

‘O risco Brasil sumiu como um risco n’água’

Para o presidente do Citibank, Gustavo Marin, País ainda vai captar com taxas mais baixas

CARLOS FRANCO

O presidente do Citibank no Brasil, o uruguaio Gustavo Marin, de 45 anos, está otimista com o governo Lula e diz que o risco Brasil hoje não passa de um risco n’água e, muito em breve, o País estará captando recursos a custos muito mais baixos que os atuais. Apesar do sucesso das captações externas do País e de empresas brasileiras este ano, algumas intermediadas pelo Citibank, como a Petrobrás, Marin ainda considera que os custos do dinheiro para o País são elevados e “sem explicação quando comparados ao de outros países”. Ele cita como exemplo El Salvador. “Mas essa correlação que não tem nada a ver com a realidade está passando. Vai sumir”, aposta.

O importante, afirma Marin, “é que o governo Lula, das palavras às ações, está mantendo a coerência”. O prêmio dessa política, diz ele, são os indicadores macroeconômicos do País como superávit fiscal (o Estado arrecada mais do que gasta), saldo positivo da balança comercial (vende mais ao exterior do que compra) e o ingresso de dólares.

Marin, que iniciou sua carreira no banco como estagiário em 1981 e é o homem forte do Citibank no Brasil desde julho de 2001, comanda no momento uma mudança de imagem da instituição. Mudança tem a ver com o ingresso do Citibank no mercado de crédito de varejo, visando às classes C e D, com uma financeira que começa atuar com três agências, que vão se somar a mais seis até o fim do ano. “Estamos entrando nesse mercado para competir. Vamos emprestar para quem está passando na rua. Vamos ofertar crédito e vamos ganhar essa competição com outros bancos, oferecendo taxas e prazos.” Quem viver, garante esse uruguaio, verá. A seguir, os principais trechos de sua entrevista ao *Estado*, concedida no 17.º andar da sede do Citibank no Brasil, na Avenida Paulista.

Estado – De uma hora para outra, o risco Brasil que tinha ido às alturas e para o qual muito contribuíram relatórios de bancos e as análises de seus economistas, começa a desaparecer. O que aconteceu? Houve exageros?

Gustavo Marin – O risco Brasil se elevou porque havia dúvidas e incertezas quanto ao futuro governo do País, ainda no período eleitoral. É claro que houve exageros, pela falta de informação. No Citibank, depois de conversarmos com a equipe do PT, tivemos duas certezas. A primeira, de que eram pessoas sérias. A segunda é que, se fizessem o que estavam falando e estão fazendo hoje, a economia iria bem e rapidamente voltaria aos eixos. Assim, essa percepção de risco se diluiu. Foi o que aconteceu. Tanto que fomos os primeiros a reabrir linhas de crédito para exportações, ainda em janeiro, porque sabíamos



Paulo Liebert/AE

O governo Lula, das palavras às ações, está mantendo a coerência

Gustavo Marin, presidente do Citibank no Brasil

da seriedade da equipe. Hoje, neste novo cenário, o próprio País está fazendo emissões bem-sucedidas de títulos no exterior. A equipe do PT assegura essa confiança, e está seguindo o caminho certo. A realidade econômica não tem ideologia. Se você faz o certo, é premiado. Se fosse diferente, as coisas não estariam ocorrendo nessa velocidade e, ao contrário, o risco Brasil seguiria muito mais alto. Hoje, esse risco sumiu como um risco n’água. Só que o Brasil e as próprias empresas ainda pagam uma taxa muito elevada por tranche (bloco de papéis para captação), uma coisa que ocorre sem explicação se comparado com outros países, como El Salvador. Mas essa correlação, que não tem nada a ver com a realidade, está passando. Também vai sumir. Eu tenho certeza disso.

Estado – O que traduz essa confiança?

Marin – É que o governo Lula, das palavras às ações, está mantendo a coerência. O presidente disse que entregaria reformas ao Congresso em abril e entregou. Alguns executivos de Nova York ligaram, espantados. Não acreditavam. Achavam que as reformas seriam adiadas. É isso, é essa coerência e o fazer o que promete, que faz com que o risco Brasil desapareça no ar. É a continuidade dessa política de coerência do governo que permitirá o crescimento e a retomada do desenvolvimento. O grande fato é essa mudança de expectativas. Tinha gente que não acreditava que o governo encaminharia as reformas. Os indica-

dores da economia hoje são positivos. A balança comercial e o superávit fiscal. É isso que está permitindo ao governo captar recursos novos no mercado. Os prazos ainda são curtos, mas vão se estruturando. Em breve, teremos prazos mais longos.

Estado – Quando o consumidor vai perceber essa mudança, esses sinais positivos que estão permitindo ao País captar recursos no exterior e ser visto com mais confiança no mercado internacional?

Marin – Quando o governo der os primeiros sinais de que haverá queda de juros, dos atuais 26,5% para um patamar mais baixo, haverá uma maior oferta de crédito de longo prazo. Os prazos para o consumidor deverão pular de 6 meses para 12 meses, e desses para 24, 36 meses ou mais, porque os bancos terão a percepção de que o juro será menor lá na frente e ganharão com contratos fechados a juros presentes. Depois, o que se terá serão juros menores, com prazos e custos diferenciados e competitivos entre as instituições. Mas é preciso estabilidade para que isso ocorra. Para evitar que as expec-

tativas se frustrem. Tem de ser uma queda sustentada de juros. Ai, você vai ter uma maior oferta de crédito.

Estado – E os exportadores?

Marin – O Citibank foi o primeiro banco a reabrir as linhas de crédito à exportação, ainda em janeiro. Mas o dinheiro ainda está aqui, à disposição dos interessados. A demanda por este

crédito tem ficado aquém das expectativas. Talvez porque muitos conseguiram fechar contratos quando o dólar estava a R\$ 3,80, quase R\$ 4,00. Então, esse exportador tem uma necessidade menor por crédito. Agora, com um dólar mais baixo, pode ser que precisem de linhas de financiamento. Nossa linha está aqui, à disposição.

Estado – Muitos apostavam que a chegada de bancos estrangeiros ao País seria seguida de uma oferta também de crédito ao consumidor, com dinheiro mais barato, forçando a competição diante da facilidade dessas instituições em captar recursos a preços menores. Só que nada disso aconteceu.

Marin – Não aconteceu porque os bancos estrangeiros que vieram para o Brasil estavam interessados na administração de grandes fortunas e em oferecer serviços para empresas de porte, que precisavam contar com um banco com presença global. Por isso, a oferta se concentrou em asset management, private e corporate. Os bancos estrangeiros não vieram para atuar nesse mercado de varejo de crédito. Só que, agora, será diferente.

Estado – O que será diferente?

Marin – Haverá uma maior oferta de crédito aos consumidores e também para as pequenas e médias empresas. O próprio Citibank, nesse processo de mudança visual e de estratégia, que levou 18 meses para ser desenhado, vai entrar na oferta de crédito para os consumidores das classes C e D. Essa será a missão do Citibank Financeiro. Já inauguramos três agências. Vamos inaugurar mais seis até o fim do ano. São de porta de rua, de clientes a quem vamos emprestar dinheiro e que estão passando na rua. Vamos disputar esse mercado do crédito para as classes C e D, ofere-

cendo taxas e prazos. Os concorrentes já estão percebendo a mudança. Estamos entrando nesse mercado para competir e vencer. Temos fôlego para vencer. Quem vier buscar crédito encontrará o banco disposto a emprestar, e não precisará ser cliente para conseguir o empréstimo, embora tenhamos interesse em aumentar o número de usuários de nossos cartões de créditos. É isso o que nos tem permitido ter presença maior no País.

Estado – Nesta mudança visual e de estratégia, o banco também adotou a figura do guarda-chuva, símbolo do extinto Banco Nacional.

Marin – (Risos). É, eu me lembro do guarda-chuva do Nacional, mas o nosso, posso garantir, é símbolo da solidez do Citibank. O objetivo desta mudança, que também está ocorrendo no material do banco, do talão de cheques ao cartão de crédito, é expressar melhor a nossa segmentação. É uma imagem mais quente para o banco, mais moderna. São seis áreas de atuação do grupo agora: Citigroup Asset Manage-

ment, Citibank, Citi Financial, Citi Insurance, Citigroup e Citigroup Private Bank. A simplificação da nossa logomarca para apenas Citi também mostra que vamos simplificar com essa segmentação todos os processos. A mudança será percebida por nossos clientes. Hoje, no Brasil, o banco tem 500 mil clientes, dos quais 150 mil a 160 mil são clientes do Citibank, aqueles que têm uma relação diária com o banco. O nosso principal patrimônio é essa presença global.

Estado – Os grandes bancos brasileiros, a exemplo do Bradesco, Itaú e Unibanco, compraram outros bancos e alguns fundos de investimentos que atendem o público das classes A e B. O Citibank ficou parado?

Marin – Nossa política é outra. Estamos consolidando nossa carteira de clientes, oferecendo um serviço diferenciado e a marca da nossa segurança. Essa é a nossa política e é assim que vamos expandir a carteira. Por outro lado, estamos buscando esse cliente das classes C e D, que futuramente poderá mudar de nível.