



## **Uma análise do perfil de consumo e acesso ao crédito nas comunidades de baixa renda do município do Rio de Janeiro**

**Luis Eduardo Madeiro Guedes**

Doutorando do Programa de Engenharia de Produção da Coppe/UFRJ

leguedes@iser.org.br

guedes1970@uol.com.br

**Mariana da Silva Telles Scaldini**

Graduada em Economia

Consultora da Overview Pesquisa

scaldinimariana@hotmail.com

### **Resumo**

O trabalho faz uma análise descritiva dos dados referentes a duas pesquisas realizadas nas Favelas do município do Rio de Janeiro em 2002 e 2003. A trabalho desmistifica a Favela como foco de pobreza, mostrando que existe uma dinâmica diferenciada de consumo dentro das Favelas. O trabalho também trata do acesso ao crédito, mostrando caminhos para o desenvolvimento do consumo nas camadas de renda mais baixas da população.

### **Abstract**

This paper intend to describe the consumption profile and access to credit of inhabitants of some Favelas (SLUMS) in the municipality of the Rio de Janeiro based on surveys collected in 2002 and 2003. Our main result suggests an important heterogeneous household consumption profile demystifying the Favela as a place only for poor people. Besides, the paper shows the importance of the micro-credit to consumption for the poorest households in different Favelas.



# Uma análise do perfil de consumo e acesso ao crédito nas comunidades de baixa renda do município do Rio de Janeiro

Luís Eduardo Guedes<sup>1</sup>  
Mariana da Silva Telles Scaldini<sup>2</sup>

## 1. Introdução:

O principal objetivo deste trabalho é mostrar que apesar do baixo nível de renda e educação, e da falta de oportunidade para um desenvolvimento maior de seus moradores, as favelas do Rio de Janeiro constituem um importante mercado consumidor. Portanto o desenvolvimento deste trabalho visa, também, mostrar que a opinião deste tipo de consumidor faz diferença para o mercado. Apesar de representar uma parcela relevante da população, e de formar um importante grupo de consumo, existe uma resistência muito grande por parte do mercado no reconhecimento deste fato, o que faz com que a opinião desta parcela da população seja simplesmente mal estimada ou até mesmo ignorada pelas pesquisas de opinião e de mercado.

A estabilização econômica e a facilitação do acesso ao crédito, são alguns dos fatores que tornaram possível um planejamento de orçamento domiciliar, possibilitando a inserção dos moradores de comunidades de baixa renda no mercado consumidor, baseado nisso, outro ponto investigado no trabalho será o acesso ao crédito para populações de baixa renda.

Apesar de representar uma parcela relevante da população, e de formar um importante grupo de consumo, existe uma resistência muito grande por parte do mercado no reconhecimento deste fato, o que faz com que a opinião desta parcela da população seja simplesmente mal estimada ou até mesmo ignorada pelas pesquisas de opinião e de mercado.

## 2. Representatividade do universo da pesquisa: Uma breve descrição do plano amostral.

O levantamento dos dados da pesquisa incluiu dois *surveys* com objetivos e estratégias de construção de amostra diferenciados. O primeiro *survey*, cujo principal objetivo era verificar o nível de inserção na sociedade de consumo das comunidades pobres do município do Rio de Janeiro, se concentrou em uma dimensão básica: Distribuição da classificação social de acordo com o critério Brasil da Abipeme. Definiu-se, assim, que o universo da pesquisa seria constituído de moradores de favelas do município do Rio de Janeiro, com idades entre 15 e 65 anos.

Para atender a tais objetivos, criou-se uma amostra capaz de proporcionar uma visão geral do consumo no conjunto de favelas do município do Rio de Janeiro, sem possibilidades de serem

---

<sup>1</sup> Coordenador do Núcleo de Monitoramento e Avaliação do ISER: leguedes@iser.org.br.



extraídos indicadores para favelas Específicas. Contudo neste primeiro *survey* pode-se ter uma visão das favelas por áreas agregadas: Centro/Zona Sul, Zona Norte, Zona Oeste/Barra e Jacarepaguá; definidas de acordo com as áreas de planejamento da prefeitura do Rio de Janeiro. Neste primeiro *survey* foram realizadas 857 entrevistas em 37 favelas do município do Rio de Janeiro, as abordagens foram realizadas em entradas e saídas das favelas (pontos de passagem). As favelas selecionadas para a amostra obedeceram a critérios de localização, tamanho da população e renda média, para que todos os tipos de favelas fizessem parte da seleção. As favelas selecionadas para o primeiro *survey*, por região foram:

- Centro/Zona Sul: Parque N. S. da Penha, Parque Alegria / Parque Vitória, Azevedo Lima, Morro, Mangueira, Rocinha, Morro de Cantagalo, Morro d Formiga, Vila Santo Amaro e Nova Divineia.
- Zona Norte : Jacarezinho, Vila Cruzeiro, Vila São Jorge (Colégio), Vila Rica de Iraja, Parque União, Parque Jardim Beira-Mar, Baixa do Sapateiro, Morro da União, Morro Cachoeira Grande, Conj. Resid. dos Servidores Municipais, Palmeirinha, Parque Silva Vale, Vila São Pedro, Lemos de Brito, Parque Proletário de Cordovil, Iguazu e Caminho da Reta.
- Zona Oeste/Barra e Jacarepaguá: Rio das Pedras, Alto Bela Vista, Chacrinha do Mato Alto, Araticum, Espírito Santo, Travessa Antonina, Fazenda Coqueiro, Vila Vintém, Jacaré, Cidade Nova e Vila Jurema

Este *survey* é representativo da população de favelas do município do Rio de Janeiro e, por extensão, da população pobre do município, porém não é representativo da população pobre do Grande Rio, ou do estado do Rio de Janeiro.

O segundo *survey* teve mais objetivos: O segundo *survey* deveria definir, com mais precisão que a anterior a relação das variáveis sócio-econômicas com o consumo, mostrando assim o perfil do consumidor de baixa renda. Este *survey* também teve o objetivo de avaliar a importância do acesso ao crédito como combustível para o consumo.

Para atingir estes objetivos a amostra foi construída de maneira diferenciada, porém também não poderia produzir estimativas para nenhuma favela específica. A estratégia de construção da amostra permite que estimativas por porte de favelas fossem realizadas. O critério de seleção obedeceu ao porte das favelas, e a seleção no segundo estágio teve cotes de sexo e idade, sendo assim selecionadas duas favelas de grande porte: Rocinha e Maré, esta última representada por 8

---

<sup>2</sup> Pesquisadora do Núcleo de Monitoramento e Avaliação do ISER: scaldinimariana@hotmail.com



grandes comunidades (Parque Maré, Nova Holanda, Baixa do Sapateiro, Parque União, Rubens Vaz, Morro do Timbau, Praia de Ramos, Roquete Pinto), e 18 favelas de porte médio e baixo: Alto da Bela Vista, Canal do Anil, Mangueira, Fazenda Coqueiro, Formiga, Favela do Jacaré (Santíssimo), Jacarezinho, Joaquim Queiroz, Morro da União, Nova Brasília, Parque Alegria, Parque Royal, Parque São Jorge, Pavão-Pavãozinho, Vila Cruzeiro, Vila Rica de Irajá, Vila São Jorge, Vila Vintém.

A amostra total para este *survey* incluiu 1510 pessoas moradoras das comunidades listadas acima, e as entrevistas foram também realizadas em entradas e saídas das favelas (pontos de passagem), para que o processo de obtenção de informações fosse mais rápido e de custo viável. O segundo *survey* também é representativo da população de favelas do município do Rio de Janeiro e, por extensão, da população pobre do município, porém também não é representativo da população pobre do Grande Rio, ou do estado do Rio de Janeiro.

### **3. Uma visão da favela como mercado consumidor: Uma abordagem baseada no Critério de Classificação Econômica Brasil.**

Instintivamente imagina-se a favela como um foco de pobreza, pensa-se em uma população com pouca variação de renda, com baixo nível educacional e conseqüentemente com acesso a postos de trabalho que exigem menos qualificação. Boa parte deste converge para a situação real, porém, nos últimos anos, esta população vem encontrando suas maneiras de se incluírem no mercado consumidor, isto é, apesar de todas as dificuldades é fato que existe um desenvolvimento local, com mercado próprio e dinâmicas de consumo diferenciadas.

A classificação social do Critério de Classificação Econômica Brasil<sup>3</sup> (Critério Brasil) da ANEP, que neste estudo serviu como base para a determinação do poder de consumo nas comunidades de baixa renda do município do Rio de Janeiro, fundamentou-se em um estudo com base no banco de dados do LSE - Levantamento Sócio-Econômico de 1993 do IBOPE, que pesquisou 20.000 domicílios, constituindo uma amostra representativa da população urbana moradora em municípios acima de 20.000 habitantes. A partir desse banco de dados foi construído o sistema de pontos e de itens de consumo. Posteriormente, dada a nova realidade econômica a partir do Plano Real e baseada em uma nova amostra de 10.000 domicílios (LSE/96), foi feita uma reavaliação do sistema de pontos e um reexame de classes.

#### **3.1 – Poder de consumo das Favelas**

Como podemos ver no gráfico abaixo mais de 51% desses moradores se concentram na classe C, porém existe uma parcela significativa nas classes A e B (26,7%). A concentração nas

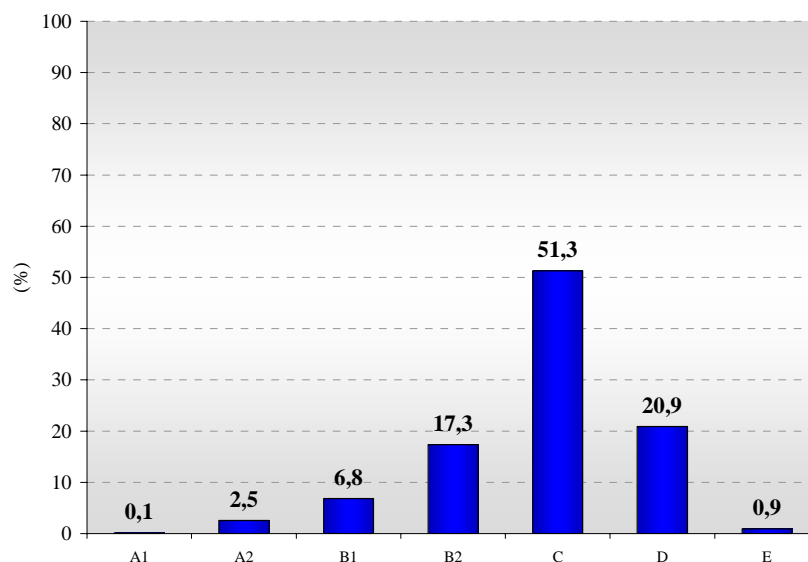
---

<sup>3</sup> Ver a metodologia do Critério Brasil da ANEP



classes D e E é muito abaixo do que se esperava. Este quadro mostra que de fato existe consumo nas favelas, e que ele não é desprezível.

### Percentual dos moradores das comunidades de baixa renda do Rio de Janeiro por Classe Social



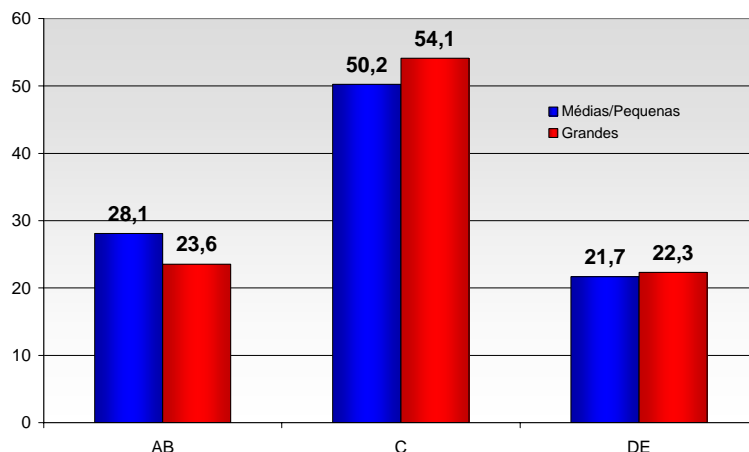
No Brasil, as classes D e E absorvem 35% da população enquanto nas favelas estas classes representam 21,8%. Outro ponto que deve ser destacado é a alta concentração das favelas na classe C, esta concentração é quase o dobro do Brasil. Cerca de 29% da população brasileira estão nas classes A e B, contra 26,7% da população das favelas. Fazendo a análise destes dados, concluímos que a favela é essencialmente um ambiente classe C enquanto o Brasil se concentra entre as classes C e D.

Proporção dos moradores de acordo com a classe social e a região em que reside				
Classe Social	Região da Comunidade			N
	Centro/Zona Sul	Zona Norte	Zona Oeste/Barra e Jacarepaguá	
AB	20,50	28,48	26,91	232
C	50,93	52,68	48,88	444
DE	28,57	18,84	24,22	189
	164	470	231	865

As favelas da zona norte tem a menor concentração de pessoas nas classes D e E, porém, de uma maneira geral, os percentuais relativos a classe C não tem alteração significativa, o que leva a crer que a localização não exerce impacto na caracterização/classificação das favelas como ambiente classe C. Em relação a classe AB pode-se dizer que as favelas da região Centro/Sul tem poder de consumo menor que as da Zona Norte. Uma das razões desta desvantagem das favelas da zona sul e centro é a maior desigualdade entre as comunidades, isto é, as comunidades do centro e

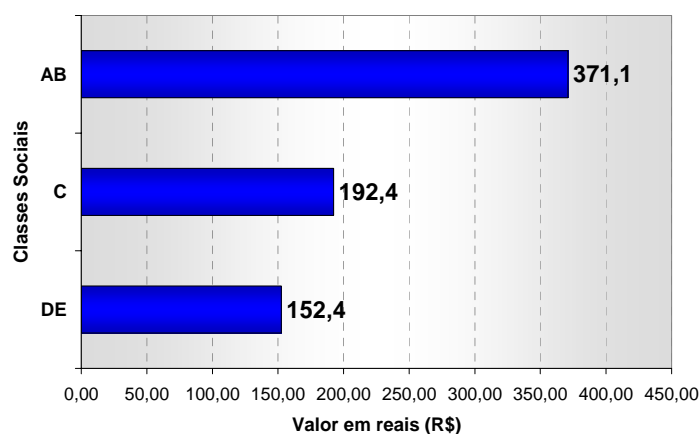
área portuária, que são em média mais pobres que as da zona norte. Pobres puxam as estimativas para baixo, no caso da região cento/sul como um todo.

### Percentual dos moradores das comunidades de baixa renda do Rio de Janeiro por Classe Social



Quando os dados sobre classificação social são desagregados pelo porte das favelas vemos uma inversão entre o porte e a classificação. Contra o que se esperava, as favelas de médio e pequeno porte têm maior percentual de moradores que vivem em domicílios classe AB. Mais uma vez, busca-se a explicação para este fenômeno na desigualdade. As favelas maiores tendem ser mais desiguais e, portanto tendem a gerar uma maior diferença entre o poder de consumo das famílias.

### Renda familiar *per cápita* por Classe Social



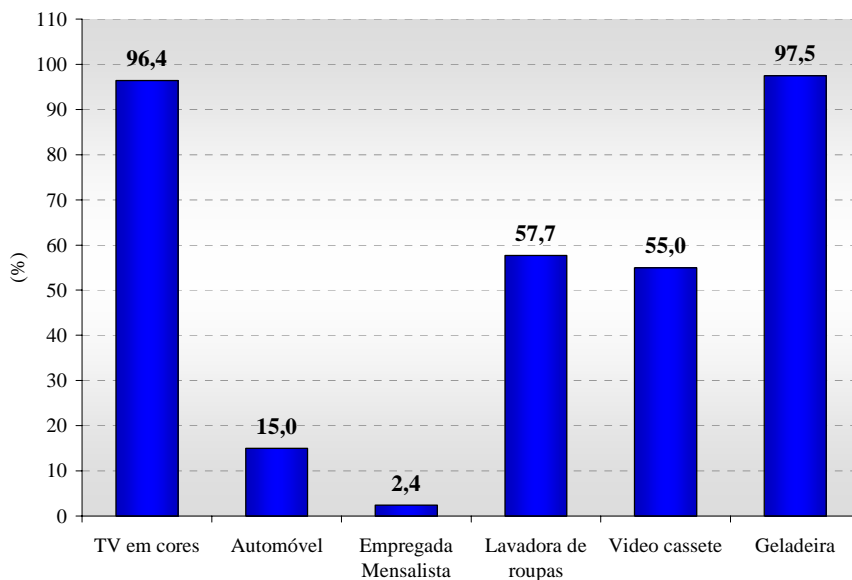
Outro ponto importante a ser analisado é a renda das classes sociais nas favelas do Rio de Janeiro. Considerando que, em média, as famílias são compostas por 4 pessoas a renda familiar *per cápita* média de uma família de Classe AB, moradora de favela no município do Rio de Janeiro, é de aproximadamente 1500 reais, o que é muito inferior à média de renda familiar da classe A e B do Brasil<sup>4</sup>. A relação entre renda e classificação social será melhor explorada mais a frente.

<sup>4</sup> Ver Critério Brasil da ANEP.

### 3.2 - Bens de consumo

Como já visto anteriormente a classificação social é relacionada com a posse de itens e bens de consumo. Nas favelas, entre os principais itens que compõe o Critério Brasil, Televisão e Geladeira destacam-se como os bens de consumo mais comuns dentre os moradores de comunidades de baixa renda; Lavadora de Roupas e Vídeo Cassete apresentam-se de forma significativa, porém em menor número que as anteriormente citadas. O destaque vai para o percentual de pessoas que vivem em famílias que possuem automóvel, bem de consumo que há anos atrás era praticamente inexistente em áreas pobres.

**Percentual de pessoas que vivem em famílias que possuem alguns dos principais itens que compõem o Critério Brasil**

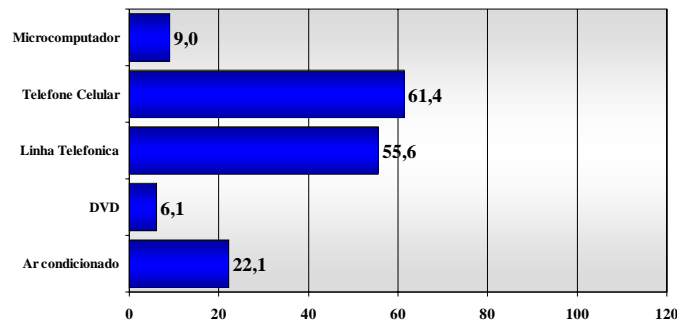


Podemos ver no gráfico abaixo os dados sobre posse de bens de consumo que não fazem parte do Critério Brasil. Nestes dados vemos que os telefones fixos e celulares só são superados em termos de percentual de posse, por artigos de primeira necessidade tais como Tv e Geladeira. Outro item que aparece em destaque é o Ar-Condicionado. O percentual de posse de computador é baixo se comparado a Cidade do Rio de Janeiro como um todo, porém é superior a municípios da baixada fluminense tais como Nova Iguaçu e Duque de Caxias<sup>5</sup>. Este quadro reforça que a tese de que as Favelas formam um mercado de consumo que não pode ser considerado desprezível.

<sup>5</sup> Ver Sorj e Guedes “Exclusão Digital: Conceitos, evidencia empírica e políticas públicas” Novos Estudos. São Paulo: Cebap, n. 72, julho de 2005, pp. 101-117



### Percentual de bens de consumo que não compõem o critério Brasil



### 3.3 – Renda versus Classificação Social e Bens de consumo

Na tabela abaixo pode ser identificada uma relação entre renda e classificação social. A Classe D se concentra na faixa de até 3 salários mínimos, enquanto a Classe C se concentra entre 1 e 5 salários mínimos. Conforme aumenta a classificação social a concentração de pessoas sobe para as faixas de renda maiores, vemos, por exemplo que as pessoas das classes A e B, nas Favelas do Rio de Janeiro, tendem a se concentrar nas faixas de 5 salários mínimos ou mais.

#### Distribuição da Classe Social por Faixa de Renda

	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D	Classe E
Até um salário mínimo	0,0	1,0	9,1	25,3	50,0
De 1 a 3 salários mínimos	14,3	26,7	48,8	55,2	16,7
De 3 a 5 salários mínimos	23,8	44,2	34,9	16,1	33,3
De 5 a 10 salários mínimos	38,1	23,3	6,3	3,4	0,0
Mais que 10 salários mínimos	23,8	4,9	0,9	0,0	0,0

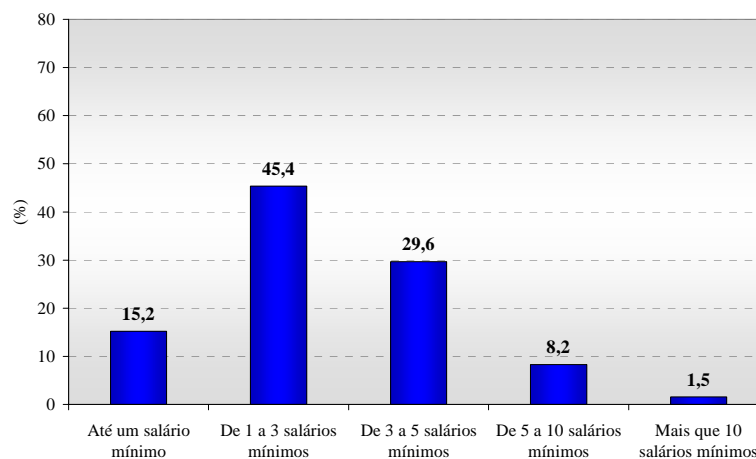
Nota 1: A Classe E não tem uma base de respostas estatisticamente significativa.

Nota 2: O Salário Mínimo na época em que a pesquisa foi realizada era de R\$ 240,00

Completando a análise, nota-se pelo gráfico abaixo que os chefes de família moradores de comunidades carentes, em sua maioria, vivem em domicílios com renda entre 1 e 3 salários mínimos.

#### Faixas de Renda dos Chefes de Família

Nota 1: O Salário Mínimo na época em que a pesquisa foi realizada era de R\$ 240,00







Ao relacionar faixa de renda com os bens possuídos pode-se ver pela próxima tabela que o percentual de pessoas que possuem TV é alto independente da Faixa de Renda, o mesmo não acontece com a posse de Automóvel que aumenta de acordo com o nível de renda. Apesar de ter comportamento parecido com a posse de Automóveis, existe uma significativa proporção de pessoas com renda de 1 a 5 salários mínimos que possuem Máquina de Lavar, sendo estas faixas as que concentram o maior número dos moradores de comunidades carentes. A posse de Geladeira é alta em todas as faixas, além disso, ela é o bem mais importante, pois a proporção de pessoas que possuem Geladeira chega a ser superior a proporção dos que possuem TV. A conclusão sobre a posse de Vídeo Cassete é análoga a Máquina de Lavar.

Fazendo a análise dos dados é possível indicar os itens que são mais sensíveis a renda, e desta forma nota-se que não existe uma relação estabelecida entre posse de bens e renda para todos os itens, isto é, se um item é considerado prioritário seu nível de posse será alto independente da renda.

Posse de bens de consumo por Faixa de renda familiar												
	TV em cores		Automóvel		Empregada Mensalista		Lavadora de roupas		Vídeo cassete		Geladeira	
	Não tem	Tem	Não tem	Tem	Não tem	Tem	Não tem	Tem	Não tem	Tem	Não tem	Tem
<b>Faixa de renda mensal familiar</b>												
Minha família não possui renda	20,30	79,70	100	0,00	100,00	0,00	77,13	22,87	80,56	19,44	13,63	86,37
Até R\$120,00	13,93	86,07	100	0,00	100,00	0,00	67,15	32,85	71,99	28,01	37,84	62,16
Entre R\$121,00 e R\$240,00	14,94	85,06	96,74	3,26	98,85	1,15	73,29	26,71	78,36	21,64	35,27	64,73
Entre R\$241,00 e R\$720,00	4,78	95,22	94,69	5,31	99,54	0,46	52,76	47,24	57,72	42,28	19,89	80,11
Entre R\$721,00 e R\$1200,00	1,12	98,88	84,70	15,30	99,73	0,27	31,26	68,74	40,35	59,65	29,93	70,07
Entre R\$1201,00 e R\$2400,00	1,73	98,27	62,36	37,64	95,71	4,29	21,78	78,22	28,37	71,63	36,46	63,54
Mais que R\$2400,00		100,00	40,66	59,34	93,71	6,29	12,05	87,95	21,14	78,86	31,61	68,39

### 3.4 – Perfil sócio econômico do domicílio versus Classificação Social.

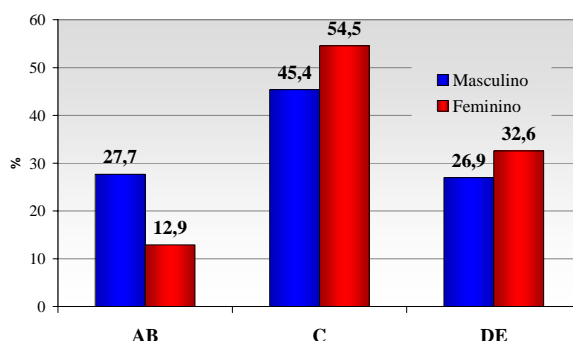
Nesta seção serão analisadas as relações de fatores sócio econômicos do domicílio com a classificação social dos moradores de comunidades carentes do Rio de Janeiro de acordo com Domicílio. A análise se concentra em características relacionadas a educação, as mulheres chefes de família e a taxa de participação do domicílio no mercado de trabalho, formal ou informal.

#### Nível educacional dos chefes de domicílio segundo a classe social

	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D	Classe E
Analfabeto/1ª a 4ª incompleto	0,0	4,7	29,1	59,1	83,3
1ª a 4ª completo/5ª a 8ª incompleto	28,6	27,1	43,9	33,6	16,7
5ª a 8ª completo/ Médio incompleto	14,3	38,8	18,9	5,5	0,0
Médio completo/Superior incompleto	0,0	28,2	8,2	1,8	0,0
Superior completo	57,1	1,2	0,0	0,0	0,0

Como é possível identificar analisando os dados apresentados na tabela acima, existem evidências de uma reação entre nível educacional dos chefes de domicílio e classificação social, isto é, nas classes sociais maiores a concentração de chefes nos níveis educacionais maiores é mais alta.

### Classificação social segundo o sexo do chefe do domicílio



Como é possível constatar observando os dados mostrados acima, a probabilidade das pessoas que vivem em domicílios chefiados por mulheres estarem em classes sociais melhores é menor. Como vemos somente cerca de 13% dos domicílios chefiados por mulheres estão nas classes AB contra cerca de 28% dos domicílios chefiados por homens.

Distribuição da classe social segundo o número de moradores por domicílio						
Faixa número de morador	Classe Social (%)					
	A2	B1	B2	C	D	E
Um morador	-	0,49	3,53	4,86	17,83	7,12
Dois moradores	-	12,76	12,02	12,22	13,17	92,88
Três moradores	19,40	36,76	24,21	21,62	19,24	-
Quatro moradores	53,51	21,72	25,28	27,06	16,83	-
Cinco moradores	20,96	14,49	13,69	16,16	10,86	-
Seis ou mais moradores	6,12	13,78	21,27	18,08	22,07	-

Analisando os resultados da tabela abaixo se pode concluir que o número de pessoas que moram em um mesmo domicílio é um fator importante para determinação da classe social. Isto leva a crer que o padrão de consumo pode estar diretamente ligado ao número de pessoas que moram em uma mesma casa. Um panorama do consumo e acesso a crédito nas comunidades de baixa renda do município do Rio de Janeiro.

#### 4. Crédito de Consumo nas Favelas: Perfil, determinantes e relações com a classificação social.

O objetivo deste capítulo é estudar como se comporta o acesso ao crédito nas comunidades de baixa renda do município do Rio de Janeiro, bem como estabelecer seus determinantes sócio econômicos e traçar suas relações com a classificação social e a posse de bens de consumo.

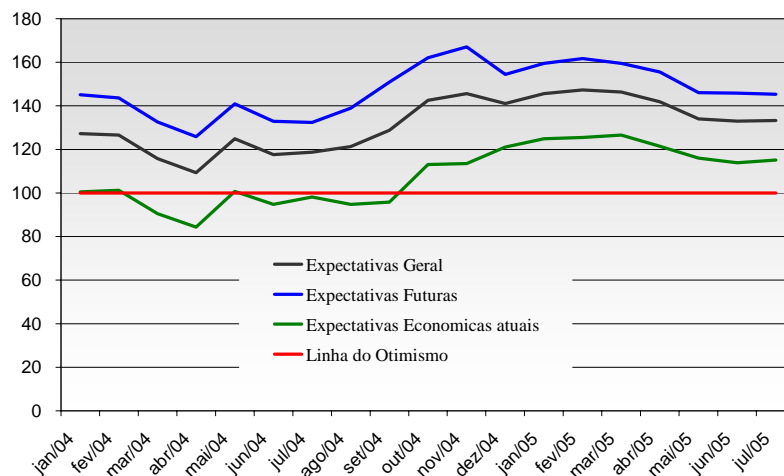
##### 4.1 - Visão da história do acesso ao crédito:

Desde a década de 80, vem aumentando significativamente o consumo da população de baixa renda. Isso se deve principalmente a criação de novas oportunidades e programas sociais que facilitam o acesso ao crédito, conta bancária, cartões de créditos e financiamentos nessas comunidades. Além desses fatores, o planejamento do orçamento domiciliar, que se tornou possível com a estabilização econômica, incluiu essa população no mercado consumidor.



Os dados mostrados a no gráfico a seguir revelam um constante crescimento na expectativa de consumo e, apesar de não termos os dados desagregados é possível imaginar que este crescimento tem um boa contribuição do aumento do consumo das famílias de renda mais baixa. Outro fato importante a ser observado é que linha de expectativas futuras esta sempre acima da linha de expectativas econômicas atuais, mostrando que o consumidor espera cada vez consumir mais.

### Índice de Expectativa do Consumidor



Fonte: Fecomercio SP e CNI

Nota 1: Índice de Confiança do Consumidor - Média ponderada dos dois índices e seu valor varia de 0 (péssimo absoluto) e 200 (ótimo absoluto).

A importância do crédito para os bancos aumentou depois que o Plano Real, em 1994, gerou uma redução acentuada dos ganhos inflacionários ligados aos depósitos à vista, transformando as operações de crédito na principal fonte de geração de receita para o sistema financeiro. Mesmo o Banco Central tendo controlado o crescimento do crédito, decorrente da inexperiência dos bancos em anos anteriores ao Plano Real, em relação a este tipo de operação, o crédito cresceu 58% em um ano, nas operações com o setor privado.

Todavia, deve ser notado que as famílias de baixa renda que constituem o grosso do mercado potencial das microfinanças<sup>6</sup> não são formadas apenas por microempreendedores e têm necessidades financeiras mais amplas que o crédito produtivo. Conhecer quais são essas necessidades e quais os mecanismos atualmente utilizados para satisfazê-las é de crucial importância para o crescimento das microfinanças. Isso significa a criação e a adaptação de produtos e procedimentos em concordância com formatos aceitáveis pela clientela.

<sup>6</sup> O termo microfinanças é definido aqui como serviços financeiros - crédito, poupança ou seguros—de pequeno porte.



Alguns bancos governamentais vêm consolidando uma rentável atividade, quebrando uma tradição de baixa rentabilidade e alta inadimplência com abordagem de subsídio que sempre dominaram os empréstimos para os mais carentes.

Não só os bancos, mas grandes lojas de departamento, móveis, eletrodomésticos e eletrônicos e supermercados, nos últimos 5 anos se voltaram para outro ramo do sistema financeiro, oferecendo crédito de consumo através do serviço de cartão de crédito privado. O número de cartões emitidos por grandes empresas, como Casas Bahia, Carrefour e a C&A, ultrapassou o das bandeiras tradicionais, como Visa e Credicard. São 54 milhões de plásticos de marcas próprias contra 46 milhões dos cartões de créditos tradicionais<sup>7</sup> no ano de 2003. As lojas também oferecem seus cartões para uso em outras lojas, vendem seguros, títulos de capitalização e até criam bancos<sup>8</sup> para aproveitar melhor o negócio. “Essa é a nova fronteira do crédito no Brasil”. O número de cartões privados no Brasil aumentou 60% nos últimos três anos e já movimenta R\$ 15 bilhões por ano. Até 2006, devem girar mais de R\$ 20 bilhões.

#### **4.2 - O acesso ao crédito de consumo:**

A maioria das pessoas que compõem as camadas de baixa renda da população, por não ter acesso ao setor bancário formal<sup>9</sup>, fazem uso dos serviços ao seu alcance visando atender as suas necessidades financeiras.

Esses serviços são basicamente duas modalidades de crédito, aqui definidas como crédito em dinheiro que se refere àquele outorgado sobre forma de dinheiro (empréstimo) e o crédito parcelado que é outorgado na forma de um bem adquirido (compra parcelada). Essas modalidades se diferenciam quanto à forma como são cedidas e não como são reembolsadas já que ambas são pagas a prazo de acordo com planos de pagamento pré-estabelecidos.

Essas modalidades podem ser oriundas de fontes formais, semiformais ou informais; essas definições, embora a maioria dos serviços classificados como formais façam parte do Sistema Financeiro Nacional, são fundamentadas nas exigências para o acesso a esses serviços e não nos seus estatutos jurídicos.

O quadro a seguir (Figura 2) define mais claramente esses conceitos fazendo uso das características de cada tipo de serviço.

<sup>7</sup> Revista “ISTO É DINHEIRO” número 317, Setembro de 2003.

<sup>8</sup> Como é o caso da rede de supermercados Carrefour, que pediu em meados de 2004 autorização para criar um banco próprio. Um terço das vendas da rede vem dos cartões.

<sup>9</sup> Aproximadamente 70% da população brasileira não possui qualquer tipo de conta bancária. Gallagher, et al (2002).



**Figura 2: Características de cada serviço**

	Crédito em Dinheiro	Crédito Parcelado
SETOR FORMAL	Empréstimo bancário com finalidade específica Crédito pessoal bancário sob linha de crédito Adiantamento de dinheiro dos cartões de crédito de bancos, lojas ou financeiras Empréstimo de financeira Empréstimo de instituição de microfinanças Troca de cheque no banco	Cartão de crédito Cheques pré Cheques especiais Crediário na grande loja
SETOR SEMIFORMAL	Empréstimos de empregador Empréstimos de agiota Troca de cheque em agiota Empréstimos em caixinha de empresa	Crediário na lojinha Crédito do fornecedor
SETOR INFORMAL	Empréstimos de parentes/amigos	Fiado ("Pendura") Sorteio Crédito dos outros

Fonte: Brusky, Bonnie e Fortuna, João Paulo - "Entendendo a demanda para as microfinanças no Brasil", Capítulo II (2002).

Segundo Brusky e Fortuna 2002, o setor bancário vê cada vez mais os mercados de renda mais baixa como oportunidade de crescimento, e vários bancos de prestígio estabeleceram, explicitamente, o avanço neste mercado como estratégia comercial central. Numa tentativa de atrair 50 milhões de novos indivíduos para o setor bancário, os bancos vêm criando canais alternativos para a abertura de pontos de serviço<sup>10</sup>. Exemplos desses canais incluem as agências de correio (usadas pelo Bradesco), supermercados (usados pelo Banco do Brasil) e lojas lotéricas (usadas pela Caixa Econômica Federal). Entretanto, devido às diversas exigências e burocracia do setor bancário muitos dos interessados em crédito não conseguem obter uma simples conta bancária.

Tendo as lojas de departamento e supermercados um grande número de clientes, muitos deles de baixa renda, estas objetivando a fidelidade do cliente, a fixação de uma relação financeira e criação de um cartão de consumo, passaram a oferecer cartões de crédito de consumo com a marca da loja para consumo interno, não exigindo as burocracias, garantias e condições econômicas exigidas pelos bancos comerciais e financeiras.

#### **4.3 - Formas de crédito de consumo:**

Além do setor bancário, existem vários outros tipos de crédito. As descrições<sup>11</sup> que se seguem prestam informações sobre alguns dos principais substitutos dos produtos microfinanceiros; sendo importante observar que essa lista não pretende ser completa, uma vez que há outros.

<sup>10</sup> O termo "produto" é usado para fazer referência a um bem, enquanto "mecanismo" refere-se a um processo ou sistema. Ambos os termos serão empregados nesse documento. O termo "serviços financeiros" será usado para fazer referência tanto a produtos quanto a mecanismos.

<sup>11</sup> Brusky, Bonnie e Fortuna, João Paulo - "Entendendo a demanda para as microfinanças no Brasil", Capítulo II (2002).



Financeiras: disponibiliza cartões de crédito e empréstimos ao consumidor utilizados normalmente para cobrir despesas de emergências, porém são pouco usados pela população de favelas visto que estes, freqüentemente, incidem uma alta taxa de juros em curto prazo.

Cartão de Crédito: fornecidos por bancos, lojas comerciais ou financeiras o cartão de crédito pode ser usado como crédito pessoal imediato desde que haja a possibilidade de seu proprietário sacar dinheiro diretamente de um caixa automático. Para a população de baixa renda, o cartão é utilizado como uma forma de crédito parcelado. Apesar do uso de cartão de crédito por esta camada da população vir crescendo, muitos declaram que embora haja facilidade de uso e inexistência de burocracia, a alta taxa de juros muitas vezes não compensa sua utilização.

Cartão de loja: usados para o pagamento de compras efetuadas nas lojas da rede e também em outros estabelecimentos comerciais da cidade; alguns permitem, também, saques em caixas eletrônicos. Esses cartões são semelhantes aos de crédito com a vantagem adicional de não exigirem conta em banco, fato contribuinte para que a camada social estudada possa fazer uso dos mesmos visto que estes possam não possuir contas bancárias ou apresentarem algum problema (bloqueio, dívida) com as mesmas.

Crediário: muito utilizado pela população de baixa renda por não haver muita burocracia, possui exigências similares às dos demais serviços e, mesmo com o fato dos juros elevarem muito o preço final do produto essa modalidade de crédito é muito usada pelos consumidores por oferecer prazos relativamente longos tornando a compra mais acessível.

Cheque: crédito imediato, sem maiores exigências e sem burocracia, após a abertura da conta corrente; muito usado com a intenção de obter um produto quando não se tem, no ato da compra, o valor necessário para adquiri-lo; embora seja de fácil obtenção normalmente esse crédito em lojas só é cedido após o estabelecimento de uma relação de confiança entre vendedor e consumidor.

#### **4.4 – Acesso as diferentes formas de crédito de consumo nas Favelas:**

Esta seção procura analisar quatro características da população de baixa renda do Rio de Janeiro: o acesso à conta bancária, a posse de cartão de crédito, de loja ou supermercado e a posse de financiamento ativo.

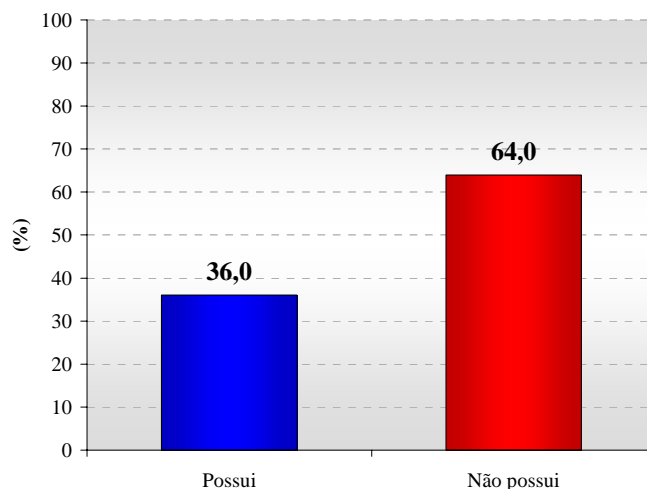
##### **Acesso à conta bancária:**

No primeiro gráfico percebe-se que é elevado o percentual de pessoas que não possuem conta bancária nas comunidades de baixa renda do Rio de Janeiro. Este número representa mais da metade da população destas comunidades. Em relação aos dados do país as Favelas cariocas têm um



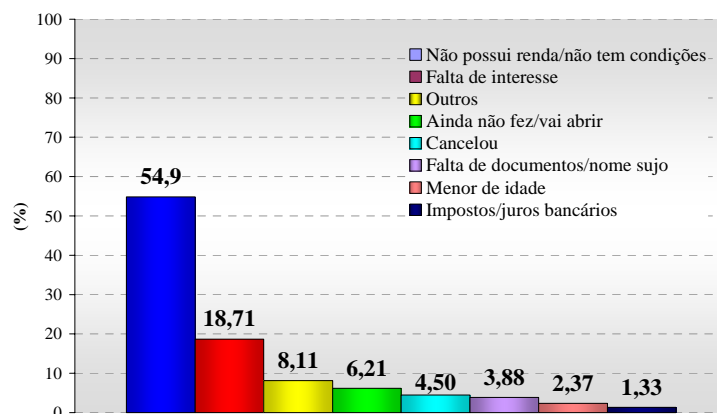
nível de inclusão bancária maior que no país como um todo onde cerca de 30%<sup>12</sup> das pessoas estão incluídas no sistema bancário.

### Moradores de Comunidades Carentes do Rio de Janeiro que possuem conta bancária



Os dados mostram que o principal motivo para não possuir conta bancária é o fato das pessoas acharem que não tem renda ou condições financeiras, muitas vezes esta é uma suposição ligada a falta de informação uma vez que existem políticas públicas direcionadas a inclusão bancária. Estes dados mostram permanência uma boa parcela da população ainda apta a se tornar alvo de produtos bancários montados especificamente para este perfil.

### Motivos pelos quais os moradores de comunidades carentes do Rio de Janeiro não possuem conta bancária



### Acesso ao cartão de crédito:

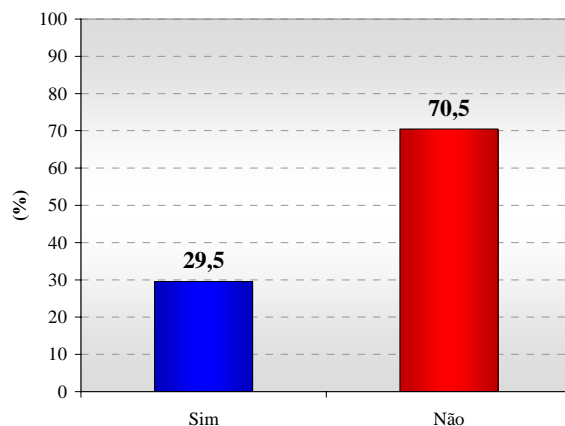
O gráfico abaixo mostra o elevado percentual de pessoas que não possuem cartão de crédito nas comunidades de baixa renda do Rio de Janeiro, este número representa cerca de 70% da população destas comunidades. Cruzando esta informação com os dados de conta bancária, vemos

<sup>12</sup> Ver Fernando Nogueira da Costa "Bancarização, Crédito Popular e Microcrédito" Publicado pelo site da Secretária do trabalho do Estado de São Paulo 09/2002.



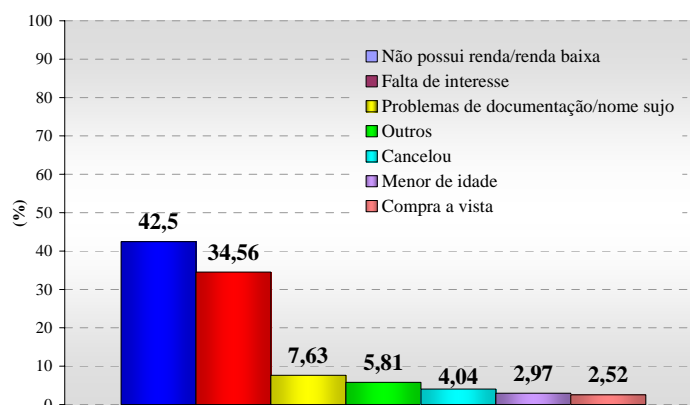
que existem consumidores moradores de favelas cariocas que tem conta bancária mas não tem cartão de crédito.

### Percentual de moradores de comunidades carentes do Rio de Janeiro que possuem cartão de crédito



Tal como em relação a posse de conta bancária, os dados mostram que o principal motivo para não possuir cartão de crédito é o fato das pessoas acharem que não tem renda ou condições financeiras. Estes dados reafirmam a existência de uma boa parcela da população ainda apta ser alvo de produtos bancários montados especificamente para este perfil, o que no caso dos cartões de crédito estimularia ainda mais o consumo nas camadas mais pobres da população das favelas.

### Motivos pelos quais os moradores de comunidades carentes do Rio de Janeiro não possuem cartão de crédito



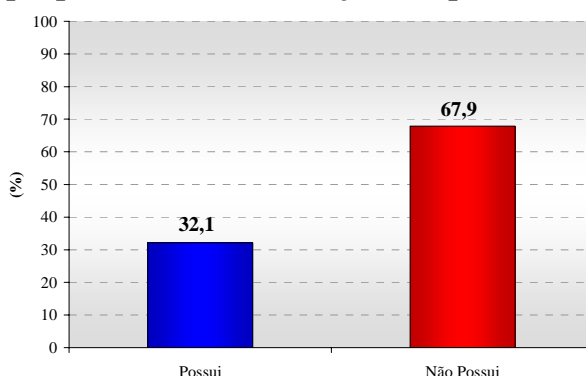
### Acesso a cartões de consumo: Lojas e Supermercados:

Como vimos anteriormente os cartões de consumo relacionados a lojas e supermercados formam um importante mecanismo de estímulo ao consumo das camadas mais pobres da população. O percentual de pessoas que possuem cartão de loja ou de supermercado é superior aos percentuais observados anteriormente de acesso à conta corrente e cartão de crédito. Isso pode ocorrer devido à elevada necessidade de crédito para bens de consumo não-duráveis.



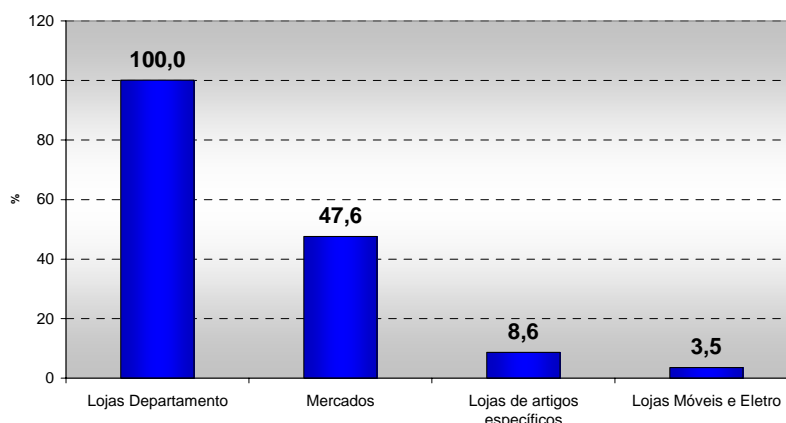


### Moradores de comunidades de baixa renda do Rio de Janeiro que possuem cartão de loja ou supermercado



No gráfico a seguir vemos a importância dos cartões de lojas de departamento para a estratégia de consumo das camadas mais pobres, todos os entrevistados que afirmaram possuir cartões de lojas e supermercados, tem algum tipo de cartão de lojas de departamentos. Provavelmente em decorrência da baixa burocracia necessária para obtenção. Outro fator importante esta relacionado a diversidade de artigos oferecidos por este segmento.

### Tipo de Cartão de loja utilizado pelos moradores de comunidades de baixa renda do Rio de Janeiro



### Acesso a financiamento de itens de consumo:

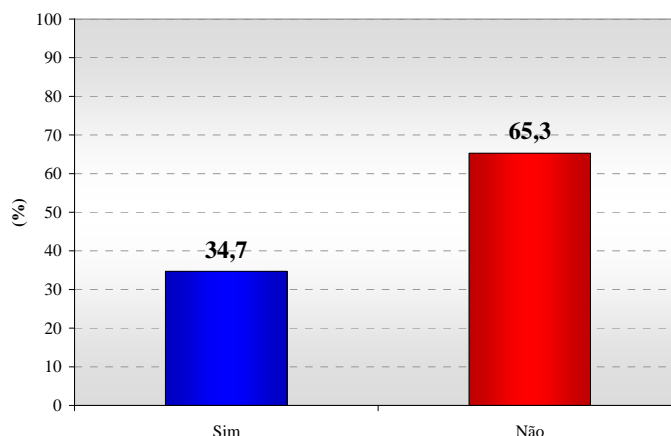
No gráfico abaixo se percebe que pouco mais de um terço (34,7%) dos moradores de comunidades carentes do Rio de Janeiro possuem financiamento ativo. Este também é um importante instrumento de estímulo ao consumo, uma vez que está ligado diretamente as necessidades de quem compra.

Porém os produtos que tenham objetivo de aumento do nível de participação das populações de baixa renda neste tipo de instrumento de estímulo ao consumo esbarram no alto nível de informalidade do mercado de trabalho para postos de trabalho associados à baixa qualificação. Para



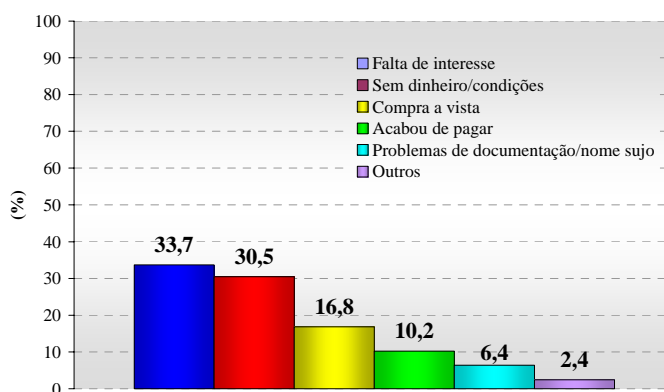
isto, a burocracia deveria ser menor o que certamente aumentaria o risco dos operadores e conseqüentemente a taxa de juros associada aos financiamentos, portanto no fim das contas a medida poderia ser pouco impactante no aumento do consumo nas favelas.

### Moradores de comunidades carentes do Rio de Janeiro que possuem financiamento ativo



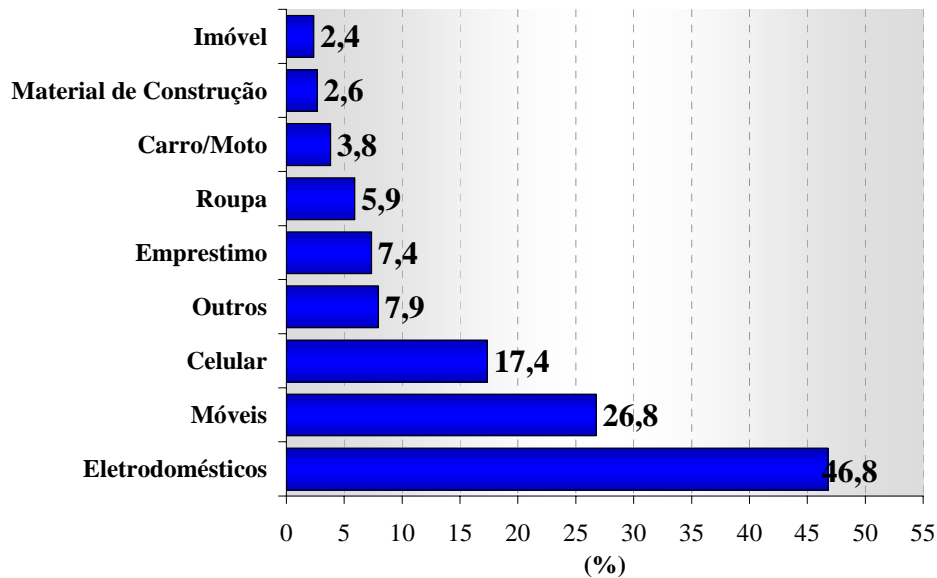
Os moradores que não possuem financiamento alegam a falta de interesse (33,7%) e falta de dinheiro ou condições (30,45%) como principais motivos, já 16,80% afirmam que preferem fazer compras a vista.

### Motivos pelos quais os moradores de comunidades carentes do Rio de Janeiro não possuem financiamento ativo



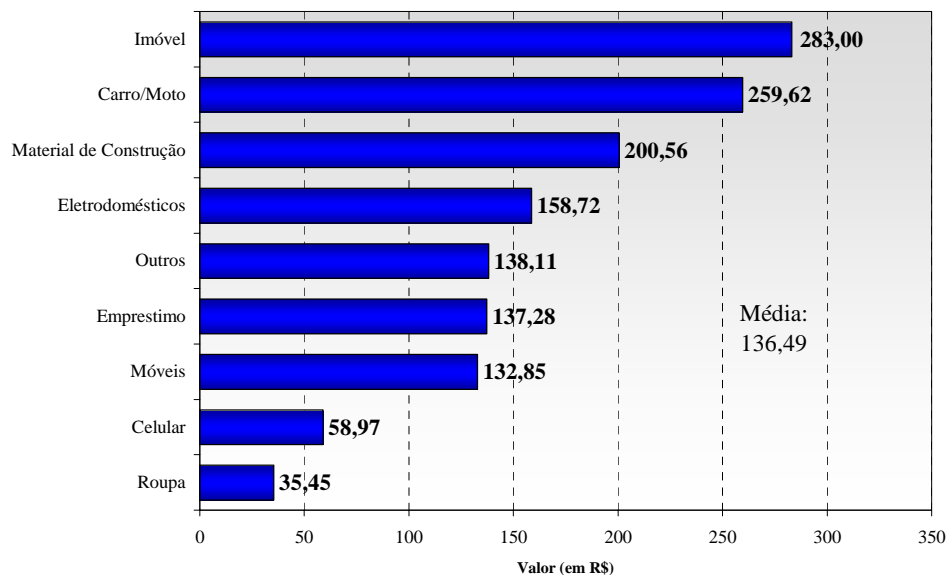
No gráfico a seguir destacam-se 46,8% da população com financiamento em Eletrodomésticos. Já itens como Móveis e Celular ocupam, respectivamente, segundo e terceiro lugares com 26,8% e 17,4% das observações. As menores concentrações encontram-se nos financiamentos de Imóveis e Material de Construção.

### Percentual de compras financiadas por tipo de item



As prestações mais altas pagas pelos membros de comunidades carentes do Rio de Janeiro são as prestações de Imóveis que saem em média R\$283,00; a segunda mais alta são as referentes a Carros ou Motos (R\$259,62) em terceiro Materiais de Construção (R\$200,56), todas estas se encontram bem acima da média geral de R\$136,49. As menores, e bem acima da média geral, são Roupas em média R\$35,45 e Celular com média de R\$58,97 a prestação como se pode observar no gráfico a seguir.

### Média de prestação paga por tipo de bem

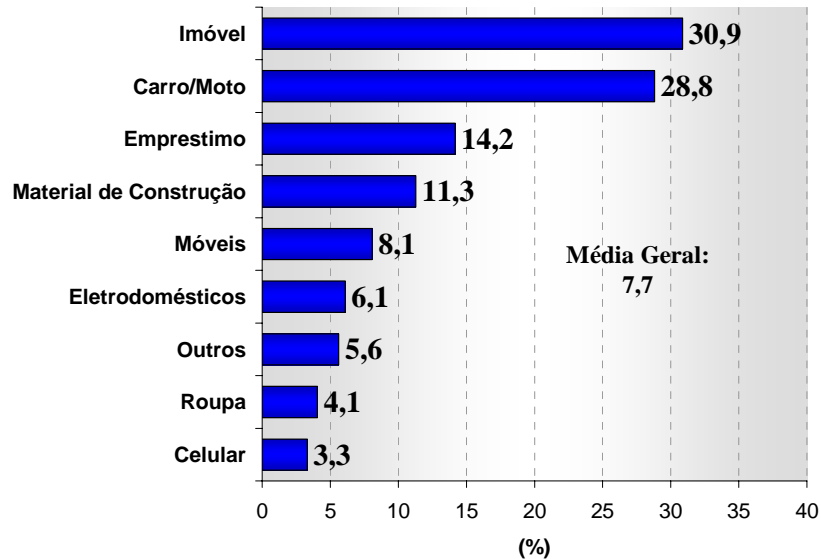


O número médio de prestações mais alto são os dos Imóveis com 30,9 prestações em média, em segundo lugar observa-se Carros e/ou Motos com 28,8 ambos bem acima da média geral de 7,7



prestações. As menores médias estão novamente em Roupas e Celular com respectivamente 4,1 e 3,3 prestações.

### Número médio de prestações dos moradores de comunidades carentes do Rio de Janeiro por tipo de bem



## 5. Considerações Finais.

Algumas observações importantes puderam ser extraídas do trabalho, porém a principal conclusão do estudo está ligada à não caracterização da favela como foco de pobreza. De acordo com os dados apresentados, a favela é um ambiente de consumo classe C, o que está longe de poder ser caracterizado como ambiente pobre.

No decorrer do trabalho pudemos ver que os moradores de comunidades de baixa renda do município do Rio de Janeiro têm uma dinâmica própria para aquisição de bens de consumo. Apesar da baixa renda os moradores das comunidades de baixa renda do município do Rio de Janeiro não são excluídos do consumo, podendo-se notar que os pontos na classificação social têm uma clara relação com o tamanho da família, o que mostra que o consumo é familiar e não individual. A renda também se mostra relacionada com o consumo, porém de maneira mais fraca.

A facilitação do acesso ao crédito e a estabilização econômica foram, entre outros, fatores fundamentais para o crescimento do consumo nas camadas sociais de renda mais baixa. Contudo este crescimento esbarra na falta de linhas de crédito específicas para esta população, que poderiam impulsionar ainda o crescimento do consumo dos mais pobres.