

GESTÃO DE RECEBÍVEIS: UMA ANÁLISE DA OFERTA DE MAQUINETAS DE CARTÃO PARA MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS¹

Hérmani Magalhães Olivense do Carmo²

RESUMO

Este artigo investiga o mercado de cartão de crédito disponível para o Microempreendedor Individual (MEI), que apresenta um grande potencial considerando o número de habitantes do país e o número dos possuidores de cartão de crédito. O objetivo é entender a realidade deste mercado, levantando indicadores quanto ao perfil e o comportamento do consumidor, com apoio teórico quanto à relação do MEI com as empresas de cartão de crédito. Foram realizadas também análises entre as diversas empresas para levantar as vantagens e desvantagens do uso do cartão nos estabelecimentos comerciais. Assim, essas informações visam responder à questão principal do trabalho: por que o mercado de cartão de crédito não está amplamente aberto aos estabelecimentos dos Microempreendedores Individuais? Para atingir o objetivo proposto, utilizamos pesquisas bibliográfica e exploratória. Chegou-se à conclusão que a principal barreira, para que o MEI adote a maquineta de cartão de crédito, é o fato das taxas cobradas pelas empresas de cartão de crédito serem muito altas.

Palavras-chave: Gestão de recebíveis; Cartão de crédito; Microempreendedor Individual.

ABSTRACT

This paper investigates the credit card market available to the Individual Micro-entrepreneur (MEI), which has great potential considering the number of inhabitants of the country and the number of credit card holders. The goal is to understand the reality of this market, raising indicators related to the profile and behavior of the consumer, with theoretical support regarding MEI's relationship with the credit card companies. Analyses were made among different companies to raise the advantages and disadvantages of using the card in shops. Thus, this information intended to respond to the main question of the paper: why the credit card market is not widely open to establishments of Individual Micro-entrepreneurs? To achieve this purpose, we used bibliographic and exploratory research. The conclusion was that the main barrier to the MEI adopt the contraption credit card, it is the fact that the rates charged by credit card companies are very high.

Keywords: Management of receivables; Credit card; Individual Micro-entrepreneurs.

¹ Recebido em 30/10/2016.

² Universidade Federal de Alagoas/Universidade Nove de Julho. hermani_record@hotmail.com
Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 2, n. 2, p. 28-41, abr-jun, 2017

INTRODUÇÃO

Desde muito tempo o crédito existe, ele financiava a agricultura, a indústria e o comércio. Entretanto, o crédito individual surgiu quando a evolução tecnológica propiciou um acúmulo na produção e não havia o que fazer com essa produção excedente. A partir disso, o consumidor foi redirecionado aos hábitos de compra e no comportamento do sujeito para que ele pudesse comprar. Daí, então, surge o cartão de crédito (AKATU, 2006).

A partir do desejo de facilitar as operações financeiras no comércio e sanar com a dificuldade no controle do crédito, os cartões surgiram com considerável destaque no cenário nacional e internacional. Estes, advindos dos modelos de cartões *Diners Cards*, aceitos nos estabelecimentos de refeições (ABRÃO, 2011). Obedecidos a certos requisitos preestabelecidos como validade, abrangência, limite, valores, entre outros, o cartão de crédito é uma identificação que possibilita o pagamento à vista de produto e serviços (SOUSA, 2011).

No Brasil, existe uma nova modalidade de empreendedor, este, já existia no mercado, mas de maneira irregular, são feirantes e autônomos que, por trabalharem com baixo valor financeiro, optavam por não regularizar-se alegando não ter dinheiro suficiente para arcar com a legalização e ainda obter lucro. O governo, então, criou o MEI (Micro Empreendedor Individual), em 2008, com uma baixa parcela de contribuição mensal e com a possibilidade simples de inserção, tem se expandido pelo país, formalizando este tipo de empreendedor.

Mas, o que o MEI, tem haver com o cartão de crédito? Tudo. Uma vez que, os MEI's não adotam cartão de crédito em seus empreendimentos porque acham que são muito caros e não tem retorno de vendas. Este artigo vem mostrar que as administradoras de cartão não oferecem taxas viáveis para os empreendedores de pequeno porte. Este trabalho se justifica a medida que o volume de transações com cartão, seja ele de crédito ou débito, vem aumentando significativamente nos últimos anos. Segundo o site Incard Brasil (2015), o mercado de cartões deve registrar um faturamento de R\$ 1,3 trilhão em 2015. Antes, em 2010, esse faturamento era da ordem de R\$ 444 bilhões, e, atualmente, 25% do que as famílias consomem são pagos com cartão.

Analisa-se nos estudos, que as negociações feitas com cartão de crédito são uma modalidade de venda a prazo que limita a inadimplência, sendo mais assegurado o recebimento de suas vendas, e em alguns pontos não trazem custos como cobrança, consultas de crédito entre outros gastos. Todavia, para as operações com cartões de crédito são necessários outros custos como: taxa sobre venda realizada, o aluguel do equipamento, além do fato que o valor de venda de um produto no cartão deve ser o mesmo preço do produto pago à vista em espécie, quando na realidade o valor de um produto à vista em espécie não tem custo adicional e nem prazo para o seu recebimento, complicando ainda mais a relação MEI-Cartão de crédito.

Além das taxas cobradas pelas operadoras de cartão de crédito, existe também o aluguel mensal do terminal que varia de operadora para operadora, sendo hoje na Cielo R\$ 87,00 e na Redecard variável de acordo com o faturamento de R\$ 59,00 para faturamento abaixo de R\$ 4.000,00, R\$ 29,00 acima de R\$ 4.000,00 e abaixo de R\$ 6.000,00, e isenção do aluguel para venda acima de R\$ 6.000,00. O aluguel dos terminais sempre foram independentes das vendas, no entanto, após a abertura das operadoras poderem atuar com outras bandeiras, a concorrência está melhorando as negociações em relação a este encargo (SOUSA, 2011), mais detalhes veremos a seguir.

REFERENCIAL TEÓRICO

O cartão de crédito tornou-se símbolo do consumo e da economia na atualidade. Surgiu na década de 1920 nos Estados Unidos e não parou de adquirir espaço e se consolidar como uma das principais ferramentas de crédito (ALVES, 2009). Milhões de vendas são realizadas anualmente com o cartão de crédito, estas transações favorecem os usuários, uma vez que, ao realizar seus pagamentos, os mesmos recebem maior segurança, comodidade e facilidade e os ofertantes que de seu lado, enquanto estabelecimento comercial tem rapidez, segurança na transação para disparar seus lucros e pontualidade no recebimento do dinheiro, um ponto muito importante.

E, nesse âmbito, o MEI tem procurado se inserir. É considerado microempreendedor individual o empresário individual que auferir receita bruta, no

ano-calendário anterior, de até sessenta mil reais, optante pelo Simples Nacional. O MEI é, para alguns, uma forma revolucionária e desburocratizante da legislação de pequenos negócios e serviços e do pagamento de um conjunto de impostos e contribuições, consoante com o disposto no artigo 179 da Constituição Federal, objetivando a regularização de muitos dos trabalhadores que ainda exercem suas atividades na informalidade. O MEI como optante pelo Simples Nacional recolherá os valores fixos de R\$ 37,20 (comércio ou indústria), R\$ 41,20 (prestação de serviços), ou R\$ 42,20 (comércio e serviços), sendo R\$ 1,00, a título de ICMS, caso seja contribuinte dessa espécie de imposto; R\$5,00, a título de ISS, caso seja contribuinte desse imposto e 5% para Previdência Social, sendo calculado com base no salário mínimo.

Portanto, a legislação do microempreendedor individual proporcionou ao microempresário, que trabalha no mercado informal, sua adesão ao novo programa pagando uma contribuição mínima, sendo que nessa pequena contribuição estão incluídos todos os tributos e contribuição federais (IRPJ, IPI, CSLL, PIS/PASEP, COFINS), estaduais (ICMS) e municipais (ISS), inclusive contribuição previdenciária que propicia ao microempreendedor benefícios da previdência social, excetuando aposentadoria por tempo de serviço.

Esta nova modalidade de empreendedor deve abrir ao desenvolvimento, a evolução também das novas formas de pagamento, adequar-se ao novo cliente, e o cartão de crédito, tem se expandido por sua principal vantagem, a possibilidade de se aproveitar sua característica de cobrança futura para adquirir um produto ou serviço. Ao se realizar uma compra com o cartão, imediatamente leva-se o bem para casa pagando-se apenas na chegada da fatura, havendo, inclusive, possibilidade de parcelamento no ato da compra, junto à loja ou prestador de serviço (NAVARRO, 2010).

As principais bandeiras de cartões de crédito brasileiras, são *Diners Club, Visa, MasterCard, Hiper, Elo e American Express*. Adquirindo um cartão de crédito, o usuário estabelece uma relação jurídica com a empresa emissora do cartão, sem que seja necessário qualquer vínculo legal, ou contratual, com as corporações que detêm a titularidade das marcas. No entanto, ao utilizar o cartão de crédito para a compra de produtos ou aquisição de serviços, o mesmo gera uma

relação comercial com o fornecedor, independente daquela que mantém com a empresa emissora do cartão (IBRAHIM, 2009). Para os MEI's, as empresas administradoras de cartão de crédito não tem facilitado as taxas, que ficam em média 80 reais, não condizem visto ao risco de se expandir no mercado como microempreendedor.

Com a melhoria dessas taxas, o microempreendedor poderia acolher o novo cliente, usuário de cartão na maioria de suas compras, mesmo que a facilidade do consumidor em adquirir cartão de crédito gere problemas para si como o descontrole. Pois, mesmo com relação jurídica, o crédito fácil, colocado ali, na mão do consumidor, de uma maneira tão simples tem acarretado facilidades e problemas, ambos gerados a partir da consciência. Entende-se que um ponto problemático da expansão do uso de cartões de crédito, é que esse processo também atinge parcelas da população que não têm tradição nem condições culturais de atuar de forma mais estruturada diante do desafio de não se endividar, ou de solicitar crédito de forma consciente.

Em pesquisa realizada no ano de 2013, a Abecs (Associação Brasileira de Empresas de Cartão de Crédito e Serviços), em parceria com o Instituto Datafolha, realizou a sexta pesquisa sobre o mercado de meios eletrônicos de pagamento, com 2094 pessoas e 2007 estabelecimentos em 11 capitais brasileiras. O principal objetivo desta pesquisa foi investigar a utilização dos meios eletrônicos de pagamento e as percepções em relação às empresas credenciadas. A Tabela 1 mostra a participação e a preferência pelos meios de pagamento, em estabelecimentos comerciais.

Tabela 1 – Participação e Preferência pelos Meios de Pagamento

Meios de pagamento	Participação	Preferência
Cartão de Débito	22%	79%
Cartão de Crédito	31%	22%
Dinheiro	35%	86%
Cheque	4%	3%
Vale Benefícios	1%	1%
Débito Automático	2%	3%
Fatura / Boleto	2%	2%
Carnê	1%	1%

Fonte: Adaptado de Abecs (2015)

Estima-se que, no Brasil, 76,1% da população acima de 18 anos possua cartão. Isso significa um crescimento de 8,1 pontos percentuais, em relação ao ano

de 2008 (ABECS, 2015). Apesar do crescimento, essa população afirma que as taxas para possuir cartão ainda são altas. Já para os empreendedores, a aceitação do cartão não é mais um sinal de vantagem competitiva, muitas vezes é questão de sobrevivência. As Tabelas 2 e 3 mostram, na visão dos comerciantes, quais são os principais pontos fortes e fracos dos cartões.

Tabela 2 – Pontos Fortes dos Cartões

Pontos Fortes	Crédito	Débito
Pagamento garantido, evita inadimplência.	86%	70%
Segurança do estabelecimento.	54%	55%
Aumento das vendas.	37%	28%
Praticidade, não precisa dar troco.	31%	30%
Agilidade do pagamento nos caixas.	23%	27%
Recebimento rápido, imediato.	-	33%
Fonte: Adaptado de Abecs (2015)		

Tabela 3 – Pontos Fracos dos Cartões

Pontos Fracos	Crédito	Débito
Taxa elevada.	82%	77%
Aluguel do equipamento é alto.	50%	49%
Demora para receber da credenciadora.	24%	8%
Problemas com equipamento.	14%	13%
Fonte: Adaptado de Abecs (2015)		

Para os empreendedores, o principal ponto positivo do cartão é a segurança do recebimento, evitando inadimplência. Outro ponto forte que chama a atenção na pesquisa da Abecs é a segurança do estabelecimento, ou seja, tendo mais transações com cartão de crédito e débito o fluxo de numerário em espécie diminui e não chama a atenção de assaltantes. O aumento das vendas também é destaque entre os pontos fortes, pois o consumidor está diminuindo de andar com dinheiro na carteira, preferindo estabelecimentos que aceitem cartão.

Por outro lado, os pontos fracos são motivo de várias reclamações dos empreendedores. A principal delas é a elevada taxa cobrada pelas transações efetuadas e as taxas de administração, que são fixas e cobradas mensalmente. Outro problema recorrente, enfrentado pelos empreendedores é o problema com o equipamento, comumente chamado de maquineta.

Tentar equilibrar a relação entre consumidor e empreendedor não é fácil. Ao passo que o empreendedor precisa vender cada vez mais para se desenvolver, o consumidor precisa tomar cuidado com o consumo desnecessário. Vários especialistas alertam para o consumo consciente, principalmente em tempos de crise e instabilidade no mercado de trabalho.

Para termos uma ideia do risco que se corre ao deixar de pagar uma conta de cartão, Navarro (2015) elaborou uma tabela simples com o valor dos juros cobrados por alguns dos cartões disponíveis. A Tabela 4 mostra na íntegra os relatados encontrados por Navarro, que não quis identificar as administradoras de cartão.

Tabela 4 – Valor dos juros cobrados por cartões

Cartão	Juros ao mês	Juros ao ano	Observação
A	10,99%	249,47%	Renda mensal mínima de R\$3.000,00
B	10,75%	270,94%	Associado ao cartão de uso diário
C	15,99%	507,83%	Não cobra anuidade
D	13,00%	342,53%	Associado ao cartão de uso diário
E	13,42%	362,95%	Renda mensal mínima de R\$1.500,00
F	15,99%	507,83%	Não cobra anuidade

Fonte: Adaptado de Navarro (2015)

A consciência no uso do crédito sempre foi um ponto chave, é essa consciência que trará problemas ou vantagens para usuários deste tipo de crédito. O consumo consciente do dinheiro e do crédito é um caminho importante a ser trilhado, na medida em que o dinheiro passa por todo o consumo. Se consumido com consciência, levará o consumidor a pensar em sua real necessidade de bens e serviços. Da mesma forma, na tomada de crédito, se tomado com consciência, pode ser um aliado do seu bem-estar, antecipando o consumo do que realmente precisa, a um custo e prazo que realmente o consumidor possa cumprir confortavelmente. (AKATU, 2006)

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atingir o objetivo proposto, discutir o MEI – Micro empreendedor Individual e o uso dos cartões de crédito em seu estabelecimento, utilizou-se de pesquisa bibliográfica, cuja finalidade é colocar o pesquisador em contato com a bibliografia de determinado assunto (LAKATOS, 2002). Utilizou-se, também, uma pesquisa exploratória nos sites das administradoras de cartão para coletar os dados sobre percentuais cobrados sobre cada venda e as taxas administrativas decorrentes da contratação das maquinetas.

Para melhor esclarecer o entendimento sobre a adoção do cartão como meio de recebimento pelo empreendedor, elaboramos uma simulação com o suporte do programa MSEXcel. A simulação foi baseada no faturamento máximo permitido

para um MEI (Empresa A). Como existem várias administradoras de cartão, utilizamos a taxa mais alta e a mais baixa. Para estabelecer a participação das vendas com cartão sobre o faturamento, utilizamos os números da Tabela 1, elaborada pela Abecs.

RESULTADOS

Entender a dificuldade de inserção das máquinas de cartão de crédito nos estabelecimentos dos Microempreendedores Individuais é importante, pois pode contribuir para uma mudança nesse quadro. Embora tenha-se aumentado a adesão dos MEI's ao uso de cartão em seus estabelecimentos, isso se deve ao fato destes terem aceitado as taxas impostas pelas empresas administradoras de cartão, não havendo outra opção em vista do crescimento de clientes que pagam suas compras com cartão.

As administradoras de cartões de crédito não são consideradas instituições financeiras, pois sua natureza jurídica é a de prestação de serviços, de modo que estão submetidas aos limites impostos pela lei de usura quanto aos juros e encargos cobrados de seus associados. A questão que envolve a natureza jurídica das administradoras de cartões de crédito, talvez hoje, seja a mais polêmica dentro dos mecanismos de defesa dos direitos dos consumidor. Conforme a revista Exame (2015),

Antes de adotar o sistema de pagamento por meios eletrônicos, é preciso ter certeza de que o seu negócio irá se beneficiar dessa decisão. As taxas do aluguel das máquinas, a comissão sobre o valor de uma venda e a demora para receber o dinheiro do pagamento realizado por cartões de crédito, por exemplo, podem não ser vantagens para o pequeno empresário.

Os MEI's têm enfrentado dificuldades em obter uma máquina de cartão de crédito das administradoras em seu estabelecimento, por seu custo fixo, que gira em torno dos R\$ 80,00, quando analisado o risco de se estabelecer no mercado como microempreendedor. No levantamento efetuado para esta pesquisa, encontramos várias administradoras de cartão de crédito que microempreendedores podem usar, além de suas características financeiras, como podemos observar nos itens a seguir.

- **PagSeguro Mini:** Disponibiliza um equipamento chamado 'Mini', que funciona com a conexão 3G, 4G ou wifi. O equipamento custa R\$ 260,00 e taxa de crédito cobrada é de 3,19%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O

depósito na conta do empreendedor é feito em um dia útil. Para vendas no cartão de débito, cuja taxa é de 2,39% por transação, o empreendedor recebe em um dia útil. As bandeiras aceitas pelo PagSeguro Mini são: Visa, Master e Cabal.

- **PagSeguro Tarja:** Disponibiliza um equipamento chamado 'Tarja', que funciona com a conexão 3G, 4G ou wifi. O equipamento custa R\$ 120,00 e taxa de crédito cobrada é de 3,59%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. As bandeiras aceitas pelo PagSeguro Tarja são: Visa, Master, American Express, Diners, Elo, Hiper.

- **Cielo Fixo:** Disponibiliza um equipamento fixo, que funciona com a linha telefônica. O equipamento custa R\$ 95,80, por mês, e taxa de crédito cobrada é de 2,5%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. Para vendas no cartão de débito, cuja taxa é de 2,5% por transação, o empreendedor recebe em um ou dois dias úteis. As bandeiras aceitas pela Cielo: Visa, Master, American Express, Diners e Elo.

- **Cielo Móvel:** Disponibiliza um equipamento móvel, que funciona com a linha telefônica. O equipamento custa R\$ 95,80, por mês, e taxa de crédito cobrada é de 2,5%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. Para vendas no cartão de débito, cuja taxa é de 2,5% por transação, o empreendedor recebe em um ou dois dias úteis. As bandeiras aceitas pela Cielo: Visa, Master, American Express, Diners e Elo.

- **Cielo MEI:** Disponibiliza um equipamento móvel, que funciona como GPRS (2G) ou wifi. O equipamento custa R\$ 50,00, por mês, e taxa de crédito cobrada é de 3,5%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. Para vendas no cartão de débito, cuja taxa é de 2,5% por transação. As bandeiras aceitas pela Cielo: Visa, Master, Diners, Aura e Hiper.

- **Cielo Mobile:** Disponibiliza um equipamento móvel, que funciona com conexão 3G, 4G ou wifi. O equipamento custa R\$ 11,90, por mês, e taxa de crédito cobrada é de 4,05%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 31 dias. Para vendas no cartão de débito, cuja taxa é de 3.19% por transação, o empreendedor recebe em um dia útil.

- **Rede Fixa:** Disponibiliza um equipamento fixo, que funciona com a linha telefônica. O equipamento custa R\$ 83,50, por mês, e taxa de crédito cobrada é de 3,8%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. Para vendas no cartão de débito, cuja taxa é de 2,5% por transação. As bandeiras aceitas pela Rede fixa são: Visa, Master, American Express, Diners, Elo e Hiper.

- **Rede Móvel:** Disponibiliza um equipamento móvel, que funciona como GPRS (2G) ou wifi. O equipamento custa R\$ 114,50, por mês, e taxa de crédito cobrada é de 3,8%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. Para vendas no cartão de débito, cuja taxa é de 2,5% por transação. As bandeiras aceitas pela Rede Móvel: Visa, Master, American Express, Diners, Elo e Hiper.

- **Rede Mobile:** Disponibiliza um equipamento mobile (leitor), que funciona como 3G, 4G ou wifi. A taxa de crédito cobrada é de 3,99%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. As bandeiras aceitas pela Rede Mobile: Visa, Master, American Express, Diners, Elo e Hiper.

- **PayLeven:** Disponibiliza de um equipamento de leitor+celular, que funciona como 3G, 4G ou wifi. A taxa de crédito cobrada é de 3,39%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. Para vendas no cartão de débito, cuja taxa é de 2,69% por transação, o empreendedor recebe em um dia útil. As bandeiras aceitas pela PayLeven: Visa, Master, Diners e Discover.

- **Izettle:** Disponibiliza de um equipamento de leitor chip e senha, que funciona como 3G, 4G ou wifi. O equipamento custa R\$ 299,00, por mês, e taxa de crédito cobrada é de 5,99%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. Para vendas no cartão de débito, cuja taxa é de 3,99% por transação, o empreendedor recebe em dois dias uteis. As bandeiras aceitas pela Izettle: Visa e Master.

- **Izettle:** Disponibiliza de um equipamento de leitor e assinatura, que funciona como 3G, 4G ou wifi. O equipamento custa R\$ 99,00, por mês, e taxa de crédito cobrada é de 5,99%, para transações à vista, ou seja, para 30 dias. O

depósito na conta do empreendedor é feito em 30 dias. As bandeiras aceitas pela IZETTEL são: Visa e Master.

As informações acerca das empresas dos cartões reforçam o que havia sido dito até aqui. As taxas, apesar de sofrerem variações, dependendo de qual empresa se opta, ainda são altas se considerados os riscos relacionados ao fato de ser um MEI, num mercado competitivo e sua margem de lucro muito instável. Para melhor visualizar a despesa que o MEI pode ter com a adoção do cartão de crédito como forma de recebimento, a Tabela 5 apresenta uma simulação com a maior taxa e a menor taxa encontrada em nossa pesquisa.

Tabela 4 – Simulação das taxas de administração de cartão

Empresa A (Faturamento mensal: R\$ 5.000,00)			
Participação de cartão de débito		Participação de cartão de crédito	
Participação (%)	22%	Participação (%)	31%
Participação (R\$)	R\$ 1.100,00	Participação (R\$)	R\$ 1.550,00
Maior taxa (%)	3,99%	Maior taxa (%)	5,99%
	R\$		R\$
Maior taxa (R\$)	43,89	Maior taxa (R\$)	92,85
Menor taxa (%)	2,50%	Menor taxa (%)	3,39%
	R\$		R\$
Menor taxa (R\$)	27,50	Menor taxa (R\$)	52,55

Fonte: Elaborada pelos autores

De acordo com a Tabela 4, podemos perceber que a diferença entre a maior e a menor taxa é muito significativa. O que pode determinar maior margem de lucro para o empreendedor. Confirmando esta variação em seus lucros, tem-se a seguinte observação de Faccin *et al.* (2014) acerca das vantagens e desvantagens do MEI: “Enquanto o fato de haver impostos fixos é uma vantagem quando há renda ao empreendedor, torna-se uma desvantagem caso ele não tenha nenhum tipo de renda em algum período, pois o imposto deverá ser pago mesmo assim, ao contrário de outros regimes de tributação que você só paga mediante a rentabilidade”.

Esta instabilidade é o que causa o receio no que se refere a aderir à maquineta de cartão. Se há dificuldades em alguns meses para se pagar o imposto devido e necessário para se manter sua regularização, este quadro o sufoca ainda mais quando se agrega mais uma taxa fixa.

Disto, é importante ao MEI, que se analise o nível de clientes que procuram pelo pagamento via cartão, sendo estes suficientes e seus lucros permitindo o

acrescimento da venda por cartão em seu estabelecimento, pode-se aderir, mas apenas se, e somente se, lhe for suficiente e não dificultando a condição financeira de sua micro empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado de cartões de crédito é crescente e apresenta diversas vantagens aos portadores e aos estabelecimentos comerciais. Toda tecnologia, inovação e avanço tende, primeiro, se tornar conhecido pelas pessoas, depois, se tornar popular, e com o tempo, se tornar comum e usual. Nesse contexto, surgem os MEI's, estes, até desejam aderir à tecnologia, partindo do uso de eletroeletrônicos em seus estabelecimentos ao uso do cartão de crédito como opção de pagamento para seus clientes. Mas, encontra-se a um problema quando se chega à questão do uso do cartão, são as taxas cobradas para a filiação do estabelecimento, a taxa mensal de aluguel das tecnologias, as taxas descontadas sobre o faturamento (valor total) dos pagamentos com o cartão, e o prazo de recebimento do estabelecimento.

As taxas e condições dificultam e inviabilizam, principalmente, pequenos negócios e os estabelecimentos que possuem pequena margem de lucro e giro de capital. O uso do cartão, assim, torna-se inviável, uma vez que se lançar no mercado como MEI, já é um risco e ainda pagar taxas elevadas que impossibilitam lucro de suas empresas. Sem o uso do cartão, sua expansão e conquista de mercado torna-se mais difícil, pois o cartão tende a massificação. E como ficarão esses microempreendedores?

Outros fatores como condições e desenvolvimento das empresas no Brasil, referente ao gerenciamento e gestão, processos, tecnologia das empresas do mercado, profissionais capacitados e níveis de investimentos, atuam também como limitadores de mercado, aumentando as taxas cobradas dos portadores e dos estabelecimentos comerciais. Em suma, os fatores socioeconômicos, tecnológicos e culturais são limitações importantes da expansão desse mercado e inserção do cartão de crédito nos estabelecimentos dos MEI's, seus baixos investimentos, dificultam sua situação junto as empresas gerenciadoras de cartão. Os mesmos, vem tentando superar essas barreiras, procurando pesquisar as menores taxas e

aderir, mesmo que com dificuldade, no entanto, estes que vêm tentando ainda são minoria, frente a quantidade de MEI's no Brasil desde sua criação em 2008.

REFERÊNCIAS

ABRÃO, Carlos Henrique. **Cartões de débito e crédito**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ABECS (Associação Brasileira das Empresas de Cartão de Crédito e Serviços). **Pesquisa Abecs/Datafolha Mercado de Meios Eletrônicos de Pagamento**. São Paulo: Abecs/Datafolha, 2013.

ALVES, Amanda Sanches. **Cartão de crédito e sua ligação com a vida social**. X Salão de Iniciação Científica – PUC/RS, 2009.

AKATU, Diálogos: **O Consumo consciente do dinheiro e do crédito**. Textos de Mattar, Hélio; Belinky, Aron; Milnitzky, Fátima; Frankenerg, Louis; Musa, Álvaro; Lara, Luiz; Giannetti, Eduardo. São Paulo: Instituto Akatu, 2006.

CORDEIRO, Felipe Rafael de Sousa. **As vantagens e desvantagens apresentadas aos micro empreendedores individuais com a promulgação da lei 128/2008**. Trabalho de Conclusão de Curso, UEPB, 2012.

EXAME. **O que as operadoras de cartão não diz aos empreendedores**. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/o-que-a-operadora-de-cartao-nao-diz-aos-empreendedores>> . Acesso em: 29 maio 2015.

FACCIN, Eduardo. LUIZ, Kétlin da Rosa. MONTEIRO, José Cipriane. MACHADO, Elda Kelim. KICH, Chaiane Ramos. **Microempreendedor Individual – MEI**. Anais IX Seminário de Iniciação Científica Curso de Ciências Contábeis da FSG. Vol.: 5, N. 2, 2014.

IBRAHIM, Marco Antonio. Cartão de crédito: Ações propostas contra as empresas titulares das marcas (bandeiras). Ilegitimidade passiva. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 14, n. 2077, 9 mar. 2009. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/12427>>. Acesso em: 29 maio 2015.

INCARD BRASIL. **Mercado de Cartões deve superar R\$ 1 trilhão em 2015**. Disponível em: < <http://www.incardbrasil.com.br/pt/noticia>>. Acesso em: 29 maio 2015.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5ª Ed. São Paulo: Atlas: 2002.

NAVARRO, Conrado. **Cartão de Crédito: verdades, vantagens e armadilhas.** Disponível em: <<http://dinheirama.com/blog/2010/05/20/cartao-de-credito-verdades-vantagens-e-armadilhas/#sthash.dVnQkmWN.dpuf>>. Acesso em: 29 maio 2015.

SOUSA, Rafael Teixeira de. BARAVELLI, Vanessa Defendi de Oliveira. HORITA, Ricardo Yoshio. **Venda a prazo através de uma operadora de cartão de crédito.** Educação e Pesquisa: a produção do conhecimento e a formação de pesquisadores, Lins, 17 – 21 de outubro de 2011.