

Fim da exclusividade aumenta disputa entre máquinas de cartões

SÃO PAULO, 01 DE AGOSTO DE 2017 ÀS 08:00 POR VITOR FRANÇA



Lojistas podem aproveitar a mudança para reduzir as despesas com aluguel de POS e taxa de desconto

Após mais de dois anos de recessão, mesmo as perspectivas mais otimistas ainda são de retomada lenta das vendas do comércio nos próximos meses - o que continuará a exigir dos lojistas atenção redobrada na gestão das despesas.

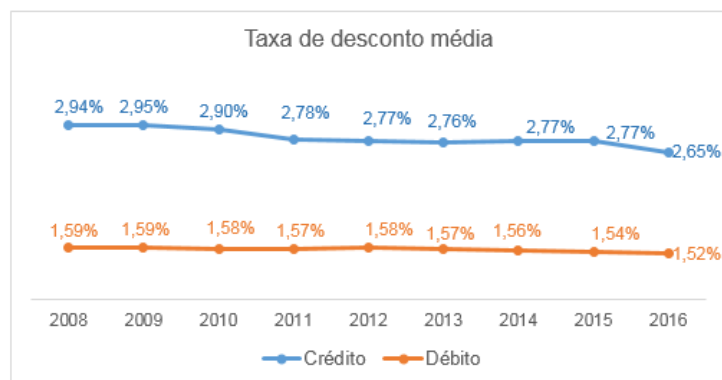
Uma boa notícia é que mudanças recentes no mercado de cartões vêm aumentando a competição entre as credenciadoras (empresas donas das maquininhas), o que já teve reflexos nas taxas de desconto (paga pelos lojistas sobre o valor de cada venda no cartão) e no número de maquininhas.

Até 2010, somente as maquininhas da Visanet (que mudou de nome para **Cielo**) aceitavam cartões com a bandeira Visa, enquanto a bandeira Mastercard era exclusividade das maquininhas da Redecard (hoje apenas Rede).

LEIA MAIS: Máquinas de cartão para o tamanho de seu negócio

Com o **fim da exclusividade** entre essas credenciadoras e bandeiras naquele ano (a Visanet também passou a aceitar Mastercard e a Redecard, a aceitar Visa), novos competidores entraram no mercado (oferecendo maquininhas que aceitavam ambas as bandeiras).

Com isso, a taxa de desconto média sobre as vendas no cartão de crédito passou de 2,90% em 2010 para 2,78% em 2011, mantendo-se relativamente estável neste patamar até 2015.



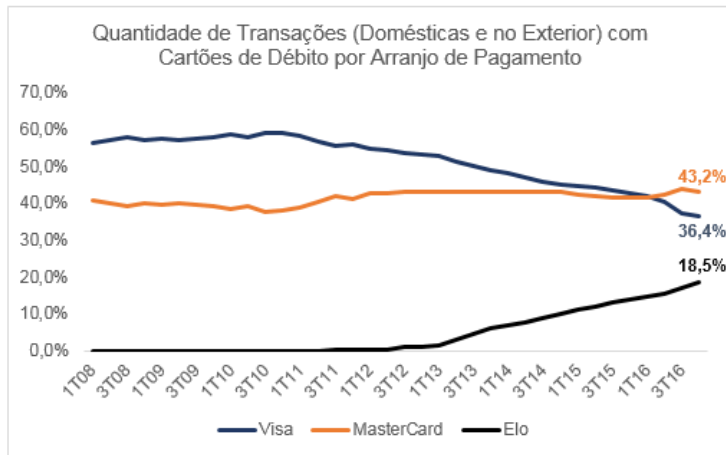
Fonte: BACEN. Cálculos: Boanerges & Cia.

A estabilidade da taxa no período pode estar associada, entre outros fatores, ao surgimento de novas barreiras à competição.

Naquele mesmo 2010, três grandes bancos se juntaram para criar a bandeira Elo, que, por um lado, acirrou a competição entre as bandeiras – mercado até então dominado pelas estrangeiras Visa e Mastercard –, mas, de outro, limitou a competição entre as maquininhas, já que a Elo era aceita apenas na Cielo –assim como o Hipercard, por exemplo, era aceito apenas nas maquininhas da Rede.

Na metade de 2016, a Elo já respondia por mais de 15% das transações com cartões de débito emitidos no Brasil.

A Hipercard, por sua vez, representava 4% das transações com cartão de crédito. Com cada vez mais cartões dessas bandeiras nas mãos dos consumidores, o estabelecimento que não tivesse maquininhas da Cielo e da Rede corria o risco de perder vendas.



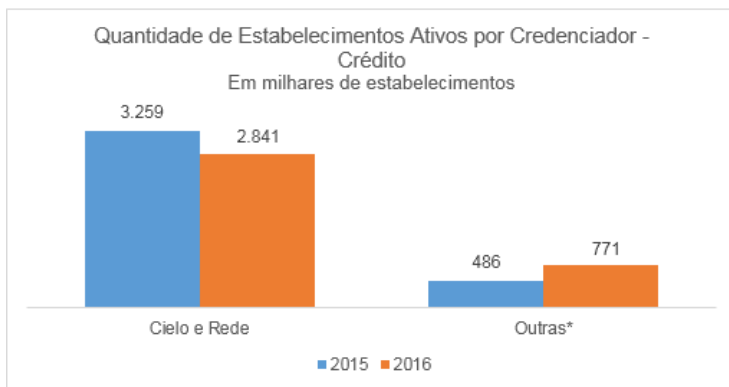
Fonte: BACEN. Cálculos: Boanerges & Cia.

O Banco Central, órgão regulador do mercado de cartões, passou a pressionar as credenciadoras para acabar com a exclusividade em arranjos de pagamento que ganharam muita relevância, como o da Elo.

Assim, a partir de 2016, uma única maquininha passou a aceitar praticamente todas as bandeiras existentes.

A mudança já teve impactos significativos no mercado. As novas credenciadoras passaram a oferecer mais bandeiras, acirrando a competição e derrubando as taxas.

A taxa média de desconto sobre as vendas no cartão de crédito caiu de 2,77% em 2015 para 2,65% em 2016. No débito, ela passou de 1,54% para 1,52%.



Fonte: BACEN. Cálculos: Boanerges & Cia.

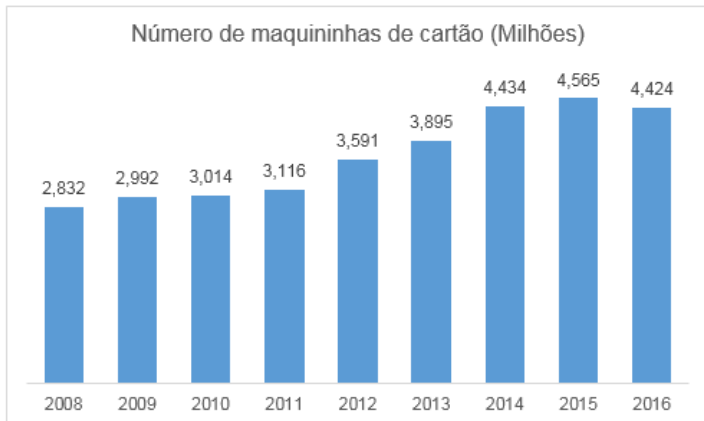
Outras inclui Santander, Banrisul, Elavon, Banestes, Banpará, Cetelem, Bancoob, BRB, Pan e Bonsucesso

Mais lojistas firmaram acordos com as novas credenciadoras, que viram crescer seu número de estabelecimentos ativos credenciados.

Já a quantidade de estabelecimentos credenciados pelas duas maiores empresas do mercado caiu em relação a 2015, conforme mostra o gráfico.

Com uma única maquininha aceitando mais bandeiras, os lojistas também passaram a poder abrir mão dos serviços de mais de uma credenciadora, reduzindo, assim, as despesas com o aluguel das maquininhas.

O número de maquininhas, por sinal, caiu pela primeira vez desde 2008, passando de 4,565 milhões em 2015 para 4,424 milhões em 2016.



Fonte: BACEN. Cálculos: Boanerges & Cia.

Os efeitos do aumento da competição não se restringem às taxas de desconto e ao aluguel das maquininhas, estendendo-se a outras despesas dos lojistas com a operação de cartões, como as taxas de juros da antecipação de recebíveis (valor a receber das vendas já realizadas no cartão de crédito), por exemplo. Afinal, as novas credenciadoras também oferecem esse tipo de empréstimo.

Outra boa notícia para os lojistas é a queda da Selic, que, de acordo com projeções dos analistas consultados pelo Banco Central, deve chegar a 8% até o final do ano, barateando as linhas de crédito, como a de capital de giro, por exemplo.

Para quem quer diminuir ainda mais os gastos com juros, a nova lei que permite a cobrança de preços diferenciados de acordo com o prazo e o meio de pagamento pode ser aproveitada para alavancar as vendas no débito, cujo prazo de recebimento é de apenas 2 dias (contra 30 dias das vendas realizadas no cartão de crédito).

SIMULAÇÃO

Imaginemos uma microempresa que fature R\$ 360 mil por ano (o equivalente a R\$ 30 mil por mês). Além disso, suponhamos que este estabelecimento realize um terço das vendas no cartão de crédito, um terço no cartão de débito e um terço no dinheiro.

Digamos que ela pague 2% sobre cada venda no cartão de débito, 5% sobre cada venda no cartão de crédito e antecipe 100% dos recebíveis das vendas no cartão de crédito (apenas vendas em uma única parcela) a uma taxa de juros de 3% e, além disso, alugue duas maquininhas a um custo de R\$ 200 por mês (R\$ 100 cada).

As despesas das vendas com cartão, assim, seriam de R\$ 1.200 por mês (R\$ 14.400 por ano). A isenção do aluguel de uma das maquininhas, a redução de 5% para 4% da taxa de desconto das vendas no crédito e de 3% para 2% da taxa de juros da antecipação de recebíveis já derrubariam as despesas mensais da operação de cartão para R\$ 900 (economia de R\$ 3.600 por ano, ou 1% do faturamento).

Partindo das condições iniciais, se, em vez de R\$ 10.000 por mês de vendas no cartão de débito e R\$ 10.000 no cartão de crédito, a composição das vendas mudasse para R\$ 15.000 no débito e R\$ 5.000 no crédito, as despesas mensais da operação de cartão também cairiam para R\$ 900 (economia de R\$ 3.600 por ano).

Claro que parte dessa economia seria provavelmente utilizada para incentivar as vendas no débito com descontos no valor das mercadorias.

DICAS PARA LOJISTAS

- Aproveite o aumento da competição e as mudanças no mercado (ampliação da aceitação das principais bandeiras para todas as maquininhas) para negociar taxas e reduzir despesas com vendas no cartão.

- Procure bancos e credenciadoras, conheça melhor os serviços oferecidos e peça propostas comerciais. Os principais bancos já oferecem pacotes integrados de serviços bancários e de cartões. Avalie e escolha a empresa que apresentar a melhor relação custo-benefício para o perfil do seu estabelecimento.

•A nova lei que permite a cobrança de **preços diferenciados** de acordo com o prazo e o meio de pagamento pode ser aproveitada para melhorar a gestão do fluxo de caixa e reduzir as despesas com juros.

IMAGEM: *Thinkstock*

