago) en lugar del nombre de tu empresa. Esto puede generar un riesgo de desconocimiento de cargo ya que el cliente puede no asociar el nombre de la pasarela de pago con la compra realizada en tu tienda. Para evitar ésto, avisale a tus clientes cómo van a ver el pago en su resumen.

MEDIOS DE PAGO ONLINE

Ventajas para el comprador

- No hay necesidad de desplazarse físicamente para efectuar el pago.
- Ahorro de tiempo.
- Se puede llegar a conseguir financiación en cuotas sin interés (dependiendo con qué pasarela de pago esté integrada la tienda donde compra).

Desventajas para el comprador

- Existe un temor generalizado al robo de los datos sensibles de la tarjeta de crédito.
- Solo va a encontrar el comprobante de pago dentro del resumen (online/offline) de su tarjeta. Es decir, no va a tener nada firmado físicamente, a diferencia de cuando compra con tarjeta en un local a la calle.

Transferencia bancaria

Ventajas para el vendedor

- Transacción muy rápida y directa hacia tu cuenta bancaria.
- Le da dinamismo financiero a tu negocio.
- No tenés que pagar ninguna comisión si no usás la pasarela de pago para este medio.
- Minimizás el riesgo de recibir dinero (billete) falso.

Desventajas para el vendedor

- Recién vas a poder preparar el producto cuando recibas el comprobante de pago ya que, hasta no tenerlo, no tenés seguridad de que la compra se haya concretado.
- Hay tiempo para que el comprador se arrepienta.
- La transferencia se va a acreditar en el horario que establecen los bancos para realizarlas.
- Si cobrás por transferencia bancaria mediante una pasarela de pago, no solo vas a tener que pagar una comisión sino que también la acreditación del pago puede llegar a demorar dos semanas.

MEDIOS DE PAGO ONLINE

Ventajas para el comprador

- No hay necesidad de dar datos personales para pagar por transferencia bancaria.
- Comodidad de realizar la transacción desde una computadora o celular, sin necesidad de desplazarse físicamente.

Desventajas para el comprador

- Si hay un error en el número de cuenta, la transferencia no se puede revocar.
- Con algunos bancos, para hacer la transferencia por internet se solicita que el destinatario ya esté registrado, sino la acreditación no va a ser inmediata. Esto perjudica al comprador ya que el envío del producto puede demorar más.

Medios de pago en efectivo

Ventajas para el vendedor

- Llegas a un público más amplio ya que abarcas a las personas que no tienen tarjeta de crédito.
- Además, al ofrecer esta opción, vas a alcanzar a las personas que todavía tengan reticencia a comprar online con tarjeta de crédito.

Desventajas para el vendedor

- Aumenta el riesgo de perder al cliente en el medio del proceso de compra ya que se requiere de una movilización de su parte y esto puede provocar el arrepentimiento de compra.
- El pago no se acredita instantáneamente, tarda entre 24 y 72 h aproximadamente.

Ventajas para el comprador

- No se debe dar ningún dato personal para pagar.
- No hay riesgo de robo de datos sensibles.
- Se obtiene una prueba física inmediata del pago efectuado.

MEDIOS DE PAGO ONLINE

Desventajas para el comprador

- Se requiere de un desplazamiento físico por parte del comprador para efectuar el pago.
- Si el producto a adquirir es muy caro, el comprador corre el riesgo de andar por la calle con mucho dinero encima.
- Si el comprador abona un monto distinto al específico de la compra (por ejemplo, paga \$1500 en lugar de \$1490) el pago tardará más en acreditarse (por tener que hacer un proceso de acreditación adicional) y por ende el envío del producto se puede retrasar.
- Como el pago no se acredita instantáneamente, ésto puede demorar la entrega del producto.



2. MEDIOS DE PAGO OFFLINE

MEDIOS DE PAGO OFFLINE

El cobro de ventas en forma offline comprende a todas aquellas **formas de pago que puedan prescindir de una conexión a internet para funcionar**, entre ellas las más comunes son: pagos en efectivo, tarjeta de crédito y tarjeta de débito.

Cada una de estas formas ofrece diferentes modalidades que tienen sus ventajas y desventajas, tanto para vendedores como clientes, que analizaremos a continuación.

El mayor beneficio que naturalmente ofrecen las formas de pago offline es **su masividad y su antigüedad**. Al ser los medios de pago con mayor historia, resultan familiares y confiables a la mayor parte de la población, en contraposición a los medios online que, si bien gozan de una fuerte adopción, todavía pueden despertar desconfianza en un sector de la población que es cada vez menor.

Medios de pago en efectivo

Ventajas para el vendedor

- Buena visibilidad sobre la liquidez.
- Se encuentra exento de comisiones.
- Disponibilidad inmediata de las ganancias.

Desventajas para el vendedor

- Resulta riesgoso y poco práctico guardar grandes cantidades de efectivo en un local para luego transportarlas al banco.
- Es de difícil control.
- Aumentan las chances de recibir dinero falsificado.

Ventajas para el comprador

- Buena visibilidad sobre los gastos.
- Eventuales descuentos.
- Se encuentra exento de costos de mantenimiento.

MEDIOS DE PAGO OFFLINE

Desventajas para el comprador

- Inseguro para transportar en grandes cantidades.
- Aumentan las chances de recibir dinero falsificado.

Tarjetas de crédito y débito

Ventajas para el vendedor

- Implican practicidad y seguridad, ya que el dinero se deposita directamente en tu cuenta bancaria y no existe necesidad de resguardarlo en el negocio o transportarlo.
- Posibilitan captar la compra impulsiva y aumentar así las ganancias.
- Pueden incrementar la cantidad de ventas en productos de precio mediano o alto.
- La terminal Pos es de fácil instalación.

Desventajas para el vendedor

- Disminuyen la visibilidad sobre la liquidez, es decir, saber de cuánto dinero vas a disponer en un determinado momento para los diferentes gastos que tengas. Las tarjetas de crédito suelen depositar los pagos a los comercios entre 2, 18 y hasta 28 días hábiles, dependiendo de la tarjeta. Para revertir este problema, podés crear un Excel bien ordenado con las ventas diarias y así calcular de cuánto dinero vas a disponer a futuro o bien contratar un servicio que ofrezca una solución automatizada.
- Existen comisiones desfavorables para la venta masiva de productos de bajo precio.

Ventajas para el comprador

- Posibilitan el acceso a promociones.
- Permiten acceder fácilmente a productos de valor elevado a través del pago en cuotas.
- Brindan mayor seguridad y practicidad (el cliente no necesita llevar efectivo encima).

MEDIOS DE PAGO OFFLINE

Desventajas para el comprador

- Posibilitan caer en la compra impulsiva y compulsiva.
- Presentan costos de mantenimiento e intereses en caso de pago tardío.

Sugerencias para trabajar con tarjetas de crédito en tu negocio

Por último, te compartimos algunas sugerencias para que tengas en cuenta a la hora de trabajar con tarjetas de crédito en tu comercio:

- Tené en cuenta qué tipo de productos vendés en tu negocio para determinar si los costos de aceptar tarjeta justifican las ventajas que te posibilitan.
- A la hora de establecer los precios de los productos cuando vendés en cuotas, usá los coeficientes que te brindan las tarjetas para calcular el monto exacto a cobrarle al cliente y no facturar dinero de más o de menos.
- Recomendamos hacer el cierre de lote todos los días, en un mismo horario. De esta forma te asegurás de que los depósitos de cobros en tu cuenta bancaria no se retrasen.
- Como te sugerimos más arriba, llevá un control prolijo de las ventas diarias para poder calcular la disponibilidad de la liquidez, ya sea a través de la contratación de un servicio automatizado o de iniciativa propia mediante una planilla de Excel u otro método.



3. CONSEJOS PARA INTEGRAR TUS CANALES ONLINE Y OFFLINE

CONSEJOS PARA INTEGRAR TUS CANALES ONLINE Y OFFLINE

¿De qué me sirve integrar mi tienda offline con mi negocio online? La respuesta es fácil: cuantos más puntos de venta ofrezcas, mayores posibilidades vas a tener de vender. Para generar sinergia entre ambos canales y lograr una integración exitosa, te compartimos algunos consejos:

1. Ofrecé los mismos precios y promociones: si los precios de los productos difieren de un canal a otro, corrés el riesgo de perder clientes. ¿Por qué? Porque si alguien sabe que puede conseguir el mismo pantalón por un menor precio en tu tienda online, cuando se encuentre en tu tienda física no lo va a comprar, y puede suceder que luego esa persona se olvide o pierda el interés y no concrete nunca la compra de aquel pantalón.

Lo mismo puede suceder con las promociones: si el cliente está enterado de que comprando dos productos en la tienda física obtiene un 30% de descuento en la segunda prenda, es muy probable que entre y salga de tu tienda online sin comprar nada.

2. Entregá cupones en la tienda física que sean válidos para la tienda online: una buena práctica para lograr que un cliente te compre en ambos canales es, por ejemplo, ofrecerle un cupón de envío gratis para la próxima compra en tu tienda online al momento de efectuar una compra en tu tienda física. De esta manera, vas a lograr que conozca tu otro punto de venta y se familiarice con ambos, pudiendo elegir desde dónde comprar las próximas veces ocasiones de acuerdo a su propia comodidad.

3. Proponé tu local físico como punto de retiro del producto: puede suceder que un usuario esté a punto de comprar un producto online y se encuentre con que los precios de envío son superiores a lo que esperaba. En ese caso, para no perder a tu potencial cliente, ofrecele que realice el pago por internet pero que retire su compra por tu local físico.

4. Aumentá la credibilidad online con tu tienda offline: otra acción

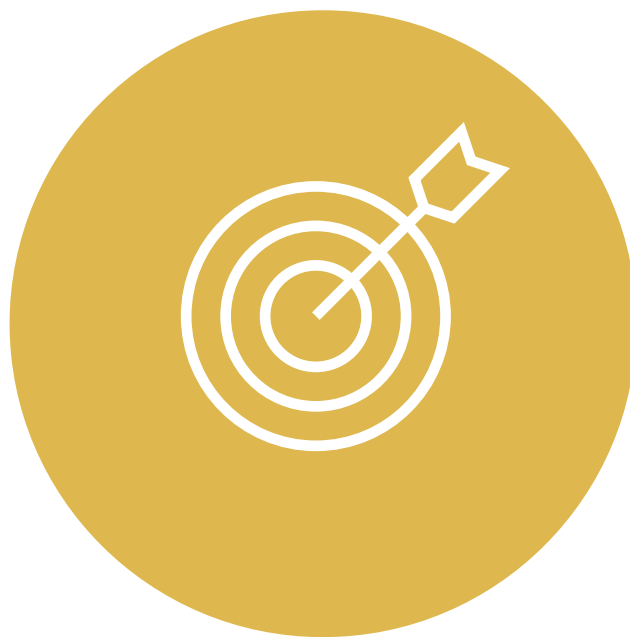
CONSEJOS PARA INTEGRAR TUS CANALES ONLINE Y OFFLINE

que podés implementar para lograr una integración exitosa es mostrar las direcciones de tus locales en la página de 'Contacto' de tu tienda online. De esta manera, vas a aumentar la seguridad y credibilidad de tu sitio web al demostrar que tu marca también existe físicamente. Además, ésto te va a permitir alcanzar a potenciales clientes que aún tienen reticencia a comprar por internet por no poder tocar el producto ¡porque van a poder acercarse a tu local y concretar la compra allí!

5. Incluí la URL de tu tienda online en el *packaging* offline: para asegurarte que los clientes de tu tienda física conozcan tu canal online, te recomendamos incluir la URL en el material que le das a tu cliente cuando realiza una compra en tu local (por ejemplo: bolsas, etiquetas de las prendas, catálogos, etc.). Así, es posible que la próxima vez que quieran comprar elijan hacerlo desde la comodidad de su hogar.

6. Permití devoluciones de productos comprados online en tu tienda offline: al permitir que los compradores disconformes devuelvan o cambien los productos en tus locales físicos, vas a ahorrarte plata al no tener que incurrir en costos de envío adicionales para vos o tu cliente.

7. Regalá algo offline junto con la compra online (y viceversa): otra estrategia posible para integrar tus canales de venta es ofrecer un cupón junto con la compra en un canal, para canjear por un pequeño regalo en el otro. El obsequio puede ser algo económico pero simpático que incentive a las personas a querer conocer tu otro local.



4. SÍNTESIS

S Í N T E S I S

A lo largo de este ebook exploramos las alternativas de pago existentes para concretar una venta en tu tienda online. Vimos que, teniendo una tienda en internet y una tienda física, podés integrar ambos canales y ofrecer dos medios de pago para cada uno: online y offline.

Si bien cada modalidad tiene sus ventajas y desventajas, hacia el final del ebook te dejamos algunos consejos para que lleves a cabo la integración de ambos canales y logres sacar provecho de esa fusión.

Esperamos que este ebook te haya servido para despejar tus dudas respecto de cómo cobrar por internet. Si querés seguir aprendiendo sobre comercio electrónico, te esperamos en nuestra [Universidad del Ecommerce](#).

¡Buenas ventas!



5. SOBRE TIENDA NUBE

S O B R E T I E N D A N U B E

[Tienda Nube](#) es una plataforma de ecommerce orientada a marcas que buscan armar un **canal profesional de venta online**.

Se adapta a todas las etapas de un negocio (comienzo, crecimiento y expansión) y cuenta con diferentes planes de pago acordes a cada necesidad.

Además de tener una interfaz sencilla y diversos diseños adaptables a cualquier rubro, permite integrar los medios de pago y de envío más usados del mercado para poder **operar eficientemente**.

Posee también una **aplicación gratuita** para gestionar la tienda desde cualquier dispositivo móvil.

Más de 25.000 marcas latinoamericanas confían en Tienda Nube para administrar su ecommerce y vender sus productos por internet.

Si vos también querés hacerlo, probá Tienda Nube gratis por 15 días y [¡profesionalizá tu negocio!](#)

