



Câmara dos Deputados

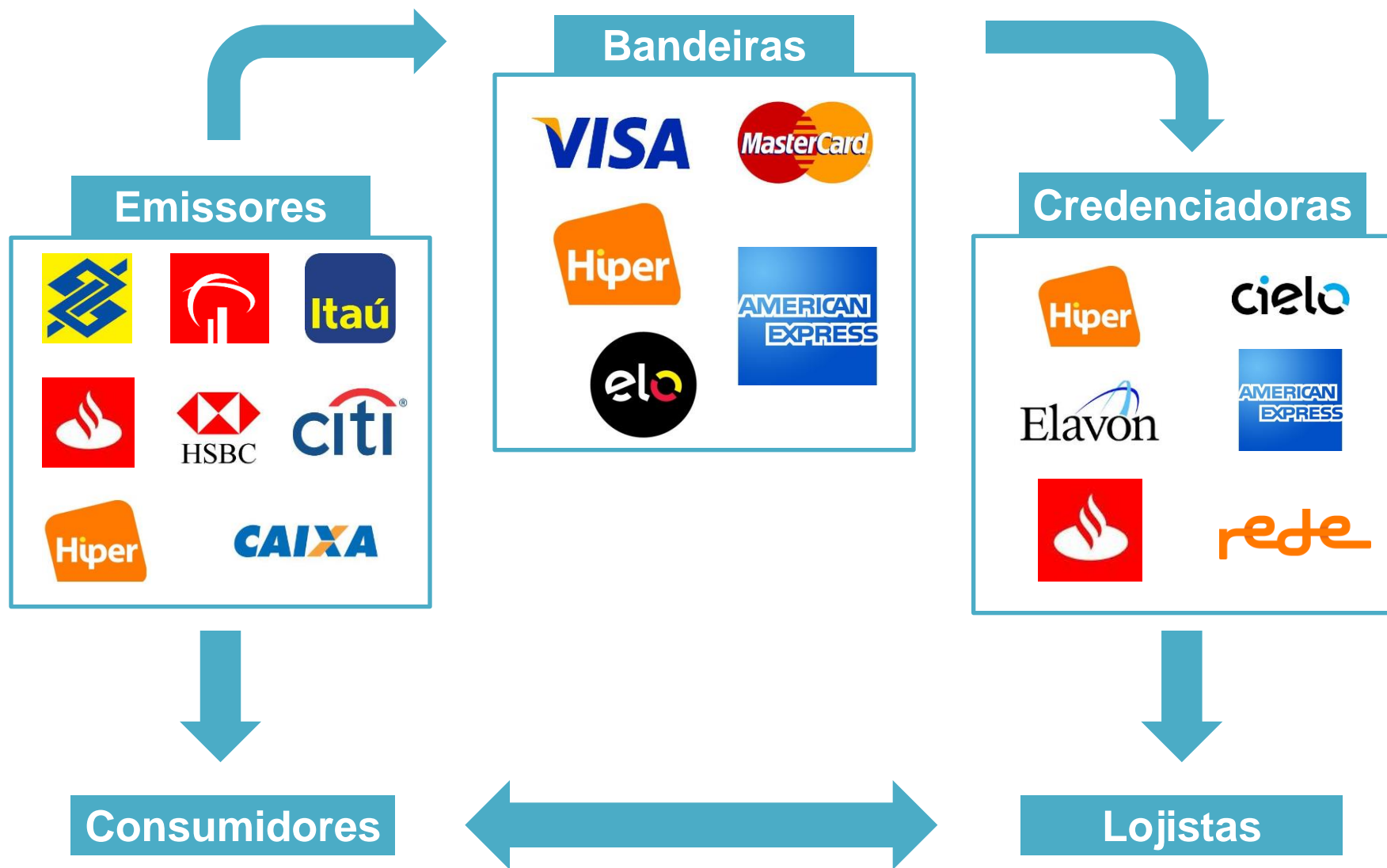
Comissão de Defesa do Consumidor

**Audiência Pública para debater o Projeto de
Decreto Legislativo no. 1506 de 2014**

25 de Novembro de 2014

- ❑ Criada em 1971;
- ❑ Representa o setor de meios eletrônicos de pagamento junto ao mercado, órgãos públicos e sociedade;
- ❑ Suas Associadas representam aproximadamente 95% do mercado de meios eletrônicos de pagamento no Brasil;
- ❑ Atua em prol do desenvolvimento sustentável do setor e da economia em geral;
- ❑ Consolida os números oficiais do mercado de meios eletrônicos de pagamento;
- ❑ Promove a autorregulação do mercado de meios eletrônicos de pagamento.

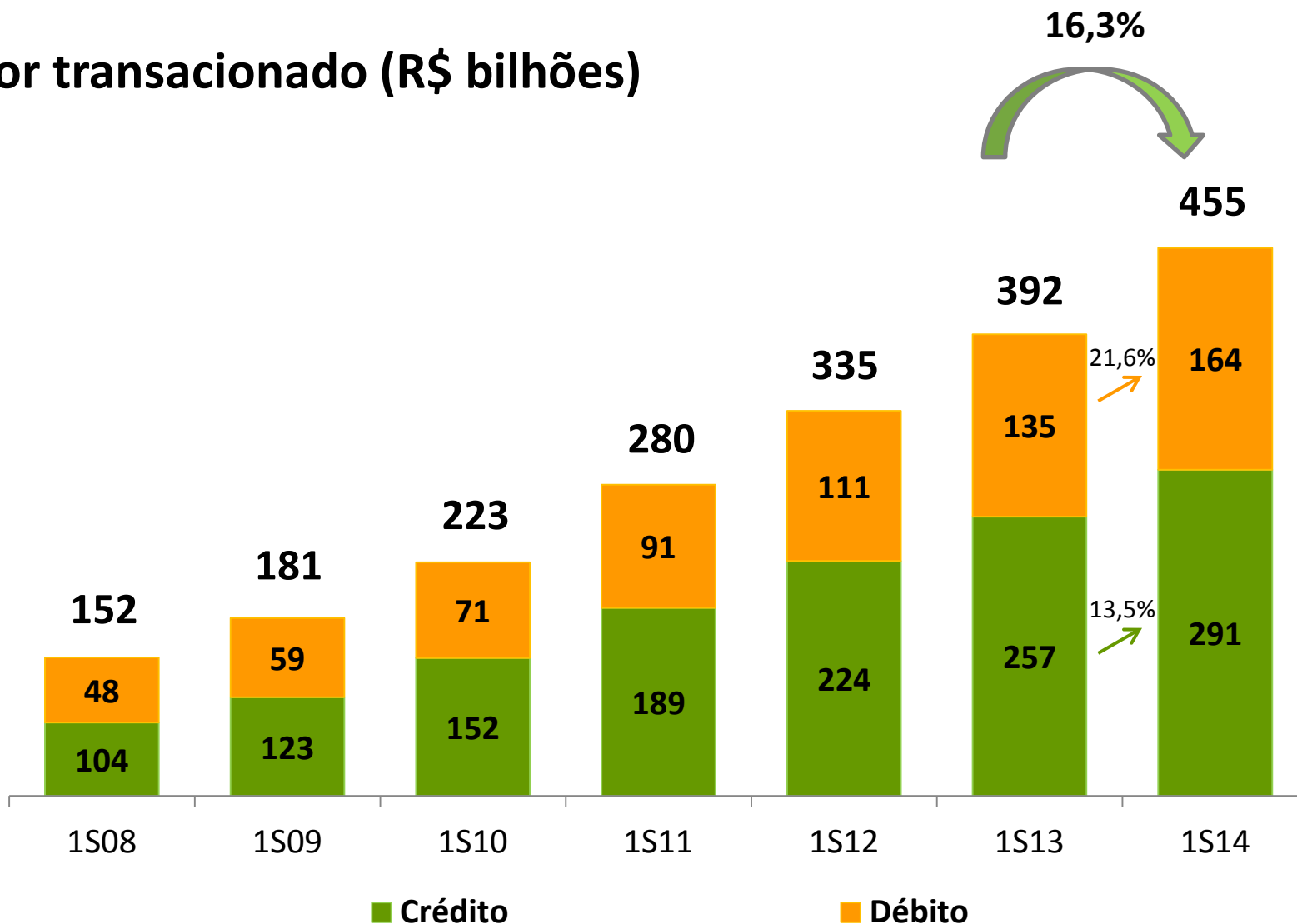
Estrutura do Mercado



Balanço 1º semestre

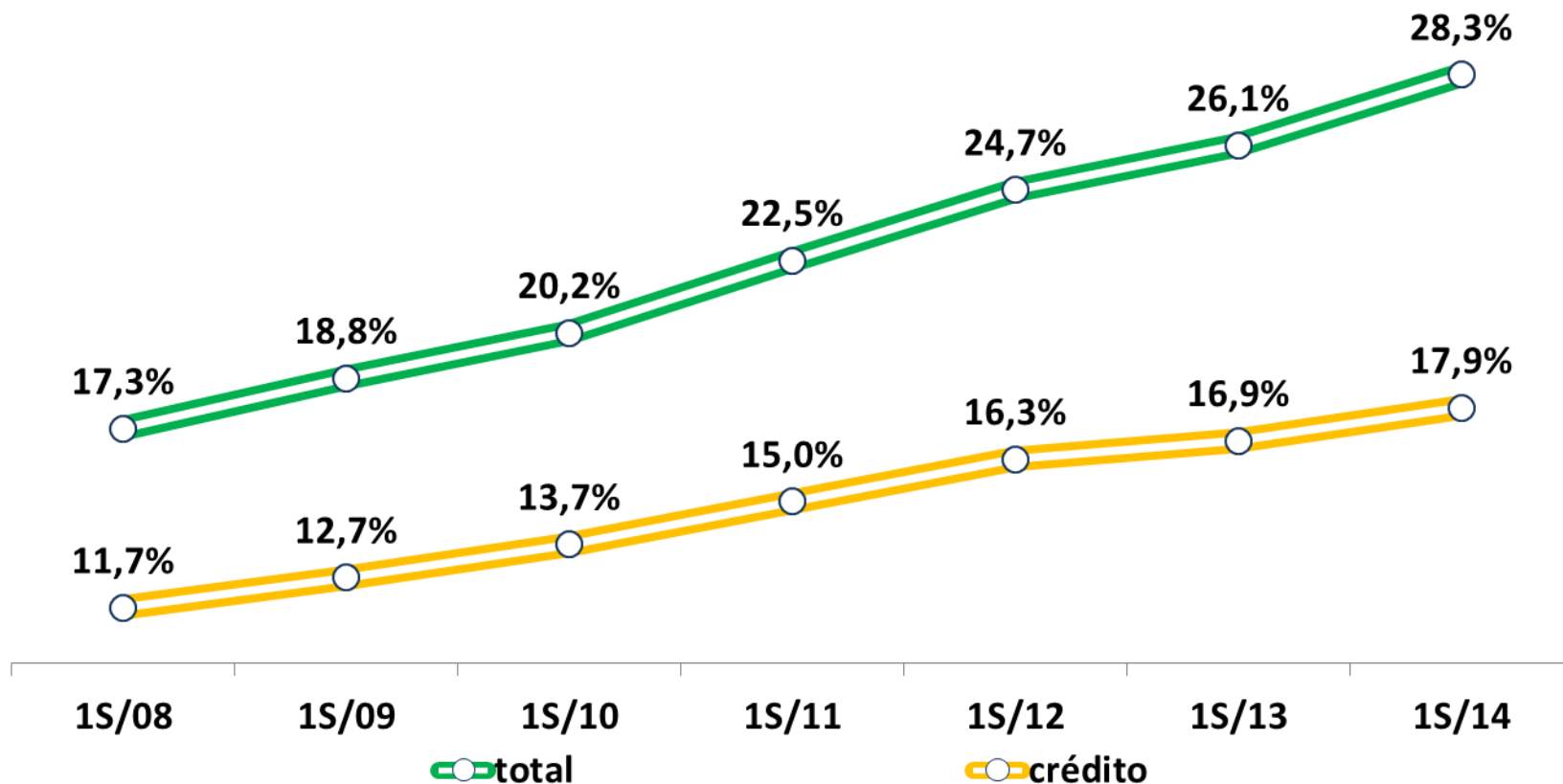


Valor transacionado (R\$ bilhões)



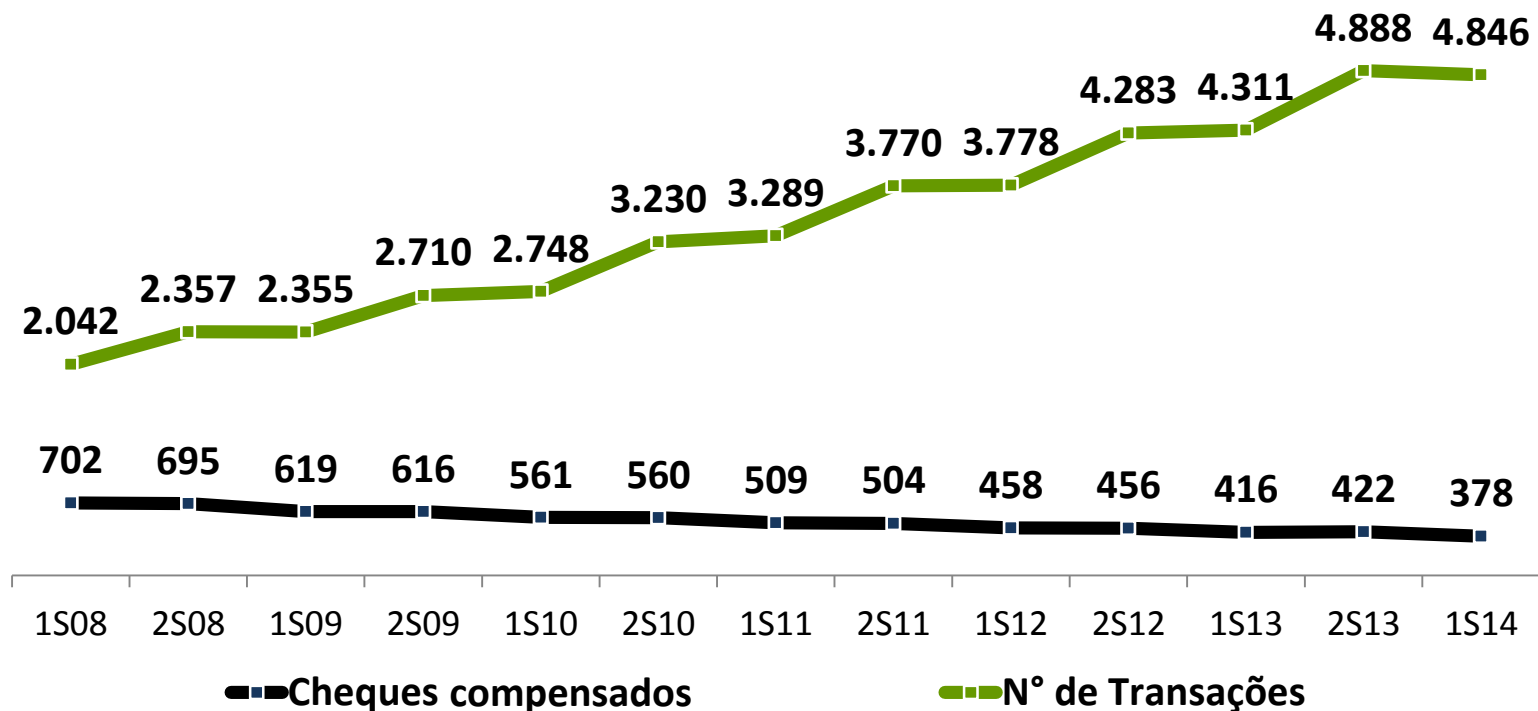
Participação dos cartões no consumo das famílias

→ Cartões respondem por 28,3% do consumo das famílias (1º semestre de 2014)

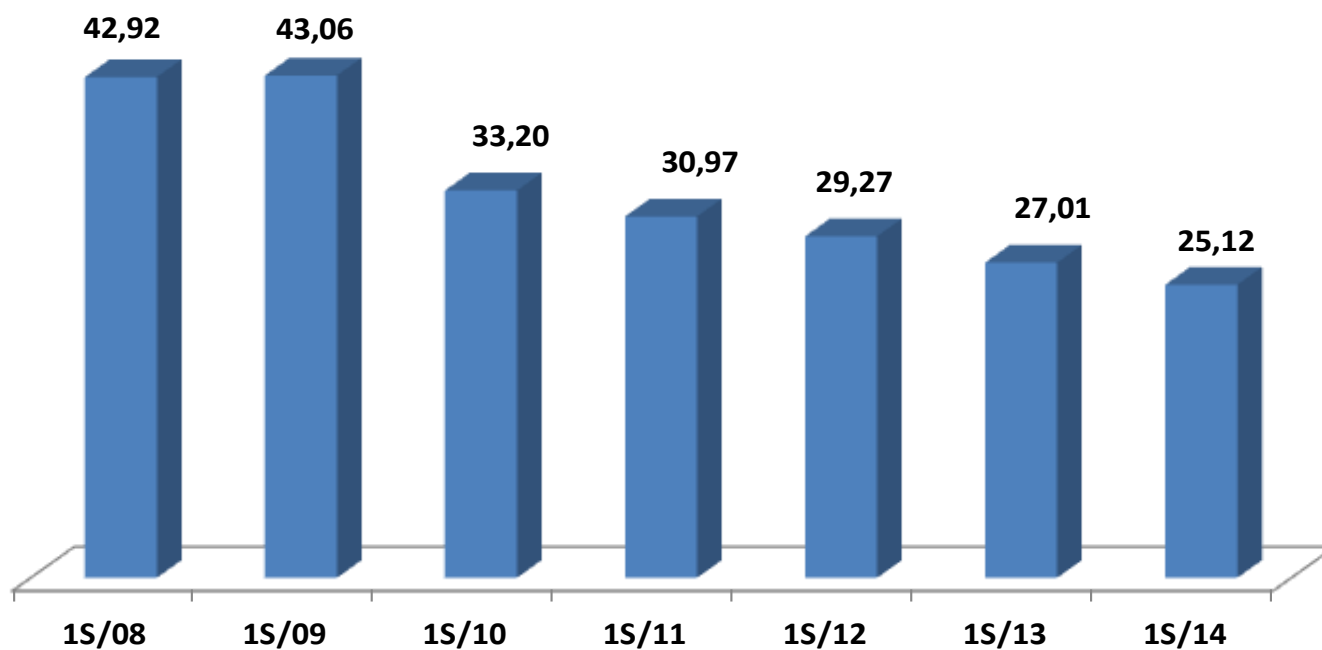


Número de transações X Cheques compensados (milhões)

→ As transações com cartões continuam crescendo em função tanto do processo de substituição de cheques quanto da inclusão financeira

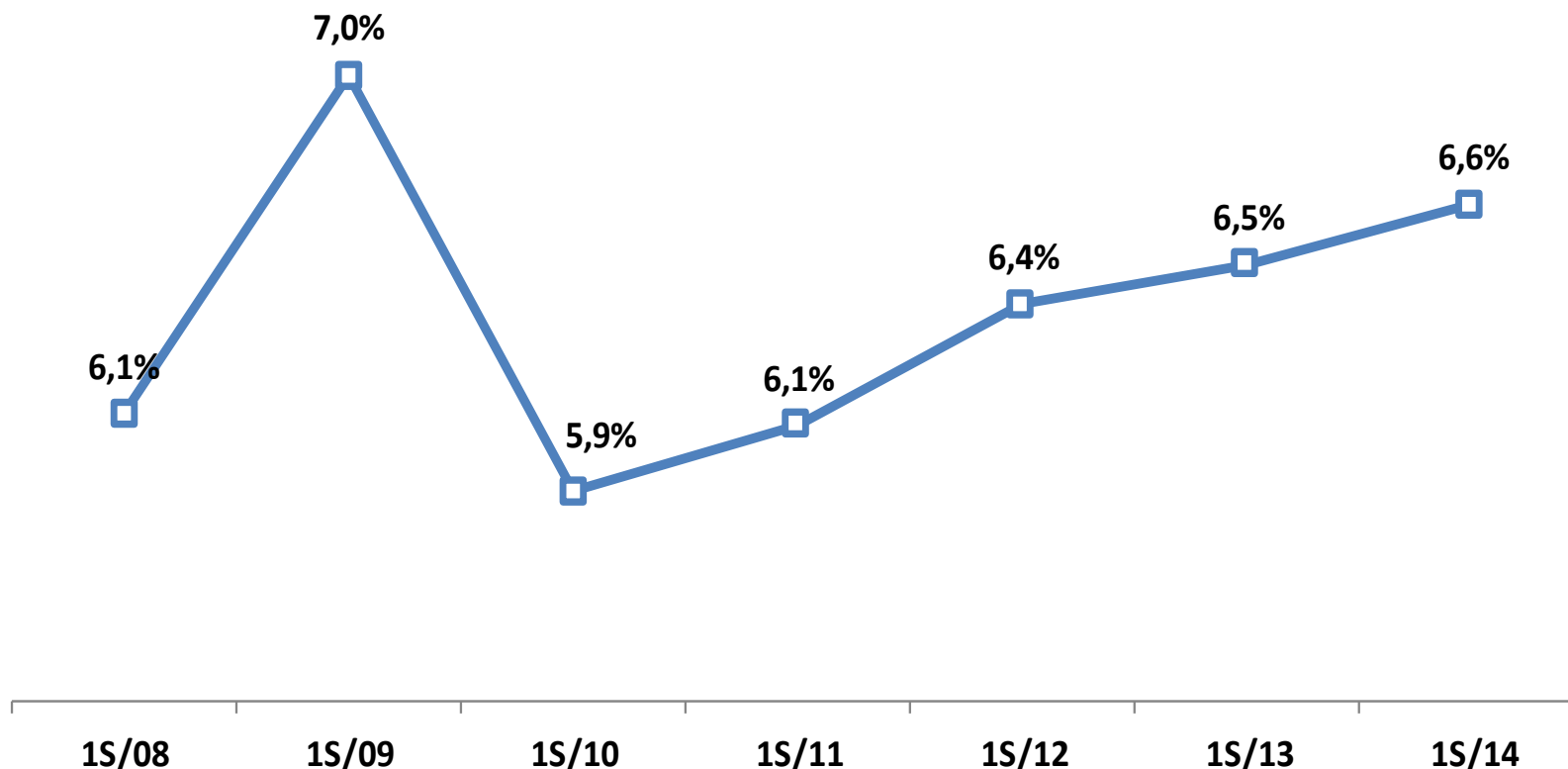


Quantidade de cheques devolvidos – em milhões



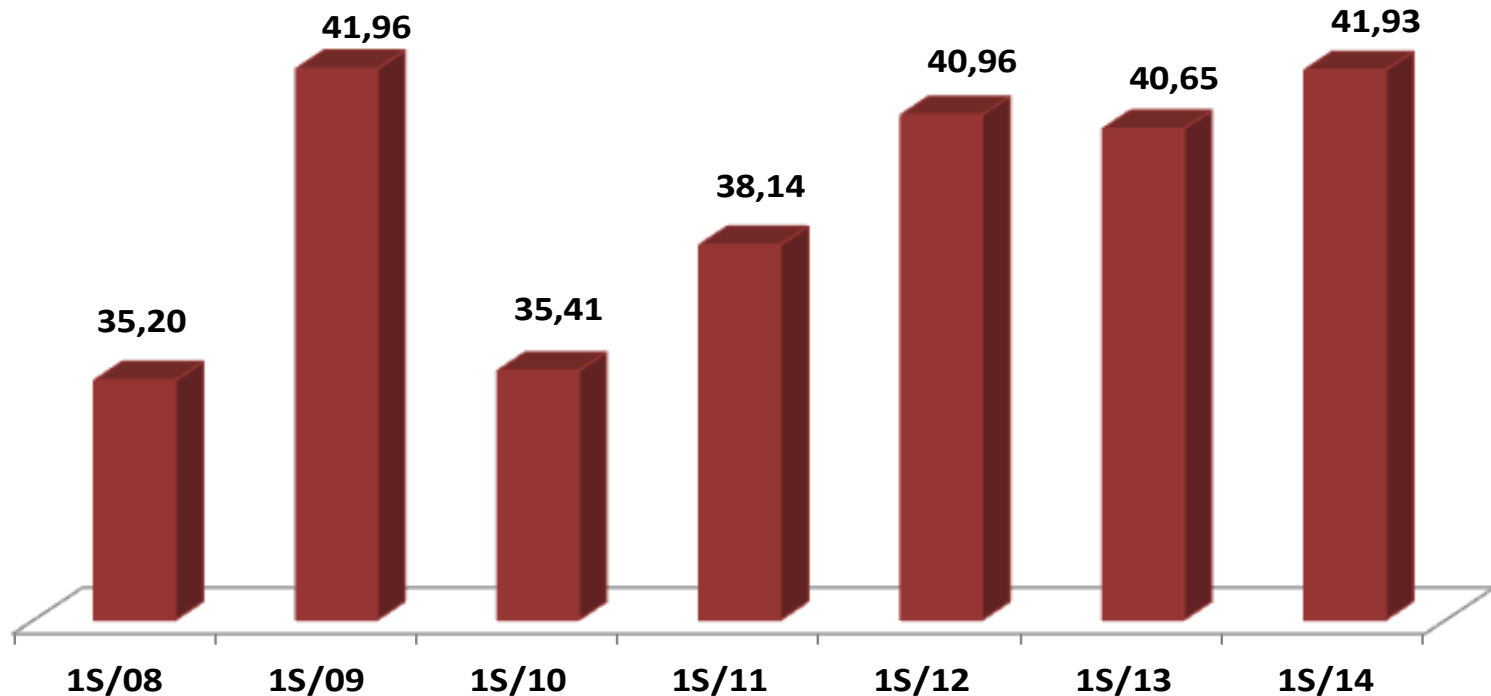
Obs: inclui cheques sem fundos 1º e 2º apresentação; conta encerrada e prática espúria.

Relação dos cheques devolvidos e cheques compensados - % Quantidade



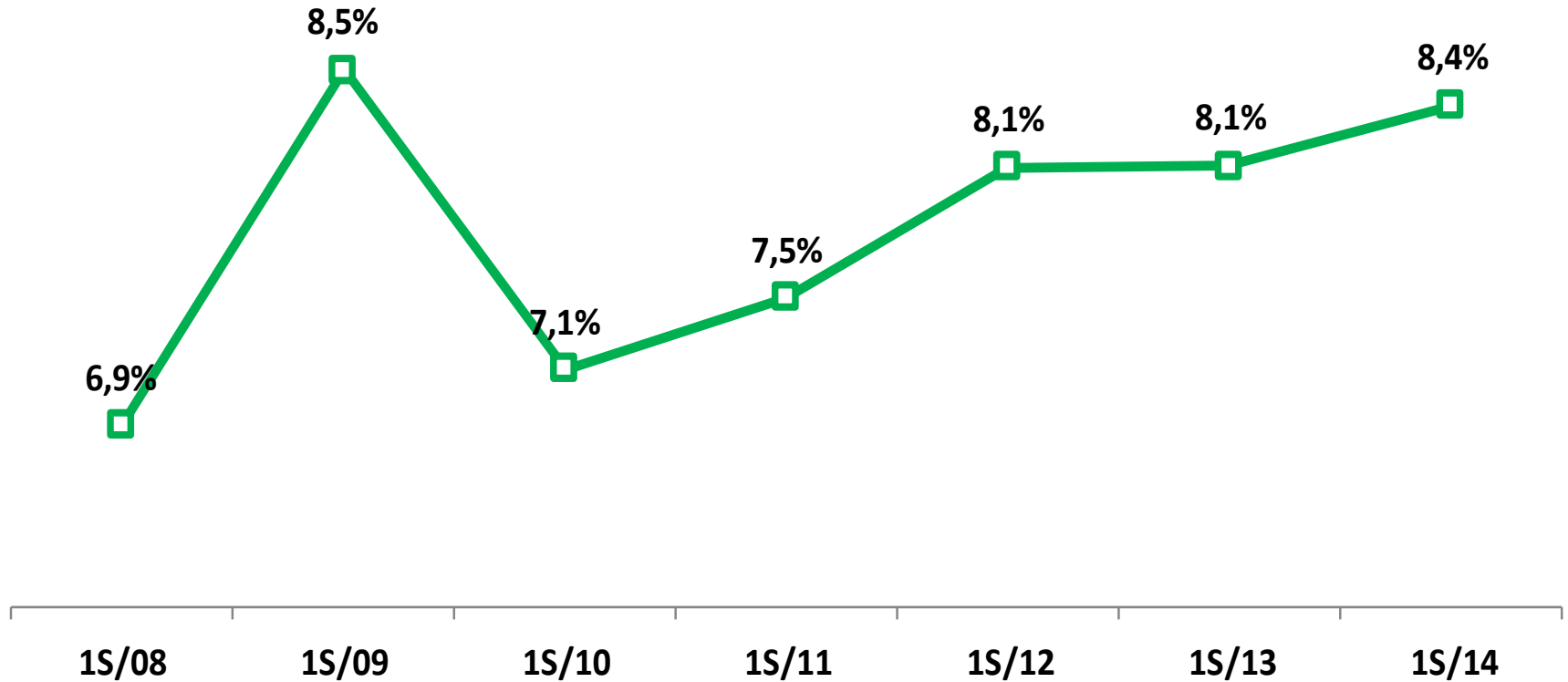
Valor total de cheques devolvidos – em R\$ bilhões

→ No 1º semestre de 2014, o comércio teve um prejuízo de R\$ 41,9 bilhões em função dos cheques sem fundos.

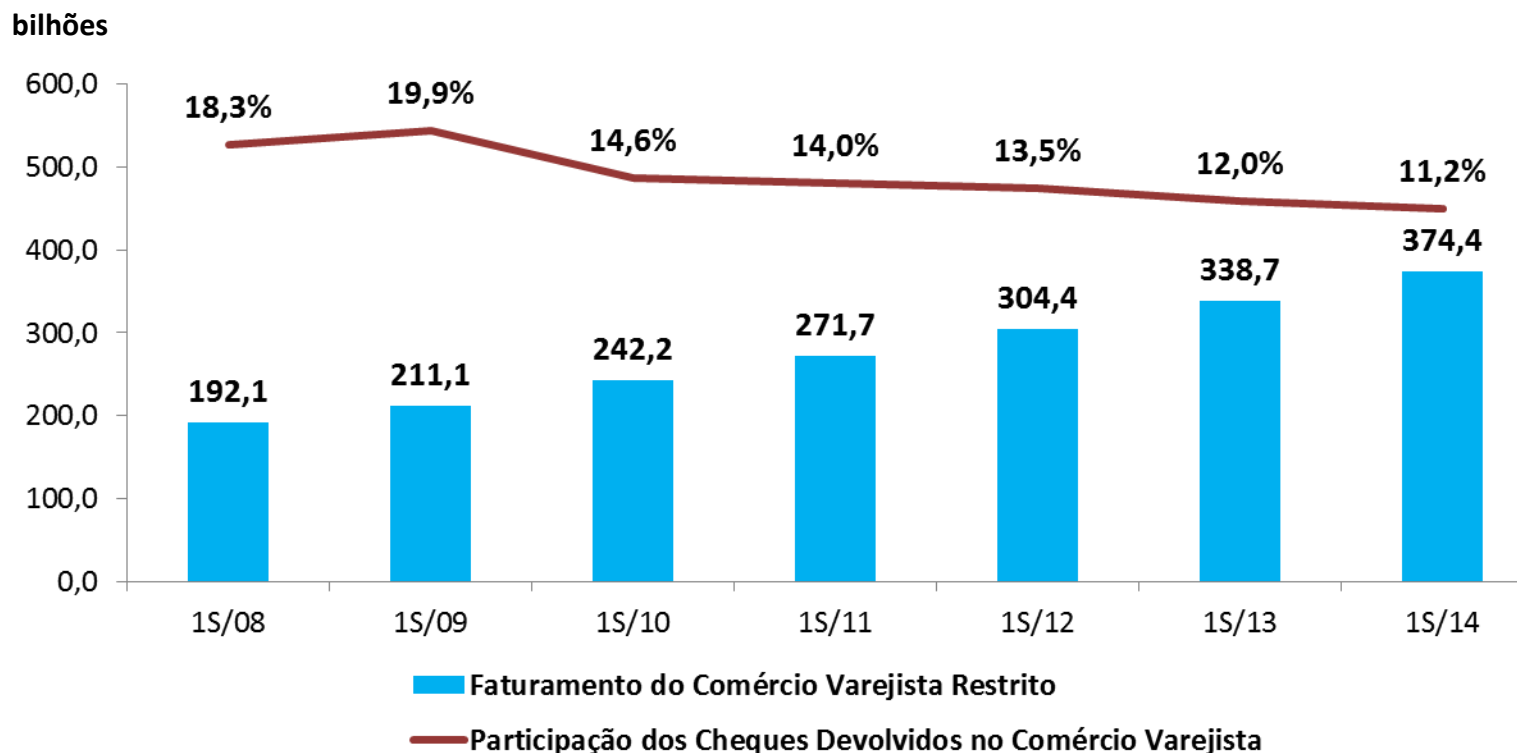


Obs: inclui cheques sem fundos 1º e 2º apresentação; conta encerrada ; prática espúria e cheque sustado.

Relação dos cheques devolvidos e cheques compensados - % Valor



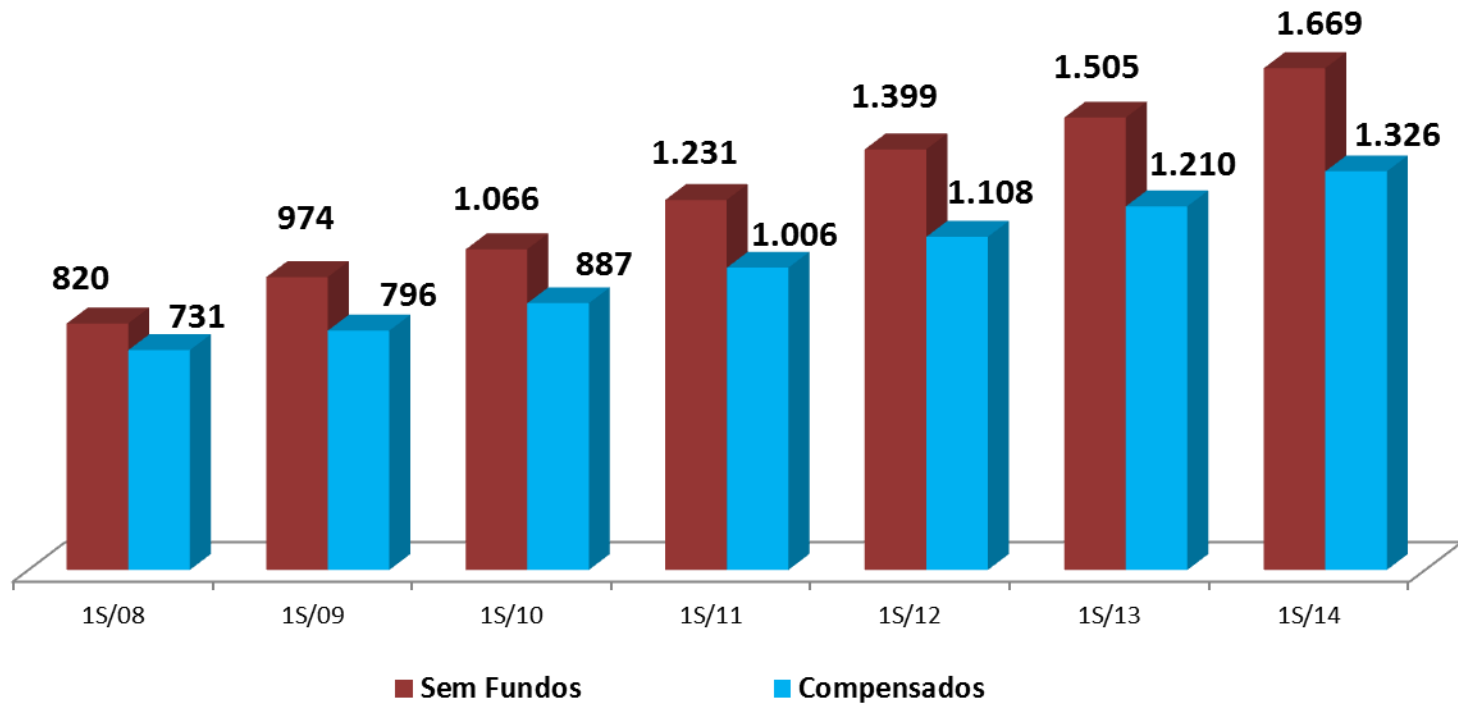
Relação entre volume de cheques devolvidos e o faturamento do comércio varejista - %



* Comércio Varejista Restrito (exclui vendas de materiais de construção e de veículos).

Ticket Médio dos Cheques – R\$

→ O ticket médio dos cheques sem fundos é historicamente maior que o ticket dos cheques compensados.

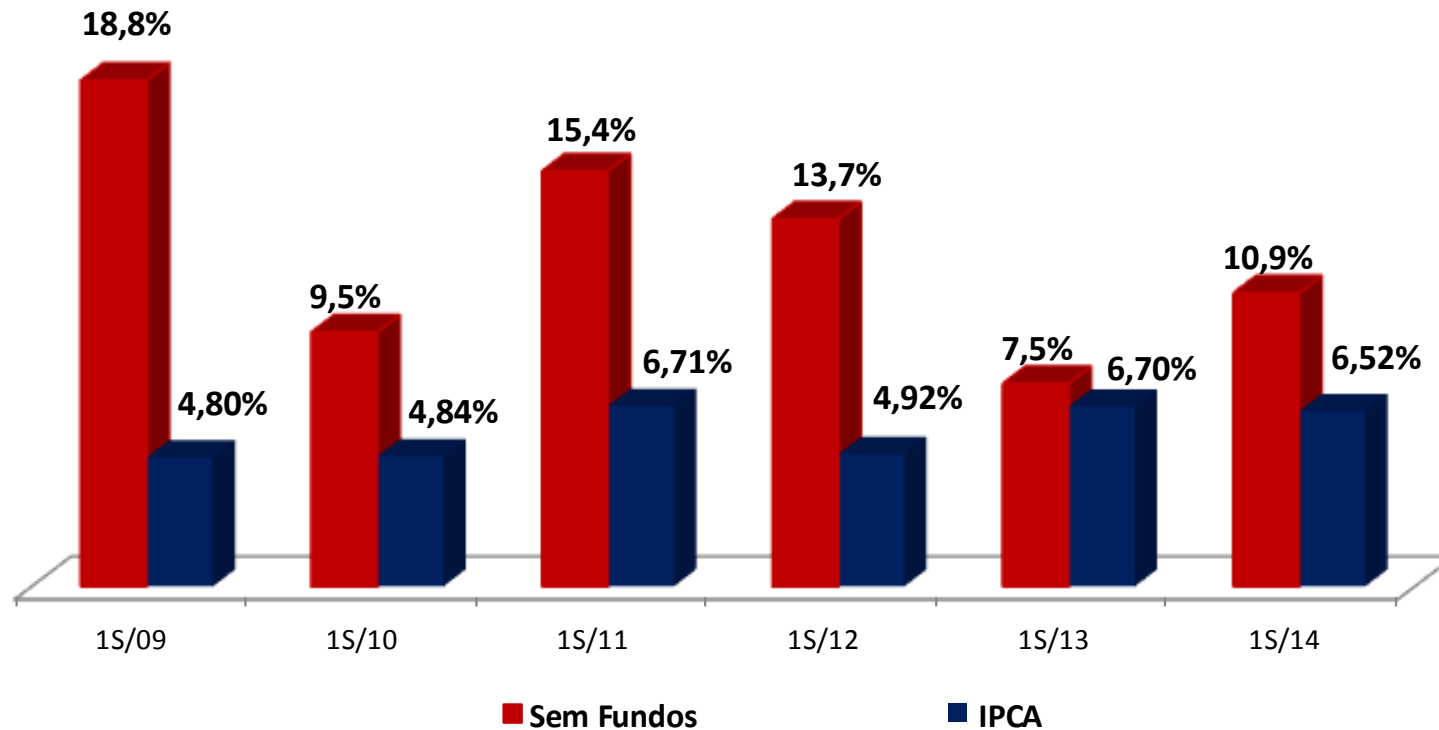


Balanço 1º semestre



Variação anual do Ticket Médio dos cheques sem fundo vs IPCA – doze meses

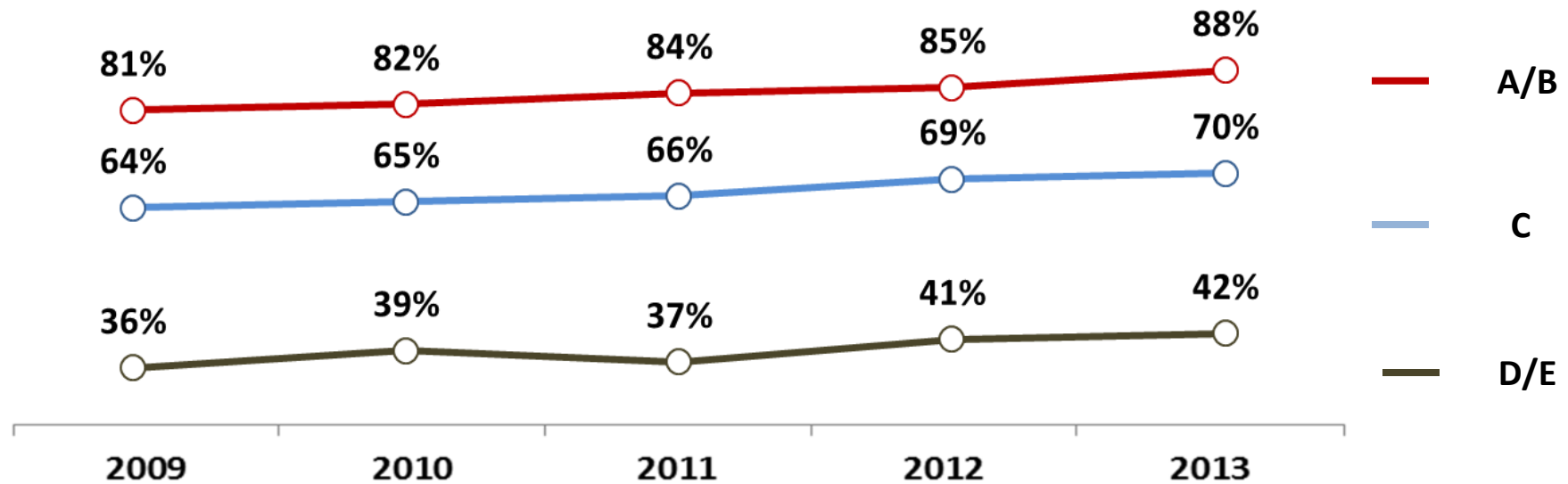
→ O ticket médio dos cheques sem fundos cresce mais que a variação do IPCA anualizado.



Inclusão financeira das classes D/E



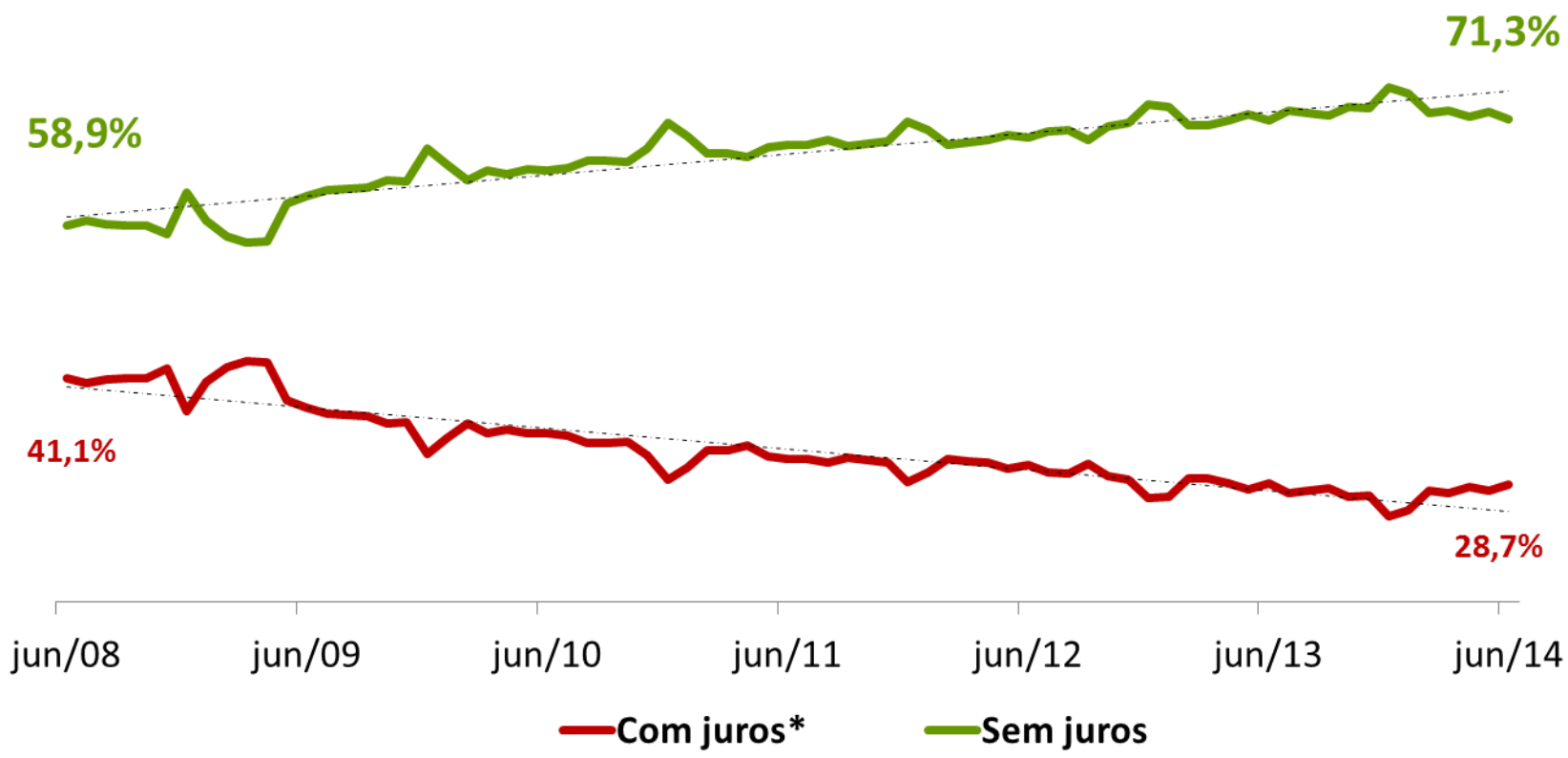
Posse de cartões nas classes D/E saiu de 36% em 2009 para 42% em 2013



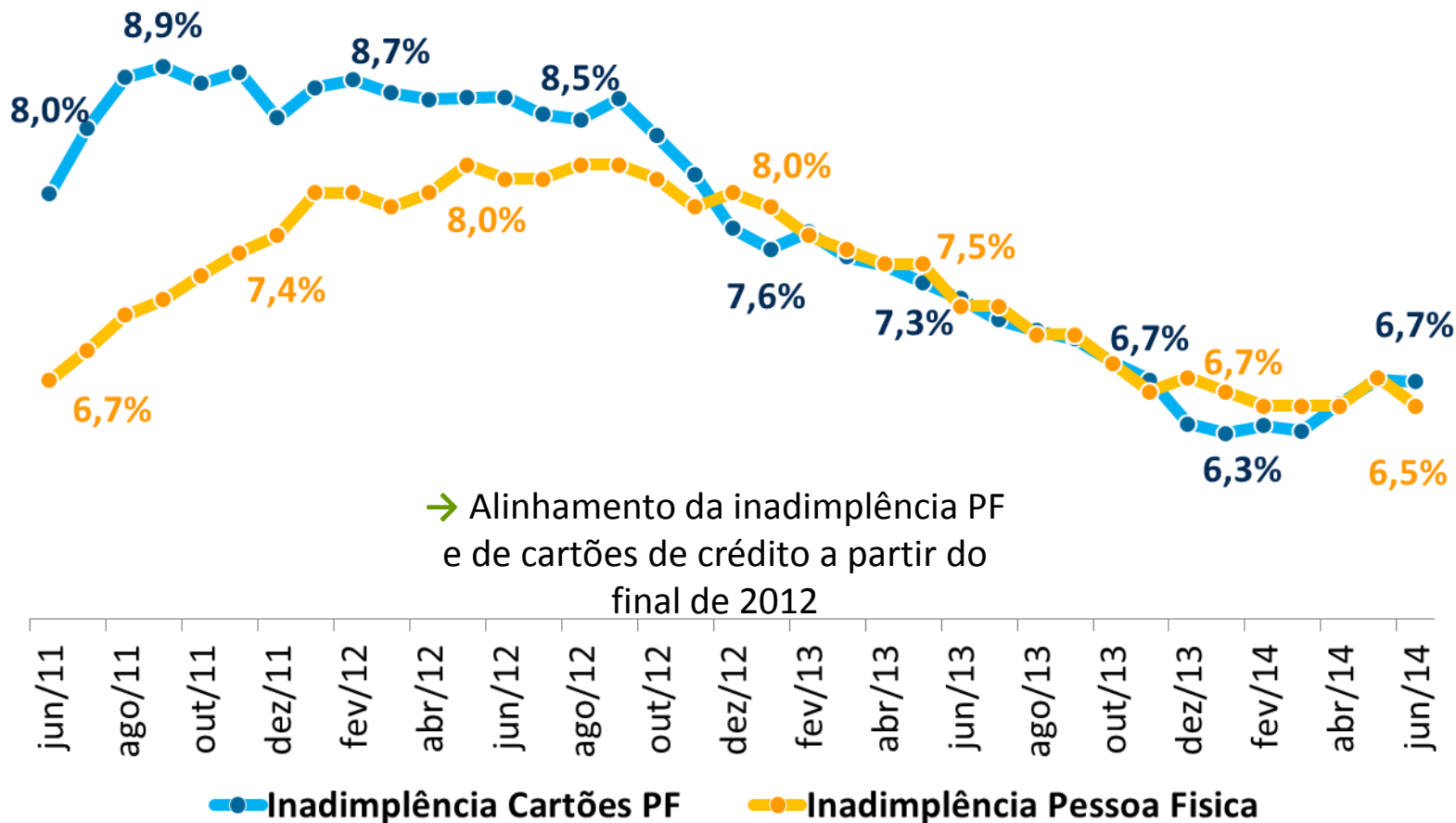
Carteira de cartão de crédito PF (com juros X sem juros)



→ Crescimento da carteira ocorre no total transacionado sem juros



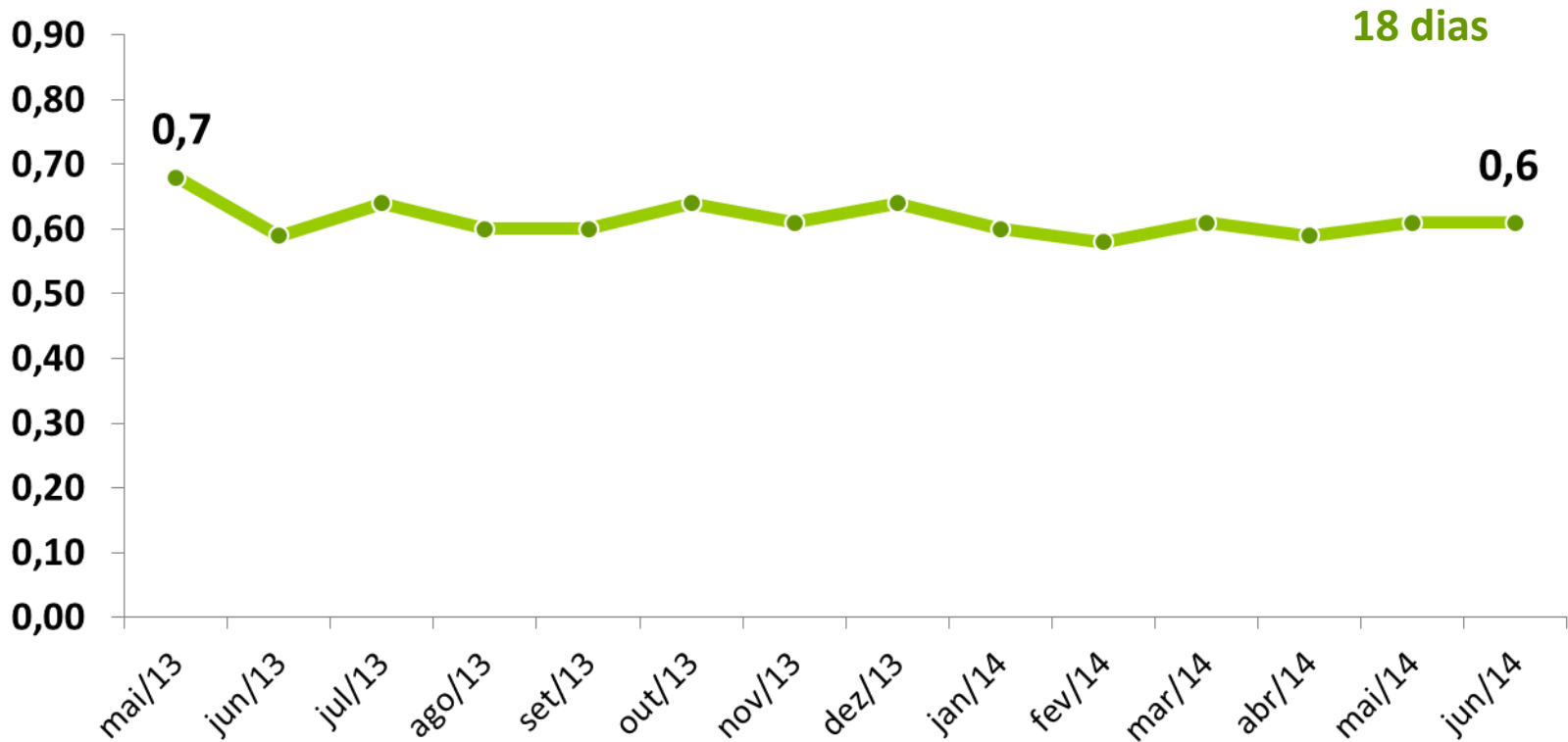
Inadimplência



Tempo de permanência no rotativo (em meses)



→ Consumidor que entra no rotativo fica, em média, apenas 18 dias, comprovando que se trata de fato de um crédito emergencial



Alto índice de pagamento total da fatura do cartão



	TOTAL	Sexo		Idade (em anos)				Classe econômica (critério Brasil)			
		Mas- culino	Femi- nino	18 a 25	26 a 39	40 a 55	56 ou mais	A	B	C	D/E
Valor total	85	85	86	83	86	86	84	91	88	83	74
Valor mínimo	3	3	3	4	3	3	3	1	2	4	8
Parcelamento	9	10	9	10	9	8	11	7	8	10	15
Outro valor	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1
Não pagou/ Não pretende pagar na data do vencimento	1	1	1	2	1	1	1	-	0,4	1	2
Índice de pagamento da fatura	171	170	171	166	173	173	168	181	176	166	148
Base	1.239	580	659	258	411	367	203	80	501	579	79

Total da amostra → 1.239 entrevistas (outubro/14)

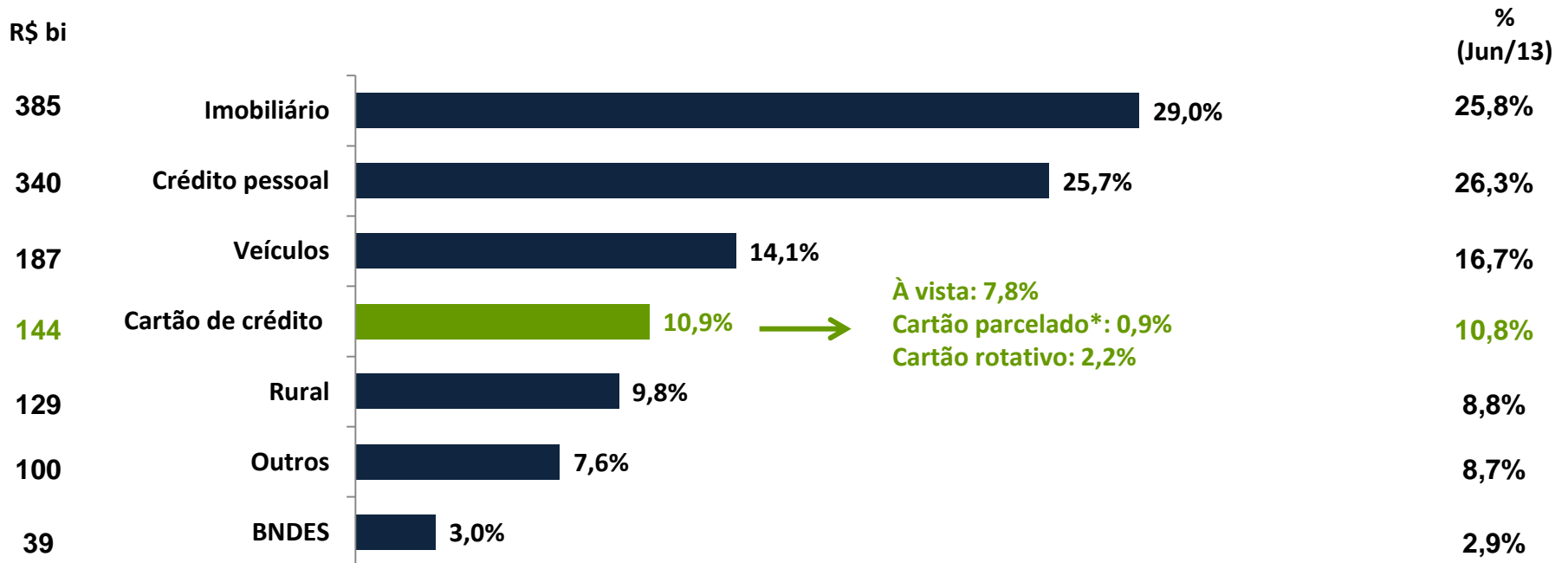
P6. Falando sobre a última fatura que venceu do seu cartão de crédito, o valor que você pagou foi o valor total da fatura, o mínimo, o parcelamento ou foi outro valor?

Composição da carteira de crédito PF (%)

abecs

→ Cartão de crédito é a 4ª maior modalidade na composição da carteira de crédito

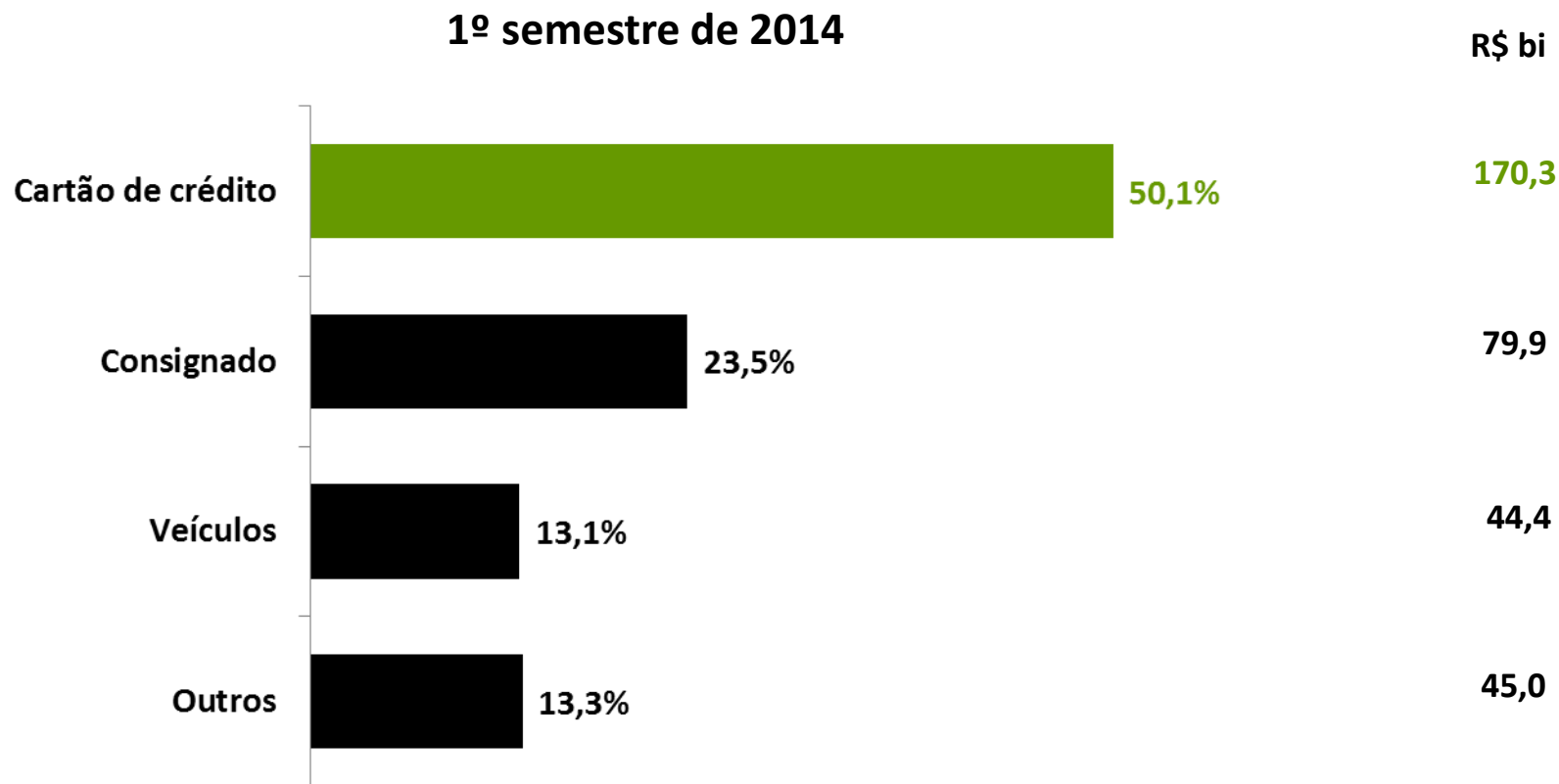
Total: R\$ 1.324 bilhões (Jun/14)



Composição da carteira de crédito PF – recursos livres



→ Os cartões de crédito, nas modalidades de **parcelamento com e sem juros**, respondem por 50,1% do volume de crédito concedido para financiamento de bens e serviços

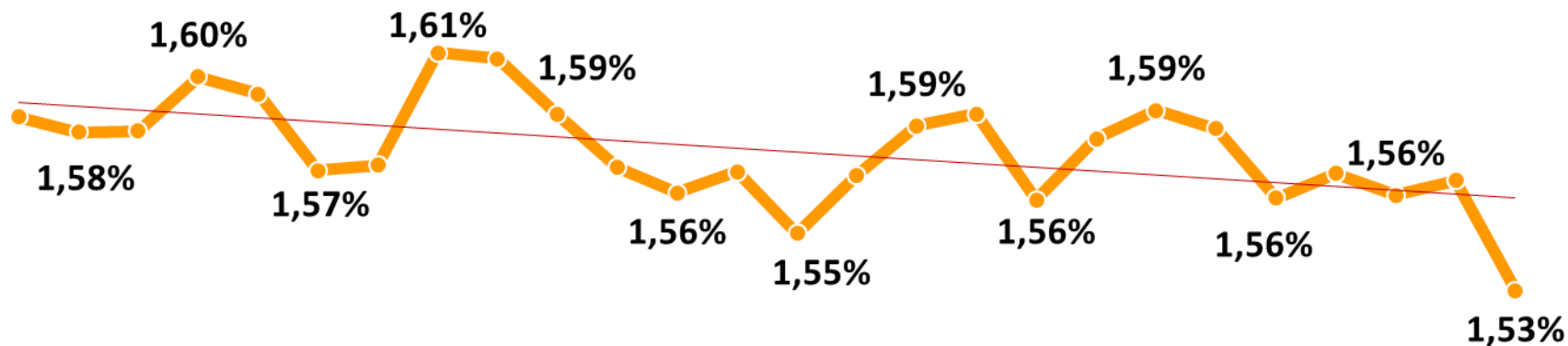


Fonte: Abecs e Bacen

Obs: excluídos da base cheque especial, crédito rotativo e crédito renegociado. Outros: não consignados, aquisição de outros bens e arrendamento mercantil

Taxa de desconto média – cartão de débito (%)

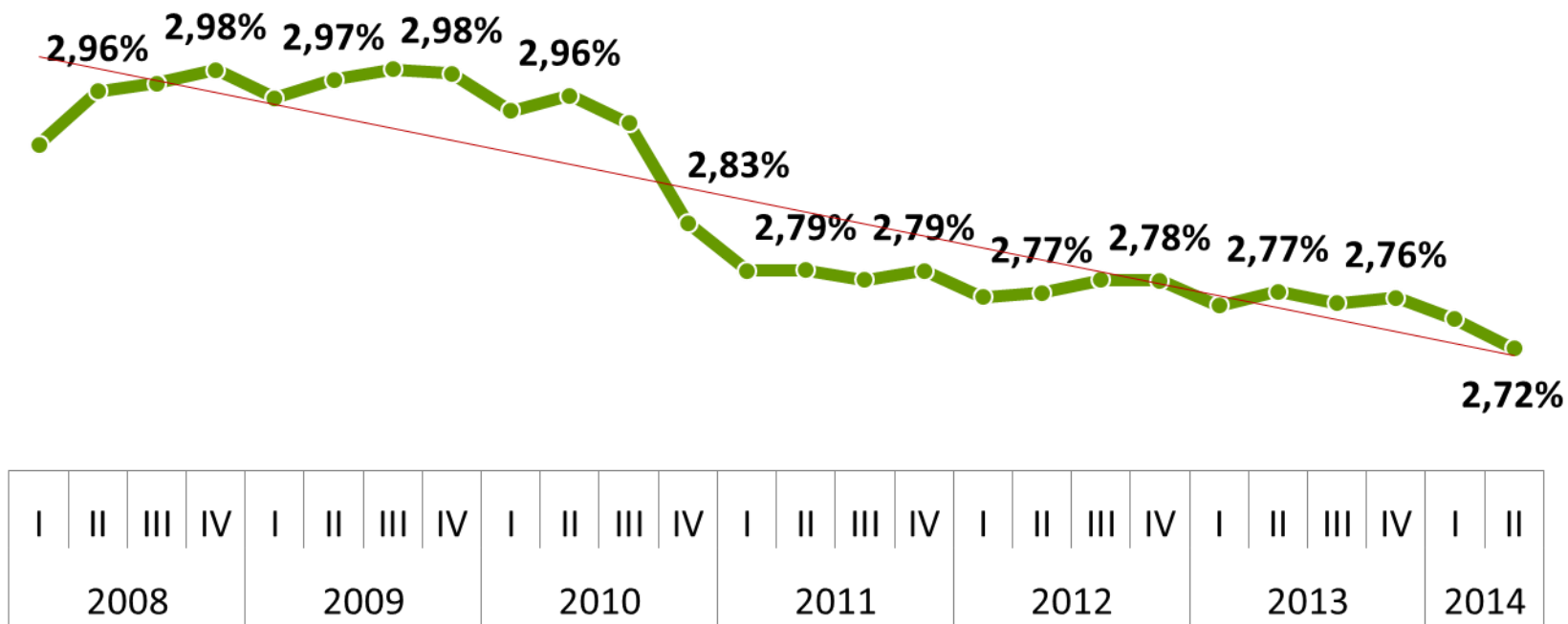
→ Taxa mantém tendência decrescente



I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II				
2008				2009				2010				2011				2012				2013				2014	

Taxa de desconto média – cartão de crédito (%)

→ Queda consistente na taxa de desconto, com redução de aproximadamente 0,25 p.p. de 2010 a 2014



Abertura do Mercado de Credenciamento (Anexo II – Autoregulação da Abecs)



Com a quebra da exclusividade entre Visa e Visanet e Mastercard e Redecard (atual Rede), a maior parte dos ECs passaram a desfrutar de cenário de plena interoperabilidade:

- os ECs podem contratar uma única credenciadora para realizar transações das principais bandeiras;
- abertura do setor de credenciamento para novos entrantes: GetNet/Santander, Banrisul, Elavon, Global Payments/BRB, Stone, Bancoob/First Data
- aumento da competição entre credenciadoras;

INTERPRETAÇÃO DO CDC POR VÁRIAS ENTIDADES DO SNDC CONTRA COBRANÇA DIFERENCIADA



sem fins lucrativos RECEBA NOSSOS INFORMES Seu e-mail CADA

ALIMENTOS FINANCEIRO SAÚDE TELEFONIA, INTERNET E TV CONSUMO SUSTENTÁVEL PLANOS ECONÔMIC

Home > Consultas > Dicas & Direitos > Preço diferenciado no pagamento com cartão. Pode?

Dicas & Direitos

Filtrar conteúdo por tema: Todos

Cartão de Crédito Preço diferenciado no pagamento com cartão. Pode?

Uma vez que a loja opta por receber essa forma de pagamento, não poderá exigir valor mínimo e nem cobrar mais por isso

Muitos consumidores não sabem, mas as lojas não são obrigadas a aceitar outra forma além de dinheiro em espécie. No entanto, uma vez que se disponha a receber cheque ou cartão de crédito, o estabelecimento não pode criar restrições para a sua utilização — exceto no caso de cheque administrativo ou de terceiros, que o lojista se recusar a receber. A loja não pode, por exemplo, exigir valor mínimo de compras para pagamento com cartão de crédito, nem fixar preços diferentes conforme o meio de pagamento (cheque, cartão ou dinheiro).

Para o Idec, cobrar mais de quem paga com cartão de crédito fere o inciso V do artigo 39 do CDC (Código de Defesa do Consumidor), que classifica como prática abusiva exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva.



SECRETARIA DA JUSTIÇA, CIDADANIA E DOS DIREITOS HUMANOS
DEPARTAMENTO ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

Preço à vista vale para cartão de crédito

Não pode haver preço diferenciado e limitação de valores para compra no cartão de crédito.

A cobrança de preços diferenciados nas compras à vista e no cartão de crédito é uma prática ainda utilizada por algumas empresas. Mas, nessa modalidade de pagamento prevalece sempre o preço à vista nas compras efetuadas.

A cobrança diferenciada é prática a inválida à Portaria 119/04, do Ministério da Fazenda, e também ao Código de Defesa do Consumidor. A Portaria dispõe que "não poderá haver diferença de preços entre transações efetuadas com o uso do cartão de crédito e as que são em cheque ou dinheiro", enquanto no CDC fere o artigo 39, inciso V, por exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva. Mesmo as promoções não podem discriminar o usuário de cartão de crédito.

A limitação de valores para compras tanto no cartão de débito como de crédito é outra prática que vem sendo denunciada pelos consumidores. O Código, também no artigo 39, estabelece como prática abusiva, "condicionar o fornecimento de produto ou de serviço a limites quantitativos".

Nos dois casos, o fornecedor está sujeito a penalidades previstas no CDC, com emissão de infração e multa.



lo ao custo
ao
ue esse cus
Sem conta
vez adotada
itual sistem

nimo para a
osição e as
a ao Procon



Menu
Apresentação
Histórico
Quem Somos
Fale Conosco

Notícias

ENTIDADES MANIFESTAM-SE CONTRA DIFERENÇA DE PREÇO NO CARTÃO

Publicado em: Terça, 10 de Junho de 2014

deniação de valores nas compras, em desacordo com o CDC

A Adecon, juntamente com o Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC), a Associação Brasileira dos Procons, a Fundação Procon-SP, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) e a Proteste enviaram, ontem (09), um pedido aos senadores manifestando repúdio ao Projeto de Lei de Decreto Legislativo do Senado nº 31 de 2013. As entidades de proteção e defesa do consumidor apontaram que não deve haver diferenciação de preços de venda quando o pagamento for efetuado por cartão de crédito, conforme prevê o PL.

bre o valor de um produto ou serviço, quando estes forem pagos relação ao pagamento por outros meios, como dinheiro ou cheque a ofensa ao Artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) ra ao fornecedor. Os órgãos lembram, ainda, que é do lojista o star com as credenciadoras de cartões — já que muitos atribuem o pagamento à taxa que pagam à administradora pelo uso da ser repassado aos consumidores.

m que o fornecedor está repassando ao consumidor um risco da e há despesas a mais para operar o cartão. Se o lojista adere a as regras determinadas para seu uso", afirma a presidente do dos os órgãos que integram o Sistema Nacional de Defesa do o, lembra Rosana, o de que não devem ser aplicados diferentes po, seja para pagamento em espécie ou por meio de cartão, seja e uma administradora externa."

ões da Fundação Procon-SP



Serviços de A a Z CONHEÇA MT MT É LINDO MT NA COPA AGENDA

Sexta, 08 de agosto de 2014, 19h11 | Tamanho do texto: A- A+

DIREITO DO CONSUMIDOR

ProconsBrasil é contra diferenciação de preços para pagamento com cartão

ASSESSORIA
Assessoria/ProconsBrasil

O Senado aprovou na quarta-feira (08.08) o Projeto de Decreto Legislativo (nº 31/2013), de autoria do senador Roberto Requião (PMDB-PR), que permite aos comerciantes cobrarem preços diferenciados para os consumidores que optarem por efetuar pagamentos usando cartões de crédito ou débito em vez de dinheiro ou cheque. O Projeto de Lei, que tramitava em regime de urgência, precisa ainda ser aprovado pela Câmara dos Deputados para entrar em vigor.

A Associação Brasileira de Procons (ProconsBrasil), no entanto, manifesta-se contra a diferenciação de preços para pagamento com cartão. Segundo a presidente Gisela Viana, o Projeto de Lei está em desacordo com Código de Defesa do Consumidor (CDC). "Além disso, ele propõe a suspensão da Resolução nº 34/1989 do extinto Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, que proíbe a diferenciação dos valores. Essa legislação é anterior à criação do Código de Defesa do Consumidor e não suspende o que está estabelecido no CDC", explica.

Em agosto de 2013, através de manifestação, a ProconsBrasil publicou o entendimento da entidade acerca da cobrança diferenciada para pagamento com cartão de crédito. Conforme a associação, o pagamento por meio de cartão traz diversas vantagens aos fornecedores como redução de inadimplência, atrativo de clientela, segurança, entre outros.

Além disso, explica a presidente, os consumidores já arcam com as despesas para utilização do serviço prestado pelas administradoras de cartões de crédito, cabendo aos fornecedores a sua participação sem o repasse aos consumidores. "Caso contrário haveria um ônus duplo assumido exclusivamente pelo consumidor. Isso contraria o artigo 39 do CDC que considera abusivo exigir do consumidor vantagem excessiva", alerta.

Outras entidades de defesa do consumidor, como o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), o Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC), a Associação de Defesa da Cidadania e do Consumidor (Adecon), entre outros, também manifestaram-se contrários a diferenciação do preço com cartão.

VOLTAR IMPRIMIR ENVIAR ESTA MATÉRIA





ARGUMENTOS PRÓ-DIFERENCIAÇÃO

- aumenta poder de barganha do lojista frente às credenciadoras, aumentando pressão sobre taxas;
- permite sinalizar custo do meio de pagamento ao consumidor, de modo que este faça a escolha correta;
- evita subsídio cruzado do consumidor de baixa renda – sem acesso a cartões de pagamento – para consumidor de alta renda.



ARGUMENTOS CONTRA DIFERENCIAÇÃO

- prejudica o consumidor de menor renda justamente quando este tem conseguido acessar os meios eletrônicos de pagamento, desestimulando o acesso a estes pelas classes de menor renda;
- oferta ao lojista possibilidade de discriminar abusivamente preços, atribuindo à bandeira de cartões preços que não são razoáveis;
- incentiva informalidade na economia;
- limita o acesso dos consumidores de menor renda a instrumentos mais baratos de crédito;
- impossibilidade de comparar adequadamente custo do dinheiro (socializado) e do cartão para escolha eficiente.

Redução de tarifas aos lojistas após a abertura do mercado



Segundo pesquisa realizada pelo Sistema Fecomércio Minas - Departamento de Economia com 300 lojistas no período 06 a 09 de junho de 2011, foram constatados os seguintes dados:

- 84,4% dos entrevistados negociaram com as adquirentes após a unificação dos POS. O custo médio das operações com cartão de crédito e débito registrou redução de (-35,9%) e (-14,3%), respectivamente, de janeiro/11 a junho/11;
- Os avanços apontados são em melhores serviços prestados (30,4%), menor taxa de administração (20,6%), menor prazo para recebimento das vendas realizadas (12,7%), prática de descontos (12,7%) e menor taxa de aluguel (11,8%).
- Para a grande maioria houve redução do valor cobrado (aluguel) do POS (84,6%) e da tarifa de cartão de crédito (88,9%);
- 79,3% acreditam que a unificação do POS contribuiu para reduzir os custos envolvidos na operação com meios eletrônicos;

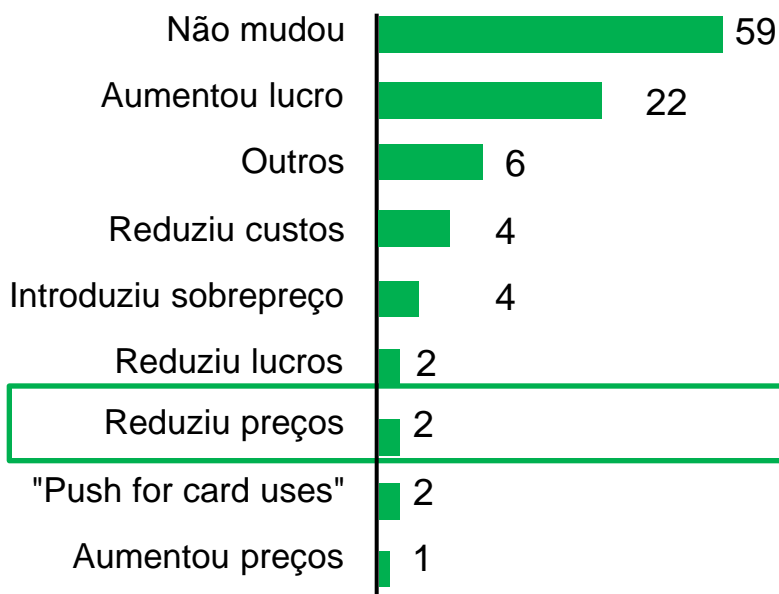
- 89,2% dos entrevistados alegaram que não reduziram os preços finais praticados na ponta dos consumidores.

Exemplo internacional de que os benefícios de redução de custos dos varejistas que não foram repassados aos consumidores



Caso 1: Austrália – Repasse de benefícios de custos para consumidores

Observações dos varejistas a respeito das ações tomadas após regulação ⁽¹⁾



98% dos varejistas entrevistados não promoveram redução de preços

Fatores que contribuíram para não repasse de benefícios

► Apesar do resultado agregado representar redução de custo significativo para o varejo (AUS 870 mi por ano entre 2003 e 2007), o resultado no preço dos produtos é imaterial

– Ex. em um produto de \$10, o desconto seria em torno de 3 a 4 centavos

Teoria que embasava a expectativa de repasse do benefício para o consumidor

► Em mercados competitivos, uma redução geral de custos seria naturalmente repassada para preços pela própria dinâmica de competição

(1) Pesquisa realizada com 400 varejistas dos setores de varejo, turismo e entretenimento e serviços profissionais; dados em % de respondentes
Fonte: Cannex; East & Partners; EY

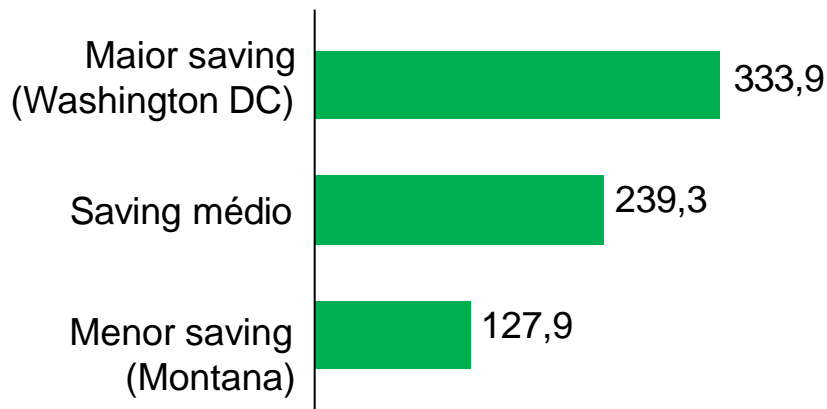
Exemplo internacional de que os benefícios de redução de custos dos varejistas que não foram repassados aos consumidores



Caso 2: EUA – Benefícios para varejistas e não repasse para o consumidor

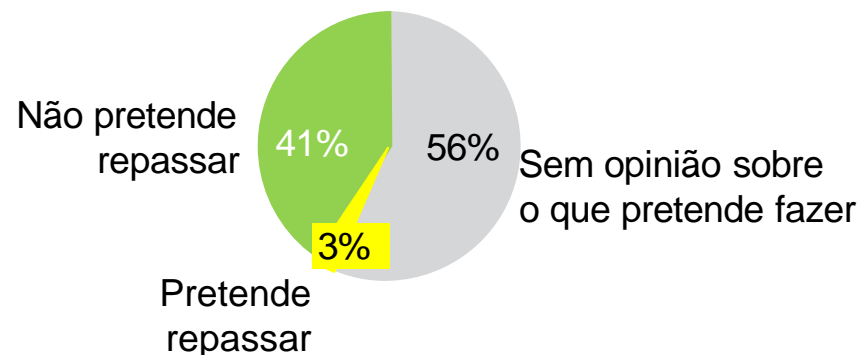
Redução de custos (visão agregada)

*Saving médio para cada USD 100 mil em vendas ⁽¹⁾
[USD]*



Não repasse para o consumidor

*Pesquisa com 169 empresários do varejo durante o
2011 Direct Response Forum's annual conference*



- ▶ No período Set/11-Set/12, uma pesquisa em diversos varejistas demonstrou elevação de 1,5% em preços
- ▶ Redução agregada de U\$10,4 bi em custos, pouco significativa quando produtos são avaliados individualmente (ex.: para um produto de US\$10, a redução seria de 1,6 cents)

(1) Variações entre Estados decorrentes do mix do uso de grandes vs. pequenos bancos no estado e mix crédito vs. débito
Fonte: Direct Response Forum; Heartland Payment Systems; EY

A migração de instrumentos em papel para instrumentos eletrônicos de pagamento tem o potencial de gerar economia de cerca de 1% do PIB;

Os resultados apontam que os instrumentos eletrônicos custariam até um terço dos instrumentos baseados em papel;

Para o Brasil, com dados de 2005, o Banco Central estimou que uma migração completa de não eletrônicos para eletrônicos geraria um ganho social de aproximadamente 0,7% do PIB brasileiro de 2005, o que representa R\$ 15 bilhões.

Impactos positivos na economia com o uso do cartão de crédito



Os cartões também contribuem para redução da evasão fiscal e da informalidade da economia

Apoio da indústria de pagamentos para Evasão fiscal

Decred (1)

- Instrução normativa SRF 341: emissores devem **enviar semestralmente dados de transações realizadas com cartão de crédito** (por CPF e CNPJ)
- Cruzamento de dados de volume transacionado e renda / lucro, em busca de indícios de evasão

Confaz (2)

- Protocolo ECF 04/01 do Confaz: credenciadoras devem **enviar mensalmente dados de transações realizadas por ECs** contribuintes ICMS para Fazenda de cada estado
- Cruzamento de dados de vendas e volume transacionado, em busca de indícios de evasão

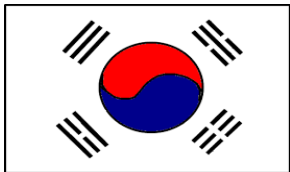
Estudo realizado no Brasil com dados de 2006 a 2010 indicam que, **a cada 10% no aumento de vendas com cartões, há potencial de redução de 2% em sonegação**

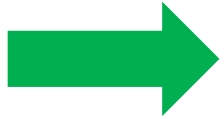
Fonte: Tendências Consultoria

Comparativo Internacional

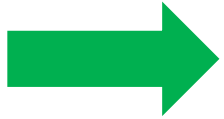


- A Coréia do Sul incentiva o uso de cartões desde 1994. Tais políticas disponibilizam descontos fiscais para pagamentos realizados com cartões segundo alguns critérios, além de tornar compulsória a aceitação de tal forma de pagamento nos estabelecimentos comerciais existentes no mercado sul coreano.
- As medidas adotadas têm por objetivo fomentar o uso dos cartões e aumentar o controle governamental sobre as transações realizadas no país, diminuindo a informalidade e aumentando a eficiência da economia como um todo.
- Os benefícios gerados pelo uso de tais meios de pagamento são reconhecidos por diversos países. Na Colômbia, Uruguai, Argentina e México, medidas governamentais vêm sendo implementadas no sentido de incentivar o uso de cartões.
- A devolução de parte do IVA para compras com cartões é um exemplo de prática adotada nestes países.





A expansão do uso de cartões gera diversos benefícios socioeconômicos.



Dentre esses benefícios destacam-se a diminuição da informalidade e o aquecimento da atividade econômica, gerando aumento da arrecadação de impostos e maior eficiência no mercado.



Ainda, apesar dos cartões trazerem benefícios tanto para os lojistas quanto para os consumidores no uso de cartões de crédito e débito, o custo por aceitar cartões deve ser assumido pelos lojistas, como mais um custo do próprio negócio sob pena de gerar abusos na cobrança de sobretaxas ao consumidor.



Obrigado

Ricardo de Barros Vieira
Diretor Executivo ABECS