

# **A Crise da Ásia no Mercado de Cartões: Um Espelho para o Brasil?**

*por Fabián Echegaray*

*Publicado pela revista Suma Económica, 1998*

A crise que se abateu sobre a Ásia desde julho do ano passado abalou o mundo todo e jogou na recessão países que até então eram considerados a menina dos olhos do capitalismo globalizado. O mundo teve conhecimento, de uma maneira dolorosa, da fragilidade em que se baseavam os extraordinários crescimentos das economias dos Tigres Asiáticos (i.e., governos influenciados pelas grandes corporações, endividamento monstruoso de empresas públicas e privadas, instituições bancárias mal administradas e tecnologicamente pobres), todos estes pilares, também, do extraordinário desenvolvimento do mercado de cartões na região.

Nos países asiáticos, era normal as empresas, inclusive as mais sólidas, manterem passivos várias vezes superiores ao montante de capital próprio. Uma prática rapidamente adotada pelos consumidores em função da tolerância governamental. Também eram normais as pressões empresariais em favor de uma política econômica que estimulasse altos níveis de consumo e circulação do crédito pessoal. Essa alavancagem, que impulsionava expansões constantes, entrou em colapso com as desvalorizações cambiais, que fez disparar as dívidas em moeda estrangeira, e os aumentos das taxas de juros, que multiplicaram as dívidas financiadas em moeda local. Subitamente, as empresas e os consumidores descobriram-se asfixiados e sem possibilidades de re-pagamento como resultado da recessão com desemprego. A partir daí a quebradeira foi geral. As instituições financeiras se viram inundadas de débitos podres. Resultado: só esse ano, mais de 10 milhões de trabalhadores já perderam seus

empregos na Ásia. Malásia e Tailândia registram queda de mais de 6% no PIB e na Indonésia essa queda deve chegar a surpreendentes 17%. As consequências para o então florescente mercado de cartões foram dramáticas. Na Tailândia, por exemplo, o volume de transações no primeiro trimestre deste ano caiu mais de 11% e o número de cartões em circulação desmoronou. Os tailandeses gastaram, em média, 10% menos com seus cartões dentro do país e 28% menos no exterior. Em Cingapura, a autoridade monetária constatou uma queda de 7% no volume das transações com cartões de crédito neste ano em comparação com o ano anterior. Considerando o segundo semestre de 98 a queda foi de 4,2% em comparação com o mesmo período de 97. Da noite para o dia, o otimismo de consumidores, emissores e bandeiras se transformou em pânico. Novos lançamentos foram adiados, milhares de cartões foram cancelados, o foco mudou radicalmente de estimular mais despesas à uma re-engenharia das dívidas pessoais e corporativas, e os *players* começaram a clamar pela intervenção do governo.

Mas o que isso significa para o Brasil? Afinal o país não apenas suportou os piores momentos da crise asiática como também registrou um crescimento, mesmo se moderado, no mercado de consumo via plástico. O problema é, no entanto, que o quadro brasileiro de finais de 1998 parece-se cada vez mais ao perfil que muitos dos Tigres apresentavam antes e durante a crise. Hoje, a estagnação da economia, o aumento dos níveis de desemprego, a onda de falências empresariais e inadimplência pessoal, a multiplicação do valor em dólares das dívidas, o encarecimento monstruoso do crédito financiado no cartão, são realidades. A pergunta apropriada parece ser, então: será o Brasil de amanhã o que é a Ásia hoje? Nesse sentido, só podemos ganhar em perspectiva se examinarmos detalhadamente o que vem ocorrendo no mercado asiático de cartões. Até certo ponto, as decisões e tendências que identificamos na Ásia servem como uma espécie de espelho daquilo que pode chegar a acontecer no país.

*De volta à mão reguladora do governo*

De modo geral, os governos dos países asiáticos sempre mantiveram uma posição intervencionista sobre mercado de cartões de crédito e, diante da crise, na maioria dos países esse controle foi ampliado. Em vários países é o governo, e não os emissores, quem define os critérios de elegibilidade para os portadores de cartões de crédito, como a renda mínima ou o número de cartões adicionais. Na Tailândia, a renda mínima exigida, agora, pelo governo para possuir um cartão de crédito é de US\$ 6.000 por ano. E para cada cartão adicional o consumidor deve provar renda adicional de US\$ 1.500. O efeito prático dessa exigência é que o cartão de crédito voltou a ser um produto exclusivo dos mais favorecidos, limitando assim o risco de inadimplência e calote. O custo é, claro, uma marcada redução do tamanho do mercado; exatamente o oposto que os bancos lá (como aqui) vinham buscando. Em Cingapura, o mercado mais regulamentado da região, a renda mínima definida pelo governo é de mais de US\$ 18 mil dólares. Ainda em Cingapura e também na Malásia, é papel do governo definir o limite máximo de crédito a ser concedido aos portadores. Em média, de permitir um endividamento de até 100% (em alguns países), os governos passaram a tolerar o uso do crédito rotativo só para 80% do valor das compras. O desaquecimento do consumo interno busca aumentar o excedente exportável para trazer mais dólares ao país. Seguindo o mesmo objetivo de equilibrar a balança de pagamentos, outra medida tomada por alguns governos da região é limitar os gastos com o cartão de crédito no exterior, caso da Malásia e Tailândia. Qualquer semelhança com o Brasil não é mera coincidência.

Existem, porém, países onde o governo assume uma postura menos regulatória, como é o caso de Taiwan, Indonésia e, o mais aberto deles, Hong Kong. E ainda mais, onde o governo intervém mas para incentivar o mercado ao invés de restringi-lo. É, por exemplo, o que acontece na própria Tailândia onde o governo autorizou para que o capital estrangeiro se torne acionista majoritário em instituições financeiras locais como meio de evitar falências. Em outros países vizinhos é o governo novamente quem está por detrás de investimentos e

iniciativas favoráveis aos cartões de débito e smart cards. Em Cingapura, por exemplo, o governo local patrocina vários projetos de cartões multifuncionais, seguindo um projeto mais ambicioso de criar uma sociedade onde não se use papel-moeda. Um desses projetos é o de criar *electronic purses* para os servidores públicos que servirá também como identidade e cartão de ponto. Também existem projetos para se usar cartões com tecnologia de chip para o pagamento de pedágios nas estradas e para o transporte público. Na Malásia, o governo está trabalhando em um cartão que servirá como carteira de identidade oficial e também como meio de pagamento. Também tem incentivado bastante o comércio eletrônico investindo na criação de uma estrada de comunicações e transações seguras via Internet (o chamado projeto de Multimedia Super Corridor Initiative. Em Taiwan, o Ministério das Finanças criou uma central de liquidação de cartões de débito que é operada conjuntamente por um emissor local de cartões de crédito e um emissor de cartões de ATMs. Na Tailândia, novamente, é o governo quem vem subsidiando a expansão da rede de ATMs, além de estar trabalhando em um projeto de smart card que servirá de carteira de motorista, identificação para fins tributários e, se necessário, como meio de pagamento. Essas ações dos governos da região visam, basicamente, diminuir as fraudes e a inadimplência, incentivando o desenvolvimento dos cartões de débito e smart cards como complemento atual e futuro substituto dos cartões de crédito.

#### *A redefinição dos emissores e as novas apostas do mercado*

Até recentemente, uma parcela importante dos emissores de cartões na Ásia era formada por bancos locais, inclusive estatais, sendo que, em vários países, estes eram os principais emissores. Com a situação precária que ficaram a maioria desses bancos regionais, inundados de débitos podres, passou a ocorrer uma reformulação no mercado, acelerada ainda mais com a entrada de mais emissores internacionais de peso, principalmente através da compra de pequenos bancos locais. Grandes emissores da região também passaram a estender sua atuação para os países vizinhos. Este é o caso do MBf da Malásia

e do Hong Kong Bank e do Standart Chartered de Hong Kong, que estenderam suas atuações para vários países da região, como Indonésia e Cingapura.

Outra das conseqüências da crise tem sido uma virada dos investimentos para difundir o uso de cartões de débito como meio de diminuir a inadimplência e outros riscos e em resposta à crescente regulamentação do governo sobre os cartões de crédito. Para os emissores, esse parece o caminho mais certo para se buscar um crescimento do mercado de cartões diante do cenário atual. Os comerciantes também se mostram favoráveis aos cartões de débito pela segurança que proporcionam.

O apelo à fidelidade em tempo de poucos e pobres consumidores tem sido outra prioridade dos *players* reforçando ou desenvolvendo programas de cartões affinity e co-branded. De fato, esta opção faz parte da nova mentalidade de crise dos emissores espantados com a debandada de consumidores. Particularmente entre aqueles bancos frustrados por um baixo retorno de iniciativas de cartões de crédito sem anuidade (caso Indonésia e Taiwan), a aposta passou a estar na motivação material do cliente e na diferenciação junto a um público específico, além de explorar novos nichos de mercado. Um exemplo que vem se tornando popular são os cartões affinity para estudantes universitários, onde uma porcentagem dos gastos é revertida para a universidade. No caso dos co-branded surpreende o impacto positivo daqueles feitos em parceria com linhas aéreas e agências de viagem. As empresas de linhas aéreas também sentiram bastante o impacto da crise com uma grande queda na demanda e ficaram mais interessadas do que nunca em desenvolver programas de fidelidade juntamente com emissores de cartões de crédito, na tentativa de diminuir o número de assentos vazios no vôos. Embora o número de programas de cartões affinity e co-branded esteja crescendo, seu desenvolvimento não é homogêneo na região. Em alguns países já existem vários cartões desse tipo, como na Tailândia com mais de 180 programas em operação ou Taiwan, onde estima-se que existam mais de 170 cartões. Por outro lado, em Cingapura, por exemplo, o primeiro programa do tipo foi lançado no ano passado, com o lançamento de um cartão Visa com tecnologia de chip,

pelo Citibank em parceria com uma grande rede varejista local (C.K. Tang). Os cartões affinity e co-branded também são recentes na Malásia e Indonésia. Outra novidade em programas de fidelidade é o uso de smart card acoplado ao cartão de crédito. O mais comum é a disponibilização de uma *electronic purse* para os portadores de cartão de crédito local, mas o Standart Chartered Bank, segundo maior emissor de Hong Kong, já vem usando smart cards em uma grande variedade de programas de fidelização, inclusive com cartões co-branded.

Por outro lado, a crise teve um efeito disciplinador entre os emissores que, perante um quadro de altas taxas de juros e aumento do desemprego, só podiam esperar o pior em termos de inadimplência e calotes às dívidas feitas no plástico. Daí a iniciativa dos emissores de criarem *credit bureaus*, como já ocorreu na Malásia. No caso de Cingapura, entretanto, a autoridade monetária proíbe que as instituições compartilhem informações sobre seus clientes. Como reflexo da mesma preocupação e do estado financeiro crítico de algumas carteiras, outra medida que vem ganhando força é a securitização dos créditos junto a empresas seguradoras. Além disso, os emissores passaram a ser mais rigorosos na análise antes de aprovar um novo cartão de crédito. Em Cingapura, por exemplo, dos quatro maiores emissores, que são bancos locais, dois (OCBC e OUB) pararam de emitir cartões para estrangeiros que moram no país, devido ao alto número de portadores que deixam o país sem liquidar suas dívidas. Os outros dois maiores, UOB e DBS, estão aprovando apenas 20% das propostas.

#### *O que vem por aí*

Ainda é difícil de determinar para onde vão as economias dos países asiáticos e conseqüentemente qual o futuro do mercado de cartões da região. Os Tigres começam a dar sinais que estão se recuperando e que poderão voltar a crescer antes do que se imaginava. O recente programa de quase US\$ 200 bilhões anunciado pelo governo japonês para levantar a economia do país deve ter um impacto positivo nos outros países da região, devido ao estreito relacionamento que o país possui com seus vizinhos.

De qualquer maneira, é importante conhecer as conseqüências da crise para o mercado de cartões asiático e as reações dos atores diante das situações que se apresentaram. Os players nesses países se viram diante de uma crise que, pelo menos por enquanto, não atingiu o Brasil (pelo menos não nas mesmas proporções que atingiu a Ásia), e tiveram que lidar com cenários bem diferentes do previam e tomar decisões diferentes do que planejavam. Concretamente, o que se viu na maioria desses países foi: uma maior intervenção do governo; crescimento dos emissores internacionais em detrimento dos locais de pequeno e médio porte; a aposta no produto débito, antes do que no cartão de crédito; o crescimento dos cartões co-branded e affinity como estratégia de sobrevivência; e o fim da política de expandir a base de cartões pelas classes C e D para voltar a prática de só dar crédito para aqueles que, com certeza, poderão pagar.

Quanto ao Brasil, a recente ajuda do FMI e as medidas de combate ao déficit público do governo, aliadas ao aparente restabelecimento da calma no mercado mundial, podem evitar que o país passe por uma crise mais grave. Porém, o risco de uma crise cambial e uma recessão de grandes proporções não está totalmente afastado. Nesse sentido, o conhecimento da crise que atingiu o mercado de cartões asiático e as reações de seus players, faz com que os atores brasileiros possam antecipar eventuais decisões ou transformações do mercado, ou pelo menos estar mais cientes dos cenários com que poderão se deparar em breve.