

Conforme pesquisa realizada em São Paulo pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-SP), apenas cerca de 10% das micro e pequenas empresas (PME) paulistas – cerca de 50 mil entre as 495 mil que entregaram a RAIS em 1997 – contavam com acesso ao crédito bancário tradicional: 7% em bancos privados e 3% em bancos públicos. Entretanto, a demanda potencial por empréstimos bancários representava 60% das empresas do setor – cerca de 300 mil –, ou seja, seis vezes a quantidade de empresas que contavam com acesso ao crédito bancário naquele período [SEBRAE-SP, 1999]. Esses números, que refletem apenas a situação das PME formais no estado mais desenvolvido da Federação, evidenciam a forte segmentação do mercado financeiro formal no Brasil. Portanto, uma alteração substancial nesse quadro dependerá, entre outros fatores, de uma oferta creditícia adequada às características da demanda das PME, sejam elas do setor formal ou não.

O presente artigo propõe-se a analisar as características bastante peculiares do público-alvo do microcrédito a partir de diferentes perspectivas. Para tanto, é realizada primeiramente uma breve discussão sobre

os motivos da segmentação do mercado de crédito bancário.<sup>1</sup> Em seguida, discute-se um dos aspectos mais polêmicos, mais politizados e mais sujeito a equívocos no debate sobre as microfinanças: o papel das taxas de juros do microcrédito. Na sequência, é sugerido que as imprecisões e dificuldades metodológicas inerentes ao conceito “setor informal” sejam superadas com a utilização da categoria “economia familiar” na caracterização do cliente típico do microcrédito. Complementarmente, propõe-se uma tipologia que reflita as diferentes características e motivações intrínsecas presentes no heterogêneo público-alvo do microcrédito.

### Segmentação do Mercado de Crédito

Para a obtenção de um crédito bancário tradicional o cliente deve cumprir três critérios básicos: (i) oferecer garantias pelo empréstimo, (ii) provar capacidade e (iii) disposição de pagamento. Devido à facilidade de avaliação desses critérios pela análise de documentos contábeis e/ou fiscais e de consulta a instituições de informações bancárias como a SERASA, essa tecnologia de crédito, relativamente rápida e simples, permite uma diminuição considerável da “assimetria de informação” entre as partes

\* Economista, Universidade Livre de Berlim, e-mail: casa@zedat.fu-berlin.de. O autor agradece a Manfred Nitsch e Mauro Dias pelas sugestões e contribuições em uma versão preliminar deste artigo.

1. Para uma discussão ampla sobre os motivos da segmentação do mercado financeiro e estratégias para superá-la, vide Nitsch e Santos (2001).

contratantes e, com isso, dos custos e riscos inerentes a uma operação de crédito. Além disso, em caso de inadimplência existe a possibilidade de uma recuperação judicial do valor – ou parte – do empréstimo.

Aplicada com grande sucesso pelo sistema bancário, essa tecnologia de crédito revela-se completamente inadequada se utilizada para operações de microcrédito: os pequenos volumes dos empréstimos resultam em altíssimos custos da oferta de crédito nesse segmento de mercado;<sup>2</sup> uma avaliação dos riscos da operação é, em geral, inviabilizada pela falta de documentos contábeis e fiscais formais; finalmente, o cliente típico de microcrédito não dispõe das garantias tradicionalmente exigidas pelos bancos.

Ao estipular valores mínimos, exigências cadastrais e garantias incompatíveis com esse segmento de mercado, os bancos excluem amplas parcelas da população do acesso ao crédito.<sup>3</sup> Ressalte-se que a falta de interesse dos bancos em atuar nesse segmento de mercado resulta da limitação do mecanismo de preço em induzir um equilíbrio entre oferta e demanda no mercado de crédito [Stiglitz e Weiss, 1981].

### Juros, Subsídios e Subvenções

O pressuposto implícito em diversos programas e instituições voltados para o microcrédito, de que o principal entrave para o acesso ao crédito para os segmentos de baixa renda seriam os altos juros pratica-

dos pelos bancos, atrai por sua simplicidade. Entretanto, para que se possa entender corretamente as relações entre as taxas de juros e a demanda por microcrédito, é preciso ir além do senso comum. Trata-se de um equívoco por duas razões principais. Primeiro, pressupõe-se a existência de uma oferta de crédito bancário tradicional acessível – ainda que cara – ao público-alvo do microcrédito. Segundo, ao reduzir os custos do crédito aos juros, é desconsiderada a grande importância dos custos transacionais nessas operações.<sup>4</sup>

Por essa razão, o mercado financeiro informal e o semiformal tornam-se, graças aos baixíssimos custos transacionais de suas operações de crédito, muitas vezes, uma fonte atrativa de crédito apesar de seus juros mais altos que os praticados pelos bancos. Esse fato foi constatado pela pesquisa citada: as fontes alternativas de financiamento mais utilizadas por 90% das PME paulistas excluídas do crédito bancário são pagamento de fornecedores a prazo (64%), cheque pré-datado (47%), cheque especial/cartão de crédito (27%), e outros, como dinheiro de amigos e parentes (10%), leasing/financeiras (4%), agiotas (4%), e factoring (3%).

Essas evidências, da mesma forma que centenas de pesquisas semelhantes em outros países, demonstram que o principal entrave para o acesso das microempresas ao crédito bancário formal tradicional não são os juros bancários, pois elas, em geral, arcam com juros mais altos. Ou seja, para elas um acesso a essa fonte de crédito representaria uma redução dos custos financeiros. Juros subsidiados não são, portanto,

2. Os custos da oferta de crédito podem ser definidos como  $C_s = fL + H + xL$ , sendo  $C_s$  o custo total da oferta de crédito para a instituição financeira;  $f$ , o custo médio de oportunidade do funding;  $L$ , o montante do empréstimo;  $H$ , os custos fixos de administração do empréstimo; e  $x$ , a soma ótima dos custos médios da diminuição dos riscos e do prêmio pelo risco. Ou seja, os fatores  $f$  e  $x$  são proporcionais ao montante emprestado e o componente  $H$  é fixo. Em outras palavras: quanto menor o empréstimo, maior será o seu custo. Finalmente, os juros cobrados por um empréstimo ( $i$ ) é composto por  $C_s$  e uma margem de lucro que reflete as condições de concorrência e demanda no mercado.

3. Mesmo que seja possível cumprir parcialmente as exigências bancárias, como demonstra a pesquisa do SEBRAE citada, também as PME formais encontram-se, em sua grande maioria, sem acesso ao crédito bancário. A existência de garantias reais, ainda que condição necessária, não é suficiente para a obtenção de um empréstimo.

4. Com efeito, para o prestador os juros representam apenas uma parte dos custos de um crédito: a eles devem ser adicionados os custos transacionais ocasionados pela operação. Estes são tanto diversos quanto de difícil mensuração: providenciar documentos, deslocamentos e horas de trabalho perdidas no processo de concessão e, posteriormente, para o pagamento do empréstimo, etc. Analogamente ao custo da oferta de crédito, quanto menor o empréstimo, maior será o peso dos custos transacionais no custo total do crédito e, dessa forma, mais caro será o empréstimo para o cliente.

uma condição necessária para se atender à demanda por microcrédito.<sup>5</sup>

Se por um lado os pequenos volumes de produção, renda e consumo são uma característica fundamental do cliente típico do microcrédito (o fator “micro”), por outro, ele exerce atividades econômicas geralmente de alto risco (o fator “risco”). Devido a isso, na difícil batalha pela sobrevivência, ele compensa os pequenos volumes de suas transações com uma alta rentabilidade e um “giro” rápido de capital. Simultaneamente torna-se necessário adotar uma estratégia de diversificação dos riscos por meio de fontes de renda variadas e do estabelecimento de relações financeiras informais com fornecedores, clientes, agiotas, amigos e familiares. Além disso, os empréstimos (e também a poupança) exercem freqüentemente funções mais típicas de seguro, ao serem utilizados para a equalização de riscos e perdas de toda ordem, do que como fundo de investimento.

A demanda por crédito típica de um cliente de microcrédito é, portanto, de pequena monta e de curto prazo. Para atendê-la, o microcrédito deve ter valores e prazos condizentes com essas necessidades, acarretar baixos custos transacionais e ser liberado rapidamente.<sup>6</sup> Além disso, uma fonte de crédito com essas características deve ser permanente, pois, para um cliente potencial – mesmo que não utilizada –, a sua simples existência torna-se um fator capaz de contribuir para diminuir os riscos e incertezas de sua atividade econômica.

Por essa razão, o subsídio dos juros, além de desnecessário, torna-se um empecilho para o cumprimento dos objetivos do microcrédito: ao subsidiar os juros, progra-

mas e instituições de microcrédito abrem mão de sua sustentabilidade econômica, subordinando a sua existência a um fluxo permanente de subvenções. Este é o motivo pelo qual os programas que não priorizam a auto-suficiência institucional atingem uma parcela muito reduzida de seu mercado potencial. Ou, em caso de fartos recursos, sofrem uma desfocalização de seu público-alvo.<sup>7</sup>

Um programa conseqüente de microcrédito – necessariamente massivo – não é compatível com uma estratégia de juros subsidiados para alguns poucos. Sua oferta de crédito deve ser auto-sustentável e não estar condicionada a fatores outros que a demanda em seu segmento de mercado. Condição necessária para tanto é a cobrança de juros que reflitam os custos do crédito e sejam, simultaneamente, inferiores às fontes tradicionais de crédito das PME.

Ao contrário dos juros subsidiados, subvenções iniciais para a implantação e consolidação da instituição de microcrédito são justificáveis e quase sempre necessárias; devem, contudo, ser de caráter temporário, pois a necessidade de subvenção permanente por parte de uma instituição de microfinanças é indício de ineficiência e incapacidade de atingir os objetivos de sua criação.

### **Informalidade e Economia Familiar**

O freqüente caráter informal das atividades do cliente típico de microcrédito é apontada muitas vezes como uma das razões principais de sua exclusão do crédito bancário tradicional. As conhecidas im-

5. Propor juros subsidiados como estratégia para facilitar o acesso das PME ao crédito reflete uma concepção equivocada sobre os motivos da segmentação do mercado financeiro: o pressuposto implícito é de uma insuficiência de demanda e não de uma falta de oferta.

6. A liberação de empréstimos em 72 horas é uma meta que algumas das melhores instituições de microfinanças demonstram ser de alcance possível.

7. O incentivo ao rent seeking por meio dos juros subsidiados explica, por exemplo, por que a clientela do PROGER no Estado de São Paulo é composta em sua ampla maioria por clientes das chamadas classe A e B [MTE, 1999]. Esse é apenas um dos muitos exemplos de como o crédito subsidiado é facilmente capturado por setores econômicos e sociais que não pertencem ao grupo-alvo pretendido. Paradoxalmente, as medidas administrativas que deveriam impedir que isso acontecesse acarretam um enorme aumento dos custos transacionais, os quais contribuem ainda mais para a desfocalização desses programas. Para uma discussão sobre os efeitos distributivos dos juros subvencionados de programas de crédito, ver Gonzalez-Vega (1977).

precisões e debilidades do conceito “setor informal” desaconselham a sua utilização como instrumento analítico em uma operação de microcrédito. Com efeito, fosse a informalidade a barreira fundamental para o acesso ao crédito por parte das PME informais, a falta de registros contábeis formais poderia ser contornada por uma análise cuidadosa de seu fluxo de caixa. Porém, como vimos, também as PME formais, em sua grande maioria, não contam com acesso ao crédito bancário.

Para além do binômio formalidade/informalidade, uma análise da clientela potencial das microfinanças – PME formais e informais – deve ter como referência a “economia familiar”, conceito que permite uma percepção correta da interdependência e do entrelaçamento dos fluxos monetários entre firma e família, entre produção e reprodução, investimento, consumo e poupança.<sup>8</sup>

Nesta unidade socioeconômica a família (consumo) e a firma (investimento) concorrem pelos mesmos e escassos recursos. Por não existir uma separação entre o caixa da família e o da firma, torna-se impossível uma distinção precisa das origens dos fluxos de renda e sua utilização posterior em forma de investimento ou consumo.

Por essa razão, a análise de uma solicitação de crédito deve ter como base essa economia familiar em todas as suas facetas e laços de reciprocidade – também intergeracionais – entre seus membros. A falta de separação entre o caixa da firma e o da família faz que haja uma permanente concorrência pelos mesmos recursos, os quais, em geral, são suficientes apenas para cobrir as necessidades básicas da família e garantir a existência da firma. Nessa disputa pelos recur-

sos comuns, o enorme déficit de consumo familiar faz que a reprodução (o consumo) tenha prioridade em relação à produção (o investimento). Ou seja, o caixa comum permite que o lucro da firma seja utilizado para financiar as necessidades de consumo da família. Essa relação inverte-se quando prejuízos da firma são compensados por meio de uma redução do consumo familiar.

Essa capacidade de sobrevivência de uma economia familiar em conjunturas bastante adversas pode manter-se por períodos até relativamente longos caso a força de trabalho familiar não encontre fontes alternativas de renda, pois, ao contrário de uma firma tradicional em uma economia familiar, a força de trabalho não representa um custo variável, mas sim fixo.<sup>9</sup> A partir dessa perspectiva, as categorias renda, consumo, poupança, investimento e trabalho assalariado adquirem uma complexidade e uma ambigüidade inexistentes nas análises microeconômicas tradicionais.

Embora a incapacidade da tecnologia de crédito bancário em atuar com microcrédito seja freqüentemente atribuída ao caráter informal das atividades econômicas do público-alvo nesse segmento de mercado, uma diminuição considerável da assimetria de informação no processo da concessão de crédito passa pela superação da dicotomia formal-informal por meio de uma análise que tenha como centro a unidade socioeconômica “economia familiar”. Também soluções criativas capazes de substituir a falta de garantias tradicionais pelo empréstimo, com a mesma eficácia destas, podem ser encontradas no âmbito da economia familiar e de suas relações socioeconômicas.

8. A categoria “economia familiar”, inicialmente desenvolvida inicialmente por Tschajanow (Cajanov) para a análise da pequena produção familiar na agricultura, oferece uma sólida alternativa teórica às imprecisões e dificuldades metodológicas inerentes ao conceito “setor informal”.

9. Na falta de um Estado de Bem-Estar social, a economia familiar, principalmente em períodos de grande desemprego, pode contribuir para “amortecer” os efeitos mais perversos da crise; uma capacidade que, diga-se de passagem, não deve ser colocada em risco pelo endividamento induzido por programas de microcrédito incompatíveis com as necessidades financeiras e o capital humano da economia familiar.

**Empreendedor, Wirt e Survivor**

Esperar (ou até mesmo exigir) que o tomador de empréstimo atue como um empreendedor, ou seja, que utilize o crédito para investir e colocar em marcha um processo inovativo, independente de acumulação prévia de capital, não corresponde a essas características básicas. Ao contrário, o que as evidências empíricas demonstram é que na demanda por microcrédito predominam – para ficarmos nos termos originalmente utilizados por Schumpeter em 1911, na primeira edição de seu livro “Teoria do Desenvolvimento Econômico” – não empreendedores (Unternehmer), mas Wirte,<sup>10</sup> a saber, donos de empresas que realizam uma atividade econômica autônoma orientada primordialmente para a reprodução, sem grandes expectativas de acumulação. A essa tipologia clássica de Schumpeter há que se acrescentar uma terceira categoria no público-alvo do microcrédito – o survivor. Auto-empregado em função do desemprego, ele pode com muito sorte e talento ter chances de converter-se em Wirt ou, eventualmente, até mesmo em empreendedor; no entanto, em sua imensa maioria a atividade produtiva independente não é fruto de um “espírito empreendedor”, mas sim da difícil luta cotidiana pela sobrevivência.

Com isso, somente uma pequena parte da demanda por microcrédito destina-se a investimentos em máquinas e equipamentos de um empreendedor schumpeteriano; para a grande maioria de sua clientela – composta de Wirte e survivors –, a função preponderante do microcrédito é fornecer capital de giro para cobrir dificuldades momentâneas de liquidez ou para aproveitar chances de eventuais negócios favoráveis.

10. Ao contrário de Unternehmer, a categoria schumpeteriana Wirt não pode ser traduzida diretamente ao português.

**Considerações Finais**

Uma oferta de microcrédito adequada a sua demanda potencial deve responder a três desafios básicos: (i) custos transacionais compatíveis com os pequenos volumes das operações, (ii) diminuição considerável da assimetria de informação entre cliente e instituição; e (iii) criação de garantias alternativas para os empréstimos concedidos.

Uma estratégia conseqüente de microcrédito, necessariamente massiva, não é compatível com juros subsidiados para alguns poucos. A solução a contento desses desafios depende, entre outros fatores, de uma atuação da instituição de microfinanças compatível com as características peculiares de sua clientela, a qual não deve ser tratada como “beneficiários”, pois um empréstimo não é um “benefício”, mas sim uma dívida a ser paga acrescida de juros. Tais práticas paternalistas não contribuem para o estabelecimento de uma relação de confiança inerente a qualquer transação financeira.

Microcrédito não é, portanto, uma panacéia a ser utilizada como instrumento de política social compensatória ou mesmo para suprir a falta de uma política econômica voltada para a produção e o emprego. Porém, respeitados os seus limites e voltado para as necessidades e possibilidades de sua clientela, ele pode constituir-se em um importante instrumento, entre outros, de fomento do desenvolvimento econômico e social.

**Referências Bibliográficas**

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Avaliação do PROGER, PROGER-Rural e PRONAF Realizado pelo IBASE. *Relatório Final dos Estados*. Brasília, 1999.

GONZALEZ-VEGA, C. Interest Rate Restrictions and Income Distribution. In: *American Journal of Agricultural Economics*, v. 59, p. 973-976, 1977.

NITSCH, M., SANTOS, C. A. Da Repressão Financeira ao Microcrédito: notas sobre

princípios e alternativas institucionais para a expansão da “fronteira financeira”. In: *Revista de Economia Política*, v. 21 (4), n. 84, 2001.

SEBRAE-SP. *A Questão do Financiamento nas MPE do Estado de São Paulo*. São Paulo: 1999. mimeo

SCHUMPETER, J. *Die Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin: Duncker & Humblot. (1911/1987).

STIGLITZ, J. E., e WEISS, A. Credit Rationing in Markets with Imperfect Information. In: *The American Economic Review*, v. 71, n. 3, p. 393-410, 1981.

TSCHAJANOW, A. *Die Lehre von der bäuerlichen Wirtschaft. Versuch einer Theorie der Familienwirtschaft im Landbau*. Frankfurt/M: Campus. (1923/1987). In: CHAYANOV, A. *The Theory of Peasant Economy*. Homewood. (1923/1966).