

**CARTÕES DE CRÉDITO:
QUEM PAGA A
CONTA, AFINAL?**

EDITORIAL

Depois de muita pressão do movimento lojista, o governo parece disposto a fixar regras para a indústria de cartões de crédito. O movimento lojista de forma alguma se opõe à indústria de cartões de crédito, contudo apoia o governo em todas as medidas que imponham limites ao que seja fora do razoável nas relações com os lojistas e consumidores brasileiros.

Para que todos nós, lojistas e consumidores, possamos entender melhor como funciona a indústria de cartões de crédito, nós do movimento lojista preparamos esta cartilha com perguntas e respostas. Dentre várias informações importantes, você ficará sabendo o que o movimento lojista tem feito a favor da sua empresa e de seu cliente – seu maior patrimônio – para diminuir a cobrança de taxas abusivas e a falta de autorregulamentação.

Neste documento, você lojista, poderá comparar quanto se paga às administradoras de cartões em outros países e saber por que os nossos custos são tão altos. Para o consumidor, preparamos, com exemplos práticos, quanto ele pagará se parcelar o débito, e ainda, se os juros aplicados são abusivos ou não.

É possível ainda sabermos que o comerciante gasta 4,5% dos seus custos com o sistema simplificado de pagamento de impostos das micro e pequenas empresas, o Supersimples, e, no entanto, paga o absurdo de 10% com o custo total dos cartões.

Só com a conscientização de todas as taxas e custos que pagamos e de como a indústria de cartões não tem regulamentação, poderemos exigir a proteção dos nossos direitos e vencer esta árdua batalha. Estamos buscando uma solução rápida e negociada para todas estas questões e que seria ideal: as administradoras de cartões de crédito, o comércio e os consumidores juntos, propondo uma melhora para a situação atual.

Já vencemos a primeira batalha desta luta. A partir de 1º de julho de 2010, acontecerá a unificação das máquinas de cartões de crédito, que impactará positivamente na redução de seus custos e também na sua força de negociação. Esta pode ser considerada a Lei Áurea do comércio, pois a partir de agora, você, lojista, deixará de ser escravo da indústria dos cartões de crédito e terá liberdade e força para negociar com a empresa que lhe propiciará as melhores condições.



Roque Pellizaro
Presidente da CNDL



Roberto Alfeu
Presidente do SPC Brasil

ÍNDICE

REALIDADE DOS CARTÕES DE CRÉDITO BRASILEIROS	02
NOSSA BANDEIRA	12
NOSSAS CONQUISTAS	15
PRÓXIMOS PASSOS	20
FAÇA DESTA A SUA BANDEIRA TAMBÉM	22

1

REALIDADE DOS CARTÕES DE CRÉDITO BRASILEIROS

A) QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS DO CARTÃO DE CRÉDITO?

O cartão de crédito é um instrumento de pagamento de varejo que possibilita ao portador adquirir bens e serviços nos estabelecimentos credenciados mediante um determinado limite de crédito.

B) COMO ELE É OBTIDO?

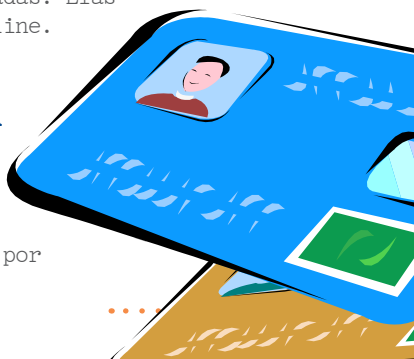
Geralmente, é adquirido por intermédio de um banco em parceria com administradoras, podendo ser também emitido diretamente por uma administradora.

C) COMO É A SUA OPERAÇÃO?

Suas operações são autorizadas, compensadas e liquidadas por meio de redes privadas mantidas por organizações de cartões ou por instituições financeiras a elas associadas. Elas podem ser on-line ou off-line.

D) O QUE SIGNIFICA CADA UMA DESSAS OPERAÇÕES?

O processamento das transações on-line ocorre por



meio de terminais POS e é simultâneo para todas as partes envolvidas (titular, emissor, credenciado e credenciadora). As operações off-line requerem contato telefônico do credenciado junto à central de atendimento da credenciadora para obter a autorização de venda do bem ou serviço.

E) QUEM SÃO OS AGENTES ENVOLVIDOS NA INDÚSTRIA DOS CARTÕES DE CRÉDITO?

Existem cinco agentes, que são:

Titular: é uma pessoa física ou jurídica que utiliza o cartão de pagamento para fazer compras.

Emissor: é um banco ou uma instituição financeira não-bancária que fornece o cartão e cobra o pagamento do cliente.

Credenciado: é uma empresa ou um autônomo que aceita o cartão para pagamento de bens e serviços.

Adquirente: também chamado de credenciadora de estabelecimentos, é quem fornece a base operacional (o terminal de ponto de venda) para o credenciado. Também faz a manutenção dos terminais de captura, a transmissão dos dados das transações eletrônicas e deposita os fundos em sua conta corrente.

Bandeira: é quem licencia sua marca para o emissor e para o adquirente e coordena o sistema de aprovação/compensação/liquidação. Entre as grandes bandeiras nacionais, as redes abertas são utilizadas pela Visa, Mastercard e Diners Club.

F) COMO É O MERCADO DE CARTÕES DE CRÉDITO NO BRASIL?

Os cartões de crédito e de débito vêm se consolidando como as principais formas de pagamento pelos brasileiros. A estimativa da Abecs (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços) é que 153.375 milhões de cartões passem a circular em 2010, um aumento de 13% em relação a 2009. O número de transações com o dinheiro de plástico também deve aumentar - 16% - o que representa quase três bilhões e o faturamento deve apresentar o maior crescimento, 21% em relação ao ano passado, fechando 2010 em R\$309.303 bilhões.



G) QUAL É A REPRESENTATIVIDADE DAS BANDEIRAS QUE ATUAM NO BRASIL?

As duas bandeiras mais utilizadas, Visa e Mastercard, representam 91% do mercado de cartões ativos. A bandeira Cielo (ex-Visa) é a mais utilizada por 80,6% dos estabelecimentos e a Redecard (do cartão Mastercard) está em segundo lugar, utilizada por 71% dos estabelecimentos.

H) QUAIS OS BENEFÍCIOS DO CARTÃO DE CRÉDITO PARA O LOJISTA?

Segurança no recebimento e a dispensa da análise de fichas cadastrais para concessão do crédito.

I) E PARA O CONSUMIDOR?

Facilidade, rapidez e segurança na compra.

J) QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS DIFICULDADES DO LOJISTA QUE OPTA POR OPERAR COM CARTÕES DE CRÉDITO?

Uma das principais dificuldades são os custos elevados das taxas cobradas pelas administradoras.

K) E OS GASTOS?

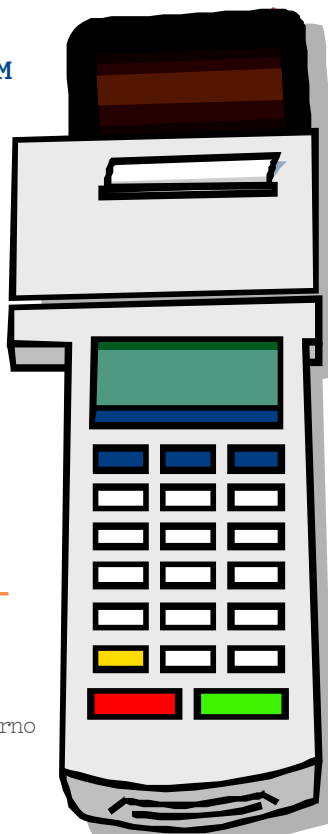
Os principais gastos para quem deseja oferecer esta forma de pagamento ao consumidor são as taxas de administração, também chamada de taxa de desconto, aluguel das máquinas e a taxa de antecipação.

L) O QUE ELAS REPRESENTAM PARA OS LOJISTAS?

Essas taxas comprometem a rentabilidade das operações, pois se considerarmos que os preços cobrados pelos lojistas devem ser os mesmos no pagamento com dinheiro, cheque ou cartão, há uma perda considerável na margem de lucro, uma vez que as taxas de administração são em média de 4%. No restante do mundo, esta taxa gira em torno de 2%.

M) E AS MÁQUINAS QUE OS LOJISTAS UTILIZAM PARA PASSAR O CARTÃO DO CONSUMIDOR? ELÁ É PAGA?

O aluguel de terminais eletrônicos, os chamados POS, sigla de Point of Sale, ou ponto-de-venda, hoje em torno



de R\$ 110,00 cada, é outro custo elevado para os lojistas, principalmente para os micro e pequenos empresários.

N) EM QUANTO TEMPO O LOJISTA RECEBE DAS ADMINISTRADORAS O VALOR VENDIDO POR MEIO DO CARTÃO DE CRÉDITO?

No Brasil, o lojista recebe 33 dias após a venda. Este prazo é extremamente longo para o pequeno varejista, exigindo mais recursos para seu capital de giro. Para se ter uma ideia, nos Estados Unidos, o lojista recebe o valor da venda após 2 dias e na Argentina, em 7 dias.

O) POR QUE OS CUSTOS DOS CARTÕES DE CRÉDITO SÃO TÃO ALTOS NO BRASIL?

As empresas brasileiras pagam caro para oferecerem esta forma de pagamento a seus consumidores porque a indústria dos cartões de crédito não é regulamentada pelo Banco Central, ou seja, não sofre nenhuma espécie de fiscalização sobre suas decisões. Desta forma, o lucro das administrado-

ras, que é gigantesco, cresce a cada dia, graças às altas tarifas cobradas do lojista, que não tem outra opção a não ser submeter-se a elas.



P) MAS ESTA CONTA, AFINAL, QUEM PAGA?

Quem paga por tudo isso é o consumidor, já que o lojista tem que repassar o custo da manutenção do cartão de crédito para os produtos. Com os produtos mais caros, o consumidor compra menos, impactando no desenvolvimento econômico do país.

Q) NÃO EXISTE UMA CONCORRÊNCIA ENTRE AS OPERADORAS?

Existe atualmente um duopólio controlado pelas credenciadoras Cielo (ex-Visanet) e Redecard, que são detentoras de 91% do mercado de cartões do país. Essa falta de concorrência no mercado não permite que o lojista possa negociar melhores condições nos contratos com as operadoras, ficando refém das condições estabelecidas pelas duas credenciadoras.

R) OS CUSTOS DO CARTÃO DE CRÉDITO TAMBÉM SÃO ALTOS PARA O CONSUMIDOR?

Sim, o consumidor também tem que arcar com a comodidade do dinheiro de plástico. Além da anuidade do cartão, estabelecida por cada emissor, caso ele não administre bem seus gastos e pague o valor mínimo da fatura em determinado mês, estará contraindo uma dívida com os juros mais abusivos do mercado e, certamente, os mais caros do planeta.

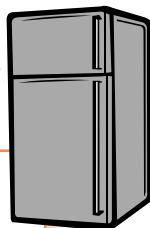
S) COMO FUNCIONA ESTE SISTEMA NA PRÁTICA?

Suponha que uma pessoa compre uma geladei-

Confira no exemplo a seguir as elevadas taxas de juros mensais e anuais para quem entra no rotativo ou atrasa o pagamento do cartão de crédito:

Vencimento		Total desta Fatura	Pagamento Mínimo	
11/06/2010		1.410,55	28,21	
Resumo das Despesas				
		R\$	US\$	
Saldo Anterior		1.132,02		
(-) Pagamentos/Créditos		1.132,02		
(+) Encargos		0,00		
(+) Despesas/Débitos no Brasil		1.410,55		
(+) Despesas/Débitos no exterior		0,00	0,00	
(=) Saldo desta Fatura		1.410,55		
Cotação do Dólar				
Cotação do Dólar	28/05	1,9000		
Limites (R\$)				
Crédito	Saque	Disponível		
8.000,00	800,00	5.827,49		
Encargos				
Descrição				Taxas
Contratuais no período				11,90 % a.m.
Para saques no período				12,90 % a.m.
Para parcelamento no período				5,99 % a.m.
Máximos contratuais para o próximo período ou atraso				14,90 % a.m.
Custo Efetivo Total (a.a) - Contratuais no período: 320,50%				

ra, por exemplo, à vista no cartão, no valor de R\$1.000,00. Mas, se por algum motivo resolver pagar a taxa mínima exigida pela administradora e quitar a dívida após um ano, terá que desembolsar R\$ 3.383,00. Acompanhe o cálculo abaixo das taxas e juros que incidem sobre a dívida:



Valor da dívida: R\$ 1.000,00

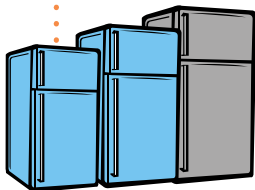
Prazo: 12 meses

Taxas incidentes:

- Taxa de refinanciamento: 10,69%
- IOF diário: 0,0082%
- IOF adicional: 0,38%
- Multa moratória mensal: 2%
- Juros de mora mensal: 1%

Total da dívida: R\$ 3.383,00, ou seja, R\$ 2.383,00 só de juros, o que corresponde a 238,3% de taxas. Ou seja, o valor gasto com os juros do rotativo seria suficiente para a compra de mais duas geladeiras.

Se essa pessoa, ao invés de comprar a geladeira no cartão de crédito, tivesse feito um empréstimo pessoal em um banco, pagaria ao completar um ano R\$ 1.765,30, ou seja, R\$ 1.617,70 a menos do que o valor pago no cartão. Incidiria sobre o empréstimo 4,85% de taxas.



T) EM OUTROS PAÍSES, ESSES GASTOS SÃO OS MESMOS?

Não, o Brasil possui as piores

condições para trabalhar com cartões de crédito. Veja o comparativo abaixo do Brasil com outros países:

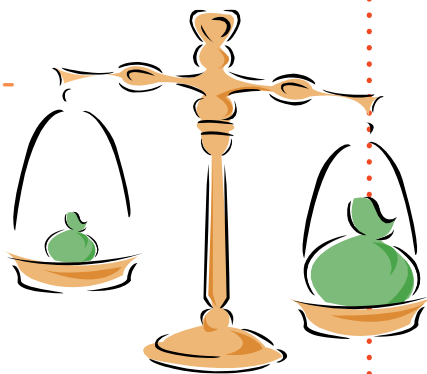
TAXAS ADMINISTRATIVAS (% SOBRE O VALOR DA TRANSAÇÃO) EM VÁRIOS PAÍSES	
País	Taxa administrativa (por transação)
Austrália	4,5%
Nova Zelândia	4,5%
Cingapura	4,5%
Hong Kong	4,5%
Malásia	5,0%
Brasil	5,5%
Índia, China, Sri Lanka, Taiwan, Coréia do Sul	6,0%
Japão	6,5%
Tailândia	7,5%

PRAZO PARA REPASSE PELAS ADMINISTRADORAS AOS LOJISTAS	
País	Prazo
Estados Unidos	2 dias
Europa	2 dias
Argentina	7 dias
Brasil	33 dias

Fonte: Taxas ANEFAC

U) COMO É CALCULADA A TAXA DE ADMINISTRAÇÃO/DESCONTO PARA CARTÃO DE CRÉDITO?

A taxa de administração, também conhecida como taxa de desconto, é a tarifa que o estabelecimento paga ao credenciador. Ela varia de acordo com o segmento do mercado, sendo inversamente proporcional ao porte do estabelecimento. Isto significa que a fatia da receita das micro e pequenas empresas destinada ao pagamento da taxa de desconto é maior que a das grandes empresas. A taxa de desconto também aumenta com a quantidade parcelada. Atualmente, a taxa de desconto média é de 3,4%.



V) OS CARTÕES DE CRÉDITO SÃO MAIS ONEROSOS PARA O LOJISTA DO QUE O CHEQUE? POR QUÊ?

O cartão de crédito é a forma de pagamento mais cara para o lojista, pois as taxas cobradas pelas administradoras dos cartões variam de 3% a 8%. Quanto ao cheque, o custo que o lojista tem é em relação à inadimplência causada por essa forma de pagamento. Mas se bem administrada, com a consulta ao Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), não passa de 1%. Ou seja, bem abaixo dos custos com cartões. Operar com cartões de crédito chega a ser ainda mais oneroso que os tributos pagos no Supersimples. Enquanto as administradoras de cartões de crédito “sugam”, em média, 5% da receita de um micro e pequeno empresário, se ele é optante do Supersimples, pagará em torno de 4%.

2

NOSSA BANDEIRA

A) POR QUE O MOVIMENTO LOJISTA RESOLVEU LEVANTAR ESSA BANDEIRA?

O movimento lojista tem como missão servir, representar e fortalecer o comércio, contribuindo para o desenvolvimento da comunidade. Desta forma, o movimento elegeu a busca da regulamentação da indústria dos cartões de crédito como uma de suas principais bandeiras, por entender que o tema afeta negativamente tanto a vida dos lojistas como também a dos consumidores.

B) MAS POR QUE O MOVIMENTO LOJISTA DEFENDE A REGULAMENTAÇÃO DESTA INDÚSTRIA?

Sem regulamentação, o dinheiro de plástico pesa no bolso do lojista, que tem que arcar com altas taxas de administração, desconto e aluguel das máquinas. O lojista é obrigado a repassar esse custo para os produtos. Como sequência, o poder de compra do consumidor é reduzido e tem forte impacto na economia do país. E ainda, os juros do cartão de crédito são os mais abusivos do mercado, levando os consumidores, que não conseguem quitar integralmente a fatura, a contrair dívidas praticamente impagáveis.



C) COMO O MOVIMENTO LOJISTA TEM ATUADO PARA MUDAR ESTA REALIDADE?


O movimento lojista, formado pelas CDL's de todo o país, FCDL's, junto com a CNDL (Confederação Nacional das Câmaras de Dirigentes Lojistas), com sede em Brasília, acompanham de perto, no Congresso Nacional, pressionando os deputados e senadores em relação às deliberações sobre o tema. Só assim teremos a abertura de mercado.

D) AS ENTIDADES DE CLASSE ENVOLVIDAS NESTA LUTA CONTAM COM ALGUM APOIO?

O grupo conta com o apoio da Frente Parlamentar Mista do Comércio Varejista, formada por 184 deputados e sete senadores, importante aliada contra a falta de regulamentação do setor de cartões de crédito.

E) EU POSSO PARTICIPAR DESTA "LUTA"?

Sim. Na verdade você já participa indiretamente por meio da sua CDL, que somada às CDL's e FCDL do seu estado e, representadas nacionalmente pela CNDL, vêm lutando constantemente para conquistar esse benefício a lojistas e consumidores de todo o país. O movimento lojista só tem conseguido vitórias porque conta com a força de seus associados. Ele é a voz de centenas de milhares de empresas brasileiras, por isso é tão importante sua empresa ser associada a uma CDL. Afinal, quando milhares de empresas se juntam, são capazes de mudar a realidade de toda a classe.



A vitória contra a indústria dos cartões é um exemplo claro da luta encampada pela CNDL em sua defesa, da sua empresa e de seus interesses. Não deixe de participar e somar sua voz juntamente com a CDL local na luta em defesa do varejo. Associe-se a uma CDL!

3

NOSSAS CONQUISTAS

UNIFICAÇÃO DAS MÁQUINAS DE CARTÕES DE CRÉDITO

Depois de muita pressão do movimento lojista e da CNDL, o governo aprovou a unificação das máquinas de cartões de crédito, primeira grande mudança em relação ao tema. A unificação das máquinas passa a valer a partir de 1º de julho de 2010.

Antes da unificação, cada bandeira tinha sua própria credenciadora, com contratos e condições distintas. O lojista só poderia aceitar pagamentos feitos com o cartão Visa e Mastercard, por exemplo, se tivesse um contrato feito com cada credenciadora - Visanet e a Redecard - com condições distintas cada um.

A) COMO A UNIFICAÇÃO DAS MÁQUINAS DE CARTÕES DE CRÉDITO VAI IMPACTAR NA VIDA DO LOJISTA?

Com a unificação, as credenciadoras poderão trabalhar com mais de uma bandeira. E o lojista firmará contrato com apenas uma



credenciadora. Mas poderá aceitar diversos cartões, reduzindo os custos e taxas atualmente pagos. Esta é a Lei Áurea do varejo, que vai deixar de ser es-
cravo da negociação com as credenciadoras.



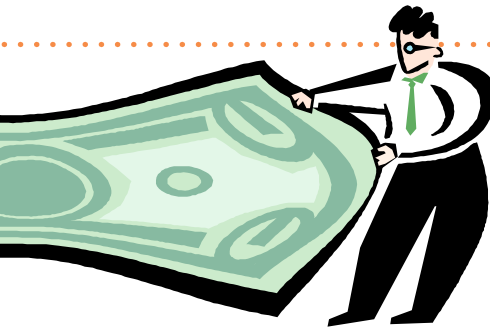
B) QUAIS SÃO OS BENEFÍCIOS PARA O LOJISTA?

A medida traz inúmeros benefícios, já que aumentará o poder de negociação do lojista, que poderá optar pelas melhores condições: menor valor de aluguel da máquina, menores taxa de administração/desconto e melhores prazos de recebimento. Também haverá redução da burocracia, pois será necessário celebrar apenas um contrato com a credenciadora.

C) DE QUANTO SERÁ A ECONOMIA IMEDIATA PARA O LOJISTA?

No que diz respeito a unificação, as empresas passarão a pagar pela locação de apenas uma máquina, mas poderão receber diversos cartões de pagamento. Ou seja, se antes, o lojista pagava em média R\$ 110 de aluguel por cada máquina e tinha duas máquinas, só a despesa com este tipo de serviço era de R\$ 220. Agora, ele pagará apenas o aluguel de uma máquina.

D) QUE OUTRO TIPO DE ECONOMIA ELE



AINDA PODE TER?

O grande ganho para o lojista é o início da concorrência entre as credenciadoras, que lhe propiciará grande

poder de negociação. Atualmente, já existem valores de taxas de administração diferentes entre as credenciadoras e o lojista pode optar pelo menor para operar com todas as bandeiras, mas esses valores poderão ser reduzidos ainda mais, dependendo da negociação que o lojista fizer com cada uma. Essas reduções representam maior lucratividade nos negócios do lojista.

E) E PARA O CONSUMIDOR? DE QUANTO SERÁ A ECONOMIA?

O lojista repassará esta queda do custo para o produto. O consumidor poderá comprar os produtos com redução de preços, o que significa que sobrarão dinheiro no bolso.

F) ESSA MUDANÇA TRARÁ ALGUM IMPACTO NA ECONOMIA?

Com certeza. Inicialmente, somente a unificação dos terminais de operação com cartão de crédito deve representar uma economia anual de R\$ 1,2 bilhão para o país. Para Minas Gerais, a economia é de R\$ 120 milhões e para Belo Horizonte, de R\$ 19,2 milhões. Posteriormente, com o início da concorrência entre as administradoras, outros custos tendem a ser reduzidos, impactando positivamente para o lojista e seus clientes.

G) ONDE TODA ESTA ECONOMIA PODERÁ SER APLICADA?

Com menores custos, os lojistas poderão contratar mais funcionários, realizar novos investimentos e reduzir os preços das mercadorias. Todos sairão ganhando: lojistas, consumidores e a economia.

H) QUE ATITUDES O LOJISTA DEVE TOMAR AO FECHAR NOVO CONTRATO COM A CREDENCIADORA?

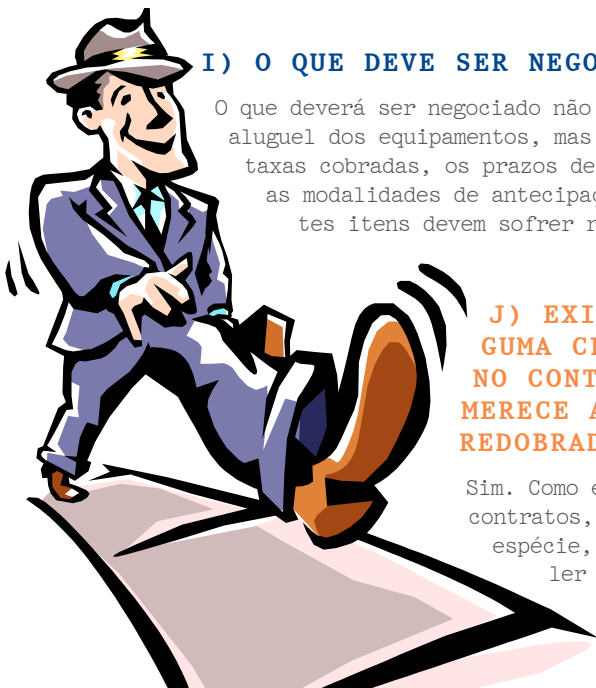
Para a CNDL, este não é o momento do empresário se fidelizar com nenhuma credenciadora. Ele deve ser cauteloso, negociar com as credenciadoras as melhores condições de tarifação e fechar o contrato com a que for mais favorável ao seu negócio. Por isso, a CNDL está orientando as empresas varejistas a negociarem sim, fidelizarem não!

I) O QUE DEVE SER NEGOCIADO?

O que deverá ser negociado não é somente o aluguel dos equipamentos, mas também as taxas cobradas, os prazos de pagamento e as modalidades de antecipação. Todos estes itens devem sofrer reduções.

J) EXISTE ALGUMA CLÁUSULA NO CONTRATO QUE MERECE ATENÇÃO REDOBRADA?

Sim. Como em todos os contratos, de qualquer espécie, é preciso ler todas as



cláusulas. No caso que estamos tratando, é preciso ficar atento: faça um contrato por tempo indeterminado, sem fidelização e que possa ser rescindido a qualquer momento e sem aplicação de multa.

K) POR QUÊ?

Porque a partir da unificação das máquinas, o mercado de cartões sofrerá inúmeras mudanças e maior competitividade. Com isso, a tendência é que as taxas reduzam gradativamente. Sendo assim, é importante que o lojista tenha a liberdade de mudar de contrato quando lhe for mais favorável.

L) EXISTEM OUTRAS ORIENTAÇÕES?

A CNDL orienta também, que os lojistas não forneçam qualquer informação para “representantes” das credenciadoras, sem verificar se realmente estes “representantes” são os verdadeiros representantes das empresas.

Também devem ficar atentos às “facilidades” apresentadas ao lojista pelas credenciadoras, como por exemplo, adesão automática à unificação com a utilização de outra bandeira na mesma máquina da credenciadora, já utilizada pelo lojista; às tarifas cobradas e a exigência de fidelização propostas pelas credenciadoras que estão no mercado.

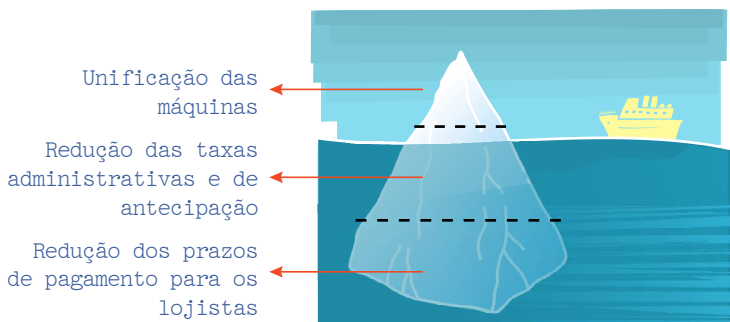
4

PRÓXIMOS PASSOS

A) O QUE O MOVIMENTO LOJISTA REIVINDICARÁ AGORA?

A conquista da unificação das máquinas foi apenas a ponta do iceberg da luta do movimento lojista em relação ao tema. Reivindicaremos agora a redução das taxas administrativas e de antecipação e também a redução dos prazos de pagamento aos lojistas, que é um dos mais longos do mundo.

Em paralelo, continuaremos lutando pela regulamentação do setor. Mas quem deve regulamentar a indústria dos cartões de crédito é o Banco Central, sendo o agente regulatório para coibir distorções no mercado.



B) E QUAL A PREVISÃO SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DE TODA A INDÚSTRIA DOS CARTÕES DE CRÉDITO?

A última notícia é que o governo pretende encaminhar em breve ao Congresso Nacional uma proposta legislativa (Projeto de Lei ou Medida Provisória) que autorize o Conselho Monetário Nacional a regular toda a indústria dos cartões, impondo regras sobre a organização do mercado como um todo, incluindo eventualmente normas concorrenciais e de transparência.

C) EXISTEM OUTRAS REIVINDICAÇÕES?

Sim. A CNDL defende a possibilidade de o lojista poder cobrar preços diferenciados nas compras pagas com dinheiro ou cheque do que seria cobrado se fosse pago com cartão de crédito, como já acontece hoje no Distrito Federal. Isso trará maior transparência ao sistema, possibilitando o consumidor saber o quanto está pagando em cada forma de pagamento.

D) O QUE ESTA REIVINDICAÇÃO TRARIA DE GANHO PARA O LOJISTA E CONSUMIDOR?

O lojista embute todos os seus custos para a composição do preço final da mercadoria. Se o lojista pudesse estabelecer preços diferenciados para pagamento com cheque/dinheiro e com cartão, o consumidor seria o grande beneficiado. Ele compraria produtos com desconto, já que o pagamento efetuado com cartões de crédito e débito gera um custo bem mais alto para o lojista do que o pagamento efetuado com cheque/dinheiro.

5

FAÇA DESTA A SUA BANDEIRA TAMBÉM

Você também pode contribuir para que o governo regulamente as operações com os cartões de crédito. Com a união, seremos mais fortes e teremos mais voz ativa para mudar essa realidade. Pressione os deputados e senadores, cobre de quem você elegeu para representá-lo.

A) COMO PARTICIPAR?

Você pode enviar um email para o seu deputado na Câmara cobrando maior agilidade nos trâmites sobre os cartões de crédito no Congresso. Basta entrar no site WWW2.camara.gov.br, clicar em “Participe” no menu superior e escolher a opção “Fale com o deputado”. Preencha seus dados e mande sua mensagem.

O Senado também possui um canal direto com os cidadãos brasileiros. Basta entrar no site www.senado.gov.br e escolher o nome do senador na coluna da direita, para obter informações sobre ele, como as comissões em que ele faz parte, proposições e pronunciamentos e também seus contatos no Senado, telefone e email.

Você também pode conscientizar seus clientes sobre o custo dos cartões e o quanto ele impacta no preço final dos produtos.

B) O MOVIMENTO LOJISTA POSSUI OUTRAS BANDEIRAS, ALÉM DOS CARTÕES DE CRÉDITO?

Sim, temos atuado em outras frentes em prol do comércio:

Cadastro positivo: estamos acompanhando de perto a aprovação do projeto que trará inúmeros benefícios para as empresas e também para os consumidores.

Reforma tributária: lutamos para propiciar a redução dos tributos e uma arrecadação mais democrática.

Simples Nacional: estamos exercendo pressão no Congresso para que seja aprovada medida que eleva o teto das faixas do Simples Nacional.



C) COMO POSSO ACOMPANHAR A EVOLUÇÃO DESSES PROJETOS?

Você pode ficar por dentro de todas as ações do movimento lojista em prol de nossas bandeiras pelos sites:

www.cndl.org.br

www.spcbrasil.org.br

Participe desta luta com o
movimento lojista!

Associe-se a CDL da sua cidade.

Realização:

