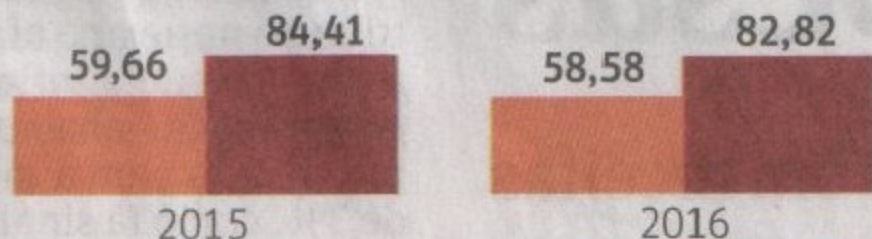


MUDANÇAS NO PLÁSTICO

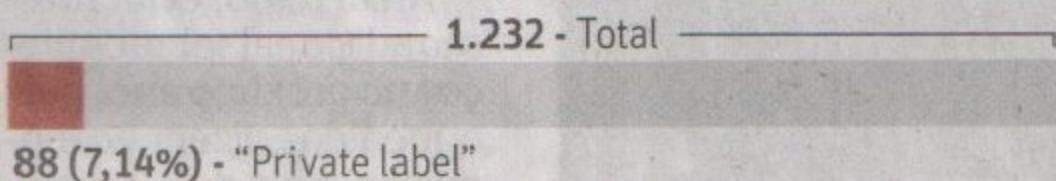
Cartões de crédito e de “private label”, em milhões

■ Puro

■ Maiores bandeiras



Valor de transações, em R\$ bilhões



QUER PAGAR COMO?

Cartões de crédito “private label”, que levam o nome de uma marca varejista, ganharam mercado com a diminuição da quantidade daqueles de grandes bandeiras cuja emissão é feita por bancos.

No ano passado, houve redução de 1,88% no número de cartões das seis principais empresas do mercado, segundo dados do Banco Central.

“Bancos ficaram mais cautelosos. Lojas têm menos risco porque o limite de crédito

é menor”, afirma Daniel Leucuna, sócio da consultoria GL Cards and Payments.

Em porcentagem de vendas, os “private label” chegaram a R\$ 88 bilhões, ou 7,1% do mercado total, segundo Boanerges Freire, sócio da consultoria em varejo financeiro que leva seu nome.

“É um segmento menor e por isso, o crescimento é mais rápido. Há procura de varejistas que querem viabilizar o consumo dos clientes.”