



# Pesquise antes de aderir

**Em média, os cartões de lojas têm juros até mais altos que os de crédito e ainda têm custos embutidos nem sempre informados.**

Os cartões de marca própria (ou *private labels*) servem para fazer compras no estabelecimento que lhe fornece o cartão. Farmácias, supermercados e lojas de vestuário têm lançado o produto para fidelizar seus clientes. Muitos consumidores aderem ao cartão devido à “ausência” de custo. Um outro motivo é a pouca burocracia necessária para consegui-lo. E mais um fator é a possibilidade de adiar a data do pagamento, até 40 dias em média, que acaba sendo um dos grandes atrativos para o público em geral. Como as opções só aumentam no mercado, avilamos mais uma vez os cartões. Além de cartões de supermercados, selecionamos também cartões de lojas muito populares, como C&A, Leader e Renner.

Nosso estudo descobriu que esses produtos podem até ser vantajosos para quem não tem um cartão de crédito e não entra no rotativo, mas são perigosos para o consumidor que se ilude com economias inexistentes ou mesmo desconhece a cobrança de algumas taxas. Por isso, a PROTESTE não vê vantagens nesses cartões.

## Valem para poucos locais

Os cartões de marca própria se diferenciam dos de crédito por estarem vinculados a uma rede de lojas, ou seja, são para utilização exclusiva em determinados locais. Os cartões das lojas do Grupo Pão de Açúcar só podem ser utilizados nos estabelecimentos da rede: Compre Bem, Extra, Pão de Açúcar, Sendas ou drogarias e postos de combustível do grupo. Em contrapartida, o cartão Hipercard da rede Wal-Mart pode ser utilizado em diversos outros estabelecimentos não-concorren-

tes, como Tam, Itapemirim e Submarino. Em geral, os cartões das lojas de vestuário também só podem ser usados na própria rede. O cartão da Leader é uma das exceções, pois também é aceito nas drogarias Descontão e Maria Bijou, por exemplo. Para obter um cartão de loja, todos exigem identidade, CPF e dois telefones de referência. A maioria ainda pede comprovante de renda e residência. Com os documentos em mãos, em tese, a solicitação do cartão será aceita se a análise de crédito for aprovada. A renda mínima exigida

## Mapeando os mercados

Selecionamos uma amostra do mercado de cartões de lojas conforme o *ranking* publicado em 2007 pela Abras (Associação Brasileira de Supermercados). Encaminhamos os questionários para os maiores súper e hipermercados do país, além de cinco grandes lojas de vestuário.

Só recebemos resposta de G. Barbosa, Zaffari e Riachuelo, o que é lamentável, pois mostra que a maioria dos estabelecimentos não valoriza a transparência. O resto das informações, apuramos diretamente nos próprios estabelecimentos. Todos os dados citados no estudo são de abril.

para conseguir o cartão é relativamente baixa, o que explica a forte adesão de consumidores de todas as faixas de renda. Com renda mensal de R\$ 150 já é possível conseguir alguns cartões.

Ao solicitar o cartão, o consumidor preenche uma ficha de cadastro. O cartão será entregue na própria loja ou na sua casa em até 30 dias. Se o consumidor for aceito no prazo estipulado, o cartão será entregue com o contrato, ou seja, você só fica sabendo das cláusulas de utilização após a contratação do serviço, prática abusiva que a PRO TESTE condena.

### Encargos nem sempre informados

O nosso estudo selecionou apenas cartões cuja propaganda diz ser sem anuidade, mas isso não impede que outras taxas sejam cobradas. Um cartão dito sem cus-

to pode sair até por R\$ 42 anuais, o que é um absurdo. Entenda por quê analisando as outras formas de cobrança.

- **Taxa de manutenção, utilização ou emissão de fatura** – Na hora da contratação, o consumidor quase sempre não é avisado da existência da taxa. Nos panfletos, a informação está nas notas de rodapé, com letras miúdas e de difícil visibilidade. Na prática, o consumidor só fica sabendo quando vai pagar a primeira fatura. O únicos cartões gratuitos de fato são os do Wal-Mart e do G. Barbosa. Os outros cobram de R\$ 1,99 a R\$ 3,50 por mês em que o cartão for utilizado, o que implica em um custo anual de até R\$ 42,00. Entre as lojas de vestuário só a Marisa cobra: R\$ 1,95 por mês.

- **Crédito rotativo** – É o custo para quem não pagar o total da fatura na data de vencimento. Assim como nos cartões de

crédito, as taxas são altíssimas. Encontramos taxas a partir de 9,9% ao mês (CET de 210,4%) a 14,4% (402,5%). O Wal-Mart não especifica, mas avisa que pode variar de 10% a 15,89%, ou seja, o CET pode ser de até 486,9%. Nas lojas, a C&A cobra a taxa mais alta: 13,4% ao mês (CET de 352,2%).

### Não perca o controle

Os cartões de loja são parte do marketing das empresas para fidelizar seus clientes. O problema é que nem todo consumidor sabe usá-los e, com isso, pode ter sérios prejuízos no fim do mês.

Se você não conseguir pagar a dívida do cartão, o ideal é fugir do crédito rotativo. Para quitar a dívida, você pode, por exemplo, resgatar alguma aplicação. Caso não tenha investimentos, pegue um empréstimo pessoal (*leia o artigo sobre o tema nessa edição*).

## Juros podem ser de até 487% ao ano

Veja abaixo os custos de cada cartão com base nos dados de abril de 2008.

Instituições	Renda mínima necessária (R\$ / mês)	Rotativo (% a.m)	CET	Taxa utilização do cartão	
				por evento	por ano <sup>1</sup>
<b>Cia. Brasileira de Distribuição</b>					
Pão de Açúcar					
Extra	150	14,40	402,47	1,99	23,88
Sendas					
Compre Bem					
<b>Grupo Carrefour</b>					
Carrefour	350	13,99	381,3	2,99	35,88
<b>Wal Mart Brasil</b>					
Wal Mart Supercenter	260	entre 10 e 15,89	213,8 a 486,9	0,00	0,00
<b>Zaffari</b>					
Bourbon e Zaffari	400	11,50	269,2	1,99	23,88
<b>Outros</b>					
Prezunic	não informado	11,00	249,8	3,50	42,00
Guanabara	250	11,00	249,8	2,30	27,60
Rede Economia	150	não informado	não informado	1,99	23,88
G. Barbosa	380	12,00	289,6	0,00	0,00
<b>Lojas de vestuário</b>					
C&A	não informado	13,40	352,2	0,00	0,00
Leader	380	10,50	231,4	0,00	0,00
Marisa	ni	9,98	213,2	1,95	23,40
Renner	380	9,90	210,4	0,00	0,00
Riachuelo	380	9,90	210,4	0,00	0,00

<sup>1</sup> Considerando que usa cartão todo mês.

Veja as vitórias da PRO TESTE no setor			
Rede	Problema observado em 2007	Ações da PRO TESTE	Resultados
Sonda	Propaganda de gratuidade sem informar cobrança de taxa.	Foi instaurado inquérito civil público no MP-SP.	Celebrado termo de ajustamento de conduta com o MP-SP para que fosse informada a cobrança de taxa de manutenção.
Grupo Pão de Açúcar	Propaganda de gratuidade sem informar cobrança de taxa.	Foi instaurado inquérito civil público no MP-SP.	Reformulação da propaganda: passaram a informar a cobrança da tarifa de manutenção.
Carrefour	Propaganda de gratuidade sem informar cobrança de taxa.	Foi instaurado inquérito civil público no MP-RJ.	Reformulação da propaganda: passaram a informar no site, a cobrança da tarifa de manutenção.
Guanabara	Propaganda de gratuidade sem informar cobrança de taxa.		Reformulação da propaganda no site: passaram a informar a cobrança da tarifa de manutenção.
Prezunic	Propaganda de gratuidade sem informar cobrança de taxa.		Reformulação da propaganda no site: passaram a informar a cobrança da tarifa de manutenção.
G Barbosa	Não cobra nenhuma taxa, mas o contrato autoriza a cobrança de taxa de manutenção.	Foi instaurado inquérito civil público no MP-BA.	Em andamento.
Zaffari	Propaganda de gratuidade sem informar cobrança de taxa.		Reformulação de propaganda no site: é informado apenas que é cobrada "pequena taxa". Precisa passar informação completa, ou seja o valor da taxa.
C&A, Marisa, Renner e Riachuelo	Propaganda de gratuidade sem informar cobrança de taxa (Marisa) e cobrança pelo pagamento na rede bancária.	Foram instaurados inquéritos civis públicos no MP-SP.	Em andamento.

### Cartões de crédito compensam mais

Muitos cartões de loja oferecem descontos em alguns produtos para clientes de cartão, mas cuidado para não se enganar. Avalie se o cartão gera de fato alguma vantagem para você. Para isso, compare a economia que ele lhe dá e veja se é superior ao custo que você tem com o cartão. Note que o custo não é irrisório – pode chegar a R\$ 42 por ano – e que você encontra cartões de crédito que, além de ter um custo inferior aos de marca própria, podem ser usados com a mesma finalidade.

Comparando os cartões de loja com os de crédito, não há grandes vantagens se você aderir aos primeiros porque a anuidade tem custo zero. Existem cartões que também são gratuitos, como o Unicard, o Santander Free e o Gold Credit do Amex. Com relação aos juros do crédito rotativo, os cartões de loja não apresentam vantagem, visto que a taxa média vigente nos cartões de crédito é de 10% ao mês (214,5% ao ano), segundo o nosso último estudo de cartões de crédito publicado na D&D nº 11 (dez-07/jan-08).

### Avalie antes de comprar

Se você pesquisa preços em vários supermercados antes de comprar e, mesmo com o cartão de determinada rede, vai continuar comprando no supermercado mais barato, o cartão pode ser útil. Ou seja, indo contra o objetivo das redes de lojas e supermercados, você não deve se fidelizar a nenhuma rede. Muitas vezes, os descontos colocados em alguns produtos para clientes que paguem com cartão da rede são compensados em outros produtos mais caros – isto é, no final, o desconto é apenas aparente.

Colocando em números, só vale a pena comprar no cartão se o produto do seu interesse (ou o total das compras) estiver no mínimo R\$ 3,50 mais barato do que no supermercado concorrente. No caso da compra parcelada de um produto, se a oferta for de 10 vezes sem juros, só compensa comprá-la se ela estiver pelo menos R\$ 35 mais barata que nas lojas concorrentes. Dessa maneira, se você já tem um cartão de crédito convencional, a sua necessidade

de um cartão de loja é menor. No caso das lojas é um pouco diferente, porque todas permitem parcelar em até cinco vezes sem juros, vantagem que nem sempre é oferecida com os cartões de crédito.

### Pode pagar de várias formas

Os supermercados ou lojas permitem o pagamento no próprio estabelecimento. Alguns ainda deixam imprimir o boleto e pagar na rede bancária. Em geral, todos aceitam cartões de crédito. Dessa maneira, se você já tem um, não precisa de um cartão da rede para adiar o pagamento das suas contas. Todos também aceitam cartões de débito e os supermercados ainda aceitam vários cartões de alimentação. As lojas aceitam cheques à vista e a maioria dos supermercados aceita cheques só de clientes cadastrados.

## Propaganda é um problema

Em nosso estudo percebemos que houve uma reformulação das propagandas dos cartões de loja, o que demonstra que o nosso trabalho teve resultado. Afinal, depois do teste anterior, pedimos providências aos órgãos responsáveis pela fiscalização e criticamos duramente a prática do setor de não informar todos os itens dos contratos de modo claro. As mudanças, porém, ainda são insuficientes. Analisamos os *sites* dos supermercados e a maioria avisa que se trata de cartões sem anuidade, mas só aborda o custo em notas de rodapé com letras miúdas. Tal informação, devido à relevância,

deveria estar em lugar de destaque, pois é imprescindível para o consumidor saber quanto terá que pagar pelo uso do produto que lhe está sendo oferecido.

Além de a propaganda acabar iludindo o consumidor, outro problema grave se verifica em lojas como a C&A. Elas parcelam em cinco vezes sem juros e em até sete ou oito vezes, mas com juros. Na hora em que o consumidor chega ao caixa com as compras, os vendedores oferecem parcelar em “oito vezes fixas” sem esclarecer que já embutem nessa conta uma taxa de juros, em geral de 80% ao ano. Ou seja, o consumidor acaba sendo induzido ao erro.

## Se você já tem ou pensa ter

Para quem já tem um cartão de loja, antes de tudo, verifique se ele realmente é gratuito. Se for, use o cartão apenas se o mercado oferece preços mais baratos que os concorrentes. Se não for, avalie se o que é cobrado é superior aos benefícios que o cartão lhe dá. Caso seja superior, não vale a pena ter o cartão, ou seja, descarte-o.

Se você deseja aderir, caso já tenha um cartão de crédito, nem pense em adquiri-lo. Se não tiver, porém, caso o cartão de loja seja realmente gratuito, pode até contratá-lo, mas só o use após pesquisar os preços. No caso de lojas, lembre-se de parcelar somente em parcelas sem juros. Com isso, você fará bom uso do cartão e não correrá o risco de pagar os juros altos do crédito rotativo.



## Cuidado com serviços embutidos e cláusulas abusivas

No teste anterior, publicado na D&D nº 9 (ago-set/07), constatamos uma série de propagandas enganosas e, por isso, notificamos o Ministério Público, o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), a Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara dos Deputados e as Assembléias Legislativas dos Estados onde as lojas pesquisadas se encontram. Nem todas as nossas reivindicações foram atendidas, mas já houve uma evolução. Algumas propagandas foram reformuladas, o que demonstra que o nosso trabalho teve resultado. Só que as mudanças ainda são insuficientes.

A venda casada é prática abusiva e ilegal, mas a maioria dos cartões oferece serviços adicionais como seguro-desemprego, seguro contra perda e roubo, seguro de vida e título de capitalização. Fique atento com o contrato e com a fatura para ver se não estão lhe empurrando um desses seguros. Há casos em que a instituição impõe automaticamente um seguro sem que o consumidor tenha sido consultado. Se houver a cobrança de um serviço não contratado, cancele-o imediatamente. Examinando os contratos, descobrimos que muitos cometem ainda outros erros. Eis alguns exemplos de ilegalidades encontradas:

- **Responsabilidade** – Joga para o consumidor a responsabilidade pela perda, furto ou roubo do cartão antes de informar o caso. Se uma terceira pessoa fizer uma compra por qualquer meio fraudulento, não pode caber ao consumidor arcar com o prejuízo. A cláusula está presente em vários estabelecimentos, como Carrefour, Marisa e Riachuelo.
- **Acesso à Justiça** – Impede o acesso do consumidor ao Judiciário (!), o que viola uma garantia constitucional. A cláusula está nos contratos de Guanabara, Pão de Açúcar e Leader.
- **Inadimplência** – Impõe ao consumidor que ficar inadimplente outorgar poderes para o banco se tornar seu procurador para instituir nota promissória ou letra de câmbio. A cláusula aparece nos contratos de Guanabara, Marisa, Leader e Riachuelo.
- **Alteração unilateral** – As empresas podem modificar os contratos unilateralmente. A cláusula viola a boa-fé e o equilíbrio contratual que devem sempre existir. Aparece, por exemplo, nos contratos de Carrefour e Riachuelo.
- **Informação** – É possível ser cobrada uma anuidade a qualquer momento, o que não traz lealdade entre os contratantes. Está nos contratos de Carrefour e Riachuelo.

