



DAPA Images_CANVA

MUDANÇAS IMPORTANTES

MERCADO REVÊ OFERTA DO PARCELADO SEM JUROS NO CARTÃO DE CRÉDITO

Embora o crédito ocupe o primeiro lugar absoluto no ranking de meios de pagamento aceitos pelo e-commerce brasileiro, a modalidade tem passado por mudanças importantes em seus formatos e ofertas.

Essa análise foi feita pelo Estudo de Pagamentos Gmattos, levantamento bimensal realizado desde janeiro de 2021 pela Gmattos, consultoria que há 20 anos identifica tendências na agenda dos pagamentos online no país.

Em todas as edições do Estudo, inclusive na mais recente (maio, o cartão de crédito apresentou o mesmo percentual de aceitação entre os lojistas online do Brasil: 98,3%. Porém, tanto alterações na legislação quanto o advento de novas alternativas de parcelamento de compras têm transformado o perfil da adoção do cartão no comércio eletrônico.

Uma das propensões identificadas é a cobrança de juros no crédito a partir de um número mais elevado de parcelas. O estudo mostra que somente 17,2% das lojas oferecem o parcelado em 12 vezes sem juros. “Há cinco anos, ele era disponibilizado por cerca de 85% das lojas”, estima Gastão Mattos, cofundador e CEO da Gmattos. Uma das práticas em alta entre os lojistas é a das ofertas de desconto no cartão de crédito para pagamento em uma parcela.

O estudo mapeou abatimentos de 5% até 9%. Lojas com parcelamento sem juros de 2 até 6 vezes representam 34,5% da base do levantamento. As que aceitam cartão de crédito em uma parcela, sem a opção do parcelamento sem juros, somam 13,8%, enquanto 19% limitam o parcelamento a 10 vezes sem juros. “São evidências da mudança do chamado parcelado sem juros do cartão de crédito”, avalia Gastão.

Na média, 65% das compras com crédito são parceladas pelo consumidor, o que revela a percepção de



DAPA Images_CANVA

comodidade dessa oferta - contudo, com custos elevados para o lojista. Nos últimos tempos, o parcelamento em 12 vezes no cartão deixou de ser preponderante nas ofertas das grandes lojas.

Tem se tornado comum o parcelamento em um número de vezes bem menor, geralmente 3 ou 4, ou com juros para períodos maiores. Um dos aspectos que têm ajudado nessas modificações, é uma lei de 2017 que passou a permitir preços diferentes para cada forma de pagamento.

Isso tornou possível para os comerciantes a oferta de descontos para pagamentos à vista, por exemplo. Antes, o valor parcelado pelos crediários era o mesmo

que era cobrado no pagamento à vista, mas este em geral embutia os juros para compensar nesta forma de quitação os custos do lojista com os parcelamentos. Com a lei, a incidência de juros passou a ser mais transparente para o consumidor.

As transformações na aceitação do crédito ocorrem também na esteira do surgimento de novas alternativas de parcelamento, caso do Buy Now, Pay Later (BNPL), formato que equivale a um crediário digital e pelo qual o cliente quita a dívida ao longo do tempo, seja via boleto ou PIX. O lojista recebe à vista, mediante a cobrança de uma taxa de desconto, em uma operação realizada fora do tradicional fluxo adquirente-bandeira-emissor.

Oferecido tanto por grandes bancos como por fintechs e até diretamente pelas próprias lojas, o BNPL estabelece vantagens tanto para vendedores quanto para compradores. O custo para os lojistas parece ser interessante comparado às formas tradicionais, e, para os consumidores, a oferta de parcelamento sem juros para poucas parcelas é motivador.

O BNPL tem conquistado espaço no país ao atender a uma demanda reprimida: a dos consumidores que querem parcelar compras, mas não possuem cartão de crédito ou não têm limite suficiente no cartão para usarem desse recurso como gostariam.

A modalidade precisa ainda vencer alguns desafios para se consolidar. Entre eles, o aprimoramento da integração no checkout das lojas e a necessidade de gerir todo o ciclo de crédito envolvendo onboarding de novos consumidores, com aprovação de crédito, cobrança, gestão de risco e eventuais perdas. É preciso desenvolver a capacidade de operar o serviço, que tem de ser preciso e de respostas imediatas, como na aprovação de crédito instantâneo.

Um consumidor interessado no crédito não vai esperar dias, horas ou mesmo minutos para que sua proposta seja aprovada para uma compra online. As novas plataformas precisam de know-how e tecnologia para endereçar o tema no nível de serviço que o mercado exige.

Fazer isso não sendo um banco, que historicamente tem o conhecimento creditício no Brasil, é um desafio, mas, por outro lado, a construção do processo nasce sem amarras em sistemas legados e por isso pode ser mais flexível. A Gmattos estima que, somente considerando as transações negadas por falta de limite no cartão de crédito, o potencial desse mercado pode alcançar mais de R\$ 80 bilhões por ano.

É preciso ressaltar, contudo, que as duas modalidades não concorrem diretamente, uma vez que o BNPL atende uma parcela da população que nem sempre tem acesso ao parcelamento no cartão. - Fonte e outras informações: (<https://gmattos.com.br/>).



freedomz_CANVA