

**Marcelo Neri:** característica decisiva do sucesso de programas de crédito é o retorno para os agentes envolvidos. **Página A13**

# Microcrédito, macrocrise e o Crediamigo



MARCELO NERI

**A** editora da Fundação Getúlio Vargas recém-lançou o livro "Microcrédito, o Mistério Nordestino e o Grameen Brasileiro" que avalia os desafios brasileiros do microcrédito e do maior programa em operação no país: o Crediamigo, que atua no mercado urbano nordestino, detém mais de dois terços do mercado nacional de crédito produtivo popular direcionado. Apresento aqui alguns resultados adicionais para além do livro, colocando em perspectiva a crise atual. O fato de estarmos em crise creditícia não implica que qualquer ação pública na área será bem vinda. É preciso separar o joio do trigo, o que aliás é a alma do crédito.

Um requisito para a avaliação do Crediamigo é usar referência externa. É preciso comparar o desempenho dos clientes do programa com o de um grupo de controle local, pois a economia brasileira, e a nordestina em particular, apresentou crescimento acima da média nacional até a pouco. Optou-se como controle as unidades de trabalhadores por conta própria e empregadores da Pesquisa Mensal do Emprego (PME/IBGE). A PME e o Crediami-

go permitem o acompanhamento dos mesmos indivíduos, empresas e famílias ao longo do tempo. A análise está restrita aqui a Grande Salvador e a Grande Recife entre 2005 e 2006. Foram analisados os movimentos relativos das seguintes variáveis de desempenho: I) o lucro do microempresário no negócio; II) mudança de classe econômica familiar do empresário. A comparação entre indivíduos semelhantes com e sem acesso a crédito nos permite detectar impactos do microcrédito sobre ascensão entre classes de renda familiar, do lucro dos pequenos negócios e da probabilidade de trabalhadores por conta própria se tornarem empregadores (este último apresenta resultados semelhantes, não endereçados aqui).

Um primeiro conceito de desempenho empresarial que a PME oferece é o lucro bruto, captado através do conceito de renda do trabalho de empregadores e de unidades por conta própria. A análise controlada pelas características colocadas a partir de equações mincerianas de lucro com dummies interativas de período e amostra revela um diferencial de desempenho habitual de 7,7% dos clientes ativos do Crediamigo vis-à-vis outras unidades cobertas pela PME com atributos socioeconômicos comparáveis. Cabe lembrar que esses resultados se referem às unidades produtivas situadas nas grandes metrópoles nordestinas. A melhora absoluta dos clientes do Crediamigo fora das metrópoles, onde o crédito é mais escasso, foi 600% superior.

O diferencial de desempenho de lucro bruto crescente das clientes em relação aos clientes do Crediamigo cai 3,9% a favor delas. Já no caso da PME o diferencial de gênero aumentou 7,8%. Em suma, enquanto o diferencial de lucros entre mulheres e homens aumenta no caso da amostra da PME, cai no caso dos clientes do Crediamigo, reforçando a interpretação das microfinanças como um instrumento para a diminuição das desigualdades trabalhistas associadas a gênero. Heurísticamente, o microcrédito, em geral, e o Crediamigo, em particular, funcionam como fonte de financiamento da chamada revolução feminina ora em curso. Apesar de serem 1/3 dos microempresários urbanos nordestinos, as mulheres são 2/3 dos clientes do Crediamigo. A metodologia de grupo solidário, o foco e o retorno maior obtido pelas mulheres, tomado emprestado do Grameen Bank, tornam o Crediamigo uma espécie de ponto G do microcrédito nacional.

A mobilidade entre classes econômicas com o foco na comparação direta entre as famílias do Crediamigo com as famílias da PME através de um modelo logístico multinomial ordenado e controlado usada para responder a pergunta-chave é: com mais acesso a crédito a possibilidade de ascensão econômica familiar seria maior? Neste exercício, mantendo constante a mesma educação, gênero, idade, setor de atividade, tamanho de empresa e metrópole de atuação, não rejeitamos a hipótese para os microempresários nordestinos que em 2005 estavam ini-

cialmente nas classes E, D ou C. O acesso ao Crediamigo proporcionou maiores probabilidades de progressão nas escala de classes econômicas. Para aqueles que estavam inicialmente na classe A/B o efeito é oposto.

### **Tamanho, sustentabilidade, grupo solidário, foco e retorno maior das mulheres, tornam o Crediamigo uma espécie de ponto G do microcrédito**

A análise das transições sem controles no mesmo período dá uma melhor pista da magnitude dos resultados encontrados. Desde a classe E, a probabilidade de ascensão de classes econômicas entre os clientes do Crediamigo foi de 54,72% contra 38,82% dos microempresários. Este resultado ratifica o artigo premiado de Teixeira, Soares e Barreto (2008) sobre a mesma base de dados e publicado em nosso livro. Desde a classe D, o respectivo placar foi 36,92% contra 34,03%. Desde a classe C, foi 9,95% do Crediamigo contra 7,55% do resto. Finalmente, desde as classes mais altas A e B vistas conjuntamente, a probabilidade de descenso é cerca de 20% maior entre os clientes do Crediamigo, que apresentaram 46,84% contra 38,76% dos microempresários em geral. O foco do programa está nas classes D e C, mas o ganho dos clientes do programa são tão maiores quanto menor for sua renda inicial (retorno pró-pobre).

A característica mais fundamental de um programa de crédito bem-sucedido é o retorno propiciado aos agentes envolvidos. Se os ganhos da transação penderem muito para o lado dos intermediários financeiros, a transação não é boa para os clientes e pode, ao fim e ao cabo, ser prejudicial ao prestador por atrair um cliente de pior qualidade, como no exemplo de seleção adversa que deu o Nobel de Economia a Joseph Stiglitz. Por outro lado, se o empréstimo embute spreads de juros negativos, como nas experiências de crédito subsidiado, o programa não é sustentável. No caso do Crediamigo o lucro é positivo, mas não abusivo — em torno de R\$ 50 por ano —, o que gera sustentabilidade.

Os resultados proporcionados pelo Crediamigo citados são confirmados por outros, a saber: I) A premiação do programa como a melhor experiência de microcrédito regulado da América Latina em 2008 pelo BID. II) A expansão do programa para outras áreas fora do Nordeste, a começar pelo município do Rio de Janeiro. III) A invasão (com reféns) do mercado onde atua originalmente o Crediamigo por outras instituições nacionais (Banco Real) e estrangeiras (Finsol e Azteca). Seja na escolha privada, seja na pública, mesmo em tempos de crise, competir é preciso.

**Marcelo Côrtes Neri**, chefe do Centro de Políticas Sociais do IBRE/FGV e professor da EPGE/FGV, é autor de "Microcrédito, o Mistério Nordestino e o Grameen Brasileiro". [mcneri@fgv.br](mailto:mcneri@fgv.br)