



CONSUMO E CRÉDITO: DISTORÇÕES RECENTES E AJUSTES

| POR LAURO GONZALEZ

O crédito para consumo ainda tem espaço para crescer no Brasil?

Para responder a essa questão, é preciso entender os fatores que levaram à sua expansão, bem como as distorções criadas e os ajustes necessários. Novos arranjos e modelos negociais são requeridos para que ele avance de forma sustentável.

Nem só de pão vive o homem. Vive de pão e crédito”. A frase de Machado de Assis, publicada em um artigo de 1859, aplica-se bem ao Brasil de hoje e mostra, além da perspicácia do escritor, como os assuntos econômicos são constantemente retomados ao longo da história. O estoque total de crédito do sistema financeiro atingiu R\$ 2,7 trilhões em 2014, algo como 56% do Produto Interno Bruto (PIB). Para que se tenha uma ideia, há 10 anos esse número correspondia a 24% do PIB. Tal evolução representa uma taxa de crescimento média anual acima de 20%. O crédito está cada vez mais presente no cotidiano dos brasileiros, servindo a múltiplos objetivos, dentre os quais o principal tem sido, inegavelmente, o consumo das famílias.

Olhando para o futuro, é fundamental determinar se o crédito para consumo ainda tem espaço para crescer de maneira sustentável. A questão parece tornar-se mais sensível quando relacionada às pessoas de baixa renda, que podem entrar em um processo de sobre-endividamento, ao invés de terem real melhora em suas condições de vida. Para refletir sobre possíveis respostas, é preciso voltar no tempo e verificar quais fatores influenciaram a recente escalada do crédito para consumo, bem como entender as distorções criadas e os ajustes necessários.

RENDA

O principal fator para o recente crescimento do crédito ao consumo está ligado à renda dos brasileiros. Entre

1999 e 2014, o salário mínimo dobrou em termos reais. Ademais, a combinação entre a menor taxa de fecundidade – com diminuição no número de crianças nas famílias mais pobres – e a maior incidência de políticas educacionais tem feito com que os jovens permaneçam mais tempo na escola. Estudos indicam que o maior nível de escolaridade explica 20% do aumento nos salários das famílias mais pobres. Em suma, um conjunto de variáveis operou conjuntamente e incrementou a renda disponível dos trabalhadores mais pobres.

No Brasil, como o hábito de poupar parece menos arraigado do que em outros países, boa parte da renda adicional se transformou em consumo. Setores da economia favorecidos pelo incremento da demanda por seus produtos contrataram mão de obra (menos qualificada), o que gerou efeitos positivos sobre os níveis de emprego informal, realimentando o ciclo favorável. O lado negativo mais visível é o descolamento entre os salários e a produtividade, distorção que, em algum momento, precisa ser corrigida.

NOVA CLASSE MÉDIA

Vale lembrar que, do contexto acima, emerge a tão falada “nova classe média”, conceito já de início bastante criticado por adotar uma visão simplificada, típica da abordagem econômica, que utiliza unicamente o critério “renda” e despreza outros que também seriam relevantes, como o acesso ao capital cultural e social – recursos que conferem maior estabilidade social e normalmente atenuam efeitos de choques adversos.

Discutir a conceituação de classe média vai além do escopo aqui pretendido, mas interessa notar que o citado aumento de renda alterou a dinâmica de funcionamento do mercado de crédito para consumo, fazendo com que uma parcela significativa da população vivenciasse um *boom* de crédito. Os bancos atuaram agressivamente na expansão dos empréstimos consignados (modalidade de crédito a pessoa física com pagamento indireto, deduzido de salários e aposentadorias) e firmaram-se inúmeras parcerias entre instituições financeiras e redes varejistas para viabilizar a emissão de cartões de crédito em lojas. Dados recentes do Banco Central apontam que a relação entre crédito para consumo e PIB no Brasil é a mais alta entre as economias da América Latina: 15,3%, contra média aproximada de 8,0% para a região. A título de comparação, no Chile esse número é 11,6%. O gráfico abaixo apresenta dados de alguns países selecionados.



FONTE: BANCO CENTRAL E BANCO MUNDIAL

MACROECONOMIA

Do ponto de vista macro, as medidas de política econômica nos últimos anos acabaram sendo um vetor adicional em direção à expansão do crédito. Diante do desaquecimento da economia, as ações de governo foram concentradas em reduções de alíquotas do Imposto sobre Produtos

É ENORME A PARCELA DOS BRASILEIROS QUE UTILIZA MECANISMOS DE CRÉDITO DE BAIXA QUALIDADE E QUE TENDEM A PREJUDICAR O BEM-ESTAR AO LONGO DO TEMPO, SOBRETUDO DOS MAIS VULNERÁVEIS

Industrializados (IPI) para bens de consumo, notadamente automóveis, e produtos da chamada linha branca, como fogões e refrigeradores.

Além disso, por meio da atuação dos bancos públicos no crédito, o governo tentou impulsionar a economia com foco no aumento da demanda. Como se sabe, a economia continuou patinando e há sinais claros de esgotamento do modelo de crescimento focado na demanda e no componente consumo. É preciso aumentar poupança e investimento, e isso significa readequar o crédito para consumo, que precisa “caber” dentro do PIB de maneira a dar espaço para a ampliação do investimento.

QUALIDADE DOS PRODUTOS

Se de um lado todos esses fatores levaram ao crescimento do crédito com as taxas de inadimplência relativamente controladas, do ponto de vista do tomador a qualidade dos produtos de crédito costuma ser baixa. A título de exemplo, um terço do volume total das operações de cartão de crédito, uma forma de financiamento bastante difundida, tem taxas de juros superiores a 200% ao ano. É enorme a parcela dos brasileiros que utiliza mecanismos de crédito como este: de baixa qualidade e que tendem a prejudicar o bem-estar ao longo do tempo, sobretudo dos mais vulneráveis.

É preciso ainda repensar o conceito de inclusão financeira, que não pode ser reduzido à bancarização (abertura de contas). Os produtos e serviços financeiros devem ser adequados às necessidades da população



excluída, que, conforme pesquisa do Centro de Estudos em Microfinanças e Inclusão Financeira da FGV-EAESP, aproxima-se de 40% dos adultos, ou seja, quase 55 milhões de pessoas. Não se trata aqui de definir uma estratégia de produtos de um menu já existente, mas de inovar no desenho, na distribuição e na análise de risco, inclusive no crédito para consumo. As oportunidades são grandes.

NOVOS ARRANJOS

No desafio da inclusão financeira, o país detém uma vantagem comparativa que merece ser mencionada: a extensa rede de correspondentes bancários espalhada em todas as regiões, incluindo aquelas mais pobres e menos assistidas por agências de banco tradicionais. São mais de 400 mil pontos, o que representa praticamente 20 vezes o número de agências. Entretanto, boa parte dos correspondentes se dedica meramente à expansão de crédito, sem levar em conta a discussão anterior sobre os efeitos negativos do (sobre)endividamento. Por isso, é crucial estabelecer um marco legal/regulatório que busque diferenciar os correspondentes conforme as suas vocações específicas, incentivando arranjos e modelos de negócio que promovam ou sejam funcionais a um sistema financeiro inclusivo.

BOA PARTE DOS BANCOS SE DEDICA APENAS À EXPANSÃO DE CRÉDITO, SEM LEVAR EM CONTA OS EFEITOS NEGATIVOS DO (SOBRE) ENDIVIDAMENTO. É CRUCIAL INCENTIVAR MODELOS DE NEGÓCIO QUE PROMOVAM UM SISTEMA FINANCEIRO INCLUSIVO

O consumo e o crédito que o financia não são vilões, mas mecanismos de satisfação de necessidades e desejos. As distorções apontadas têm diversas matizes: econômicas, culturais, sociológicas, etc. Enfatizaram-se aqui os aspectos econômicos, sobretudo quando considerados os desdobramentos negativos para os mais pobres. Por isso mesmo, ajustes de política econômica e novos arranjos e modelos de negócio são necessários para que o país continue avançando. ●

LAURO GONZALEZ > Professor da FGV-EAESP > lauro.gonzalez@fgv.br