

Vai pagar como?

Por Boanerges Ramos Freire, sócio-diretor da Boanerges & Cia

Como consumidores já ouvimos esta pergunta inúmeras vezes e em todas elas, para buscar uma decisão em alguns segundos, nossas mentes são cercadas por diversos fatores, vantagens e desvantagens, associados às diversas respostas que esta pergunta pode ter. Uma delas em particular tem sido cada vez mais freqüente para um número crescente de brasileiros: o cartão de crédito.

Não espanta o fato de nos últimos 10 anos os valores movimentados por essa modalidade terem crescido a uma taxa média sede quase 20% ao ano (11% em termos reais), superando em muito o desempenho da economia como um todo. Isso sem contar o crescimento de outros meios eletrônicos de pagamento como os cartões de débito, loja, vouchers, regionais, pré-pagos, entre outros. É cada vez maior a percepção que o consumidor tem das vantagens que o cartão de crédito oferece como forma de pagamento e o brasileiro aculturou-se não só a carregar cartões de crédito na carteira como a usá-los no "momento mágico" da compra. O cartão, que era fortemente associado às classes de poder aquisitivo mais elevado, hoje está presente na vida de milhões de consumidores de diversas faixas de renda. Mas o que levou a um crescimento tão acelerado?

Considerando o fato do poder de compra da população não ter crescido em ritmo tão acelerado, o crescimento apresentado pelo setor de cartões de crédito ocorreu principalmente em detrimento das outras formas de pagamento. O consumidor brasileiro, que sempre teve uma cultura muito forte de pagamentos em dinheiro ou em cheque - este último podendo funcionar também como instrumento informal de crédito no caso dos pré-datados -, adotou o uso do cartão de crédito no seu dia-a-dia. Para entendermos o porquê desta mudança de hábitos precisamos analisar mais de perto os vários aspectos positivos ligados ao produto cartão de crédito. A primeira coisa que salta aos olhos é a constatação de que é um produto multifacetado, indo muito além das funções básicas pelo qual ele é comumente conhecido. Além da função tradicional de meio de pagamento, o cartão de crédito também incorpora as dimensões de instrumento de crédito e de serviços agregados, sem falar nos aspectos intangíveis que compõem esse conceito de produto ampliado. Pela sua importância, cada aspecto mereceria uma análise mais detalhada, mas inicialmente perceberemos o seguinte:

Ofertado por um número cada vez maior de estabelecimentos credenciados, com acesso a uma base crescente de milhões de consumidores, é percebido com um instrumento de crédito ao consumidor, que dispõe de diversos tipos de financiamento, parcelados com juros e sem juros, o crédito rotativo, o parcelamento do pagamento da fatura e saques emergenciais, entre outros. Os lojistas por sua vez, tem a garantia do recebimento das compras efetuadas pelos consumidores, o que não acontece no caso dos cheques.

Como serviços agregados, oferta serviços ao consumidor como seguros (acidentes pessoais, vida, perda e roubo, automóvel, desemprego etc.), diversas promoções oferecidas para os consumidores, programas de fidelidade (milhas aéreas, pontos etc.), serviços de viagens (seguros diversos, informações, salas VIP etc.), além de incentivos aos lojistas oferecidos em forma de serviços, como descontos progressivos, promoções de incentivo e ações cooperadas, entre outros.

Quanto aos aspectos intangíveis, o cartão é um forte instrumento de identificação, status e diferenciação, além da segurança e praticidade no uso, a possibilidade de associação a causas sociais ou ecológicas (no caso dos cartões de afinidade). E o lojista passa a imagem de modernidade, agilidade e solidez.

A coexistência de todos estes aspectos proporcionou ao produto cartão e aos diversos agentes envolvidos (o consumidor, os vendedores, além de bandeiras, credenciadoras, processadoras etc) o crescimento dos últimos anos, ao que tudo indica, deve continuar nos próximos anos. E você, vai pagar como?

