



Cartão igual a Dinheiro



Índice

Introdução.....	1
Respostas aos Argumentos dos Defensores do Sobrepreço.....	2
Experiência Internacional	4
Artigos e Notícias da Imprensa	5
Decisões Judiciais e de Órgãos de Defesa do Consumidor	14
Mapa do Sobrepreço na América Latina e na Europa	16
Links	17

Introdução

Se for permitido ao lojista sobretaxar determinados meios de pagamento, na prática o consumidor estará sendo penalizado.

O Código de Defesa do Consumidor completou 20 anos de sanção em 2010 e representou um importante avanço ao preencher uma lacuna existente nas relações entre consumidores e fornecedores.

Entretanto, em algumas situações sobrevivem práticas abusivas contra o consumidor. No caso específico dos cartões de crédito e débito, uma prática abusiva ainda existente se refere a cobrança de preços diferenciados dependendo do meio de pagamento utilizado pelo consumidor.

Informações do Banco Central do Brasil apontam um incremento no uso de cartões de crédito e débito comparativamente ao uso de cheques (principalmente) e de dinheiro. Paralelamente, é cada vez maior o número de lojistas que optam por não aceitar cheques, apenas dinheiro e cartões.

A razão para essa mudança é clara. Há diversos benefícios no uso dos cartões, para lojistas e consumidores. Para estes, os cartões trazem praticidade, controle e segurança. Já para os lojistas, os cartões são importantes para a segurança e rapidez das transações, a eliminação dos riscos de inadimplência e o acesso a milhões de pessoas ao redor do mundo que possuem cartões.

Além disso, com exceção de dinheiro, os lojistas têm a opção de escolher os meios de pagamento que desejam aceitar – cheque, cartão de crédito, cartão de débito e boleto bancário, entre outros. Assim, após a decisão do lojista, cabe ao consumidor escolher o que melhor atende às suas necessidades.

Se for permitido ao lojista sobretaxar determinados meios de pagamento, na prática o consumidor estará sendo penalizado, pois perderá a opção de escolher – dentre as opções definidas pelo lojista – o que melhor lhe atenda.

No Brasil, essa situação pode virar realidade caso seja implementada a sugestão contida no Relatório sobre a Indústria de Cartões de Pagamentos, elaborado pelo Banco Central, Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e Secretaria Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda, no sentido de permitir o sobrepreço para o pagamento com cartões.

Dessa forma, o objetivo desse livreto é reunir informações, argumentos, opiniões de especialistas e advogados envolvidos com o Direito do Consumidor, divulgações da imprensa e decisões judiciais que demonstram que a diferenciação de preços prejudica os consumidores.

Argumentos dos Defensores do Sobrepreço

Os argumentos apresentados para tentar justificar a necessidade da diferenciação de preços distorcem a verdade.

Os principais argumentos utilizados são: (1) Ao contrário do dinheiro e do cheque, há custos para a aceitação dos cartões de crédito e débito; e (2) as vendas no cartão de crédito não são vendas à vista, pois os lojistas só recebem o crédito 28 dias após as vendas e os consumidores somente pagam a compra quando do recebimento da fatura do cartão de crédito.

Abaixo estão as falhas de tais argumentos:

(1) Ao contrário do dinheiro e do cheque, há custos para a aceitação dos cartões de crédito e débito. O argumento é cartões de crédito e débito tem custos de aceitação. Assim, como não é permitida a diferenciação de preços, os custos de aceitação dos cartões são incluídos no valor de todas as mercadorias/serviços que o comerciante oferta. Com isso, os consumidores que pagam em dinheiro ou cheque – onde, na visão dos lojistas não há custos – estariam subsidiando os consumidores que se utilizam dos cartões.

Resposta: Há custos para a aceitação de cartões. São custos ainda altos, mas estão sendo reduzidos – como indicado em recentes pesquisas divulgadas por associações de lojistas. Ocorre que também há custos para a aceitação de dinheiro e cheque.

Tais custos são:

Cheques: (1) consultas aos órgãos de proteção ao crédito (SPC e SERASA), (2) necessidade de guarda e transporte dos cheques ao banco; (3) inadimplência (cheques sem fundos); e (4) recebimento de cheques fraudados.

Dinheiro: (1) guarda (os lojistas devem manter cofres para guardar o dinheiro); (2) transporte do dinheiro (é comum que determinados lojistas contratem carros

fortes para transportar o dinheiro ao banco); (3) segurança (risco de roubo é significativo); e (4) recebimento de notas falsas. Além desses custos, há o fato de o Banco Central do Brasil gastar, anualmente, muito dinheiro para imprimir, transportar e distribuir as novas cédulas necessárias para substituir as cédulas desgastadas pelo uso.

Independentemente da existência ou não de custos, eles não podem ser transferidos ao consumidor. Além de não haver base legal para isso, e ainda que se considere que a opção por cartão é uma comodidade também para o consumidor, este já paga pelo serviço (anuidade), e quem deve arcar com essa comodidade para a venda é o comerciante.

(2) As vendas com cartão de crédito não são a vista, pois os lojistas levam 28 dias para receber e o consumidor só paga após receber a fatura do cartão.

Como o lojista não recebe na hora nem o consumidor paga na hora, a alegação é que isso não pode ser considerada uma compra à vista, como é o caso do dinheiro e cheque.

Resposta: Para uma venda ser concretizada, é necessário apenas que o fornecedor especifique o produto/serviço a ser fornecido e qual o preço a ser pago. Caso o consumidor concorde com esses termos, a venda será consumada.

No pagamento com o cartão de crédito a compra é considerada à vista, pois após haver a autorização do banco emissor e do consumidor receber o bem adquirido não há mais nenhuma relação jurídica entre o consumidor e o fornecedor.

Com a autorização da operação pelo banco emissor, o lojista tem a certeza que receberá o valor da compra, independentemente do consumidor pagar ou não a fatura do seu cartão de crédito. Ou seja, mesmo que o consumidor não pague a fatura do seu cartão, o lojista receberá o valor da venda.

Além disso, no caso dos cheques é comum que o lojista leve alguns dias (em determinados casos, semanas) para depositá-lo. Assim, o mesmo argumento poderia ser levantado nesse caso. Ocorre que há legislação determinando que o cheque seja considerado um pagamento à vista. Da mesma forma, há decisões judiciais que colocam o cartão de crédito como pagamentos à vista. Assim, nesse ponto, tais instrumentos são comparáveis.

No caso do cartão de débito, como o lojista recebe no dia seguinte, esse argumento não se aplica.

Com o compartilhamento das máquinas dos cartões desde 1º de julho de 2010, os estabelecimentos comerciais podem usar apenas uma máquina (POS, sigla em inglês para point of sale) para várias bandeiras (Visa, Mastercard, American Express, por exemplo). A maior competitividade pode se refletir em custos menores e os lojistas não terão mais esse argumento para justificar a abusiva cobrança de preços diferentes no pagamento com cartão.

Como os lojistas podem usar o mesmo terminal para qualquer bandeira, a expectativa é que possam negociar a redução do aluguel dos terminais e das taxas de administração que, segundo dados do Banco Central, em 2009 eram, em média, de 3% do valor da compra. O custo do lojista para trabalhar com cartão faz parte do risco do negócio e cabe a ele negociar com a administradora o aluguel de máquinas e taxa de administração cobrada sobre o valor de cada compra, sem envolver o consumidor.

Pesquisa realizada em março de 2010 pela GfK, quarta maior empresa de pesquisa de mercado no país e no mundo, com 1.000 pessoas maiores de 18 anos, revela que a maioria dos consumidores brasileiros acredita que a nova proposta de permitir diferenciação de preços resultaria num aumento de preços para o consumidor e também considera que os lojistas deveriam pagar pelo custo de aceitar cartões no pagamento. Além disso, a maioria prefere pagar com cartões de crédito ou de débito sem diferenciação de preço. O cartão é o meio preferido por 57% dos clientes para pagamento das compras diárias e 69% é contra qualquer mudança que permita cobrança diferenciada por conta da forma de pagamento escolhida: dinheiro, cheque ou cartão..

O Brasil precisa contar com uma legislação específica sobre cartões de crédito e com um órgão regulatório responsável pela fiscalização da atuação das operadoras de cartão. O setor é autorregulamentado pelas instituições financeiras que emitem os cartões.

Experiência Internacional

Alguns países permitem a diferenciação de preços e assim vale à pena mostrar o que de fato acontece nesses países. Um dos melhores exemplos é a Austrália, onde essa prática existe desde 2003.

Segundo as informações disponíveis, verifica-se que os consumidores não foram beneficiados com a redução do preço. Pelo contrário, é comum que o valor adicional cobrado seja superior às taxas que os lojistas pagam às credenciadoras. Além disso, o índice de varejistas que sobretaxam, classificados como “grande” ou “muito grande”, é muito superior ao número de varejistas classificados como “pequenos” ou “muito pequenos”. Uma conclusão possível sobre esses dados é que na realidade os principais lojistas que praticam o sobrepreço são as redes que enfrentam pouca concorrência.

Outro grupo de empresas que cobram mais caro pelo uso do cartão são aquelas que dificilmente oferecem outra opção de meio de pagamento que não o cartão. Um setor que serve de exemplo para esse aspecto são as empresas aéreas que comercializam passagens pela internet.

O fato é que não há evidência empírica que mostra benefícios aos consumidores, mas há indicações claras que os lojistas estão utilizando a diferenciação de preços como uma fonte adicional de receita.

A mesma situação ocorre no Reino Unido, onde a diferenciação também é permitida. Segundo recente estudo publicado pela associação de defesa dos consumidores Which?, o sobrepreço não tem relação com o custo envolvido na aceitação do cartão, ou é superior ao custo de aceitação do cartão.

Por exemplo, há situações, como no caso de passagens aéreas, onde a empresa cobra uma taxa por passageiro e por trecho voado e não por operação. Ou seja, o sobrepreço não guarda nenhuma relação com o valor da operação.

Outro caso emblemático é a aquisição de uma passagem de trem no valor de £1,70 no site thetrainline.com. Segundo o estudo, nesse caso o sobrepreço cobrado é de £3,50, ou seja, o consumidor teria que pagar 200% do valor da passagem à título de reembolso pelos custos de aceitação de cartão!

Artigos e Notícias de Jornais

Artigos e Notícias de Jornais



Veículo: IG
Data: 19/08/2010

<http://colunistas.ig.com.br/guilhermobarros/2010/08/19/entidades-preparam-campanha-contraprecos-diferenciados-em-compras-com-cartao/>

Entidades preparam campanha contra preços diferenciados em compras com cartão

Órgãos de defesa dos consumidores se mobilizam contra a diferenciação de preços nas compras à vista. A Proteste lidera a campanha, que será intensificada nas comemorações de 20 anos de implantação do Código de Defesa do Consumidor, em setembro.

A prática ocorre, na maioria das vezes, quando o pagamento é com cartão, o que é ilegal, segundo o CDC.

Só a Proteste, no dia 3 de setembro, irá distribuir 25 mil folhetos de esclarecimento aos consumidores que passarem pelo pedágio da Rodovia dos Imigrantes. O lema da campanha será “Cartão é igual a dinheiro”.

Veículo: O Globo
Data: 25/08/2010

<http://moglibo.globo.com/integra.asp?txtUrl=/economia/mat/2010/08/24/cheque-dinheiro-ou-cartao-pro-teste-faz-campanha-contravalores-diferentes-para-pagamento-vista-917471297.asp>

Para cheque, dinheiro ou cartão, o mesmo preço

Pro Teste faz campanha contra valores diferentes para pagamento à vista

“Cartão igual a dinheiro” é o slogan da campanha que a Pro Teste — Associação Brasileira de Defesa do Consumidor vai lançar no dia 3 de setembro, em reação ao forte movimento no Legislativo e de múltiplas ações no Judiciário para aprovação de preços diferentes no comércio para pagamento à vista em dinheiro, cheque ou cartão. Consientizar sobre o abuso dessa prática e a necessidade de

denunciá-la às entidades de proteção e defesa consumidor estão entre os objetivos da campanha, que inclui a distribuição de cem mil panfletos no Rio e em São Paulo na semana que vem. A alta taxa de administração cobrada pelas empresas de cartão de crédito (de até 5,5%) é o argumento usado pelos lojistas para cobrar preços diferentes no cartão e em dinheiro. A proposta é cobrar menos para pagamento em espécie e cheque, o que, na avaliação das entidades de defesa do consumidor, pode não ser vantajoso ao cliente, como pode parecer num primeiro momento.

— A diferenciação de preço ser legalizada seria um retrocesso de uma de nossas conquistas nesses 20 anos do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Em países como Austrália e Canadá, em que foram aprovadas leis semelhantes, as pesquisas não comprovaram ganho para o consumidor — destaca Maria Inês Dolci, coordenadora Institucional da Pro Teste.

Para Procon-Rio, proposta repassa o custo do negócio José Fernandes, responsável pelo Procon-Rio, ressalta o fato de o CDC vedar a existência de dois preços para um mesmo produto.

Para ele, os lojistas querem repassar o custo do risco do negócio para o consumidor: — E isso é prática abusiva. O cartão dá segurança à transação para o comércio e também aumenta o volume de venda. Se isso tem um custo, cabe ao fornecedor arcar com ele — diz Fernandes, que admite, porém, a prática de descontos na negociação pessoal entre consumidor e lojista. — Isso é diferente, é o poder da barganha de quem tem o dinheiro na mão.

O Sindicato de Hotéis, Bares e Restaurantes (SindRio) foi brigar na Justiça com operadoras de cartão de crédito pela redução das taxas de administração.

A proposta é limitá-las a 2%. Na mesma ação, o sindicato pleiteia a possibilidade de adotar preços diferentes para pagamento com cartão e dinheiro.

— A diferenciação de preço é uma forma de forçar a redução da taxa, com a diminuição do volume de vendas com cartão, que, no caso de restaurantes e hotéis, ultrapassa os 80%. E não há porque temer sobrepreço, pois o preço é estabelecido pelo mercado — argumenta Pedro de Lamare, presidente do SindRio.

O promotor Pedro Rubim, do Ministério Público do Estado do Rio, deu parecer favorável à diferenciação na ação do SindRio. Na avaliação do promotor, desde que amplamente informada (na vitrine e em etiquetas), a diferenciação de preços é positiva e benéfica ao consumidor: — Sem informação prévia do desconto à vista, há risco de manipulação de preços e de sobrepreço em mercados pouco competitivos. Mas esse risco permanece no caso de preço idêntico, já que a estrutura de preço poderia pressupor que o meio de pagamento é sempre o cartão de crédito, incluindo o ágio de 5% no valor do produto, independentemente do meio de pagamento. Acho ingênua a posição das demais entidades de defesa do consumidor, de supor que o consumidor será beneficiado com a impossibilidade de desconto à vista.

Renan Ferracioli, assistente de direção do Procon-SP, tem uma visão diametralmente oposta à do promotor: — Como saber se o desconto realmente está sendo dado? Vai decompor o custo de cada produto? Isso não é viável. O risco do sobrepreço é enorme.

Aldo Gonçalves, presidente do Clube de Diretores Lojistas do Rio (CDL-Rio), reforça o argumento de que as tarifas cobradas pelas operadoras são exorbitantes, sem paralelo em outros países. E garante que não há risco de elevação de preço: — Quem estabelece o preço é a concorrência. Se eu posso vender mais baixo, vou vender para ganhar a clientela.

Para a Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), a regra de preços iguais foi e é importante para a ampliação do uso do cartão de crédito. Na avaliação da entidade, a suspensão desse princípio desincentiva o uso do cartão, além de representar um incentivo à informalidade, com impactos sobre a arrecadação tributária.

https://acesso.uol.com.br/login.html?dest=CONTENT&url=http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me3008201004.htm&COD_PRODUTO=7

Cobrança diferenciada eleva preço, prevê consumidor

Segundo pesquisa da GfK, 60% das pessoas creem que pagarão mais se cada produto tiver diferentes preços.

Seis em cada dez consumidores acreditam que a proposta de permitir a cobrança de preços diferentes no comércio para pagamento à vista em dinheiro, cheque ou cartão vai resultar em

aumento de preços, caso o país aprove uma legislação que permita a diferenciação. Para esses consumidores, os preços seriam ainda maiores especialmente se utilizarem o cartão de crédito. O resultado é apontado em pesquisa realizada entre os dias 16 e 26 de março pela consultoria GfK, com mil consumidores acima de 18 anos em todo o país. Órgãos de defesa do consumidor são contra a diferenciação de preços e reagem à movimentação no Congresso para aprovar projeto de lei que permite a cobrança de preços diferentes, segundo a forma de pagamento. Alguns sindicatos de lojistas de Minas Gerais e do Distrito Federal conseguiram liminares na Justiça para fazer a cobrança diferenciada. “A diferenciação de preço é prejudicial ao consumidor. Defendemos que o desconto seja feito pela forma de pagamento -à vista ou a prazo- e não pelo meio de pagamento, que é o cartão ou o cheque”, diz Maria Inês Dolci, coordenadora da ProTeste. A entidade inicia hoje a campanha “Cartão igual a dinheiro”, para conscientizar o consumidor -serão distribuídos 100 mil panfletos em São Paulo e no Rio. “Os comerciantes querem transferir de forma injusta ao consumidor o custo operacional que eles têm com as taxas pagas às empresas de cartão de crédito”, diz Dolci. Para a ProTeste, a diferenciação de preços é uma prática abusiva. “Não há lei que a permita, por isso os comerciantes têm cobrado preços diferenciados na boca do caixa de forma camuflada.”

Veículo: Folha de S.Paulo
Data: 30/08/2010

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/790512-em-portugal-cobranca-diferenciada-e-proibida-por-lei-desde-janeiro.shtml>

Em Portugal, cobrança diferenciada é proibida por lei desde janeiro

A diferenciação de preços para pagamentos em dinheiro, com cheque ou com cartão de crédito e débito é proibida em diversos países como Canadá, Austrália, Argentina e Venezuela. No Brasil, há uma movimentação no Congresso para aprovar um projeto de lei que permite a cobrança de preços diferentes, para um mesmo produto e no mesmo estabelecimento, segundo a forma de pagamento. Pesquisa da consultoria GfK, divulgada com exclusividade pela Folha mostra que seis em cada dez consumidores brasileiros acreditam que a proposta de permitir a cobrança de preços diferentes no comércio vai resultar em aumento de preços, caso o país aprove a legislação que permita essa diferenciação.

Em Portugal, a cobrança diferenciada está proibida por lei desde janeiro deste ano. O economista João Fernandes, da Deco ProTeste (associação portuguesa de defesa do consumidor), participará na sexta-feira, dia 3, de um debate em São Paulo sobre o tema durante o congresso “Cartões e Crédito ao Consumidor”, que acontecerá no shopping Frei Caneca. Antes de vir ao Brasil, ele concedeu esta entrevista sobre o tema à Folha

FOLHA - Os comerciantes portugueses sempre praticaram preços iguais nas diferentes formas de pagamento?

JOÃO FERNANDES - Em algumas situações, no momento do pagamento, era proposto ao consumidor um desconto caso optasse pelo pagamento em numerário (dinheiro). Desde o início de 2010, é proibido aos comerciantes cobrar qualquer comissão pela utilização de um cartão, segundo o Decreto-lei nº 3/2010, publicado em 5 de janeiro deste ano.

FOLHA - No Brasil, há um projeto de lei que discute o tema e que propõe a cobrança de forma diferenciada, apesar dos protestos das entidades de defesa do consumidor. Como isso funciona na União Europeia?

FERNANDES - Em 2007, foi publicada pela Comissão Europeia a Diretiva de Serviços de Pagamento. Os países-membros da União Europeia poderiam adotá-la até novembro de 2009. A diretiva indicava que o comerciante não deveria ser impedido de efetuar redução de preço pela utilização de um determinado meio de pagamento, nem de cobrar encargo pela utilização do meio de pagamento. Nesta última situação, apenas admitia o contrário se não fossem dadas alternativas de pagamento ao consumidor ou se houvesse uma disposição legal de um país-membro que indicasse o contrário. Foi o que aconteceu em Portugal, que, pelo Decreto-lei nº 3, proibiu a diferenciação. Nos outros países, há liberdade para que optem ou não pela proibição da diferenciação.

FOLHA - O que os consumidores portugueses pensam sobre a diferenciação?

FERNANDES - Em Portugal, os consumidores não veem com bons olhos a diferenciação de preços nos pagamentos com cartões. Os portugueses não estariam dispostos a suportar uma comissão (taxas) dessa natureza. Note-se que a desmonetização da economia tem ganhos para o sistema

Veículo: Folha de S.Paulo
Data: 30/08/2010

como um todo, além do ganho obtido pelos vendedores em termos de concorrência, por oferecerem mais alternativas de pagamento.

Se se instaurassem essas comissões, o que se verificaria era que os portugueses procurariam comerciantes que não cobrassem essas comissões. Ou, caso essa fosse uma prática generalizada, procurariam efetuar os seus pagamentos através de dinheiro ou cheque (meios muito mais caros para o sistema bancário). Além disso, o consumidor apenas consegue avaliar o preço final do produto, e não um preço que depois vai ser onerado com os encargos de utilização do cartão.

FOLHA - Os comerciantes em Portugal costumam repassar custos com administradoras de cartões (crédito e débito) para os preços finais ao consumidor?

FERNANDES - Isso é difícil de determinar. É natural que os lojistas olhem para a estrutura de custos dos seus estabelecimentos como um todo. Um grande bolo de custos que tem de ser coberto pelas receitas da loja. Mas não creio que os encargos pagos às administradoras dos cartões os afete mais do que, por exemplo em uma cafeteria (café), a subida do preço do café, do pão ou do leite.

FOLHA - Qual foi o papel da Deco ProTeste no tema?

FERNANDES - A entidade sempre defendeu uma concorrência sadia e transparente. Os consumidores têm de conhecer sempre o preço final a pagar, para poderem escolher o vendedor que lhes oferece maiores garantias. Assim, apenas o preço final deve ser apresentado, independentemente do que contribui para a sua formação (do preço) e do meio de pagamento que o consumidor escolha. A lei existente garante esses direitos ao consumidor.

<http://www.agora.uol.com.br/grana/ult10105u790824.shtml>

Consumidor teme aumento de preços

Seis em cada dez consumidores acreditam que a proposta de permitir a cobrança de preços diferentes no comércio para pagamento à vista em dinheiro, cheque ou cartão vai resultar em aumento de preços, caso o país aprove uma lei que permita a diferenciação. Para esses consumidores, os preços seriam maiores especialmente com o uso do cartão de crédito, diz pesquisa da consultoria GfK. Órgãos de defesa do consumidor são contra a diferenciação de preços e reagem à movimentação no Congresso para aprovar a lei que permite a cobrança de preços diferentes, segundo a forma de pagamento. "A diferenciação de preço é prejudicial ao consumidor. Defendemos que o desconto seja feito pela forma de pagamento --à vista ou a prazo-- e não pelo meio de pagamento, que é o cartão ou o cheque", diz Maria Inês Dolci, da ProTeste. "Os comerciantes querem transferir de forma injusta ao consumidor o custo operacional que eles têm com as taxas pagas às empresas de cartão de crédito", diz. Para a ProTeste, a diferenciação de preços é abusiva. "Não há lei que a permita, por isso os comerciantes têm cobrado preços diferenciados na boca do caixa de forma camuflada." A entidade inicia hoje a campanha "Cartão igual a dinheiro", para conscientizar o consumidor.

<http://www.dgabc.com.br/News/5829276/compra-com-cartao-nao-deve-ser-mais-cara.aspx>

Compra com cartão não deve ser mais cara

Quem já não se deparou com a situação de, ao sacar o cartão de crédito para pagar uma compra, ouvir do balconista que o valor seria maior porque a loja demora 30 dias para receber e paga altas taxas para oferecer a forma de pagamento? Ou, ainda, na situação inversa, que se o pagamento fosse feito em dinheiro, haveria desconto?

Essas são maneiras de os lojistas repassarem ao consumidor parte ou a totalidade das tarifas de administração das operadoras de cartão de crédito, que giram em torno de 4% do valor da compra e do aluguel dos terminais.

De acordo com a Proteste (Associação Brasileira de Defesa do Consumidor), a diferenciação de preços é ilegal. Tanto que a entidade realizou na sexta-feira, aproveitando o fluxo de carros para o feriado da Independência, a distribuição de 50 mil folhetos de esclarecimento praças de pedágio na Rodovia Imigrantes, em São Paulo, entre as 15h e 23h, e na Ponte Rio Niterói, no Rio de Janeiro, das 13h30 às 18h30. O objetivo é esclarecer a população a não aceitar preço diferente quando pagar com cartão de crédito.

"O ônus do cartão de crédito é do lojista e não do consumidor (que já paga valor mensal para utilização do cartão), que está sendo prejudicado", afirma Maria Inês Dolci, coordenadora institucional da

Proteste. "Além disso, com a unificação das maquininhas de cartão, é possível que o comerciante negocie com as administradoras redução em suas taxas ou que alugue número menor de máquinas para reduzir seus custos."

A campanha Cartão é igual a dinheiro vai contra a proposta do Banco Central que, em relatório sobre regulamentação de cartões de crédito, sugere o sobrepreço. No Congresso, Maria Inês conta que há projetos em tramitação tentando legalizar a cobrança de preço diferente. Mas para ela, vai na contramão do Código de Defesa do Consumidor.

Hoje existe respaldo de Nota Técnica 103/2004 do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça que caracteriza como abusiva a cobrança diferenciada. Há também portaria de 1994 do Ministério da Fazenda impedindo a diferenciação.

"A Justiça vem se demonstrando, em grande parte de seus julgamentos, contra a diferenciação de preço. O consumidor que comprar com cartão de crédito deve exigir o mesmo desconto do pagamento com dinheiro."

MARGEM REDUZIDA

Na avaliação do presidente da Aciscs (Associação Comercial e Industrial de São Caetano), Nelson Braido, "o comerciante só está repassando os custos que cobram dele pelo uso da máquina de cartão de crédito". O que não seria honesto, diz, seria se ele cobrasse a mais.

Braido ressalta que a briga é com as administradoras, que cobram taxas muito altas para o volume de vendas. "Senão, o comerciante paga do bolso. Ele já arca com impostos pesados e, se pagar integralmente as tarifas do cartão, tem sua margem de lucro reduzida", afirma.

Em Belo Horizonte e Brasília, preço diferente é legalizado

Em Belo Horizonte e Brasília, a Justiça concedeu liminar permitindo que os lojistas cobrem preços diferentes para pagamento à vista em dinheiro, cheque e cartão de débito ou de crédito.

Nessas cidades, os valores podem ter acréscimos de 4,5% a 5% no custo real do produto. Para Gustavo Campolina, do Homero Costa Advogados, se não houver a diferenciação dos valores, pode ocorrer aumento no custo dos itens de uma loja para todos os consumidores, estejam eles munidos de dinheiro ou cartão. "Hoje, o repasse é feito somente àqueles que pagarem com cartão de crédito, que é considerado a prazo mesmo para o pagamento em uma única parcela. Assim, é coibida maior tarifação para o consumidor", afirma.

Quanto à possibilidade de a unificação das maquininhas gerar diminuição das taxas, Campolina diz que a decisão ainda é recente, mas que a tendência é que as administradoras passem a cobrar menos do lojista e, com isso, diminuam o repasse.

https://acesso.uol.com.br/login.html?dest=CONTENT&url=http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me2308201014.htm&COD_PRODUTO=7

Cartão de crédito é dinheiro

BANCO CENTRAL está pronto para atuar, novamente, contra os interesses dos consumidores brasileiros. Há forte tendência de que, em uma futura regulamentação do segmento de cartões de crédito, seja permitida a cobrança diferenciada entre cartões, dinheiro e cheque. Ou seja, o BC está inclinado a atender às demandas dos lojistas.

A alegação dos comerciantes é que pagam pelo aluguel das máquinas leitoras e também uma taxa em cada transação. Os valores estariam hipertrofiados e a conta, segundo eles, deveria ser enviada para quem sempre as recebe: nós. Não é justo nem boa prática comercial. Os lojistas ganharam muito ao aceitar cartões de créditos. E continuam ganhando.

A estrutura de crediário era pesada e cara. Nem sempre resolvia, contudo, a ameaça de inadimplência. As pessoas compravam além de suas possibilidades e não quitavam os carnês em dia. Cheques sem fundos eram outro fantasma que tirava o sono dos comerciantes. Cheques roubados também. Outra estrutura pesada tratava disso, com o apoio dos serviços de proteção ao crédito. Mas, em algumas situações, alguma coisa falhava, e o prejuízo era certo.

Até o dinheiro em espécie pode ser problemático, se for falsificado -isso existe, sim- e também em sua armazenagem. O cartão de crédito tem muitas falhas. O crédito rotativo é proibitivo, nem sempre a dispensa de anuidade é verdadeira -com cobranças embutidas por uso e por não uso. O cartão de plástico foi adotado pelos brasileiros. Evita que se carregue muito dinheiro em nossas ruas inseguras.

Veículo: Agora
Data: 30/08/2010

Veículo: Diário do Grande ABC
Data: 05/09/2010

Veículo: Folha de S.Paulo
Data: 23/08/2010
Artigo : Maria Inês Dolci

Pode ser bloqueado em caso de furto ou roubo. E facilita o controle dos gastos, via fatura mensal.

Além disso, quando há promoções de fabricantes, lojistas e operadoras, contas podem ser pagas em três vezes, em média, sem juros. A unificação das máquinas leitoras já reduz o custo dos cartões para os comerciantes, pois antes tinham que pagar o aluguel de dois, três ou mais equipamentos. Resta prosseguir em negociação com as operadoras para reduzir a cobrança das transações. Nas lojas, contudo, estabeleceu-se a prática de pressionar o cliente para que pague com cheque ou com dinheiro. Prática abusiva e contrária ao artigo 39, inciso X, do Código de Defesa do Consumidor.

Criar embaraços ao pagamento de compras de produtos e de serviços não me parece muito inteligente. Desestimular o uso de cartões de crédito, então, pode se virar contra quem vende. A regulamentação deveria evoluir em outra direção. Discutir limites de juros no crédito rotativo, assegurar o direito de renegociação de taxas, definir quem responde pela segurança das transações na internet. Talvez até mediar as taxas cobradas dos lojistas.

Diferenciar o que é prática comercial dos abusos e cláusulas leoninas. Também é fundamental avançar na transparência dos contratos e da educação dos consumidores, a fim de que não percam o controle dos gastos. Especialmente para que não recorram ao crédito rotativo como forma de financiamento, uma das mais caras e impagáveis que existem no mercado. O uso de cartões para compras na internet também carece de normas específicas, adequadas ao crescimento das compras virtuais. Que só são virtuais por ocorrer na web, mas que têm fraudes bem reais. O momento é muito bom para isso. A economia está crescendo e as classes emergentes querem mais conforto e mais segurança. Isso se traduz em ir às compras. Engarrafar esse trânsito com medidas equivocadas só vai atrapalhar a vida de todos.

Cobrança diferenciada, ao fim e ao cabo, reduzirá as compras e os lucros de quem produz e de quem vende. Não creio que o objetivo da regulamentação seja esse. Por pensar somente no lucro imediato, entretanto, os comerciantes podem perder milhões de compradores. Que o BC, que se omitiu quando as instituições financeiras quiseram solapar o CDC, não erre novamente contra os consumidores.

MARIA INÊS DOLCI, 54, advogada formada pela USP com especialização em business, é especialista em direito do consumidor e coordenadora institucional da ProTeste Associação de Consumidores. Escreve quinzenalmente, às segundas-feiras, nesta coluna.

<http://oglobo.globo.com/opiniao/mat/2010/08/25/dinheiro-ou-cartao-917473421.asp>

Dinheiro ou cartão?

Tão antiga quanto o cartão de crédito é a discussão sobre a natureza do pagamento feito com esse instrumento: será à vista ou a prazo? Pagamento à vista é considerado aquele em que o preço é posto imediatamente à disposição do credor, e a prazo aquele em que o pagamento é postergado no tempo. No cartão de crédito há uma mescla dessas situações. O credor recebe o preço em prazo determinado contratualmente entre ele e a administradora do cartão de crédito. O usuário libera-se da obrigação de pagamento frente ao vendedor ou prestador de serviço mediante a aprovação da operação pela administradora, a quem passa a dever o valor do preço.

Há uma relação triangular, e cada qual usufrui vantagens. A administradora ganha com as taxas de administração e os eventuais juros de financiamento pagos pelo usuário, assim como com o deságio que cobra do estabelecimento comercial. Este ganha em segurança e no incremento do volume de negócios, uma vez que exclui o risco de inadimplemento e atrai os usuários do cartão. Sua desvantagem é a contrapartida da vantagem da administradora: o lapso de tempo que decorre até o efetivo recebimento do valor do pagamento e o deságio que paga.

As operações envolvidas no cartão de crédito devem ser interpretadas como uma unidade porque qualquer uma perde sentido sem as outras. O pagamento em cartão é igual ao pagamento em dinheiro, uma vez que extingue a obrigação do devedor (o usuário do cartão). O prazo de recebimento e o deságio representam custos empresariais que podem ser internalizados, como é próprio da sociedade de consumo. Entretanto, nada impede que a empresa realize a internalização. Aí residiria redobrada abusividade, com o ressarcimento dúplice dos custos. Para evitá-la, dinheiro e cartão de crédito devem ser considerados a mesma face da moeda das trocas.

Nada impede que as empresas ofereçam descontos para pagamento à vista, seja ele em dinheiro, cheque, cartão de crédito (sem financiamento) ou débito, como decidiu recentemente o Superior

Tribunal de Justiça, em acórdão no qual esses meios de pagamento foram equiparados. A não se entender assim, os custos da empresa, que são a contrapartida dos benefícios que usufrui do sistema de cartão de crédito, seriam repassados diretamente a cada usuário individual, acrescentando-se ao pagamento do serviço que ele faz diretamente à administradora.

Não existe disciplina jurídica específica sobre a matéria. Mas, em outras palavras, a empresa não pode impingir aos consumidores ônus que são seus e que correspondem a vantagens que auferem.

Veículo: O Estado de S.Paulo
Data: 27/08/2010
Artigo : Bruno Miragem

http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100827/not_imp601054,0.php

Pagamento à vista e direitos do consumidor

Ao tempo em que estamos a comemorar 20 anos do Código de Defesa do Consumidor (CDC), em setembro, velhos problemas relativos à proteção do consumidor ainda estão a desafiar a interpretação e a aplicação de suas normas. Um desses desafios diz respeito à cobrança diferenciada de preços para pagamento de contratos de consumo em dinheiro ou por outro meio, tais como cartões de crédito e de débito. A questão não é nova, havendo na jurisprudência nacional decisões a sustentar tanto a possibilidade da cobrança de valores diferenciados quanto a ausência de causa que justifique a diferença de preços. Da mesma forma, chama a atenção o trabalho de diversos órgãos de defesa do consumidor e do próprio Ministério Público de combate a essa prática.

A questão é de relevo, tanto no tocante à proteção do interesse do consumidor quanto em vista do próprio aperfeiçoamento dos meios de pagamento no Brasil, cada vez mais focados na adoção de sistemas informatizados que reduzam riscos operacionais e de inadimplência, mediante registro imediato das operações e obrigação de terceiros (administradora de cartões de crédito e instituições financeiras) pelo pagamento do preço contratado.

Desde o seu surgimento, os cartões de crédito - e, mais recentemente, os de débito - têm por escopo a facilitação do pagamento pelo consumidor e a garantia de recebimento dos fornecedores. Porém, embora ofereçam benefícios a ambos, é em relação aos fornecedores que representarão maior vantagem, mediante oferecimento de múltiplas modalidades de pagamento ao consumidor e, ao mesmo tempo, a expressiva redução dos riscos de inadimplência. Afinal, quem faz pagamento por intermédio de cartões envolve uma terceira pessoa - a administradora de cartões ou a instituição financeira -, que se compromete a honrar o pagamento ajustado.

Cobrando mais do consumidor que opta pelo pagamento com o cartão de crédito, sustenta-se o cabimento de preços diferenciados alegando-se não existir, no caso, a disponibilidade imediata do dinheiro para o fornecedor, que deve aguardar o prazo previsto no contrato para se creditar. Igualmente, a taxa cobrada pela administradora do cartão para tornar disponível o serviço é um custo adicional da operação - o que não há no caso de pagamento em dinheiro - a justificar o desconto oferecido, como regra no mesmo percentual. No caso do pagamento por meio do cartão de débito, embora o valor possa ser creditado imediatamente, mantém-se a referência ao custo do serviço disponível pelo sistema informatizado de cartões. Esses argumentos, contudo, não se sustentam.

O pagamento de produtos e serviços pelos consumidores por intermédio de cartões de crédito e de débito integra a oferta de consumo, tornando mais atrativa - na medida em que facilitada - a realização da contratação. Da mesma forma, reduz drasticamente os riscos de inadimplência para o fornecedor. O custo dessa operação não pode ser repassado ao consumidor. Tanto é assim que no contrato existente entre varejistas e a administradora do cartão de crédito fica expressamente definida a obrigação de não diferenciar preços para o pagamento em dinheiro e por intermédio de cartão de crédito.

Não se pode admitir, deste modo, que, tendo assumido a obrigação com um parceiro contratual, queira o fornecedor repassar esse custo ao consumidor final. Trata-se de prática abusiva prevista no artigo 39, inciso X, do Código de Defesa do Consumidor, ao elevar sem justa causa o preço; bem como cláusula abusiva prevista no artigo 51, inciso XII, do CDC, uma vez que obriga o consumidor a ressarcir os custos da cobrança da sua obrigação. No caso da cobrança de preços distintos para pagamento em dinheiro e pagamento por cartões, o valor a mais pago pelo consumidor resulta na transferência dos custos de cobrança, em face da redução de risco de inadimplência e de segurança do fornecedor. Contraria o sistema do direito do consumidor pretender que o próprio consumidor seja obrigado a pagar essa conta.

ADVOGADO, É PROFESSOR DA FACULDADE DE DIREITO DA FUNDAÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO RIO GRANDE DO SUL

Diferenciação de preços para o consumidor

Não podemos concordar com a prática da diferenciação de preços para pagamentos feitos em dinheiro e cartão de crédito nas compras à vista. A falta de uma regulamentação específica sobre o setor de cartões criou um ambiente de questionamentos e o risco dessa insegurança é a violação dos direitos do consumidor. Em Belo Horizonte e no Distrito Federal, lojistas e comerciantes varejistas conseguiram na Justiça autorização para definir preços diferenciados de acordo com o meio de pagamento. Essa prática, analisada sob o enfoque da lei consumerista, é considerada abusiva e prejudica o consumidor final.

Ainda dentro desse contexto, em maio deste ano, foi divulgada a versão final do “Relatório sobre a Indústria de Cartões de Pagamentos no Brasil”, elaborado pelas equipes técnicas do Banco Central do Brasil, da Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e da Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda. Nesta versão, a sugestão foi favorável à diferenciação de preços. Na época, a Coordenação de Área do Consumidor do Centro de Apoio Cível e de Tutela Coletiva, do Ministério Público do Estado de São Paulo, manifestou-se contra as recomendações do relatório por entender que representa prática abusiva contra o consumidor.

Em 1990, o Código de Defesa do Consumidor representou um importante marco legal para as relações de consumo. Ele disciplinou responsabilidades entre fornecedor e consumidor e estabeleceu padrões de conduta e de qualidade, penalidades e prazos. Hoje, 20 anos depois, os princípios que nortearam as normas de proteção ao consumidor precisam ser relembrados e reforçados. No caso da diferenciação de preços, cabe a aplicação dos artigos 39, inciso X, e 51, inciso X, ambos do CDC. Esse foi o entendimento do Superior Tribunal de Justiça (STJ), no julgamento do Recurso Especial nº 1.133.410-RS, cujo acórdão foi publicado em abril deste ano.

Os ministros da 3ª Turma consideraram que não existem razões para permitir a diferenciação de preços, seja qual for a abordagem da questão. A turma, por unanimidade, deu provimento ao recurso especial do Ministério Público do Rio Grande do Sul contra uma empresa do ramo de combustíveis e seguiu o entendimento do ministro relator Massami Uyeda.

O voto é esclarecedor ao mostrar que há plena quitação da obrigação do consumidor com o fornecedor quando o pagamento é efetuado por meio de cartão de crédito. Caracteriza-se, portanto, uma forma de pagamento à vista e essa relação jurídica não pode ser confundida com a relação entre o estabelecimento comercial e a administradora do cartão. Existe uma relação entre esses últimos, remunerada.

O estabelecimento recebe da administradora sem risco de inadimplemento, estando garantido no ato da negociação, quando a administradora autoriza a transação, restando a esta o risco do inadimplemento do consumidor por ocasião do pagamento da fatura que, em geral, ocorre no mínimo trinta dias depois, e até de eventual fraude. O custo desse meio de pagamento, que é inerente ao negócio, deve ser arcado exclusivamente pelo estabelecimento comercial.

O consumidor tem ônus pela utilização de cartão de crédito, pois arca com a anuidade respectiva e os juros em caso de inadimplimento, não sendo admissível que tenha também que honrar com a obrigação do fornecedor do produto ou do serviço, que equivaleria sem sombra de dúvida a um “bis in idem”, ou seja, estaria sendo onerado por duas vezes. A reivindicação da empresa de combustíveis do Rio Grande do Sul e lojistas e comerciantes de Belo Horizonte e Distrito Federal e o que sugere a área econômica do governo federal é o repasse desta remuneração ao consumidor.

O pagamento pela aquisição de produtos ou pela contratação de serviços por meio de cartão de crédito cresceu sobremaneira nos últimos anos, seja em razão da própria publicidade das instituições financeiras e administradoras acerca das vantagens de se utilizar um cartão de crédito, seja em razão da violência, que faz com que as pessoas deixem de sair de casa com grandes quantias em dinheiro. O consumidor cobrado pelo valor da relação havida entre fornecedor e administradora se vê em situação de excessiva desvantagem.

Ademais disso, os próprios fornecedores fazem do cartão de crédito um “chamariz” ao consumidor, pois se trata de uma facilitação da forma de pagamento e possibilidade de aumento do consumo, resultando disso, é certo, em aumento do lucro. Dispor ou não de pagamento via cartão de crédito é opção do fornecedor, já que não existe no nosso ordenamento imposição de aceitação desta ou daquela forma de pagamento, e de outro lado não há proibição para a recusa de aceitação de pagamento por meio de cartão. Isso equivale a dizer que o fornecedor quando estabelece relação

com administradoras de cartão de crédito para possibilitar tal forma de pagamento ao consumidor de antemão já sabe que terá que suportar ônus, que são seus - o consumidor não é seu “sócio” na atividade desenvolvida. Adriana Borghi Fernandes é promotora de Justiça de São Paulo e ex-coordenadora da área do consumidor. Este artigo reflete as opiniões do autor, e não do jornal Valor Econômico. O jornal não se responsabiliza e nem pode ser responsabilizado pelas informações acima ou por prejuízos de qualquer natureza em decorrência do uso dessas informações

Cartão é dinheiro

Há vinte anos foi aprovado o Código de Defesa do consumidor, que causou uma verdadeira revolução nas contratações privadas, estabelecendo novos paradigmas e impondo novas formas comportamentais para os participantes. Apesar do impacto inicial, a aceitação das regras acabou por se consolidar de maneira satisfatória, especialmente em função do ativismo dos Tribunais.

Ocorre que, passada esta fase inicial, novos desafios dominam as relações de consumo, pois questões até então não imaginadas passam a bater às portas do Judiciário, o qual acaba muitas vezes tendo grandes dificuldades para apresentar soluções justas. Fala-se em comércio eletrônico, em superendividamento, enfim, em situações resultantes das novas técnicas de marketing e tecnologias avançadas.

Mas, em razão de interesses econômicos diversos, surgem teses defendendo ideias que representam um retrocesso a tudo já conquistado nestes vinte anos. Um exemplo de tal situação é a busca pela aplicação de preços diferenciados nos produtos e serviços adquiridos mediante pagamento com cartão de crédito. Afirmam os fornecedores que a alta taxa de administração cobrada pelas empresas de cartão de crédito tem sido um fator prejudicial para o desenvolvimento de suas atividades e consequentemente para os consumidores.

Tal posição contraria firmemente o que preceitua o Código de Defesa do Consumidor, pois significa transferir o risco do negócio a ele, além de gerar uma grande possibilidade de um sobrepreço. Somado o prejuízo ao consumidor resultante de tal prática, defender tal entendimento é olvidar-se das vantagens que o cartão de crédito traz às relações de trocas, inclusive a de proporcionar maior segurança aos fornecedores nas contratações, além da possibilidade de adiantar os pagamentos futuros junto à administradora.

Como afirmado pela doutrina e jurisprudência, de forma reiterada, o pagamento feito em dinheiro ou em cartão de crédito se equivalem. pois ambos devem ser considerados como pagamento à vista. Pretender-se a aplicação de um entendimento contrário, mediante a diferenciação de preços, é autorizar o exercício de uma prática abusiva, expressamente vedada pelo Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 39, inciso X. O código é claro ao estabelecer como objetivo da política nacional de consumo a harmonização dos interesses dos participantes nas relações entabuladas entre fornecedor -consumidor, sempre com base na boa fé e no equilíbrio. Não se pode, portanto admitir que o fornecedor estabeleça mecanismos de alteração unilateral de preço, sob pena de direta infração a tal determinação.

Assim, ao mesmo tempo em que festejamos o sucesso dos vinte anos da legislação de proteção do consumidor, somos obrigados a reconhecer que o trabalho do profissional do direito nesta área ainda está apenas no começo, e não se pode realmente admitir são retrocessos aos direitos já conquistados e claramente expressados pela legislação consumerista.

Um exemplo é a busca pela aplicação de preços diferenciados nos produtos e serviços adquiridos com cartão de crédito

Decisões Judiciais e de Órgãos de Defesa do Consumidor

Tribunal de Justiça do Mato Grosso do Sul – Agravo 2009.032931-6/0000-00 – Segunda Turma Cível - Des. Julizar Barbosa Trindade (Relator) – (03.08.2010)

A cobrança de valores distintos para o pagamento com cartão de crédito revela-se prática abusiva e afronta ao Código de Defesa do Consumidor.

...

Com efeito, a compra e venda efetuada por meio de cartão de crédito caracteriza-se como operação à vista, extinguindo-se a obrigação em relação ao consumidor, sendo irrelevante o tempo que a instituição financeira leva para o repasse ao comerciante.

...

Assim, o eventual custo decorrente da utilização do cartão de crédito é ônus da atividade mercantil e deve ser arcado pelo estabelecimento comercial e não pelo consumidor.

Tribunal de Justiça do Mato Grosso do Sul – Apelação Cível 2010.007067-5/0000-00 – Terceira Turma Cível - Des. Rubens Bergonzi Bossay - 28.06.2010

O pagamento mediante cartão de crédito é considerado pagamento à vista, não podendo o consumidor arcar com os custos que são cobrados do fornecedor, pela instituição credenciada.

....

Ao cobrar valores distintos para as espécies de pagamento à vista, o impetrante viola as disposições contidas no Código de Defesa do Consumidor, que tratam, dentre outros direitos do consumidor, da proteção em relação à prática da diferenciação de preços e da vantagem excessiva.

Superior Tribunal de Justiça - REsp 1133410/RS – Terceira Turma - Ministro Massami Uyeda, (07.04.2010)

I - Não se deve olvidar que o pagamento por meio de cartão de crédito garante ao estabelecimento comercial o efetivo adimplemento, já que, como visto, a administradora do cartão se responsabiliza integralmente pela compra do consumidor, assumindo o risco de crédito, bem como de eventual fraude;

II - O consumidor, ao efetuar o pagamento por meio de cartão de crédito (que só se dará a partir da autorização da emissora), exonera-se, de imediato, de qualquer obrigação ou vinculação perante o fornecedor, que deverá conferir àquele plena quitação. Está-se, portanto, diante de uma forma de pagamento à vista e, ainda, pro soluto” (que enseja a imediata extinção da obrigação);

III - O custo pela disponibilização de pagamento por meio do cartão de crédito é inerente à própria atividade econômica desenvolvida pelo empresário, destinada à obtenção de lucro, em nada referindo-se ao preço de venda do produto final. Imputar mais este custo ao consumidor equivaleria a atribuir a este a divisão de gastos advindos do próprio risco do negócio (de responsabilidade exclusiva do empresário), o que, além de refugir da razoabilidade, destoa dos ditames legais, em especial do sistema protecionista do consumidor;

IV - O consumidor, pela utilização do cartão de crédito, já paga à administradora e emissora do cartão de crédito taxa por este serviço (taxa de administração). Atribuir-lhe ainda o custo

pela disponibilização de pagamento por meio de cartão de crédito, responsabilidade exclusiva do empresário, importa em onerá-lo duplamente (in bis idem) e, por isso, em prática de consumo que se revela abusiva;

Nota Técnica 103, de 2004, do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) Cartão de Crédito – Preço à vista (Fonte: <http://portal.mj.gov.br/dpdc/data/Pages/MJ2DCA58D8ITEMIDA80C977D80824EF880322C83953CF145PTBRIE.htm>)

“O posicionamento desse DPDC (...) é pela impossibilidade dessa prática. De fato, a partir do momento em que o estabelecimento comercial oferece outras formas de pagamento que não o dinheiro em espécie, a imposição de qualquer limite as mesmas reveste-se de abusividade, por afronta a um dos princípios norteadores das relações de consumo: a boa-fé. O fornecedor (...) viola tal princípio ao impor, por exemplo, repasse de custos a algumas operações, sob o argumento de que de outra forma inviabilizar-se-ia o negócio, o que ocorre quando cobra um preço diferenciado em relação às compras feitas no cartão de crédito.”

Procon Municipal de Florianópolis (SC) – 29.07.2010

Fonte: <http://portal.pmf.sc.gov.br/noticias/index.php?pagina=notpagina¬i=2252>

...o preço de mercadorias pagas à vista, seja dinheiro, cheque, cartão de crédito ou débito, não poderá sofrer diferenciação no preço da mercadoria. O descumprimento desta nota técnica implicará ao infrator sanções administrativas previstas no Código de Defesa do Consumidor, Decreto Federal nº 2.181/97, assim como, na Lei Complementar nº 185/2005 e na Portaria Municipal nº 001/2008.

Desembargador Rizzatto Nunes, do Tribunal de Justiça/SP

Fonte: (<http://rizzattonunes.blogspot.com/2009/08/e-ilegal-fixar-um-preco-maior-para.html>)

“Poder-se-ia argumentar que uma forma de burlar essa realidade jurídica é embutir o acréscimo futuro no preço à vista e quando for feito parcelamento nada se acrescenta. Se for pago à vista, dá-se um desconto. Mas esse argumento não resiste. É que, se for dado desconto para pagamento à vista, então o preço só pode ser o resultado líquido: como dissemos, o preço é sempre o pago à vista. Logo, no pagamento parcelado aparecerá o acréscimo. Mas, por outro lado, o fornecedor pode embutir o acréscimo e não dar desconto. O problema é dele, já que seu preço terá subido. Talvez ele tenha dificuldade em vender o produto, que ficou caro.

...

Quando o comerciante estipula dois preços: um para pagamento em dinheiro ou cheque e outro (mais caro) para pagamento com cartão de crédito, o que ele está, de fato, fazendo é transferir para o consumidor o custo de sua atividade. Todos sabem que ele faz isso porque a administradora do cartão lhe cobra percentual para sua utilização. Mas, isso é custo de seu negócio. É custo tal qual o aluguel que ele paga pelo estabelecimento, os juros que paga ao banco, os salários de seus empregados, os impostos etc. Se a moda pega, daqui a pouco alguns estabelecimentos estarão cobrando preço diferenciado em função ao aumento do IPTU ou do custo da eletricidade gasta com o ar condicionado. Ou, então, cobrando preço diferenciado para pagamento com cheque no fim de semana, porque ficará dois dias sem receber o dinheiro etc. Repito: tudo isso é custo do negócio e é com base nesse custo que o comerciante calcula o preço de seus produtos. Mas, uma vez fixado o preço ele não pode ser diferenciado.”

Países da América Latina que proíbem diferenciação de preço



Links

1) Entrevista para o Jornal da Manhã da CBN do dia 31 de agosto de 2010

<http://cbn.globoradio.globo.com/programas/jornal-da-cbn/2010/08/31/LOJISTAS-NAO-PODEM-MUDAR-PRECO-DE-PENDENDO-DA-FORMA-DE-PAGAMENTO.htm>

2) Entrevista para a Rádio Jovem Pan do dia 1º de setembro de 2010

<http://jovempan.uol.com.br/videos/campanha-contra-diferenca-de-preco-nas-formas-de-pagamento-48252,1,0>

3) Entrevistas para a CBN Londrina do dia 15 de setembro de 2010

<http://www.cbnlondrina.com.br/Materias/diferenciacao-de-preco-no-pagamento-em-cartao-e-dinheiro-e-ilegal#>

4) Matéria do Jornal Hoje do dia 15 de setembro de 2010

<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/09/valor-de-compra-deve-ser-o-mesmo-vista-ou-com-cartao.html>

5) Entrevista para o CBN Noite Total do dia 14 de outubro de 2010

<http://cbn.globoradio.globo.com/programas/cbn-noite-total/2010/10/14/PROTESTE-ASSOCIACAO-DE-CONSUMIDORES-COBRA-URGENCIA-NA-REGULAMENTACAO-DO-SETOR-DE-CART.htm>

Mapa do sobrepreço na Europa

Cenário da regulamentação na Europa



Artigo: Which?, Money Magazine



Sempre defendendo você.

Veja mais detalhes em nosso site:

www.proteste.org.br/cartao-igual-dinheiro

Ou ligue para:

(21) 3906-3800

Horário para atendimento: 9h às 21h