

Governo e mercado disputam os 'sem-banco'

Paulo Liebert/AE - 28/11/2002

União lança ofensiva para dar crédito à classe baixa e empresas também apostam no financiamento popular

JOSÉ ANTONIO RODRIGUES

A decisão do governo de expandir o crédito coincide com o momento em que o mercado disputa a tampa cada cliente do universo dos chamados "sem banco". A entrada dos gigantes Banco do Brasil (BB) e Caixa Econômica Federal, apoiados pelo BNDES, deve acirrar a competição entre as empresas.

Desde que escolheu o aumento do crédito como caminho para recuperar a economia e o emprego, o governo tem feito consultas ao mercado para conhecer mais de perto como funciona a concessão de empréstimos para as pessoas de baixa renda, e principalmente, para aquelas que não têm como comprovar ocupação e renda pelos meios tradicionais e que compõem o universo do mercado informal de crédito.

Duas equipes da direção do BB

‘Não há mais lugar para o crédito à moda antiga no Brasil do século 21, ele precisa ser técnico’

Ricardo Malcon

A corrida é pelo cidadão que vive na informalidade e não aparece nas estatísticas oficiais, nem nos balanços das instituições financeiras. Mas está nas campanhas publicitárias das grandes financeiras, que competem por esse filão. Um dos instrumentos para se alcançar esse mercado é o "cadastro positivo", que leva em conta o passado do consumidor como pagador de contas, sejam aluguel, água, luz, de prestações em lojas populares, como o famoso cadastro de 10 milhões de clientes da Casas Bahia. E já há no mercado pelo menos três desses cadastros.

O acervo de um grupo de cinco grandes instituições financeiras - Losango, Fininvest, Panamericano, Cacique e ABN Amro - reúne 30 milhões de CPFs. Esse grupo é responsável por cerca de 2,5 milhões de contratos de empréstimos por mês. Outro grupo, de cerca de 15 instituições filiadas à Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento (Acrefi), lançou o "Acrefi Positivo", com cerca de 2 milhões de contratos por mês, que é operado pela Centralização de

Serviços dos Bancos (Serasa). A própria Serasa tem o seu cadastro positivo, o Credit Bureau, com outros 2,5 milhões de contratos por mês, de acordo com o mercado.

O principal argumento para o lançamento desses cadastros positivos é que os financiamentos só giravam com base nas consultas às informações negativas disponíveis no mercado, diz o presidente da Acrefi, Ricardo Malcon. Com isso, as instituições só dispunham de informações sobre os maus pagadores. O cadastro positivo, comum em outros países, fornecerá às instituições financeiras o histórico do cliente incluindo suas qualidades de bom pagador, desde que com a autorização de cada cliente. Do total de 54 milhões de pessoas que podem obter crédito hoje, menos de 20 milhões têm conta em banco.

Enquanto o mercado procura seus próprios instrumentos, o governo abre uma cunha para atender de forma mais direta, rápida e adequada aquelas pessoas sem nenhum acesso até ao crédito para informais. O microcrédito que se- rá distribuído por toda a rede fi-

nanceira do setor público e vai alcançar lotéricas, postos de gasolina, padarias, hoje tem um valor avaliado em R\$ 300 milhões pela própria Organização Internacional do Trabalho (OIT). A mesma organização preconiza para o universo de pobres

no Brasil pelo menos R\$ 6 bilhões.

Corrigir distorções - A avaliação dos operadores desse mercado é que a inflação do fim da década de 80 e começo dos anos 90 destruiu por completo o mercado de crédito. Além de a correção monetária impossibilitar a concessão de empréstimos para pessoas que não dispunham de proteção para os seus poucos recursos, a escalada incessante dos juros impedia toda possibilidade de organizar esse mercado.

A utilização do "cadastro positivo" procura corrigir essas distorções, resgatando para o consumo milhões de consumidores que estavam na informalidade. É a organização de uma base de dados comum que já criou um imenso mercado para quem já dispõe de tecnologia, rotina e coragem para conceder empréstimos para autônomos, ambulantes, empregadas domésticas, mecânicos, motoboys, como a rede varejista Casas Bahia e a Sorocred. É com base nesses dados mais abrangentes que os bancos e as financeiras que atuam no segmento do Crédito Direto ao Consumidor poderão definir melhor sua política de crédito e as margens de riscos que estão dispostos a correr.

Para Malcon, da Acrefi, "não há mais lugar para o crédito à moda antiga no Brasil do século 21", que tem de ser "técnico e profissionalizado". A Acrefi reúne hoje 55 instituições de crédito e de financiamento que, unidas, representam mais de 70% do crédito concedido pelas empresas integrantes do sistema financeiro nacional.

Uma das reivindicações das instituições financeiras é a redução da chamada cunha fiscal. José Arthur Lemos Assunção, vice-presidente da Acrefi e da Financeira ASB, do Rio, que acaba de abrir cinco lojas em São Paulo, defende que o governo entre no mercado pelas financeiras. "É preciso que a concessão de crédito seja um resgate da cidadania, e não esmola. Para tanto, a melhor forma de se fazer isso é pela via empresarial. O negócio tem de ser feito com todos os instrumentos técnicos que há. E tem de dar lucro." Ele acha que um caminho seria o governo excluir os impostos para os empréstimos a pessoas de baixa renda da economia informal.



Movimento nos guichês de crédito aponta a demanda popular por mecanismos de financiamento