



DIFERENCIAÇÃO DE PREÇOS NA VENDA À VISTA E NA PRATICADA POR MEIO DE CARTÃO

Renato Dolabella Melo¹

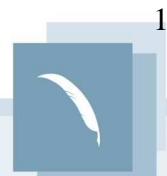
Sumário

- 1. Introdução**
 - 2. Venda por meio de cartão de crédito ou débito: aspectos**
 - 3. Composição do preço**
 - 4. Distinção de preços na venda à vista e na venda com cartão segundo as leis 8.078/90 e 8.884/94**
 - 5. Previsão de vedação da prática nos contratos entre comerciantes e administradoras de cartão de crédito: impossibilidade**
 - 6. Conclusão**
- Bibliografia**

1.Introdução

Questão atual freqüentemente discutida é a diferenciação de preços eventualmente estipulada pelo comerciante nas vendas com cartão, em relação às efetuadas em dinheiro. Nesse tipo de situação, o valor praticado na primeira hipótese é superior ao da segunda. Os consumidores, pessoalmente ou mesmo através de órgãos de proteção, por vezes indagam sobre a possibilidade legal de tal conduta, resultando de tal debate opiniões nem sempre convergentes. O presente artigo busca analisar a matéria à luz sobretudo das leis 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) e 8.884/94 (Lei de Proteção à Concorrência). Para fins de

¹ Advogado. Mestrando em Direito Econômico na Universidade Federal de Minas Gerais. Pós-graduando em Direito de Empresa pelo CAD/Universidade Gama Filho – RJ.





entendimento deste estudo, entende-se por pagamento à vista aquele realizado em papel-moeda.

2. Venda por meio de cartão de crédito ou débito: aspectos

Inicialmente, para o presente trabalho, devemos analisar as características relevantes do uso do cartão de crédito ou débito pelo consumidor, inclusive do ponto de vista do comerciante.

No caso do cartão de crédito, o consumidor deve pagar a despesa na data de vencimento de sua fatura. Caso não o faça, incidirão juros e encargos sobre o valor, mas tal fato não é relevante para o presente estudo, da mesma forma se houver pagamento de anuidade.

Em relação ao comerciante, este receberá o valor a prazo (em geral 30 dias), sendo-lhe ainda descontado, pela administradora, um percentual sobre a importância creditada. Portanto, o custo dessa operação para o comerciante apresenta-se, principalmente, na forma de cobrança de taxa pela administradora sobre o preço estipulado, interessando-lhe, também, o fato de o pagamento não ser realizado no momento da venda. Deve-se ressaltar que este último ponto (prazo) afeta o ciclo financeiro da empresa, hiato entre a data em que o comerciante paga a seus fornecedores e o instante do recebimento pelas vendas efetuadas. Durante esse período, a empresa se vê obrigada a obter financiamento complementar para manter suas atividades, seja por capital próprio ou através de recursos onerosos de terceiros.

A questão do financiamento complementar durante o ciclo financeiro pode traduzir-se em custos para o comerciante de diversas formas, sobretudo no pagamento de juros referentes a empréstimos bancários durante esse período. Ainda que seja utilizado capital do próprio comerciante para esse fim, a mera indisponibilidade desses valores durante o período do ciclo financeiro – no qual





poderiam permitir o custeio da atividade da empresa – tende a mostrar-se prejudicial. Tal fato inviabiliza a aplicação dessa importância em outras funções, como investimento no próprio negócio, através de obras de ampliação, campanhas de marketing e assim por diante.

Na hipótese de compra por meio de cartão de débito, a operação é imediatamente debitada na conta bancária do consumidor. Contudo, mesmo nesse caso, o fornecedor não recebe o valor à vista, assim como na situação do cartão de crédito descrita anteriormente. Em geral, as operadoras de cartão realizam o crédito ao comerciante somente no prazo médio de 5 dias, sendo também descontada uma taxa pela operadora sobre o valor da compra.

Assim, podemos concluir que, nas duas situações descritas, o comerciante arca com custos (taxa e prazo) referentes à venda com cartão, seja este de crédito ou débito.

Em virtude da lei 4.595/64, somente o papel-moeda tem curso forçado, ou seja, aceitação obrigatória pelo comerciante. No caso do cartão (assim como do cheque) é possível a sua recusa pelo fornecedor, desde que clara e previamente notificado ao consumidor, sendo-lhe garantido o direito a informação, previsto nos artigos 6º, III e 31 do Código de Defesa do Consumidor². Obviamente, quanto menores forem as opções de pagamento disponibilizadas pelo comerciante, mais restrita se torna a possibilidade de escolha pelo consumidor.

² Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.





3. Composição do preço

O comerciante, no momento de estipulação do preço de seu produto ou serviço, deve levar em conta uma série de fatores, tais como: custo da matéria-prima (ou do produto no fabricante), folha de pagamento de funcionários, aluguel, impostos, etc. Todas essas despesas são repassadas ao preço final do produto, pois é justamente da venda ou da prestação de serviços que o comerciante obtém os valores não apenas para auferir seu lucro, mas sobretudo para custear sua atividade e mantê-la em funcionamento.

Não é diferente em relação às despesas já demonstradas na venda com cartão. Todo o gasto referente a esse tipo de operação deverá integrar o conjunto de fatores determinantes para a fixação do preço pago pelo consumidor. E, conforme explanado, é inerente à venda com cartão a existência de despesas intrínsecas, que não se aplicam, por exemplo, no caso de compra efetuada com dinheiro. Trata-se, portanto, de operação mais cara em termos de custos operacionais.

4. Distinção de preços na venda à vista e na venda com cartão segundo as leis 8.078/90 e 8.884/94

4.1. Código de Defesa do Consumidor

Em relação ao CDC, a prática da diferenciação de preços nas condições ora analisadas por vezes é configurada como vantagem excessiva nos termos dos artigos 39, V e 51, IV e §1º da lei 8.078/90³. Contudo, tal posicionamento não pode ser aplicado de forma genérica.

³ Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:
(...)





A vantagem excessiva que a norma procura vedar, em linhas gerais, apresenta-se no sentido de exigir do consumidor uma prestação que foge do razoável em relação ao que se espera do negócio, seja por ofensa a princípios ou direitos fundamentais, seja por configurar uma onerosidade exagerada. Busca, assim, evitar o desequilíbrio contratual.

No caso em tela, não se vislumbra tal situação. A diferença de preços dá-se unicamente pela existência de despesa adicional e, sendo estipulada na exata proporção correspondente ao custo real da venda através de cartão, não traz vantagem de nenhuma natureza ao comerciante. Deve-se ressaltar que uma diferenciação que traga aumento da margem de lucros do comerciante, em relação à venda à vista, por óbvio estará enquadrada na hipótese de vantagem excessiva. Somente a análise individual de cada caso, inclusive tendo em vista o efetivo percentual aplicado, poderá indicar se há ou não a existência de vantagem excessiva.

Além disso, tal vantagem só se configuraria caso o consumidor se visse impedido de adquirir o produto por meio de outro fornecedor, não tendo, assim, opção de escolha. Caso contrário, poderá simplesmente realizar a compra junto a outro comerciante, não ocorrendo, portanto, efeitos que o coloquem em desvantagem exagerada.

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

(...)

IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

(...)

§ 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vontade que:

I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;

II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual;

III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.





Em suma, só se configura vantagem excessiva, nos termos do CDC, se, cumulativamente:

- a) o fornecedor estipular a diferença de preços em valor superior ao da despesa inerente à venda com o cartão;
- b) não se oferecer outra opção de escolha ao consumidor no mercado analisado.

As situações que não apresentarem esses fatores em conjunto são perfeitamente lícitas.

4.2. Lei de Proteção à Concorrência

Quanto à lei 8.884/94, uma análise literal do disposto no artigo 21, XII poderia configurar a prática descrita como infração à ordem econômica⁴.

Inicialmente, deve-se destacar que a lei 8.884/94 busca proteger a ordem econômica, orientada, entre outros princípios constitucionais, pela livre concorrência e pela defesa do consumidor. Pode-se depurar da análise do texto legal o fato de que suas disposições são aplicadas em situações onde a concorrência seria afetada, o que, entre outros efeitos, poderia trazer um prejuízo efetivo aos consumidores. Dessa forma, preocupa-se a norma com as estruturas e condutas que poderiam influir no ambiente concorrencial.

Contudo, o próprio CADE, autarquia federal competente para julgar em âmbito administrativo as infrações à ordem econômica previstas na lei 8.884/94⁵,

⁴Art. 21. As seguintes condutas, além de outras, na medida em que configurem hipótese prevista no art. 20 e seus incisos, caracterizam infração da ordem econômica;

(...)

XII - discriminar adquirentes ou fornecedores de bens ou serviços por meio da fixação diferenciada de preços, ou de condições operacionais de venda ou prestação de serviços;

⁵ Art. 7º da Lei 8.884/94





indica que a discriminação de preços não é, *per se*, uma conduta proibida. Tal entendimento está presente no item 6 do Anexo I da Resolução 20/99 do CADE:

Discriminação de preços: o produtor utiliza seu poder de mercado para fixar preços diferentes para o mesmo produto/serviço, discriminando entre compradores, individualmente ou em grupos, de forma a se apropriar de parcela do excedente do consumidor e assim elevar seus lucros.

Esta prática, amplamente disseminada nas economias modernas, não é intrinsecamente anticompetitiva, na medida em que, embora aumentando os lucros do produtor, pode não afetar o bem-estar dos consumidores ao não restringir, ou até ao aumentar, o volume de transações no mercado.

A análise específica se torna particularmente relevante neste caso, especialmente pela variedade de formas em que pode ocorrer a discriminação de preços.

Em serviços de utilidade pública, a discriminação de preços reflete, com frequência, a presença de categorias de consumidores com níveis muito díspares de consumo; diante de elevadas economias de escala, torna-se em geral eficiente cobrar menos de consumidores de volumes maiores. Na mesma direção, quando o custo marginal de fornecimento de um serviço aumenta significativamente em certos intervalos de tempo, comumente denominados "períodos de pico", o estabelecimento de preços diferenciados constitui prática eficiente.⁶ (g.n.)

Oportuno também indicar a opinião da professora Paula Forgioni, baseada em ensinamentos de Phillip Areeda e Louis Kaplow, sobre a discriminação de adquirentes, ao analisar sua ocorrência como consequência de venda casada:

Deve-se notar que, na discriminação, o propósito do agente não é o domínio ou ganho de participação no mercado do produto vinculado (embora isso também possa ocorrer), mas a exploração do adquirente. Ademais, a possibilidade de efetivar esse tipo de discriminação depende do grau de poder econômico do agente no mercado do produto principal (g.n.)⁷.

⁶ Disponível em <http://www.cade.gov.br/legislacao/resolucoes/20resol99.asp>

⁷ AREEDA *et* KAPLOW *apud* FORGIONI, Paula. *Os Fundamentos do Antitruste*. 2ª ed. São Paulo: Editora RT, 2005. p. 379





Tais disposições podem também ser utilizadas na análise da hipótese de diferenciação de preços. Poder-se-ia alegar a existência de ilícito caso a discriminação entre o cliente que realiza sua compra à vista e o que a faz através de cartão tivesse como objetivo a exploração deste último. Não é o caso, como já exposto, quando a distinção reflete tão somente a diferença dos custos operacionais envolvidos.

Fica claro, portanto, que a mera diferenciação de preços não constitui, de forma absoluta, uma conduta contra a ordem econômica. Na verdade, dependendo das circunstâncias, será uma prática eficiente que pode, inclusive, gerar benefícios aos fornecedores e aos consumidores. Entendemos ser justamente este o caso da diferenciação de preços na venda à vista e na praticada por meio de cartão, quando a distinção se dá na exata medida dos gastos presentes na segunda hipótese e ausentes na primeira.

Considerando tais pontos, conclui-se que, nas condições apontadas, a diferenciação de preços não configura ofensa às leis 8.078/90 e 8.884/94. Não se observa, no caso, prejuízo à concorrência. O consumidor que optar pelo pagamento à vista gozará de um preço mais barato, eficiência gerada pela conduta.

5. Previsão de vedação da prática nos contratos entre comerciantes e administradoras de cartão de crédito: impossibilidade.

Poder-se-ia argumentar que a prática de diferenciação de preços ora analisada não poderia ser executada devido à previsão de sua proibição nos contratos praticados entre os comerciantes e as administradoras de cartão. De fato, tal disposição é cláusula comum nesse tipo de contrato, que viabiliza o uso do meio de pagamento através do cartão pelo comerciante.





Contudo, o artigo 21, XI da lei 8.884/94 veda expressamente essa cláusula proibitiva⁸. Não podem as administradoras de cartão de crédito, empresas que sem dúvida possuem poder de mercado, impor ao comerciante qualquer disposição sobre as condições de pagamento ou sobre os preços de revenda de seu produto ou serviço.

Tal restrição vertical busca tão somente fomentar o uso do cartão, com a conseqüente cobrança das taxas já apontadas no item 2 deste trabalho e o incremento dos lucros das administradoras. Não goza o consumidor de nenhuma vantagem diante dessa pretensa proibição, sobretudo aquele que poderia realizar a compra à vista e desfrutar de um eventual desconto. Tampouco aproveita o fornecedor, que se vê impedido de implementar uma prática por meio da qual tenciona aumentar suas vendas, sem prejuízo da opção de escolha do consumidor em relação ao meio de pagamento e com a fixação de preços mais condizentes com cada operação.

Não se observa, portanto, nenhuma eficiência econômica com a imposição desejada pelas administradoras, de que os preços praticados à vista e com cartão sejam obrigatoriamente iguais. Ilegal, dessa forma, qualquer disposição contratual nesse sentido.

6. Conclusão

⁸Art. 21. As seguintes condutas, além de outras, na medida em que configurem hipótese prevista no art. 20 e seus incisos, caracterizam infração da ordem econômica;

(...)

XI - impor, no comércio de bens ou serviços, a distribuidores, varejistas e representantes, preços de revenda, descontos, condições de pagamento, quantidades mínimas ou máximas, margem de lucro ou quaisquer outras condições de comercialização relativos a negócios destes com terceiros;





Este artigo buscou analisar brevemente a prática hoje comum de diferenciação de preços entre venda à vista e a realizada com cartão, seja este de crédito ou de débito. Após o estudo da questão, conclui-se que tal conduta configura comportamento absolutamente legal, não encontrando óbice jurídico.

De fato, a diferenciação, no presente caso, configura verdadeiro benefício ao consumidor que paga em dinheiro, pois o mesmo desfrutará de um desconto que seria inexistente caso o comerciante fosse obrigado a igualar os preços. Na verdade, a igualdade obrigatória de preços para as diferentes formas de pagamento ora apresentadas provavelmente levaria a uma das duas conseqüências:

a) O comerciante adotaria, como preço uniforme, aquele praticado na venda com cartão, mais caro, e isso se estenderia a todos os seus consumidores. Isso porque, conforme demonstrado, as despesas operacionais da venda com o cartão vão compor o valor final do preço. O comerciante, sendo obrigado a escolher um dos dois patamares, optaria por aquele que melhor representasse os seus gastos na operação;

b) O comerciante optaria por não mais trabalhar com a operadora de cartão. Uma vez que arca com despesas no negócio realizado por esse meio, caso fixasse o preço uniforme no patamar da operação à vista, mais baixo, ele teria reduzida sua margem de lucro na venda com o cartão. Dependendo de cada caso, poderia chegar, inclusive, a ter prejuízo com a venda nessas condições.

Qualquer uma das duas situações apontadas é prejudicial ao consumidor. Na primeira, ele deixa de desfrutar um desconto que poderia ter; na segunda, vê suas opções para efetivação de sua compra reduzidas, pois o comerciante não mais opera com cartão como meio de pagamento.

A alegação de que o comerciante não sofre o risco de inadimplência na venda com cartão, fato que justificaria a cobrança das taxas praticadas pela administradora, não pode ensejar a proibição de uma prática benéfica ao





consumidor. Poderá este realizar sua compra pelo meio de pagamento que escolher, mas terá a devida informação dos custos envolvidos em cada uma e como isso afeta o preço final.

Por fim, o Superior Tribunal de Justiça já julgou questões relativas ao assunto:

ADMINISTRATIVO. MAJORAÇÃO DE PREÇO PARA VENDAS COM CARTÃO DE CRÉDITO. MULTA. SUNAB. DESCABIMENTO. 1. Não pode a Sunab aplicar multa ao comerciante que majorou o preço da mercadoria para a transação realizada com cartão de crédito, ante a inexistência de lei que proíba essa diferenciação. 2. Recurso especial improvido. (REsp 827120 / RJ ; RECURSO ESPECIAL 2006/0050932-6; Relator Min. Castro Meira; Data do Julgamento: 18/05/2006)

VENDAS COM CARTÃO DE CRÉDITO - PREÇOS SUPERIORES AOS PRATICADOS À VISTA - ABUSO DO PODER ECONÔMICO - AUSÊNCIA - INICIATIVA PRIVADA. O Estado exerce suas funções de fiscalização e planejamento, sendo este apenas indicativo para o setor privado. Não configura abuso do poder econômico a venda de mercadoria no cartão de crédito a preços superiores aos praticados à vista. Recurso improvido. (REsp 229586 / SE ; RECURSO ESPECIAL 1999/0081722-2; Relator Min. Garcia Vieira; Data do Julgamento: 16/12/1999)

Como se pode depurar das decisões transcritas, a posição do STJ também se coaduna com a admissão da possibilidade de diferenciação de preços entre a venda à vista e a praticada por meio de cartão.

É de substancial importância a correta análise da questão, sobretudo pelo Poder Judiciário e por aqueles que têm como função a proteção do consumidor. Caso contrário, pode-se, inadvertidamente, impedir àquele a concessão de um verdadeiro benefício, além de acarretar prejuízo às práticas comerciais.

Renato Dolabella Melo - Advogado

Todos os direitos reservados.
Texto registrado na Biblioteca Nacional.





Bibliografia

- 1 - AGUILLAR, Fernando Herren. *Direito Econômico: do Direito nacional ao Direito supranacional*. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2006..
- 2 - FORGIONI, Paula A. *Os Fundamentos do Antitruste*. 2ª ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005.
- 3 – LEOPOLDINO DA FONSECA, João Bosco. *Direito Econômico*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense: 2002.
- 4 - SALOMÃO FILHO, Calixto. *Direito Concorrencial – As Conduas*. 1ª ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2003.
- 5 – VAZ, Isabel. *Direito Econômico das Propriedades*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1992.