Machado Meyer

IMPRENSA

CRÉDITO CARO DE CARTÃO DE LOJA CRESCE NA PANDEMIA

21 DE SETEMBRO DE 2020

AUTORES

GLÁUCIA COELHO
SÓCIA / SÃO PAULO

Modalidade que subiu 22% em agosto, traz riscos de superendividamento ao consumidor, dizem especialistas

Pollyanna Brêtas e Letycia Cardoso

Basta cruzar a porta principal para ouvir a pergunta: "Vamos fazer o cartão da loja?". Ao chegar no caixa: "Quer pagar as compras com 10% de desconto? É rapidinho!". A estratégia das varejistas tem dado certo. O mercado de crédito ensaia uma recuperação para patamares anteriores à pandemia de Covid-19, e um dos motores é justamente o cartão de loja.

Segundo o Índice Neurotech de Demanda por Crédito (INDC), a demanda por este tipo de crédito ao consumidor avançou 22% em agosto em relação a julho, mês em que já tinha registrado alta de 57% frente a junho.

— A recuperação está relacionada tanto à reabertura do comércio quanto à adaptação de muitas redes para conceder o crédito on-line — explica Breno Costa, diretor de Produtos da Neurotech.

Parcelou? Fez empréstimo

Oferecidos também por mercados, postos de combustíveis e farmácias, esses cartões têm seduzido muitos consumidores pela facilidade para obtenção do empréstimo.

Ao parcelar uma compra, de fato, o consumidor está contratando um financiamento e muitas vezes não se dá conta. Segundo especialistas, o sistema pode mascarar riscos, levar o consumidor a pagar mais caro e a perder o controle.

A autônoma Edvania Maria de Oliveira Carvalho, de 45 anos, tem três cartões de lojas de departamento diferentes, além do cartão de crédito. Ela gasta, em média de R$ 50 a R$ 70, por mês em cada um. Para ela, a principal vantagem em relação ao cartão de crédito tradicional é a possibilidade de parcelamento mais longo:

— Na loja, perguntam se quero parcelar em até oito vezes. Se for no cartão de crédito, só posso dividir em três. Além disso, o cartão da loja oferece desconto de 10% na primeira compra.

Crédito fácil é caro

O secretário de Defesa do Consumidor paulista, Fernando Capez, diz que o cartão fideliza o cliente para que compre sempre no mesmo local pela suposta facilidade de pagamento, sem que se dê conta dos altos juros cobrados pelo estabelecimento:

— A loja vende a ilusão do consumo fácil. Mas, na verdade, é um crédito caro. O empréstimo sofre maquiagem.

Capez ainda alerta:

— Por não entrar numa financeira para pegar dinheiro, o consumidor não percebe que está contraindo um empréstimo naquela loja para consumir. No supermercado, por exemplo, tende a comprar sempre no mesmo local, que nem sempre é o mais em conta e ainda paga os juros do cartão. O risco é se endividar!

O consumidor costuma ser conquistado pela oferta de muitos "benefícios", "descontos" e "facilidades" para pagar. Outro atrativo é a pouca burocracia para contratar: as lojas costumam pedir apenas identidade e CPF do cliente.

— O crédito muitas vezes é oferecido de maneira abusiva, por meio de assédio, sem que o agente forneça todas as informações — observa a advogada **Glaucia Coelho**, sócia da área de contencioso do**Machado Meyer**.

Quanto mais fácil o crédito oferecido, mais caro ele é, dessa forma o risco da operação é compensado, explica Filipe Pires, coordenador do MBA em Finanças do Ibmec/ RJ. Ele ressalta que os juros dos cartões de loja se aproximam das taxas cobradas pelo rotativo do cartão de crédito.

— Em muitos casos, aquele consumidor não conseguiria fazer um cartão de crédito de banco, ou pegar um empréstimo por causa do seu *score* (nota de seu perfil de crédito). As lojas de departamento precisam ter ciclo financeiro alongado. Com o cartão, elas passam a dividir essa despesa com sua base de clientes através do custo de tomada de crédito que fica mais elevado, e o cliente acaba pagando acréscimo no valor da compra. Não parece, mas há taxas embutidas em cada compra.

Risco de endividamento

Apesar do cartão de loja conceder poder de compra a classes mais baixas, possibilitando parcelamento para quem não possui outro tipo de cartão de crédito, é preciso ter controle. Myrian Lund, professora de Finanças nos MBAs da FGV, diz que o cartão de loja deve ser analisado como qualquer outro cartão bancário e alerta:

— Ao mesmo tempo que permite comprar mais coisas, se a pessoa não se programar para pagamento no mês seguinte, as parcelas se embolam com outras despesas. O cartão oferece um ganho expressivo para as lojas, mas representa maior risco de endividamento para o cidadão.

(O Globo Online - 21.09.2020)

(Notícia na íntegra)