

Classe C compartilha cartão de crédito

Consumidores de baixa renda se ajudam na hora de gastar, obter crédito, poupar e fazer orçamento doméstico

Emprestar cartão de amigos e familiares e comprar fiado são alternativas no mundo informal das finanças

DE SÃO PAULO

Kêzia Teodoro, secretária de Carapicuíba que trabalha em uma empresa de engenharia, empresta e pega emprestado o cartão de crédito das amigas do escritório. O "clube" informal já tem até nome: "Empresta Ai".

Eliane de Paula Marques, ex-frentista e dona de casa da Freguesia do Ó, vende o vale-refeição para completar o orçamento da família e ajudar o marido nas despesas de casa.

Pedro dos Santos Junior, dono de mercearia no Parque Bristol, aumentou o fatura-

mento de seu negócio ao vender fiado a clientes do bairro da zona leste paulistana.

As regras que valem para Kêzia, Eliane e Pedro — e milhares de consumidores das classes C, D e E (com renda familiar até dez salários mínimos, pelo conceito da FGV) — seguem lógica diferente das que regem a economia formal: a solidária.

Nessa realidade econômica paralela são parentes e amigos que ocupam, em parte, o papel que bancos e financeiras têm para as classes AB na relação com finanças.

Até ganhar tempo para pagar contas vira crédito. Não é à toa que quatro em cada dez consumidores da classe D (renda familiar de um a três mínimos) compraram fiado entre setembro e fevereiro deste ano, segundo pesquisa do instituto Data Popular, es-



Kézia Teodoro e Ana Claudia Santos, que emprestam cartões de crédito uma para a outra

pecializado em baixa renda.

“Comprar fiado significa obter crédito para conseguir fechar as contas do mês e não se endividar. Em vez de o banco conceder esse crédito, quem dá é o dono do mercado, a manicure, o vendedor

de produtos de limpeza que vai de porta em porta”, afirma Renato Meirelles, sócio-diretor do instituto.

“É uma relação de confiança e de reciprocidade, bem diferente da lógica impessoal e distante que esse consumi-

dor encontra em um banco.”

A distância desse consumidor para o mundo formal das finanças ainda é tão grande que outra pesquisa da WMcCann mostra que parcela expressiva da classe C (36%) ainda não tem nem

A QUEM RECORRE O CONSUMIDOR*

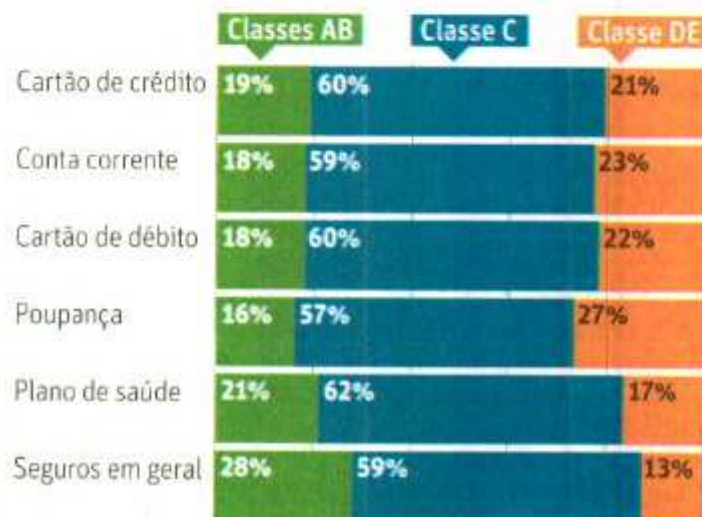
Se precisasse de um empréstimo, quem procuraria?



Se as redes de varejo cobrassem juros 5 pontos percentuais mais altos, de quem emprestaria?



Acesso a serviços financeiros**



Quem pertence a cada classe

Classe AB: acima de 10 salários mínimos

Classe D: de 1 a 3 salários mínimos

Classe C: de 3 a 10 salários mínimos

Classe E: abaixo de 1 salário mínimo

* Instituto Data Popular, a partir de 2.000 entrevistas com pessoas com 16 anos ou mais em 12 regiões metropolitanas

** Projeção de pessoas que dispõem desses serviços no país, a partir de pesquisa feita a partir de 1.600 entrevistas em todas as regiões do Brasil, no segundo semestre de 2009 pelo Data Popular em parceria com Datafolha

Fonte: Instituto Data Popular

conta-corrente. O levantamento considera casais com renda mensal de R\$ 1.000 a R\$ 2.000 em cinco capitais.

Quando o orçamento aperta, esses consumidores não têm dúvida a quem recorrer. "Uso o cartão de minha mãe,

e ela, o meu", diz o cabeleireiro David Gomes Martins.

O Data Popular estima que ao menos 14 milhões costumam emprestar cartão de crédito a parentes e amigos —10 milhões deles estão na classe C. (CLAUDIA ROLLI)

Consumidor prefere empréstimo no varejo

DE SÃO PAULO

Apesar das tentativas dos bancos para se aproximarem do cliente de baixa renda, ainda é nas redes de varejo que esses consumidores preferem buscar empréstimos.

“Apresentamos diversos logos de bancos e de redes de varejo, que atuam ou não em parceria com financeiras. E 61% dos entrevistados optaram por fazer empréstimos com o varejo”, diz Renato Meirelles, sócio-diretor do instituto Data Popular.

“Isso mesmo se o varejo cobrasse juros cinco pontos percentuais a mais no ano do que os bancos”, acrescenta.

“O consumidor de baixa renda aprendeu a buscar crédito na loja, criou laços com a empresa que o atende. É na loja que ele materializa seus desejos ao comprar uma geladeira, um fogão”, diz Claudio Felisoni, coordenador do Provar (Programa de Administração de Varejo) da FIA.

O banco, diz, ainda é “distante” e impõe restrições. “Até a porta giratória é empecilho ao seu ingresso.”

Para Marcel Solimeo, economista da Associação Comercial de São Paulo, as escolhas do consumidor estão relacionadas ao tamanho da prestação, não aos juros.

Apesar da inexperiência para lidar com o crédito, Soli-

meo avalia que a inadimplência do consumidor “novato” não chama atenção.

Pesquisa feita em fevereiro com cem pessoas que compraram pela primeira vez mostra que 8,4% se tornaram inadimplentes. Já entre cem deles que estavam habituados a comprar, a inadimplência foi de 6,7%.

FIADO VIRA CRÉDITO

O consumidor de baixa renda também busca crédito em ambientes informais —como a mercearia do bairro, por meio da compra fiado.

Quando abriu uma mercearia; há quatro anos, na zona leste de São Paulo, Pedro dos Santos Junior imaginou o que todo comerciante pensa: fiado é prejuízo.

Os clientes começaram a chegar, a comprar e a pedir prazo para pagar. E o que começou como uma exceção a

bons pagadores acabou aumentando o faturamento do comércio em cerca de 10%.

“Nasci e cresci nesse bairro. Conheço todos e todos me conhecem. Hoje, o fiado funciona como um crédito que concedo a eles, sem cobrar nada a mais por isso”, diz.

Segundo ele, são os mais jovens quem atrasam mais o pagamento. “Aí não dá. Tenho que agir na prática como banco, que corta o crédito.”

Os clientes que compram na mercearia de Junior, assim como boa parte dos consumidores de menor poder aquisitivo, têm vergonha de recorrer a bancos.

Pesquisa da WMcCann (com casais com renda entre R\$ 1.000 e R\$ 2.000) mostrou que 47% deles têm vergonha de pedir dinheiro emprestado. E 81% afirmam que o banco é o último lugar em que solicitariam crédito.