

Armadilhas do crédito fácil

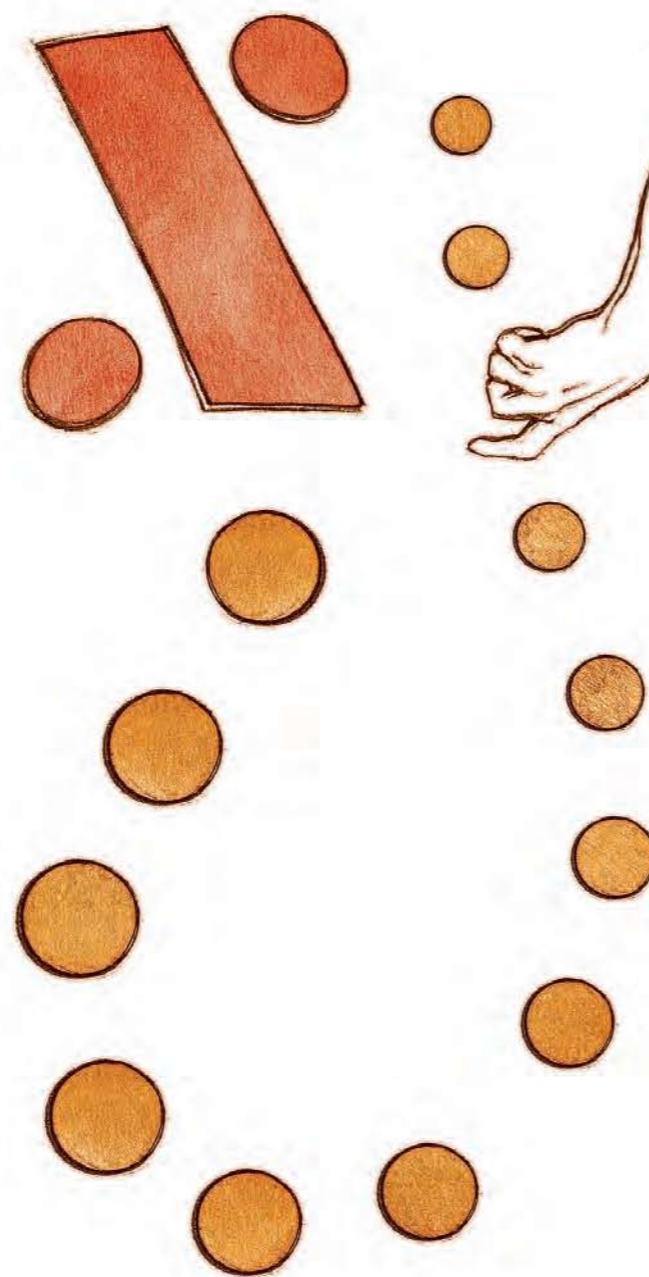
O que se paga pelos cartões de crédito nem sempre compensa os benefícios. O risco de endividamento é grande, ainda mais na época do Natal, quando os apelos de consumo podem falar mais alto que o bom senso

Quem nunca recebeu a oferta de um cartão de crédito ao fazer compra num supermercado ou numa loja de departamentos, ou mesmo pelo telefone? É o caso de lembrar um velho ditado: quando a esmola é grande, até o santo desconfia! E deve desconfiar mesmo. Por trás de tanta facilidade na obtenção de crédito escondem-se armadilhas que podem levar o consumidor a se enredar em dívidas.

Não é de hoje que o Idec alerta para esse risco. A novidade é que pela primeira vez os fatos foram comprovados em uma pesquisa. Entre os meses de junho e novembro de 2010, pesquisadores do Idec contrataram e fizeram compras com 14 cartões de crédito (veja quais são eles no quadro *Como foi feita a pesquisa*). O objetivo foi avaliar as práticas adotadas pelas maiores empresas emissoras de cartões desde o momento da oferta do serviço até a cobrança das faturas.

A pesquisa revelou que a facilidade na obtenção de crédito, aliada a taxas e juros exorbitantes, pode levar o consumidor rapidamente à inadimplência, transformando o sonho de consumo em tremenda dor de cabeça. As empresas pecam ao não informar e não orientar os clientes dos riscos a que estão sujeitos e ao cometer abusos de vários tipos, como abordagens intimidadoras, venda casada, propaganda enganosa, cobranças indevidas, além de praticarem os juros mais altos do mercado.

Essas constatações legitimam as reivindicações feitas pelo Idec na campanha Cartões de Crédito – Regulamentação Já. Em novembro, o Conselho Monetário Nacional anunciou algumas medidas regulatórias para o setor, mas o Idec defende que elas precisam ser mais amplas. De acordo com a coordenadora da pesquisa, a economista Ione Amorim, essa regulamentação não contempla aspectos fundamentais para a proteção dos direitos dos consumidores. A realidade apurada nesta pesquisa mostra



SANDRO CASTELI

que é preciso aprofundar o debate e exigir o aperfeiçoamento da regulamentação (veja o quadro *Novas regras*).

MUITA OFERTA, POUCA INFORMAÇÃO

A primeira etapa da pesquisa avaliou as condições de contratação dos cartões. O objetivo era entender quais os critérios adotados pelas empresas para conceder crédito, como avaliam o perfil do consumidor, quais os documentos exigidos, se fornecem informações sobre as cobranças previstas, os limites, as formas de pagamento, enfim, questões que o consumidor deve considerar antes de decidir se assina ou não o contrato.

Nenhum pesquisador teve dificuldade para obter o cartão, mas os critérios para a concessão do crédito não ficaram muito claros. Embora todos tenham comprovado renda na faixa dos R\$ 3.000 mensais, os limites concedidos oscilaram de R\$ 700 a R\$ 4.900.

O problema se torna ainda mais preocupante quando se constata que o consumidor não recebe informações suficientes no momento da contratação. Dos 14 cartões adquiridos, nove não deram nenhuma explicação sobre as taxas de juros (American Express, C&A, Carrefour, Casas Bahia, Diners, Hipercard, Magazine Luiza, Marisa e Ponto Frio) e 12 deixaram de informar as condições de pagamento mí-

nimo (as exceções foram Hipercard e Riachuelo).

Os pesquisadores também identificaram várias práticas abusivas: três empresas condicionaram a concessão do cartão à aquisição de outros serviços, o que é considerado venda casada, proibida pelo Código de Defesa do Consumidor. “Na C&A, o atendente informou que só poderia liberar o cartão depois que o consumidor

Como foi feita a pesquisa

Foram contratados 14 cartões (das empresas com maior participação no mercado): cinco de uso exclusivo de redes de lojas de departamento, os chamados *private label* (C&A, Marisa, Pernambucanas, Renner e Riachuelo); seis híbridos, com bandeira Visa ou Mastercard, emitidos por lojas de eletroeletrônicos (Casas Bahia, Carrefour, Extra, Magazine Luiza, Sonda e Ponto Frio); e três convencionais, de emissoras com bandeira própria (American Express, Diners e Hipercard).

Os pesquisadores seguiram um roteiro, para garantir a padronização das abordagens e a identificação das práticas adotadas pelas empresas e para permitir a comparação entre elas. As compras foram realizadas do seguinte modo: os cartões *private label* foram utilizados na compra à vista de itens de vestuário no valor de R\$ 100 a R\$ 160; e os cartões híbridos e os com bandeira própria foram usados na aquisição de produtos de informática no valor de R\$ 389 a R\$ 450.

fizesse uma compra de qualquer valor”, conta a coordenadora da pesquisa. Na contratação do HiperCard em uma loja Walmart, o pesquisador foi induzido a adquirir um serviço denominado HiperAlerta, que envia mensagens pelo celular quando o cartão de crédito é utilizado. Embora o pesquisador tenha alegado não estar interessado, o atendente informou que não poderia cancelar o serviço porque se tratava de uma oferta gratuita nos primeiros dois meses. Para cancelar o HiperAlerta e evitar a cobrança de R\$ 2,99 mensais a partir do terceiro mês, ele teria de entrar em contato

com a administradora 30 dias antes do vencimento. E finalmente, no Carrefour, a compra feita com cartão de outra bandeira só poderia ser parcelada em três vezes mediante aquisição do produto com garantia estendida.

A maioria das empresas agiu corretamente ao entregar cópia do contrato no ato da contratação, com exceção do Carrefour. Porém, esses documentos não traziam informações básicas sobre as condições de contratação e utilização dos cartões, como taxas de juros, limite de crédito, tarifas e condições de pagamento. “São informações essenciais para garantir o direito

de livre escolha. Sem elas, o consumidor não sabe o que o espera quando a fatura chegar”, considera Ione.

No momento da aquisição também foi registrada grande oferta de serviços, como seguros, planos odontológicos, empréstimo pessoal etc. Essa abordagem pode deixar o consumidor inseguro e fazê-lo aceitar o serviço por receio de ter prejuízo no futuro. Foi o que aconteceu nas lojas Marisa – o atendente destacou a importância de aderir ao seguro contra perda e roubo, pois o cartão não possui senha. Ele só se esqueceu de dizer que nesses casos a responsabili-

dade não é do consumidor, mas da emissora do cartão.

O CUSTO NEM SEMPRE COMPENSA

A maioria dos cartões cobra pela sua utilização ou até pela falta de uso. No entanto, somente a C&A e a Diners informaram que cobram tarifa de manutenção. Já as redes Pernambucanas, Extra, Carrefour, Casas Bahia e Ponto Frio admitiram cobrar tarifa de manutenção “somente quando houver compras”, e Marisa e Magazine Luiza cobram pelo processamento da fatura. “Nos casos da Marisa e do Magazine Luiza, o consumidor está pagando pela emissão do boleto bancário, cobrança explicitamente vedada pelo Banco Central desde 2009”, esclarece Ione.

Segundo a economista, não está muito clara a diferença entre anuidade e tarifa de manutenção: “Ao que tudo indica, são apenas nomes diferentes para a mesma coisa”, diz Ione. Nesses casos, se a publicidade afirmar

que não há cobrança de anuidade, ela é enganosa.

Por fim, há cartões como o American Express, que não cobram anuidade, mas se o consumidor ficar 90 dias sem usá-lo terá de pagar uma tarifa de inatividade de R\$ 30. “Isso

leva o consumidor a gastar só para não pagar a tarifa”, diz Ione.

JUROS IMPAGÁVEIS

Para avaliar as medidas tomadas pelas empresas emissoras dos cartões quando o consumidor atrasa o paga-

Tarifas		
Cartão/banco ou empresa	Valor da tarifa (R\$)	Nome da tarifa
C&A (Banco IBI/Bradesco)*	3 x 7,00	Anuidade
	1,90	Tarifa de cobrança***
Marisa (Cred 21/Itaú Unibanco)	1,95	Processamento de fatura
	3,50	Tarifa de cobrança***
	3,90	Tarifa de manutenção de conta
Renner (Banco Renner)	1,80	Pagamento on-line
	1,50	Débito automático
	1,80	Emissão de boleto
Riachuelo (Midway Financeira)	2,00	Tarifa de cobrança***
American Express (Bradesco)*	3 x 9,00	Anuidade
	30,00	Inatividade
Diners (Citicard)	3 x 27,50	Anuidade
HiperCard (Itaú Unibanco)	2,99	HiperAlerta
Extra (FIC CBD/Itaú Unibanco)	4,99	Tarifa de manutenção de conta
	10,00	Cobrança por excesso de limite
	7,99	Despesa de cobrança***
Carrefour (Banco CFS)	3,99	Tarifa de manutenção de conta
	14,99	Tarifa de cobrança***
Casas Bahia (Bradesco)**	3,99	Tarifa de manutenção de conta
Magazine Luiza (Luiza Cred/Itaú Unibanco)	3,50	Emissão de fatura
Ponto Frio (FIC CBD/Itaú Unibanco)	3,99	Tarifa de manutenção de conta
	7,99	Tarifa de cobrança***
Sonda (Itaú Unibanco)	3,99	Tarifa de manutenção de conta

*C&A e American Express informaram a anuidade no valor indicado, mas até o fechamento desta edição ela não havia sido cobrada

**As Casas Bahia informaram que a tarifa de manutenção seria cobrada a partir do sétimo mês de vigência do cartão

***Despesa para comunicar inadimplência ao SPC

Para fazer um bom negócio

• Antes de contratar, **compare as tarifas** cobradas pelos diferentes cartões.

• **Negocie o valor da anuidade**, principalmente se o cartão for contratado com o seu banco.

• **Evite compras parceladas**, mesmo que não haja juros.

• **Não utilize o crédito rotativo**. Se não puder pagar à vista, estude a contratação de um empréstimo pessoal.

• **Evite pagar contas no cartão**. O banco cobra 1,99% do valor do título pela prestação do serviço.

• **Observe as condições de parcelamento** do saldo devedor no cartão. Algumas instituições cobram tarifa para converter o saldo em conta parcelada no cartão.

• Se receber um cartão sem solicitação, registre reclamação na empresa e no Banco Central e **devolva o cartão quebrado**, por meio de carta com aviso de recebimento (AR).

• **Não faça saques** ou empréstimos no cartão, pois as tarifas são altíssimas.

• **Avalie os cartões** que oferecem isenção de anuidade, mas cobram tarifa de inatividade.

Novas regras

A fim de regulamentar o setor de cartões de crédito, o Conselho Monetário Nacional (CMN) criou algumas regras que devem entrar em vigor em 1º de março de 2011. A resolução prevê a redução das atuais 25 tarifas para apenas cinco (anuidade, segunda via de cartão, saque, pagamento de conta e avaliação de limite); a definição de critérios para as informações que constam das faturas (como limite de crédito para cada modalidade de serviço contratado, gastos realizados por modalidade e saldo remanescente para o mês seguinte, acompanhado dos encargos); além da criação de um cartão “básico” com anuidade mais baixa que a dos ofertados atualmente; e a proibição do envio de cartão sem solicitação do consumidor.

As novas regras contemplam algumas das reivindicações encaminhadas pelo Idec ao Banco Central, mas deixam de fora questões relevantes, como a revisão das taxas de juros e das tarifas por encargos e a divulgação das taxas praticadas pelas empresas emissoras de cartões. O Instituto também questiona a manutenção das tarifas de saque e de revisão do limite, porque já estão incluídas na anuidade e também são remuneradas pelo crédito rotativo. Além desses aspectos, a regulação também deveria incluir medidas para desestimular o parcelamento do saldo da fatura, vedar a publicidade da “anuidade zero” e a oferta e a venda casada de seguro contra perda e/ou roubo do cartão.

Cartão	Valor à vista	Número de parcelas	Valor a pagar sem juros*	Pagamento			Total pago com encargos e juros	Variação no período de 60 dias
				Mínimo efetuado	Tarifas	Juros do rotativo		
				C&A	103,40	1		
Marisa	107,93	1	107,93	59,88	7,40	18,56	133,89	24,1%
Pernambucanas	105,95	1	105,95	31,79	Não houve cobrança	11,91	117,86	11,2%
Renner	103,60	1	103,60	22,81	Não houve cobrança	26,33	129,93	25,4%
Riachuelo	156,06	1	156,06	Não permite**	2,00	26,84	184,90	18,5%
Ponto Frio	449,00	4	224,50	16,84	19,97	20,37	289,61	29,0%
Extra	389,00	4	194,50	15,34***	12,98	15,32	231,40	19,0%
HiperCard	398,00	4	199,00	16,00	2,99	24,57	249,13	25,2%
Casas Bahia	389,00	4	194,50	19,54	Não houve cobrança	16,06	232,96	19,8%
American Express	389,00	4	194,50	13,62***	–	7,77	205,68	5,7%
Sonda****	398,00	4	199,00	–	4,15	–	–	–
Diners	388,98	3	259,32	39,29	27,50	18,70	377,02	45,4%
Magazine Luiza	443,97	3	295,98	30,30	3,50	25,03	363,40	22,8%
Carrefour	428,97	3	285,98	29,40	18,98	23,75	305,07	6,7%

* Valor da parcela única sem juros (C&A, Marisa, Pernambucanas, Riachuelo) ou das duas primeiras das três ou quatro parcelas sem juros a pagar com vencimento no intervalo de 60 dias (Ponto Frio, Extra, HiperCard, Casas Bahia, American Express, Diners, Magazine Luiza e Carrefour)

** Não permite pagamento mínimo na primeira fatura

*** Valor sugerido, mas não pago no vencimento

**** A fatura não foi processada pela emissora do cartão até a data correspondente ao segundo vencimento

mento, os pesquisadores planejaram liquidar as faturas sempre com 30 dias de atraso. Mas tiveram de mudar a estratégia quando receberam das Lojas Marisa e da C&A um aviso de que seu nome seria incluído no cadastro do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) se o pagamento fosse efetuado de 14 a 16 dias após o prazo estipulado. A alternativa foi fazer o pagamento parcial após o vencimento, para apurar a incidência de juros, encargos e tarifas no período de 60 dias. Desse modo, todas as compras ficaram expostas aos juros do crédito rotativo e a encargos (veja na tabela à página 19 o resumo das cobranças recebidas).

O benefício do parcelamento sem juros no cartão desaparece no primeiro atraso. “Quando o consumidor

não consegue fazer o pagamento integral, acaba sendo pressionado, por medo de que seu nome seja incluído em um cadastro negativo, a pagar a parcela mínima”, diz Ione. É então que a dívida vira uma bola de neve, pois a rolagem de parte da dívida traz as altas taxas de juros do crédito rotativo. Trata-se, aqui, de um refinanciamento da dívida.

E as taxas podem variar não só de um cartão para outro, mas também de acordo com o tipo de operação. As mais altas são as do crédito rotativo máximo em caso de atraso, que são aplicadas quando o consumidor não paga sequer o valor mínimo da fatura. Entre as empresas analisadas na pesquisa, os juros variam de 11,41% ao mês (nas Pernam-

bucanas) a 17,5% (nas Casas Bahia).

A experiência dos pesquisadores resultou numa lição útil a todos os consumidores: comprar com cartão de crédito, só se for à vista ou em parcelas sem juros, e com pagamento integral na data do vencimento. “Em qualquer outra situação o consumidor estará fazendo um péssimo negócio. Isso porque os juros do cartão são extremamente altos – em média 12 pontos percentuais acima dos cobrados pelos bancos no sistema de crédito pessoal”, alerta a economista. ■

Saiba mais

● **Materia** “Atraentes, mas perigosos”, publicada em outubro de 2010 (edição nº 148)

O que dizem as empresas

O Idec comunicou o resultado da pesquisa às 14 empresas. Até o fechamento desta edição apenas C&A, Marisa e Diners não haviam respondido.

● **Bradesco:** respondeu pelos cartões **American Express** e **Casas Bahia**. Sobre o primeiro, informou que existem dois tipos de cartão, um com cobrança de anuidade e outro com taxa de inatividade. Sobre o cartão das Casas Bahia, disse que as informações sobre a taxa de juros dependem da taxa de juros praticada no dia da compra, e o pagamento mínimo, do histórico de pagamentos do consumidor.

● **Carrefour:** comprometeu-se a tomar providências em relação à oferta condicionada à garantia estendida.

● **Itaú Unibanco:** respondeu, em parceria com a diretoria do Grupo Pão de Açúcar, pelas empresas **Ponto Frio** e **Extra Eletro**. Respondeu também pelos cartões da **Hipercard** e do **Sonda**. O banco destaca que a partir de junho de 2011 os cartões do Ponto Frio e do Extra Eletro terão somente as tarifas previstas pelo Conselho Monetário Nacional e por ele reguladas.

Em relação à tarifa de despesas com cobrança do cartão Extra, o banco informou que se refere aos custos gerados pelo cliente quando é acionado por inadimplência, e que ela está prevista no contrato.

Sobre o **Hipercard**, diz que não orienta seus colaboradores a condicionar a aquisição do cartão de crédito a quaisquer outros produtos ou serviços disponibilizados aos clientes. Mediante a informação de que houve exigência de contratação do **HiperAlerta**, está reforçando a orientação de que este é apenas um benefício e não constitui condição para a obtenção do cartão de crédito. Informa também que, conforme previsto no Contrato de Adesão **Hipercard**, em caso de inadimplimento por parte do cliente, é facultado à instituição solicitar a

inscrição do consumidor em órgãos de proteção ao crédito, mas não sem antes avisar o cliente.

E, por fim, diz que tanto na **Hipercard** quanto no **Sonda** as informações sobre a taxa de juros aplicada ao crédito rotativo e sobre a opção de pagamento mínimo são fornecidas na fatura enviada ao cliente, de forma que este tem ciência dos valores antes de se decidir pelo parcelamento.

● **Itaú Unibanco** e **Luiza Cred:** os responsáveis pelo cartão do **Magazine Luiza** alegaram que não praticam cobrança pela emissão de fatura e explicaram que a tarifa de manutenção de conta refere-se ao serviço de verificação e processamento de crédito no cartão, sendo cobrada apenas quando o cliente utiliza o limite de crédito. Informaram ainda que a opção de taxa de juros e pagamento mínimo é descrita na fatura de forma transparente, de modo que o cliente tem ciência dos custos envolvidos antes de se decidir pelo parcelamento.

● **Pernambucanas:** a empresa informa que não cobra tarifa em cartão *private label* e que opera com cartão de bandeira **Mastercard** por meio de instituição financeira própria. Também alega que folhetos com o contrato na íntegra são mantidos à disposição dos clientes em todas as lojas.

● **Renner:** disse que a taxa de juros para compras parceladas em sete ou oito vezes é de 6,9% ao mês, e se prontificou a rever as condições identificadas na pesquisa, como juros de 9,83% e falta de informações sobre o custo efetivo total da operação de crédito no momento da compra.

● **Riachuelo:** esclareceu que “não estabelece pagamento mínimo sobre o valor da parcela, e, portanto, não induz nem estimula seus clientes ao refinanciamento de suas dívidas”.