

Fiado dá lugar ao cartão em mercados

Mariana Schreiber

Bancos lançam marcas próprias para clientes de pequenas lojas na periferia de capitais do Nordeste

Público-alvo são pessoas de baixa renda que não têm acesso a cartões de crédito de grandes bandeiras

O velho hábito de comprar fiado está sendo substituído na periferia das capitais nordestinas pelo uso do cartão de crédito.

Instituições financeiras da região criaram cartões "private label" (de marca própria) que estão sendo usados em pequenos mercados e em mercearias da região.

O público-alvo são pessoas de baixa renda, sem conta em banco ou sem cartões de grandes bandeiras.

O Banco Gerador, o único privado com atuação nacional sediado no Nordeste, lançou em junho o cartão Banorte. A emissão é gratuita e não há cobrança de anuidade.

Desde julho, ele é testado em três mercados da região metropolitana de Recife, onde dois terços dos clientes não tinham cartões de grandes bandeiras. "Nossa meta é atingir 4.000 mercados e mercearias em três anos", afirma Pedro Dalla, presidente do Banco Gerador.

A estratégia é levar o cartão Banorte a comércios de loja única, que não integram redes, localizados no interior dos Estados ou na periferia das capitais e com faturamento anual entre R\$ 2 milhões e R\$ 3 milhões.

"As empresas precisam de capital para repor seus estoques e aproveitar o forte crescimento econômico do Nordeste. Quando o lojista vende fiado, fica sufocado. Com o cartão, ele pode antecipar o recebimento", observa Dalla.

FIDELIZAÇÃO

José Batista da Silva, dono do mercado Boa Opção, em Jaboatão dos Guararapes, na região metropolitana de Recife, aderiu ao Banorte com a expectativa de fidelizar a clientela. Ele espera elevar em 20% seu faturamento de R\$ 1,4 milhão por ano.

Outra vantagem, diz Silva, é que não será mais preciso cobrar dívida de porta em porta. Dos cerca de 800 clientes, até agora 220 fizeram o cartão, usado em 6% das vendas do mercado.

Cliente do Boa Opção há seis anos, a dona de casa Josicleide Campos usa desde junho o cartão Banorte do marido, Uiraquitan Xavier, para pagar as compras.

O limite é de R\$ 200, um terço da renda da família. Ela já pagou três faturas, em dia e no próprio mercado.

"O cartão facilita bastante. Nem sempre eu tinha dinheiro para comprar. Quero fazer o Hypercard, que é aceito em todas as lojas", diz ela.

Há seis anos, o grupo Oboé emite o Oboé Card, usado em 46 mercados da periferia de Fortaleza e em 18 da de São Luís do Maranhão.

O número de cartões deve passar de 160 mil hoje para 210 mil em 2011. Até 2012, a meta é levar o cartão para Salvador, Recife e Natal.

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 27 set. 2010, Mercado, p. B5.