

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**  
**CENTRO SÓCIO ECONÔMICO**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**A EVOLUÇÃO DO LEASING DE VEÍCULOS**  
**NO BRASIL ENTRE 1996 E 2001**

**ROGERIO ORIOSVALDO ALVES**

**Florianópolis, setembro de 2002.**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**A EVOLUÇÃO DO LEASING DE VEÍCULOS  
NO BRASIL ENTRE 1996 E 2001**

**Monografia submetida ao Departamento de Ciências Econômicas para  
obtenção de carga horária na disciplina CNM – 5420 – Monografia**

**Por: Rogério Oriosvaldo Alves**

**Orientador: Prof. Roberto Meurer**

**Área de Pesquisa: Mercado Financeiro**

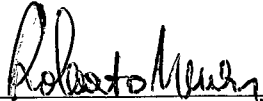
**Palavras-chave: 1 - Leasing  
2 - Crédito  
3 - Financiamento**

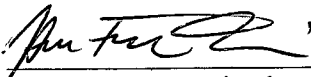
**Florianópolis, setembro de 2002**

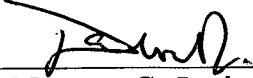
**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

Este trabalho de conclusão de curso foi apresentado e julgado perante a Banca Examinadora que atribui a nota 8,0 ao aluno ROGERIO ORIOSVALDO ALVES na disciplina CNM 5420 – Monografia

Banca Examinadora:

  
Prof. Roberto Meurer  
Presidente

  
Prof. José A. Nicolau

  
Prof. Newton C. Junior

**Meus agradecimentos:**

Ao Professor Doutor **Roberto Meurer**, meu Orientador, que me honrou com sua sapiência e dedicação;

Aos meus irmãos e amigos, pela convivência e troca de experiências;

Aos professores da Universidade Federal de Santa Catarina, pelo muito que me ensinaram;

A todos os que me incentivaram e apoiaram, de alguma forma, para a conclusão deste trabalho.

Este trabalho dedico:

Aos meus pais,  
**Oriosvaldo Júlio Alves** [*in memoriam*] e  
**Benta Mafra Alves;**

À minha esposa **Cláudia Regina** e  
minha filha **Eduarda Pacheco Alves**,  
pelo carinho e compreensão.

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>1</b>
<b>O PROBLEMA.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Introdução.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Problemática.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Objetivos.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.1. Geral.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.2. Específicos.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4. Metodologia.....</b>	<b>6</b>
<b>1.5. Estrutura da Monografia.....</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>8</b>
<b>O CRÉDITO E SUAS FORMAS.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Intermediação Financeira.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2. Crédito.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3. Consórcio.....</b>	<b>13</b>
<b>2.4. Crédito Direto ao Consumidor (CDC).....</b>	<b>16</b>
<b>2.4.1. CDC Pré-Fixado.....</b>	<b>17</b>
<b>2.4.2. CDC Pós-Fixado.....</b>	<b>17</b>
<b>2.5. Leasing.....</b>	<b>19</b>
<b>2.5.1. Leasing Operacional.....</b>	<b>20</b>
<b>2.5.2. Leasing Financeiro.....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>25</b>
<b>A PARTICIPAÇÃO DO CRÉDITO NAS VENDAS INTERNAS.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1. A Produção de Veículos no Brasil.....</b>	<b>25</b>
<b>3.2. A Participação das Fontes de Pagamento nas vendas Internas.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3. À Vista.....</b>	<b>28</b>
<b>3.4. Consórcio.....</b>	<b>30</b>

<b>3.5. Crédito Direto ao Consumidor (CDC).....</b>	<b>32</b>
<b>3.6. Leasing .....</b>	<b>36</b>
<b>Capítulo 4 .....</b>	<b>41</b>
<b>A EVOLUÇÃO DO LEASING .....</b>	<b>41</b>
<b>4.1. O Início do Leasing.....</b>	<b>41</b>
<b>4.2. A Popularização do Leasing.....</b>	<b>42</b>
<b>4.3. A Decadência do Leasing .....</b>	<b>43</b>
<b>CAPÍTULO 5 .....</b>	<b>48</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>48</b>
<b>REFERÊNCIAS DAS FONTES CITADAS .....</b>	<b>52</b>

# CAPÍTULO 1

## O PROBLEMA

### 1.1. Introdução

A oferta de crédito no Brasil tem aumentado nos últimos tempos, e este crescimento vem causando uma adaptação bastante rápida das instituições financeiras no que diz respeito às imposições legais e à necessidade do próprio consumidor, que cada vez mais precisa ser persuadido a efetuar suas transações, utilizando-se das modalidades disponibilizadas no mercado por estas instituições.

A oferta de crédito influencia toda a economia, como por exemplo, o setor produtivo, o próprio setor financeiro, e o setor de consumo, podendo esta influencia ser positiva ou negativa, dependendo principalmente das taxas de juros praticadas.

No que diz respeito ao consumo, um setor que é bastante influenciado pelo crédito é a indústria automobilística, que mantém uma ligação direta com as instituições financeiras, uma vez que os produtos por ela fabricados têm um alto valor agregado, sendo necessário em muitos casos, o parcelamento da compra.

Com o aumento da concorrência na indústria automobilística, observamos um crescimento considerável em outros setores da economia, ligados direta ou indiretamente a esta indústria.

Estes fatores têm contribuído de forma considerável para o crescimento do setor voltado para a concessão de crédito à comercialização de veículos, as empresas financeiras, especializadas em crédito direto ao consumidor (CDC), consórcio, leasing e outras formas de crédito menos significativas.

As empresas financeiras, voltadas a financiar principalmente a compra de bens de consumo duráveis, entre eles os automóveis, servirão de base para o estudo pretendido, mais especificamente as empresas de leasing.

O setor bancário vem aumentando sua participação neste mercado, realizando operações de crédito para aquisição de veículos. Destes bancos, poucos apenas atendem somente àqueles indivíduos que já são seus clientes. Mas a grande



maioria tem formado carteiras com clientes novos, que não eram seus clientes anteriormente e que em muitos casos tem suas contas correntes e suas aplicações com outros bancos.

Outras empresas estão nascendo especialmente para atuar neste mercado, são os novos bancos. Bancos que formam suas carteiras de clientes exclusivamente através de empréstimos, ou seja, crédito direto ao consumidor e leasing. Algumas destas empresas são de capital novo, a sua formação não provém de uma outra empresa do mercado financeiro.

Grande parte destas novas empresas tem seu capital ligado a algum banco já existente, que já atuava no setor financeiro e apenas descentralizou esta atividade, fazendo seus empréstimos para este segmento, através de uma nova empresa.

A grande personagem deste setor tem sido mesmo a própria indústria automobilística através de seus bancos. A participação dos chamados bancos de montadora, ligados, como o nome já diz, às montadoras de veículos instaladas no país, tem crescido e se tornaram grandes especialistas na concessão de crédito para a aquisição dos veículos por elas fabricados.

Todas as grandes montadoras brasileiras possuem seu banco, estes por sua vez têm uma íntima ligação com sua “mãe”. As grandes promoções das montadoras com financiamento a juros mais baixos que a média do mercado, prazos mais longos que a média do mercado, taxas especiais (mais baixas) para determinado modelo de veículo, são quase que totalmente realizados pelos seus bancos, que na maioria das vezes recebem subsídios das montadoras para trabalharem com taxas abaixo da média de mercado.

Outro fator importante nos bancos de montadora é a facilidade na captação de recursos externos, uma vez que estes mantêm estreitas ligações com sua matriz no exterior.

Os bancos de montadora são formados na sua maioria por empresas distintas, cada uma atuando numa área específica, ou seja, existe dentro destes bancos uma empresa de crédito direto ao consumidor, responsável pelos financiamentos, que é o próprio banco, uma responsável pelo consórcio e uma empresa de leasing.

Os bancos que financiam a compra de bens de consumo duráveis, entre eles os automóveis, tem tido uma participação significativa no nível de produção destes bens, tanto que são inúmeras as discussões sobre a produção da indústria brasileira, alguns críticos inclusive citando que o crescimento econômico só acontecerá efetivamente quando os juros no Brasil baixarem. Certamente que isso se refere à produção, mas deve-se considerar que este fator influencia significativamente no consumo, fazendo girar a economia.

Já vimos inúmeras vezes a indústria automobilística reduzir o nível de produção em função das restrições que o governo impôs ao consumo. Isso nos mostra que as vendas a prazo na indústria automobilística têm uma participação significativa no total do volume de vendas.

O leasing, “chamado de arrendamento mercantil pela legislação brasileira, consiste basicamente, na cessão do usufruto de um bem mediante uma remuneração periódica, por um prazo determinado” [...] [SAMANEZ, 1990, p. 13], tem tido uma participação significativa nas vendas a prazo realizadas pela indústria automobilística brasileira.

Há algum tempo era realizado somente por pessoas jurídicas, em função da legislação não permitir o leasing para pessoa física, e pelo fato de a contraprestação poder ser deduzida no imposto de renda das empresas, como despesa.

Com a mudança na legislação e sua simplificação, o leasing passou a ser utilizado também por pessoas físicas, num primeiro momento por autônomos e profissionais liberais e posteriormente por todas as pessoas, uma vez que as suas regras ficaram muito parecidas com as regras do CDC.

Em algumas épocas, quando o CDC torna-se inviável por algum motivo específico, há uma migração destas operações em direção às operações de leasing, uma vez que as instituições financeiras que atuam neste mercado, redirecionam seus recursos para a modalidade que lhe oferece melhor retorno em determinado período.

## **1.2. Problemática**

O crédito passou a ser encarado pelos bancos<sup>1</sup> e pelas montadoras, como uma forte estratégia de competição, podendo através do crédito, as montadoras encontrarem novas formas de comercialização de seus veículos. Já para os bancos, principalmente após a implantação do Plano Real, com a perda das receitas inflacionárias em função da estabilização econômica, estes tiveram que se reorganizar, reduzindo a sua estrutura de captação e investindo pesado em operações de crédito.

Num primeiro momento, após a implantação do Plano Real, o aumento das operações de crédito não foi o esperado, em função das restrições impostas pelo governo, principalmente no que diz respeito ao prazo das operações, que foram bastante reduzidos para evitar o consumo.

Com a liberação dos prazos das operações, o crescimento foi bastante expressivo, gerando uma renda elevada para os bancos e uma forte estratégia de vendas para as montadoras, que de certa forma dependiam do crédito para poderem vender sua produção.

O leasing, objeto de estudo deste trabalho, foi escolhido, dadas suas características e peculiaridades, uma vez que durante o período de análise este foi altamente popularizado, tornando-se, em pouco tempo a maior forma de venda a prazo de veículos, sendo praticamente descartado pelos bancos e pelos consumidores ao final do período, em função de problemas econômicos do período e de algumas questões judiciais particulares ao leasing.<sup>2</sup>

As facilidades implantadas pelos bancos, principalmente as novidades tecnológicas, elevação dos prazos e redução das taxas de juros, tem levado cada vez mais pessoas a realizarem operações de crédito com vistas à compra de veículos, seja este para utilização em lazer ou para trabalho.

Pode-se considerar também, para análise da evolução das operações de crédito para a compra de veículos, o crescente apelo das montadoras no que diz respeito à imposição da necessidade da troca constante de veículo por parte do

---

<sup>1</sup> Para efeito de simplificação, utilizou-se o termo “banco” para denominar as instituições financeiras que atuam neste mercado especificamente.

<sup>2</sup> Estas questões judiciais serão tratadas com mais detalhes no capítulo IV.

consumidor, com a inovação contínua e lançamentos freqüentes de novos modelos, incitando os compradores mais compulsivos à troca cada vez mais constante pelo modelo atual e mais moderno.

O consumidor, diante das facilidades apresentadas, vê cada vez mais alternativas a sua volta, tendo cada vez mais formas de compra, e mesmo várias formas entre os diferentes bancos e diferentes montadoras.

Os bancos e as montadoras utilizam o crédito como forma de competição e de comercialização de seus produtos, através de prazos mais longos e de taxas mais atrativas. Em alguns períodos financiam a compra de alguns veículos sem a cobrança de juros, através de subsídios recebidos da montadora ou da própria concessionária.

Nesse contexto, procurou-se analisar a evolução das operações de leasing entre 1996 e 2001, uma vez que é exatamente neste período que o leasing foi popularizado, teve a melhor performance entre as outras formas de pagamento parcelado apresentadas e novamente foi ultrapassado, reduzindo sua participação neste mercado.

Buscando responder através de tabelas, gráficos e dados de órgãos do governo, montadoras, associações e empresas financeiras, algumas questões como:

- 1 Como ocorreu a popularização do leasing?
- 2 Quais as fontes de pagamento existentes e qual sua participação no mercado no período analisado?
- 3 Que motivos levaram o leasing a perder espaço diante das outras formas de pagamento existentes, depois de ser altamente popularizado?

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Geral**

Analisar a evolução das operações de leasing entre 1996 e 2001 na venda de veículos novos no Brasil.

### **1.3.2. Específicos**

- Analisar comparativamente as várias fontes de pagamentos existentes para a compra de veículos automotores;
- Descrever a participação no mercado, das fontes de pagamento existentes no período proposto;
- Descrever a evolução do leasing no mesmo período.

### **1.4. Metodologia**

Para a elaboração deste trabalho, foi desenvolvido um procedimento metodológico fundamentado em dados e informações.

Para conceituar as várias fontes de pagamentos, foram utilizados livros, monografias, documentos, manuais e estatísticas de bancos, montadoras e associações ligadas aos mesmos, bem como informações disponibilizadas na internet por empresas e órgãos especializados e relacionados ao assunto em questão.

Para a análise da participação das várias fontes de pagamento existentes, foram utilizadas estatísticas de bancos, montadoras e associações ligadas aos mesmos, bem como informações disponibilizadas na internet por empresas e órgãos especializados e relacionados ao assunto em questão.

No que diz respeito à análise da evolução do leasing, utilizou-se monografias, estatísticas de bancos, montadoras e associações ligadas aos mesmos, bem como informações disponibilizadas na internet por empresas e órgãos especializados e relacionados ao assunto em questão.

### **1.5. Estrutura da Monografia**

O capítulo II deste trabalho, trata dos conceitos, definições, histórico e características do crédito e das várias formas que este se apresenta para a aquisição de veículos automotores.

No capítulo III, será apresentada a evolução das várias fontes de pagamentos existentes, no que diz respeito ao volume de operações, bem como a participação de cada uma destas fontes no volume total das vendas internas da indústria automobilística.

No capítulo IV, serão abordados os motivos que levaram à popularização do leasing, tornando-o uma das formas de pagamento a prazo mais utilizada em alguns anos da pesquisa, bem como a sua decadência no final do período do estudo.

## CAPÍTULO 2

### O CRÉDITO E SUAS FORMAS

Este capítulo tratará dos conceitos, definições, histórico e características do crédito<sup>3</sup> e das várias formas que este se apresenta para a aquisição de veículos automotores.

#### **2.1. Intermediação Financeira**

Para que exista o crédito, da forma como hoje conhecemos, ágil, fácil e em grandes volumes, há a necessidade de existir a intermediação financeira, que nada mais é do que a captação de recursos de um agente econômico, por uma instituição especializada, com a finalidade de empréstimo para outro agente econômico

Para que ocorra a intermediação financeira, é necessário que existam agentes econômicos superavitários e deficitários, ou seja, devem existir agentes que tenham renda superior aos seus gastos e em contrapartida agentes que tenham seus gastos superiores à renda, mesmo que por um período limitado.

A ocorrência de intermediação financeira pressupõe a existência de um sistema econômico avançado, superior ao sistema de trocas diretas, onde um agente econômico precisa procurar por outro que tenha a necessidade contrária, ou seja, um agente que necessita de um empréstimo, precisaria encontrar um agente que possua uma reserva monetária e que esteja disposto a emprestá-la.

Existem três pré-condições fundamentais, para que ocorra a intermediação financeira:

- superação do estágio do escambo;
- criação de bases institucionais para funcionamento do mercado de intermediação financeira;

---

<sup>3</sup> Crédito, neste trabalho, está relacionado apenas às modalidades utilizadas por pessoas físicas na indústria automobilística.

- existência de agentes econômicos deficitários e superavitários, dispostos a correr os riscos que a operação requer.

A necessidade de facilitar este encontro, fez com que alguns agentes se aperfeiçoassem, dando origem às instituições especializadas, cujo objetivo é o de promover a ligação entre os agentes.

Atualmente, o melhor exemplo de intermediário financeiro que podemos dar são os bancos. Uma das principais finalidades dos bancos é exatamente a intermediação financeira. A captação de recursos, feita pelos bancos, principalmente através de aplicações financeiras como a poupança, serve de geração de recursos que os bancos utilizam para seus empréstimos aos agentes deficitários.

A especialização destas instituições neste tipo de processo é tão grande, que os agentes econômicos realizam as transações necessárias para a ocorrência da intermediação financeira sem nem se darem conta, uma vez que depositam o excedente de suas rendas nos bancos para a obtenção de um determinado rendimento e este mesmo recurso captado pela instituição, será emprestado para um agente deficitário para a cobertura de seu déficit orçamentário.

As vantagens da intermediação nos moldes modernos são muitas, podemos citar como as mais importantes, a especialização das instituições, redução dos riscos e custos, maior disponibilidade de recursos, ampliação do acesso ao mercado financeiro de pequenos investidores.

Ao realizarem com freqüência transações de captação e empréstimo, as instituições especializam-se, tornando cada vez mais ágil, fácil e confiável a intermediação financeira.

O risco do agente superavitário tende a diminuir em função da intermediação, uma vez que a instituição, dependendo da aplicação escolhida, garante o rendimento, assumindo o risco pelo empréstimo deste recurso ao agente deficitário.

A disponibilidade de recursos aumentará, uma vez que a instituição financeira pode realizar a captação e estocar o recurso à espera de um agente



deficitário, disposto a tomar um empréstimo, este por sua vez, normalmente encontrará o recurso disponível.

Para poder disponibilizar mais recursos o maior tempo possível, as instituições especializadas incentivam a captação, possibilitando a ampliação do acesso de pequenos investidores ao mercado financeiro.

A intermediação financeira alcançou um patamar tão elevado e confiável, que os agentes têm à sua disposição durante todo o tempo, recursos para empréstimo, algumas vezes com limites pré-aprovados, como é o caso do cheque especial.

Os recursos utilizados pelos bancos para o financiamento de veículos, são em muitos casos captados através de intermediação financeira, ou seja, os bancos captam recursos através de depósitos e aplicações e o utilizam nestes financiamentos.

Pode-se considerar que a intermediação financeira ajudou na modernização das operações de crédito e no aumento do seu volume, uma vez que as instituições se especializaram e os agentes criaram confiança no sistema, reduzindo de forma considerável o risco das operações.

## **2.2. Crédito**

A palavra crédito origina-se do latim “creditum = confiança, empréstimo, dívida”.

Das várias definições existentes para o crédito, podemos resumidamente citá-lo como sendo a troca de uma riqueza presente por uma riqueza futura.

O crédito tem seus primeiros registros na Grécia, que “aperfeiçoou a técnica bancária aplicada pelos povos do Mediterrâneo de que se tornou herdeira. A constituição de Sólon autorizava o empréstimo com juros, e o comércio de dinheiro se desenvolveu a ponto de ser praticado até nos tempos de Delphos e Épheso” [GOMES, CITADO POR VENTURA, 2000, p 13].

No Brasil, o crédito está diretamente ligado ao nascimento do país. Vários autores citam este fato, uma vez que a vinda dos primeiros portugueses para o Brasil era em parte financiada pelo governo português, através de crédito e terras para a formação das cidades.

Da análise das várias definições do crédito, podemos relacionar algumas características fundamentais: confiança, prazo, juro e risco.

A confiança é imprescindível a ambas as partes. Tanto quem empresta, a instituição financeira no nosso caso, quanto quem toma emprestado, precisam confiar na idoneidade e honestidade da parte contrária.

As instituições financeiras têm sua idoneidade medida pelo Banco Central, através de relatórios, documentos e análise de suas condições financeiras, análise esta que é feita permanentemente, para que o sistema financeiro não seja pego de surpresa por uma instituição em dificuldade, o que poderia afetar todo o sistema, abalando desta forma a credibilidade do próprio Banco Central, pois este seria acusado de ineficiente em sua fiscalização.

Já os clientes passam por um processo de análise de sua ficha cadastral (dados pessoais, profissionais, financeiros e de relacionamento) analisada pela instituição financeira. Cada instituição tem sua regra de análise de crédito, sendo que a rigidez na concessão do crédito, varia de acordo com a instituição.

A rigidez na análise de crédito está relacionada a uma série de fatores e podemos citar como principais: grau de inadimplência do segmento, volume de recursos disponíveis, restrições governamentais (prazo, por exemplo), garantias apresentadas, percentuais de entrada sobre o valor total do bem, número de prestações e principalmente a confiança.

Quanto mais desfavoráveis forem os itens identificados acima, maior tende a ser a rigidez na análise do crédito, uma vez que quanto menor for a confiança do banco em receber um determinado empréstimo, maior conseqüentemente será o seu risco.

O tempo pelo qual o tomador se compromete a devolver o valor tomado do banco é chamado de prazo. As diversas formas de crédito, se apresentam em diversos prazos diferentes, cada um com sua peculiaridade<sup>4</sup>.

Os prazos estabelecidos para as diversas formas de crédito, são definidos pelo Banco Central, que é o órgão responsável ainda por autorizar e regulamentar o funcionamento das instituições, bem como fiscalizar seu funcionamento.

O acréscimo pago pelo cliente ao banco em função do prazo, risco, valor da entrada e confiança é chamado de juro. Quanto maior for o prazo da operação, maior tende a ser o risco, pois menos condições o banco terá para analisar e medir a capacidade de pagamentos futuros do tomador do empréstimo e conseqüentemente maior será o juro cobrado, pois na formação das taxas de juros está incluída a variável risco.

No financiamento e no leasing, as taxas de juros cobradas têm sua composição muito parecida, variando em momentos específicos, quando há aumento do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF), por exemplo, que não incide sobre o leasing e em outros casos, por interesse dos bancos, que redirecionam mais ou menos recursos para o segmento que mais lhe interessar em determinado momento.

Já no consórcio, não há incidência de juros nas prestações, as administradoras cobram a título de remuneração a taxa de administração, que varia de acordo com a administradora e é cobrada em percentual sobre o valor do bem do plano.

O consórcio é definido pela legislação do Banco Central, como administração de recursos de terceiros, proibindo desta forma a cobrança de juros, uma vez que não caracteriza uma operação financeira.

O risco é a chance de o credor não receber o que emprestou. O risco é inerente ao crédito, por definição, não há crédito sem risco.

O risco é a variável que melhor caracteriza o crédito, uma vez que o banco pode escolher entre emprestar este recurso para CDC ou leasing, escolher outro

---

<sup>4</sup> Os prazos, bem como as peculiaridades das diversas formas de crédito existentes, serão abordados no próximo capítulo.

segmento para emprestar ou aplicá-lo de uma outra forma, em títulos ou mesmo operações que possam lhe render mais.

Pelas suas próprias características, no consórcio, o risco tende a se reduzir para a administradora com o passar do tempo do grupo, uma vez que somente após a contemplação é que o bem será entregue ao consorciado, podendo esta contemplação ocorrer desde as primeiras assembleias, sendo neste caso o risco maior ou nas últimas assembleias, diminuindo de forma considerável o risco.

Antes da contemplação a administradora não corre nenhum risco, uma vez que se o consorciado se tornar inadimplente será excluído do grupo e receberá, alguns meses após o término do plano, o valor investido. Nesta restituição, será abatido, a título de penalidade por quebra de contrato, um percentual que varia de acordo com o tempo em que o consorciado contribuiu. Este valor descontado do cliente excluído, é revertido em favor do grupo.

Não há muitas diferenças no que se refere a risco entre financiamento e leasing, podemos citar como uma das principais diferenças a questão da garantia, ou bem, que no caso do financiamento fica registrado em nome do cliente, com cláusula de alienação fiduciária em favor do banco. No leasing, o bem é registrado em nome do banco ou companhia de leasing, com cláusula de arrendamento mercantil em favor do arrendatário/cliente.

Em ambos os casos, para proceder qualquer alteração nas características do veículo ou para transferir sua propriedade, há a necessidade de autorização emitida pelo banco, sem a qual o órgão de trânsito não efetuará o procedimento, resguardando desta forma sua garantia.

### **2.3. Consórcio**

Consórcio é a união de diversas pessoas físicas ou jurídicas, com o objetivo de formar poupança, mediante esforço comum, com a finalidade exclusiva de adquirir bens por meio de autofinanciamento [HOLTZ, 1988, p. 63].

Não se tem como certa a origem do consórcio, vários autores têm diferentes argumentos para o seu início, mas como todas são formas semelhantes ao que hoje chamamos de consórcio, acredita-se que todas estas teorias ajudaram a formar o que hoje chamamos de consórcio, como cita muito bem HOLTZ [1988, p. 33], “não podemos negar que tais sistemas tenham colaborado para a formulação desse ‘sui generis’ consórcio. Afinal, poupar e gastar acompanham a humanidade desde seus primórdios. Sempre existiram em todos os tempos e povos, sistemas de poupança que, ao final, canalizavam os recursos para o consumo”.

Da mesma forma no Brasil a origem do consórcio se perde no tempo. Já desde o tempo do império havia várias formas de empréstimo e poupança. No início dos anos 60 é que se encontram as primeiras manifestações de formas semelhantes ao que seria posteriormente denominado de consórcio.

A crescente industrialização, principalmente impulsionada pela indústria automobilística, causa o aumento do êxodo rural. Com a intenção de conseguir novos empregos na indústria em desenvolvimento, os trabalhadores saem do campo em direção às grandes cidades.

Nasce então uma nova classe social, uma classe de trabalhadores privilegiados, ávidos por consumir. Surge neste momento o consórcio, num primeiro momento, segundo HOLTZ [1988, p.35] em forma de cooperativas de consumo de grandes organismos, como a Associação Atlética Banco do Brasil, que foi a grande responsável pela disseminação da idéia em todo o Brasil.

Várias administradoras entram no mercado e começam a surgir os primeiros problemas graves de danos à poupança popular. Surge então a primeira intervenção do governo em 1967, mas os problemas continuam. Em 1971, o governo assume com mão de ferro o controle da atividade.

Finalmente em agosto de 1972 os consórcios têm seu regulamento aprovado, ficando subordinados à Secretaria da Receita Federal. De 1974 a 1976 há um grande aumento no número de administradoras de consórcio. Das pequenas empresas familiares surgem os grandes consórcios nacionais. As montadoras de veículos abrem suas administradoras. A eliminação das empresas sem condições técnicas e

financeiras e a fiscalização constante por parte do governo levaram os consórcios a um grande desenvolvimento.

Em sua obra, HOLTZ [1988, p. 40], afirma que o consórcio ajuda a indústria automobilística a regular a produção, na sua opinião “os consórcios não estimulam a demanda de bens, ao contrário, a deprimem e regulam o consumo. Com esta característica normaliza o processo produtivo e dá estabilidade à produção”.

Esta característica do consórcio ajuda as montadoras a programarem parte de sua produção, uma vez que normalmente dois consorciados são contemplados por assembleia em cada grupo, se a montadora tem a informação de quantos grupos existem em andamento, ela poderá definir a produção para atender este segmento com um certo grau de perfeição.

No consórcio, o bem é a garantia de pagamento após a contemplação, ou seja, o bem fica registrado em nome do consorciado com cláusula de alienação fiduciária em favor da administradora. Antes da contemplação o consorciado fica obrigado ao pagamento das contribuições, sob pena de exclusão do grupo em caso de atraso superior ao pré-estabelecido em contrato. Diz VENTURA [2000, p. 83], “o consorciado, enquanto não contemplado, é apenas e tão-somente um pretendente à retirada de um bem para entrega futura. Após a sua contemplação é um financiado, isto porque, o bem lhe será entregue gravado com alienação fiduciária a favor do grupo (...)”, ficará sujeito às mesmas penalidades do leasing e do CDC em caso de inadimplência.

Os prazos e normas de funcionamento dos consórcios são regulamentados pelo Banco Central, que tem ainda a função de, fiscalizar e disciplinar o funcionamento e andamento das administradoras e dos grupos de consórcio.

No consórcio para veículos, os prazos variam. Os mais comuns são planos de 25, 50 ou 60 meses. Há duas formas de pagamento: normal, pagando-se parcela por parcela no vencimento e lance, onde o consorciado oferta um determinado número de parcelas ou percentual do valor total do bem, servindo este lance como antecipação das parcelas finais do plano, obrigando o consorciado a continuar o

pagamento normal das parcelas remanescentes, caso o lance ofertado não caracterize a quitação do plano.

Só é vantajoso antecipar ou quitar as parcelas do consórcio, após a contemplação do plano, pois a simples quitação antecipada não caracteriza a contemplação, uma vez que esta só se dá por lance ou sorteio. Quitando antecipadamente, o consorciado ficará sujeito apenas à contemplação por sorteio, uma vez que as parcelas antecipadas não poderão ser revertidas em lance.

O Banco Central mantém em caráter permanente, dados relativos às administradoras de consórcios existentes no país, com informações sobre autorização de funcionamento, sua colocação nos diversos segmentos, taxa média de inadimplência, taxa de administração por empresa, por segmento e a taxa média do mercado.

Nota-se uma preocupação muito grande e constante por parte do Banco Central no que diz respeito à segurança dos futuros consorciados, e uma preocupação ainda maior em desmascarar possíveis fraudadores do sistema. Uma das principais recomendações do Banco Central é com as excessivas vantagens e facilidades oferecidas pelos vendedores, o que em muitos casos concretiza a suspeita de fraude.

#### **2.4. Crédito Direto ao Consumidor (CDC)**

O crédito direto ao consumidor (CDC), é a forma de crédito mais conhecida e mais utilizada na indústria automobilística. CDC pode ser definido como o crédito concedido por instituição financeira para aquisição de um bem específico.

O financiamento de automóveis surge informalmente com a concessionária trabalhando com bancos e outras instituições financeiras e utilizando seus próprios recursos algumas vezes para vender carros a prestação.

Henry Ford relutou em encorajar empréstimos aos consumidores (ele entendia que o fabricante deveria apenas produzir os bens, o financiamento deveria ser realizado por outras instituições financeiras), entretanto, em 1923, resolveu

financiar a compra do modelo Ford T, cuja produção estava muito aquém das vendas previstas [VENTURA, 2000, p. 76].

No Brasil o financiamento de veículo surge no mesmo momento da criação da indústria automobilística, as montadoras que se instalavam traziam o know-how de outros locais onde possuíam fábricas.

O CDC tem o objetivo de financiar veículos novos e usados, a partir de regras estabelecidas pelo Banco Central. O consumidor compra o veículo na concessionária que preferir, pagando uma entrada e financiando o saldo em prestações, que podem ser fixas ou variáveis.

#### **2.4.1. CDC Pré-Fixado**

O CDC pré-fixado, como o próprio nome já diz, tem suas prestações fixas, o consumidor neste caso sabe quanto vai pagar do começo ao fim do financiamento, as prestações não tem variação.

No Brasil, esta é a forma de financiamento mais utilizada. Com esta modalidade os consumidores se sentem mais seguros, pois não estão vulneráveis às variações dos índices de correção utilizados para o reajuste dos contratos pós-fixados.

Esta é a modalidade preferida pelos consumidores, uma vez que nosso país é bastante vulnerável às instabilidades econômicas, o que aumenta o risco de uma operação pós-fixada, pois se o país sofre uma crise econômica e há aumento dos juros, os contratos pré-fixados não sofrerão nenhum tipo de aumento em suas parcelas.

Apesar das taxas de juros das operações pré-fixadas incluírem a expectativa de inflação, tornando-as bastante elevadas, muitos consumidores a preferem, por não acreditarem na continuidade da estabilidade econômica por um período muito longo.

#### **2.4.2. CDC Pós-Fixado**



Nesta modalidade de CDC, as prestações têm correção mensal, o consumidor realiza uma operação e não sabe qual será o valor das parcelas em seus vencimentos, apenas tem como base o valor contratado devendo aplicar a variação do índice adotado para a correção.

Quando da estabilidade econômica, após a implantação do plano Real, esta modalidade foi bastante utilizada pelos consumidores, uma vez que sobre o financiamento incidia uma pequena taxa de juros fixos, e a variação do índice contratado. Como a variação destes índices era razoavelmente baixa, os consumidores contratavam seus financiamentos na forma pós-fixada, que em muitos casos era vantajosa.

Os índices mais utilizados para a correção do CDC eram:

- TR – Taxa Referencial, e suas variações
- IGPM – Índice Geral de Preços de Mercado.
- Dólar

Após a estabilização econômica houve um aumento significativo dos contratos pós-fixados, principalmente dos contratos em dólar, mas com a desvalorização do Real em 1999 estas operações foram bastante reduzidas. Não há interesse dos consumidores pelas operações e os bancos procuram não oferecer esta modalidade.

Atualmente os bancos não têm operado com CDC pós-fixado, uma vez que a procura é bastante baixa e a captação de recursos internos está mais facilitada.

Da mesma forma que no consórcio, no CDC a garantia do pagamento é o próprio bem, uma vez que o veículo é registrado em nome do proprietário com cláusula de alienação fiduciária em favor da instituição financeira, banco ou financiadora.

O Banco Central do Brasil é quem determina as regras do CDC, sendo que a sua maior intervenção se dá em períodos de restrição ao consumo, quando este estipula prazos máximos para as operações, aumento de depósitos compulsórios por parte dos bancos, entre outras medidas restritivas. Mas de um modo geral, as regras

do CDC tem mudado pouco nos últimos anos, salvo restrições impostas pelo governo em alguns períodos.

Diferente do consórcio e do leasing, no CDC incide o Imposto Sobre Operações Financeiras (IOF), por este caracterizar uma operação financeira.

Os prazos do CDC são bastante maleáveis, não foram encontrados na literatura disponível os prazos máximo e mínimo para a realização destas operações, que podem variar desde uma até 60 prestações.

Tem-se no entanto conhecimento, que os prazos mais utilizados são 12, 24 e 36 prestações. Atualmente, com a estabilidade econômica, vários bancos vêm alongando estes prazo para 48, e até 60 prestações, prazos que não eram comuns há alguns anos, principalmente em se tratando de operações com taxas pré-fixadas.

Também na legislação, não há definição de prazos mínimo ou máximo para o CDC, porém não se tem conhecimento de operações realizadas com prazos superiores há 60 meses para automóveis e comerciais leves.

## **2.5. Leasing**

O leasing, “chamado de Arrendamento Mercantil pela legislação brasileira, consiste, basicamente, na cessão de usufruto de um bem mediante uma remuneração periódica, por um prazo determinado. Ao fim do qual o arrendatário pode optar pela renovação do contrato de arrendamento” [SAMANEZ, 1990, p. 13].

O leasing é um contrato através do qual uma empresa cede a alguém ou a outra empresa, por um determinado período de tempo, o direito de usar e obter rendimentos com bens de sua propriedade, havendo ainda a opção de compra no final do plano. Assemelha-se a um contrato de aluguel.

A mais antiga evidência sobre leasing da qual se tenha conhecimento data da Antigüidade, por volta de 2000 a.C., nas escritas cuneiformes do povo sumério, já que, sendo o leasing forma peculiar de locação, os antigos usaram as primeiras formas locativas, distinguindo a propriedade do bem em relação ao seu uso [SAMANEZ, 1990, p. 14].

O leasing, como as outras formas de crédito, tem sua origem exata desconhecida. Alguns autores, em suas obras citam mais de uma procedência para o tema. No entanto, há uma tendência em acreditar que estas formas mais antigas, serviram apenas de base para o que hoje conhecemos como leasing. A forma atual teve sua origem, segundo os vários autores estudados, entre a Segunda Grande Guerra Mundial e a década de 50.

No Brasil, o leasing foi introduzido na década de 60, inicialmente sem a devida regulamentação, o que dificultava o crescimento do setor, que era reconhecidamente pleno de potencial.

Na década de 70, o leasing começou a ser regulamentado, disciplinando o setor e propiciando o seu crescimento dentro de um marco legal. A lei 6.099, de 12/09/74, passa a denominar o leasing como “Arrendamento Mercantil”, determinando o Banco Central do Brasil como órgão de controle e fiscalização.

Usualmente temos dois tipos de leasing, o operacional e o financeiro.

O leasing Financeiro, além de sua forma convencional, pode apresentar-se ainda sob as modalidades de *lease-back*, leasing imobilizado, leasing exportação, leasing importação, entre outros.

### **2.5.1. Leasing Operacional**

É a modalidade em que as condições de locação do bem são privilegiadas, ou seja, normalmente não há interesse do arrendatário pela aquisição do bem ao final do plano. Nessa modalidade normalmente a empresa arrendadora assume a manutenção do bem arrendado. Não é comum este tipo de leasing no setor automobilístico, uma vez que normalmente o arrendatário tem interesse na aquisição do bem ao final do plano. Como exemplo comum de leasing operacional, podemos citar a Xerox, que arrenda o equipamento e assume a manutenção do mesmo, retomando-o ao final do contrato.

### 2.5.2. Leasing Financeiro

É a forma mais comum utilizada no Brasil [SAMANEZ, 1990, p. 17], assim o define: “é uma operação financeira em que uma empresa, chamada arrendante, adquire bens de capital segundo as especificações e para uso de outra, chamada arrendatária”.

Difere do leasing operacional, pois nesta modalidade, as despesas de manutenção e conservação do bem arrendado correm por conta do arrendatário, e fica claro que há interesse por parte do arrendatário na aquisição do bem no final do arrendamento.

O leasing financeiro tem várias modalidades, que serão a seguir classificadas:

- *Lease-back* – É a modalidade onde o arrendatário vende à empresa arrendadora um bem de sua propriedade, que o arrenda ao seu antigo proprietário. Na linguagem do mercado financeiro, esta modalidade é vista normalmente como levantamento de capital de giro por parte do arrendatário, como no final existe a opção de compra, o bem volta a posse do seu proprietário original;
- Leasing imobiliário – São operações que envolvem terrenos ou terrenos com edificações de qualquer tipo, seja ela concluída, em construção, ou a ser construída. O leasing imobiliário pode financiar toda a construção;
- Leasing importação – Também denominado leasing internacional, é a operação em que bens de capital novos ou usados, produzidos no exterior, sem similar nacional, são arrendados a empresas domiciliadas no Brasil, por companhias de leasing.
- Leasing exportação – Operação em que a companhia de leasing brasileira arrenda um bem, adquirido no mercado interno, a arrendatários no exterior. Trata-se de modalidade geralmente utilizada para compra de grandes equipamentos, a exemplo das aeronaves exportadas pela Embraer para diversos países.

- Leasing pessoa física – Existe na literatura esta modalidade de leasing financeiro. Porém, não há mais distinção entre esta modalidade e o leasing para pessoa jurídica. Esta separação serviu unicamente porque o BC autorizava o leasing para profissionais liberais, mas a prática do leasing se tornou tão comum que começou a ser realizado também por pessoas físicas comuns, não havendo mais a necessidade de diferenciá-lo;
- Leasing agrícola – Possui as mesmas características do leasing pessoa física, porém contempla somente produtor rural e tem uma diferença fundamental, devido às características do setor, a legislação abriu uma exceção, permitindo intervalos de pagamentos superiores há seis meses, por se tratar de atividade que normalmente tem receitas anuais.
- Subarrendamento - Permite que companhias de leasing domiciliadas no Brasil, possam contratar operações de leasing com entidades no exterior, para subarrendar os bens a arrendatários no país.

A expressão arrendamento mercantil foi introduzida pela legislação brasileira, porque a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, em seu artigo 13, proíbe a citação de palavras estrangeiras em contratos e atos oficiais<sup>5</sup> [DI AUGUSTINI, 1995, p. 13].

Apesar das várias semelhanças com o CDC, o leasing, no que se refere a prazos, possui uma característica própria. Sua legislação define que não podem ser realizadas operações com prazos inferiores há 24 meses. Este prazo mínimo é estabelecido por uma questão contábil, estando relacionada à vida útil do bem arrendado, que a legislação define para veículos um prazo de cinco anos.

Normalmente as operações de leasing são realizadas em 24, 30 ou 36 meses, sendo que alguns bancos já trabalharam com operações de leasing em 48 e até 60 meses, o que é menos comum.

A legislação não define prazo máximo para as operações de leasing, porém, como bem cita SAMANEZ [1990, p. 36] “não há restrições para prazo máximo das

---

<sup>5</sup>

Para fins de simplificação, utilizou-se o termo leasing, por este já estar incorporado ao vocabulário nacional e ao meio financeiro.

operações. Na prática, o prazo máximo depende da possibilidade de as sociedades de arrendamento captarem fundos em longo prazo e de aspectos de crédito”.

O Banco Central do Brasil é quem regulamenta e fiscaliza as normas para funcionamento das empresas de leasing, sendo que suas taxas são muito parecidas com as do CDC.

Da mesma forma que no financiamento, no leasing o veículo é a garantia que o banco tem do pagamento das parcelas. Mas no leasing existe uma diferença fundamental, o veículo é registrado em nome da arrendadora, com cláusula de arrendamento mercantil em favor do arrendatário.

Ao final do plano o arrendatário tem três opções:

- devolver o bem à arrendadora;
- renovar o contrato;
- exercer a opção de compra e receber a posse do bem.

No Brasil, geralmente o arrendatário opta pela compra do bem, uma vez que o pagamento do Valor Residual Garantido (VRG), pago pelo arrendatário, que representa a opção de compra, é feito antes ou durante o plano, inviabilizando a devolução do bem para a arrendadora.

A parcela do leasing é formada por duas partes, a contraprestação, que é a parcela propriamente dita e o VRG, que é a opção de compra. Essa parcela pode ser pré ou pós- fixada, geralmente em dólar ou TR.

O VRG pode ser pago de três formas diferentes:

- antecipado, a entrada que é dada quando da aquisição do bem;
- diluído, quando este é pago durante a operação junto com a contraprestação;
- final, quando ele é pago juntamente com a última contraprestação.

Em um único contrato de leasing, pode haver a cobrança de VRG nas três formas: antecipado, diluído e final, conforme consta no manual de normas do Banco Fiat.

Atualmente vem-se discutindo, em processos judiciais, impetrados por arrendatários e até por ministérios públicos de alguns estados, a questão da

antecipação do VRG, uma vez que esta antecipação descaracteriza a leasing, tornando-o uma simples operação de compra e venda a prazo.

Neste capítulo pode-se verificar a importância da intermediação financeira para o crédito no setor automotivo.

A especialização de alguns agentes neste serviço, tornou a intermediação mais facilitada, ágil e confiável, modernizando e aumentando o volume das operações de crédito, reduzindo o risco dos agentes envolvidos.

O crédito tem sido muito importante para a indústria automobilística, sendo utilizado para o aumento das vendas internas, alcançando patamares bastante elevados de participação neste mercado.

As várias formas de crédito foram apresentadas, sendo citadas suas características e peculiaridades, demonstrando que as preferências dos consumidores podem ser cobertas por outra forma de crédito dependendo de como se comporta o mercado e a economia do país.

## **CAPÍTULO 3**

### **A PARTICIPAÇÃO DO CRÉDITO NAS VENDAS INTERNAS**

Este capítulo tratará da evolução das operações das várias formas de crédito em relação ao volume de vendas da indústria automobilística no Brasil, será feita uma análise comparativa da evolução destas formas no período de estudo.

#### **3.1. A Produção de Veículos no Brasil**

A tabela1, apresenta a produção de veículos na indústria automobilística brasileira, de 1957 até 2001.

A análise desta tabela, deixa evidente que a produção, de uma forma geral vem crescendo ao longo dos anos. Podendo ser observados longos períodos de crescimento e alguns poucos e curtos períodos de queda, seguidos novamente por períodos de crescimento.

Porém, nos últimos anos, pode-se observar que há uma constante oscilação na produção de veículos, alterando a tendência de longos períodos de crescimento por períodos mais curtos, seguidos de períodos de redução.

No período de estudo, pode-se destacar o ano de 1997, quando a produção chegou a aproximadamente 2 milhões, exatamente 1.984.403 unidades produzidas, entre automóveis e camionetas.

Se considerarmos a produção dos chamados comerciais pesados (ônibus e caminhões) a produção de 1997 ultrapassa a casa dos 2 milhões de unidades. Nunca a indústria automobilística brasileira registrou volume tão elevado de veículos produzidos.

O aumento da produção de veículos estimula o crédito, uma vez que as montadoras precisam vender o que foi produzido.



Tabela 1: Produção de Veículos - 1957 a 2001

Produção de Veículos – 1957 a 2001					
Ano	Automóveis	Camionetas de uso Misto	Utilitários	Camionetas de Carga	Total
57	1166	490	9164	1217	12037
58	3831	7504	14273	4703	30311
59	14495	15793	18083	8083	56454
60	42619	19195	19514	10026	91354
61	60205	24439	17621	12826	115091
62	83876	25969	22247	19432	151524
63	94764	27449	13432	14516	150161
64	104710	27441	11853	15209	159213
65	113772	24323	9496	12637	160228
66	128821	28607	14426	17702	189556
67	139260	302720	8140	16009	466129
68	65045	36594	7328	23984	232951
69	244379	34567	5193	23313	307452
70	306915	35518	4723	26487	373643
71	399863	370540	31123	73840	875366
72	471055	43316	5534	43479	563384
73	564002	47354	6563	56893	674812
74	691310	52649	7510	66776	818245
75	712526	54450	7346	67099	841421
76	765291	57687	7010	60673	890661
77	732360	37627	3019	32991	805997
78	871170	41514	5321	45400	963405
79	912018	41002	5770	63293	1022083
80	933152	34360	5631	75549	1048692
81	585834	17096	2856	85354	691140
82	672589	23214	3100	103883	802786
83	748371	14306	1636	90456	854769
84	679386	15497	1107	112826	808816
85	759141	16331	1512	116570	893554
86	815152	14235	2867	128316	960570
87	683380	13395	3134	132318	832227
88	782411	21095	2747	172266	978519
89	730992	17641	2425	184942	936000
90	663084	17258	1775	165721	847838
91	705303	11999	1655	168955	887912
92	815959	16085	384	185122	1017550
93	1100278	25495	265	198627	1324665
94	1248773	38967	231	211846	1499817
95	1297467	43975	247	195177	1536866
96	1458576	67740	244	211713	1738273
97	1677858	65263	320	240962	1984403
98	1254016	41331	449	204603	1500399
99	1107751	24796	719	147351	1280617
00	1361721	30890	1455	202816	1596882
01	1495622	31685	1536	182561	1711404

Fonte: Anfavea

### 3.2. A Participação das Fontes de Pagamento nas Vendas Internas

A tabela 2, apresenta o volume de produção da indústria automobilística brasileira entre 1996 e 2001, bem como as vendas internas e a participação de cada uma das fontes de pagamentos estudadas, em relação ao volume total das vendas internas.

Tabela 2: Produção de Veículos, Vendas Internas e Fontes de Pagamentos

<b>Produção, Vendas Internas e Participação das Fontes de Pagamento</b>						
<b>Ano</b>	<b>Produção</b>	<b>Vendas Internas</b>	<b>Consórcio</b>	<b>CDC</b>	<b>A vista</b>	<b>Leasing</b>
96	1738273	1453621	232579	595985	581448	43609
97	1984403	1573847	283292	361985	566585	361985
98	1500399	1121902	269256	168285	437542	246819
99	1280617	1015967	213353	274311	406387	121916
00	1596882	1237296	235086	606275	296951	98984
01	1711404	1335958	187034	681339	427507	40078

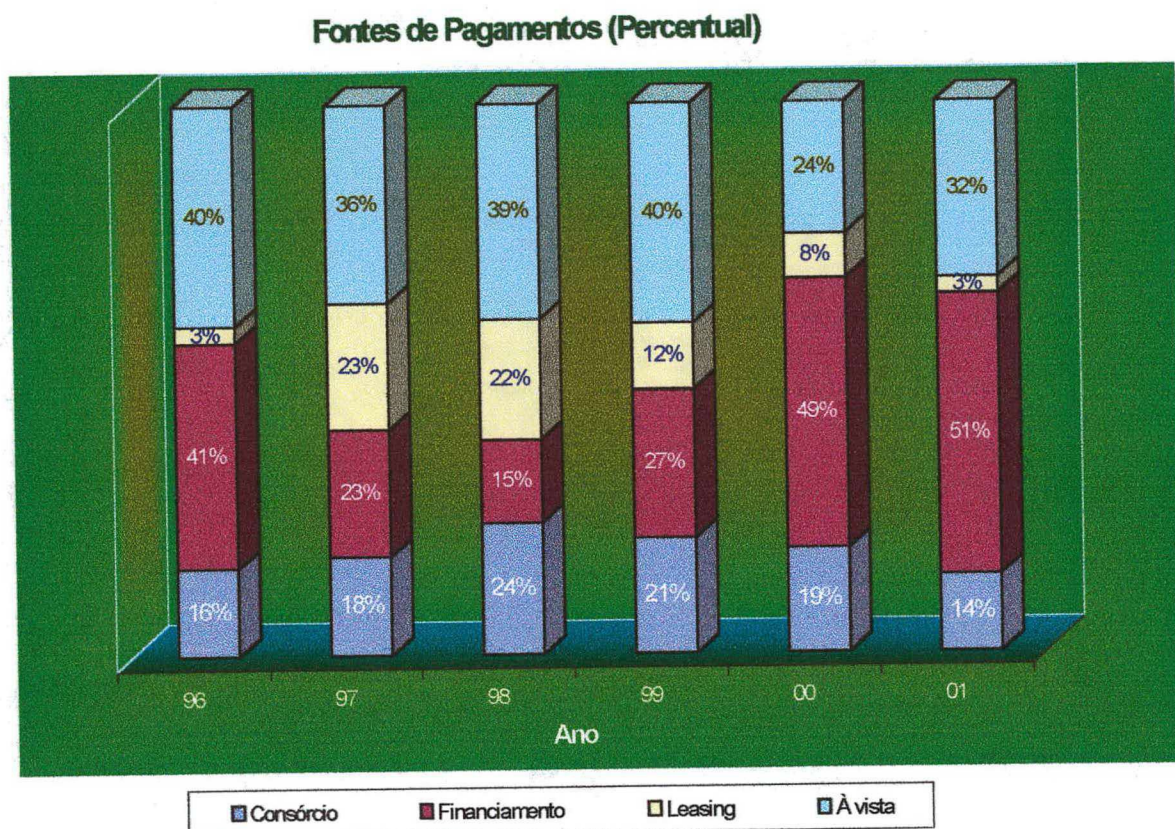
Fonte: Calculado a partir de dados da Anef e Anfavea

Nestes períodos de grande produção, surgem as grandes promoções das montadoras, facilitando o pagamento dos veículos vendidos, através do crédito concedido principalmente pelos seus bancos, que algumas vezes recebem um incentivo da própria montadora para trabalharem com juros baixos, para com isso incentivar suas vendas.

Existem basicamente quatro formas de vendas para veículos automotores, o que chamaremos neste trabalho de fontes de pagamentos: à vista, consórcio, CDC e leasing.

Para ilustrar estes dados, o gráfico 1 dará uma idéia melhor da participação das fontes de pagamentos, em relação às vendas internas da indústria automobilística brasileira, considerando automóveis e comerciais leves (camionetes de uso misto e de carga e utilitários).

Gráfico 1: Fontes de Pagamentos (Percentual)



Fonte: Anef

### 3.3. À Vista

Nesta forma de pagamento, não há uma operação financeira envolvida, o veículo é adquirido à vista, ou seja, é pago com recursos do próprio do comprador.

É comum neste tipo de negociação, a concessionária vender seu veículo através de troca, tomando como parte do pagamento, um veículo que o comprador possuía, normalmente um veículo mais antigo e mais barato, pagando a diferença do preço à vista.

Muitas vezes a própria concessionária financia o saldo, através de cheques pré-datados, notas promissórias, ou uma outra forma de pagamento, como um contrato particular, onde o veículo é registrado em nome do comprador com cláusula de “reserva de domínio” em favor da concessionária, que se obriga a emitir

um instrumento de liberação quando da quitação do saldo devedor. Estas alternativas hoje em dia são muito pouco utilizadas, devido à facilidade de crédito.

As vendas à vista se mantiveram quase que estáveis nos quatro primeiros anos de análise, tendo uma oscilação não superior a 4 pontos percentuais entre 1996 e 1999.

Em 1996 as vendas à vista representaram 40% do volume total das vendas internas, essa performance de vendas à vista se deveu basicamente a elevação das taxas de juros das operações de crédito e das altas taxas de administração de consórcios, fazendo com que os consumidores procurassem comprar seus veículos sem pagamento parcelado de qualquer forma.

Com a redução das taxas de juros, o volume das vendas à vista cai em 1997, passando a uma participação de 36% do volume total das vendas internas.

A queda das vendas à vista neste ano, deveu-se principalmente ao aumento das operações de leasing, que serão analisadas detalhadamente mais adiante neste trabalho.

Em 1998 as vendas à vista voltam a crescer, novamente influenciadas pela elevação das taxas de juros. Neste ano, esta fonte de pagamento representou um volume de 39% do total das vendas internas. Boa parte dos consumidores que fugiram principalmente do financiamento, que teve uma queda significativa na participação do mercado, migrou não diretamente para a compra à vista e sim para o consórcio, que teve um bom aumento neste ano.

Em 1999, as vendas à vista se mantiveram praticamente estáveis, com uma pequena variação de um ponto percentual, passando de 39 para 40%, nada de anormal pelo que já foi analisado.

Nos dois últimos anos de análise, observamos uma queda acentuada no volume de vendas à vista. No ano 2000, com um volume de 24%, podemos destacar como fatores principais deste desempenho, a redução das taxas de juros, o bom desempenho do consórcio e principalmente a recuperação das operações de CDC, influenciada pelas promoções dos bancos de montadora, o que será analisado posteriormente.

Em 2001, com um volume de 32%, as vendas à vista tiveram uma boa recuperação em relação ao ano anterior. Esta recuperação deveu-se principalmente à queda das operações de leasing e de consórcio.

Esta queda no final do período, mostra que a indústria automobilística está cada vez mais dependente das vendas a prazo, investindo nesta estratégia através de seus bancos. As concessionárias por sua vez, abrem suas portas para outros bancos, especializados em concessão de crédito para compra de veículos, o que é cada vez mais comum no mercado.

### **3.4. Consórcio**

O consórcio, segundo vários autores, não influencia a produção. Por se tratar de uma venda, de certa forma programada, ou seja, ao formar um grupo de consórcio existe uma programação de entrega mensal, normalmente dois veículos por mês. Isto gera, segundo estes autores, não um aumento no volume de vendas, mas sim a expectativa de produção em função da formação dos grupos.

Pode-se entender que, quanto mais grupos de consórcio são formados, mais veículos precisam ser produzidos para suprir a demanda, uma vez que os veículos têm obrigatoriamente que ser entregues pela administradora ao consorciado, a isto podemos chamar de demanda cativa.

Em 1996, o consórcio teve uma participação de 16% sobre o volume total das vendas internas, volume este considerado normal diante do desempenho histórico do consórcio.

Com o mau desempenho do financiamento e aumento das operações de leasing, o consórcio em 1997 reage, tendo um desempenho melhor que no ano anterior, sendo responsável por 18% do total das vendas internas.

A estabilidade econômica promoveu a redução das taxas de administração de consórcios, o que auxiliou no bom desempenho desta modalidade. Este aumento, mesmo que pareça pouco expressivo, representa bastante para o consórcio.

O ano de 1998 foi o auge do consórcio no período analisado, sendo que o mesmo foi responsável por 24% do volume total das vendas internas.

Este crescimento foi em função principalmente do aumento das taxas de juros dos financiamentos, que tiveram uma elevação considerável neste ano, e pelo bom resultado do consórcio no ano anterior, onde este iniciou sua reação, em função do mau desempenho do financiamento.

O consórcio foi uma saída encontrada pelas concessionárias para aumentar suas vendas. Era comum neste período de juros altos e poucos financiamentos, serem vendidas quotas de consórcios onde a primeira parcela representava um lance, ou seja, comprava-se uma quota de consórcio e logo na primeira assembleia vários consorciados de um mesmo grupo ofertavam lances, muitos deles eram contemplados, pagando o saldo remanescente no período restante do plano.

Neste ano, várias administradoras aproveitaram o bom desempenho das vendas de consórcios e a elevação das taxas de juros para o CDC, contemplando vários consorciados por assembleia, uma vez que a legislação do consórcio não define número máximo nem mínimo de contemplações por assembleia.

Em 1999, com a redução das taxas de juros e o início da recuperação das operações de CDC, o consórcio tem uma queda em relação ao ano anterior, sendo responsável por 21% do total das vendas internas.

Apesar da redução, pode-se considerar este um bom desempenho, que foi alcançado em função da credibilidade que o consórcio ganhou nos dois anos anteriores.

Em 2000, com a recuperação das operações de CDC aos patamares normais, o consórcio volta a perder espaço, sendo neste ano responsável por 19% do volume das vendas internas.

Em 2001, nova queda do consórcio, apenas 14% das vendas realizadas neste ano foram através desta fonte de pagamento. Este volume foi influenciado principalmente pelo bom desempenho do financiamento, que teve neste ano a melhor participação do período analisado.



O consórcio tem seus clientes cativos, que o utilizam com frequência, fazendo de certa forma uma programação da troca do veículo antigo por um novo. Serve para estes como uma espécie de poupança, que não remunera o capital investido, mas tem um fim específico, o que uma poupança comum poderia não alcançar por uma necessidade imediata do poupador, que poderia utilizá-la em outra negociação.

Em outros casos o consórcio serve de saída para algumas pessoas, quando as taxas de juros estão altas, o que não influencia o consórcio, inviabilizando as compras financiadas.

Pode-se observar que o desempenho do consórcio é melhor quando as taxas de juros são maiores o que prejudica o desempenho do CDC melhorando a participação do consócio.

### **3.5. Crédito Direto ao Consumidor (CDC)**

A forma mais conhecida de crédito, é também uma das mais utilizadas fontes de pagamento para a compra de veículos novos. Dos seis anos analisados, o CDC foi mais utilizado em três, destacando-se diante das outras formas de crédito na maior parte dos anos.

Normalmente o CDC se destaca frente às outras formas de financiamento de veículos, por ser a forma mais conhecida, mais oferecida e mais facilitada pelos bancos para quem pretende comprar um veículo zero quilometro e não pode pagar à vista. Por muitos anos o CDC foi uma das únicas formas de crédito oferecidas pelos bancos para a compra de um veículo novo.

Através do gráfico 1, pode ser analisado que o CDC mantém uma certa hegemonia frente às outras fontes de pagamento, principalmente nos dois últimos anos analisados.

Durante todo o período analisado, podemos destacar especificamente dois anos, 1998 como o ano de pior desempenho e 2001 como o ano de melhor desempenho. Segundo a Associação Nacional das Empresas Financeiras de

Montadoras (Anef), havia a previsão de um aumento maior na participação do financiamento no volume total das vendas da indústria automobilística em 2001, a associação previa uma participação de pelo menos 57% em relação às vendas internas.

Em 1996, o CDC o meio de pagamento mais utilizado para a compra de veículos, sendo responsável por 41% das vendas internas da indústria automobilística. Teve uma participação muito parecida com as vendas à vista, que ficaram em 40%. Este volume pode ser considerado normal para o CDC.

Já em 1997, o CDC perde espaço, sendo responsável por 23% das vendas internas, volume este exatamente igual ao do leasing.

Esta redução na participação do financiamento deveu-se principalmente a uma medida adotada pelo Banco Central, que liberou em 1996 as operações de leasing para pessoa física, medida esta que incentivou os bancos a redirecionarem seus recursos para estas operações.

Em 1998, ainda sob influência da descoberta do leasing para pessoa física, e principalmente pelo aumento considerável nas taxas de juros, que ocorreu no final do período, o CDC continua em decadência, apresentando neste ano a sua menor participação entre todas as fontes de pagamento, 15% sobre o volume total das vendas internas.

Não era esperada pelos bancos, uma queda tão acentuada das operações de CDC, principalmente se for considerado que no ano anterior esta modalidade já havia apresentado um volume bastante baixo em relação a sua média histórica, que normalmente fica acima dos trinta por cento.

Outro fator a ser considerado, é que o CDC não perdeu espaço para o leasing, seu principal concorrente neste momento, o volume de operações de CDC baixou e as operações de leasing se mantiveram praticamente estáveis. A perda de espaço do CDC foi coberta pela elevação das vendas à vista e principalmente pelo consórcio, que registrou um aumento considerável em relação ao período anterior.

Passadas as crises de 1997 e 1998, o CDC recupera o fôlego e inicia uma fase de crescimento no ano de 1999.



Em 1999 ocorre um fato curioso, apesar do aumento do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF), imposto este que incide diretamente sobre o valor das operações de crédito, o CDC apresenta uma forte recuperação em relação ao ano anterior.

Neste ano, o IOF teve uma elevação significativa, isso fez com que os bancos cobrassem taxas mais elevadas nos contratos de CDC, o que levaria os compradores a migrarem para as outras fontes de pagamento. A elevação do IOF durou de janeiro a junho de 1999.

Segundo informações obtidas junto à Secretaria da Receita Federal, o aumento do IOF em 1999, foi decretado pelo Banco Central, com o objetivo de cobrir a perda de arrecadação provocada pela demora na aprovação da prorrogação da CPMF pelo governo federal.

No período em que não podia cobrar a CPMF, o governo precisava manter a arrecadação para não desequilibrar as contas públicas, o aumento do IOF foi a saída encontrada pelo governo para manter a arrecadação.

Tão logo o IOF retorna ao seu patamar normal o CDC volta com força total, ajudando o na sua recuperação.

Os bancos iniciam no segundo semestre de 1999 fortes promoções. Influenciados principalmente pela redução das taxas de juros e em parceria com as concessionárias, começam neste momento as operações com juro zero. Estas operações de CDC consistiam basicamente em financiamentos com entradas elevadas, acima de 50% do valor do bem. Outras definiam um valor máximo financiado, que era dividido em prestações sem juros.

Influenciado principalmente pelo início da redução das taxas de juros e pela queda do IOF, o CDC volta a se destacar diante das outras formas de crédito, fechando o ano com uma participação de 27% sobre o volume total das vendas dos veículos produzidos no país.

Em 2000, o CDC tem um aumento extraordinário, participando com 49% do volume total das vendas de veículos produzidos no país. Uma elevação de mais de

81% em relação ao ano anterior. Neste período todas as outras fontes de pagamento reduziram suas participações.

Neste ano, podemos considerar como fatores que influenciaram no aumento do CDC, a redução significativa das taxas de juros e o acirramento da concorrência no setor automotivo.

Mas, as principais responsáveis pelo crescimento do CDC em 2000, foram sem dúvida, as grandes promoções dos bancos de montadora, que operaram com taxas muito baixas, aumentando a oferta destas operações com juros zero. Estas promoções, eram na sua maioria, subsidiadas pelas montadoras, que concediam vantagens para as suas concessionárias utilizarem este argumento de vendas.

Neste e em outros períodos, as concessionárias preferiam vender o veículo financiado a vender à vista e ter o dinheiro em caixa, pelo simples motivo de receberem grandes incentivos financeiros dos bancos.

A maior parte destas operações com juros zero faz parte das estratégias das próprias montadoras, que a utilizam com o intuito de reduzir seus estoques. Em outras palavras, o juro zero tem como principal função aumentar a venda de determinados modelos que a montadora pretende diminuir em seus estoques.

Se o ano 2000 foi um ano considerável para o CDC, 2001 pode ser considerado o seu auge, 51% de participação no volume total de vendas internas é um percentual bastante significativo.

Com esta participação, o CDC firma-se como a fonte de pagamento mais utilizada na indústria automobilística brasileira, mostrando que em condições normais de economia e política, o crédito, representado principalmente pelo CDC, continua tendo fundamental importância para esta indústria.

Este fato nos mostra a importância do crédito para o crescimento da indústria automobilística, pois se pode observar que, quanto maior a facilidade para comprar um veículo a prazo, maior tende a ser a produção dessa indústria.

Os bancos esperavam um crescimento das operações de financiamento, mas ninguém estava tão otimista para achar que pudesse chegar a um volume tão

elevado, com mais de cinquenta por cento de participação no volume total das vendas internas.

### **3.6. Leasing**

O leasing, entre todas as fontes de pagamento, foi a que mais apresentou variações durante o período analisado, tendo oscilações bastante consideráveis.

Em 1996, ainda pouco conhecido e sob as imposições previstas na legislação em vigor, principalmente no que diz respeito às pessoas físicas, o leasing teve uma participação muito pouco significativa, foram apenas 3% do volume total das operações em relação às vendas internas.

Nada de anormal para o leasing, uma vez que no segmento analisado, esta forma de pagamento sempre teve uma participação pequena, sendo maior sua participação no segmento de veículos comerciais pesados, ou seja, no comércio de caminhões e ônibus. As poucas operações de leasing que eram realizadas para automóveis e comerciais leves, eram feitas para empresas e profissionais liberais, que podiam optar por esta forma de pagamento, utilizando-a principalmente para aproveitar o incentivo fiscal que a operação lhes proporcionava.

Com as alterações realizadas na legislação em 1996, autorizando esta modalidade para pessoa física, o leasing em 1997 teve uma explosão no volume total das operações, sendo responsável neste ano por nada menos que 23% do volume total das vendas internas, igualando-se ao CDC que teve uma redução significativa em relação ao ano anterior.

Desta forma os bancos conseguiram manter sua participação nas vendas do setor, formando ou aumentando consideravelmente suas carteiras de leasing, uma vez que alguns bancos não possuíam operações de leasing em suas carteiras.

O aumento das operações de leasing, ajudou os bancos a manterem a participação no mercado de veículos, uma vez que estas operações cobriram o espaço deixado pelo CDC.

Com o aumento das taxas de juros, em 1998 o leasing novamente foi utilizado pelos bancos e pelas montadoras como saída para aumentar as vendas no setor.

Com a credibilidade que o leasing conseguiu em 1997, quando começou a ser utilizado também por pessoas físicas, tornando-se popularmente conhecido, obteve uma participação bastante expressiva em 1998.

Apesar do aumento das taxas de juros, que provocaram uma queda bastante acentuada nas operações de CDC, o leasing manteve-se praticamente estável, sendo responsável por 22% do volume total das vendas internas neste ano.

O bom resultado das operações de leasing em 1998, deveu-se a uma estratégia adotada pelos bancos para manter o volume das operações, a captação de recursos externos.

Como as taxas de juros tiveram um aumento significativo neste ano, os bancos para não perderam mercado, acreditavam no segmento leasing em dólar, que foi liberado pelo Banco Central também em 1996. Com a popularização ocorrida em 1997, o leasing já conhecido e o dólar mantendo uma certa estabilidade há alguns anos, o mercado aceitou esta modalidade como uma boa forma para a compra do veículo parcelado.

Neste ano, boa parte das operações de leasing foi realizada através de contratos pós-fixados, indexados em dólar. Estas operações consistiam basicamente de contratos com uma pequena taxa de juros fixos, somada à variação cambial, que completava a correção do contrato. Com a moeda brasileira estável, o leasing bastante conhecido e difundido no ano anterior, os bancos não perderam tempo e lançaram no mercado operações indexadas em dólar.

O cliente quando assina o contrato indexado em dólar, não sabe o valor das prestações, apenas sabe que no seu vencimento precisa efetuar a conversão de uma quantidade de dólares em moeda nacional para conhecer o valor da parcela.

Até antes da desvalorização do Real ocorrida em janeiro de 1999, quando estes contratos ainda estavam vigentes, esta modalidade estava sendo um bom negócio para os clientes, pois a variação cambial somada à pequena taxa de juros

que reajustava os contratos, era menor do que os juros cobrados nos contratos pré-fixados. Este acontecimento será mais bem abordado em momento mais oportuno.

Esta estratégia rendeu aos bancos quase o mesmo volume das operações de leasing do ano anterior, passando de 23% em 1997 para 22% do volume total das vendas internas do setor em 1998, volume este que foi considerado excelente pelo mercado, uma vez que era esperada uma redução na participação desta forma de pagamento em função do aumento das taxas de juros, que afetou não só as operações de CDC, mas também o leasing.

Vários bancos, principalmente os de montadora, realizaram este tipo de operações, indexadas ao dólar, formando grandes carteiras de leasing, que como será visto no próximo capítulo, não foi um bom negócio nem para os bancos e principalmente para os consumidores, em função da desvalorização do Real ocorrida no início de 1999, quando os contratos realizados naquele ano ainda estavam em vigor, gerando grandes problemas, inclusive, ações judiciais para ambas as partes.

Um fato importante em 1999 foi a elevação da alíquota do Imposto Sobre Operações Financeiras (IOF), que durou de janeiro a junho de 1999. Este aumento incide diretamente sobre o CDC e não incide sobre o leasing, que por definição não caracteriza uma operação financeira.

Esta elevação do IOF, a princípio levaria a uma migração dos consumidores para as operações de leasing, que como já foi comentado, não sofre incidência do referido imposto. Mas o leasing perde credibilidade logo no início do ano. A desvalorização cambial ocorrida em janeiro de 1999, toma de surpresa o mercado.

O leasing que foi amplamente utilizado em 1998, através de operações indexadas em dólar, sofre um golpe com esta desvalorização, uma vez que estas operações estavam ainda vigentes quando este fato ocorreu.

Somando a desvalorização cambial ocorrida no início do ano, com o início da queda das taxas de juros, a partir do segundo semestre de 1999, o leasing inicia sua fase de decadência, sendo responsável neste ano por uma participação de 12% do

volume total das vendas internas, perdendo espaço principalmente para as operações de CDC, que voltam a se recuperar depois de dois anos de quedas acentuadas.

Para os bancos, esta era uma tendência normal, ou seja, havia uma previsão por parte destes de redução das operações de leasing e de aumento do CDC, bastava para isto que as taxas de juros voltassem a cair. Tão logo isto aconteceu a previsão dos bancos se confirmou.

Esta previsão por parte dos bancos era baseada principalmente na popularidade histórica do CDC, e pela perda da credibilidade do leasing ocorrida com a desvalorização cambial do início do ano, fatos estes que levaram os consumidores a migrarem em massa para as operações de financiamento.

Em 2000, o leasing segue sua trajetória de queda, sendo responsável por um volume de 8% em relação ao total das vendas internas.

Este mau desempenho do leasing em 2000 foi em consequência principalmente dos problemas gerados pela desvalorização do real no início do ano anterior, quando foi divulgado, inclusive na imprensa nacional, que os contratos de leasing indexados em dólar haviam sofrido variações bastante altas, o que levou os consumidores menos informados a acharem que se tratava de algo relacionado somente ao leasing.

Na verdade a desvalorização afetou todos os contratos indexados em dólar, independente de ser este contrato leasing, CDC ou qualquer outro tipo de operação de crédito. O leasing foi sacrificado exatamente por ter sido bastante utilizado, principalmente em 1998, quando as taxas de juros estavam muito elevadas e os bancos utilizaram-no para captar recursos externos, utilizando estes recursos captados no aumento das operações de leasing.

Alguns bancos possuíam neste ano, volume bastante grande de contratos de leasing indexados em dólar, o que gerou sérios problemas para estes, que tiveram que negociar os contratos com os clientes, utilizando um valor menor para o dólar, abrindo mão de parte de seu rendimento, uma vez que tendo captado o recurso no exterior o banco teve que pagar a captação com o aumento que o dólar teve no Brasil.

A demora na resolução dos problemas gerados pela desvalorização do Real nos contratos de leasing, levou esta modalidade a ser ainda menos utilizada do que no ano anterior, uma vez que sua credibilidade estava ameaçada por este fato.

Em 2001, como não poderia deixar de ser, o desempenho do leasing continua sendo reduzido, neste ano foram apenas 3% de participação em relação ao volume total das vendas internas. Esse desempenho apesar de pequeno foi considerado pelos bancos como bom, uma vez que estes acreditavam que em 2001 as operações de leasing praticamente não seriam utilizadas no setor de automóveis e veículos comerciais leves, em função do que aconteceu nos dois anos anteriores.

A maior parte das operações de leasing realizadas em 2001, foi feita por empresas e profissionais liberais, como nos anos em que o leasing não era conhecido. A intenção destes clientes era aproveitar as vantagens<sup>6</sup>, principalmente fiscais do leasing em relação às operações de financiamento.

---

<sup>6</sup> As vantagens do leasing para pessoa jurídica e profissional liberal serão apresentadas no próximo capítulo.

## **Capítulo 4**

### **A EVOLUÇÃO DO LEASING**

Neste capítulo serão abordados os fatos que fizeram com que o leasing fosse popularizado, tornando-se uma das formas de pagamento a prazo mais utilizadas em alguns anos da pesquisa, bem como a sua decadência no final do período de estudo.

#### **4.1. O Início do Leasing**

A prática do leasing como forma de outorgar o uso de um bem sem transferir a sua propriedade tem origem na Antigüidade, estas formas evoluíram dando origem ao que hoje conhecemos como leasing.

No Brasil, o leasing vem sendo utilizado desde a década de 60 e sua regulamentação ocorreu na década de 70, desde então a indústria automobilística passou a beneficiar-se deste como uma nova forma de aumentar a venda de seus veículos.

Durante anos a legislação só permitiu a utilização do leasing por pessoas jurídicas, pois uma de suas características fundamentais é a não imobilização do bem arrendado, ou seja, a empresa não precisa registrar o bem na sua conta de ativo fixo, sendo beneficiada pela legislação do imposto de renda.

Uma vez que o bem não precisa ser imobilizado, as contraprestações passam a ser encaradas pelo imposto de renda como despesa, podendo ser totalmente deduzidas do lucro tributável, para efeito de cálculo deste imposto.

Desde que a arrendatária seja pessoa jurídica, a companhia de leasing poderá acelerar a depreciação em 30% da vida útil definida normalmente pela legislação do imposto de renda, provocando na empresa arrendatária, uma aceleração nas despesas com maior dedutibilidade do imposto de renda a pagar.

Durante anos o leasing foi utilizado somente por pessoas jurídicas, mas no início dos anos 90 houve uma alteração na legislação vigente, sendo que uma das principais mudanças foi a possibilidade de se realizar operações de leasing com



peessoas físicas, desde que houvesse a comprovação de esta pessoa ser autônoma ou profissional liberal. A partir de então, os autônomos e profissionais liberais passam a beneficiar-se do leasing para a compra de veículos.

Esta alteração não foi suficiente para melhorar o desempenho do leasing diante das outras fontes de pagamento de forma considerável, pois em 1996 pode-se acompanhar uma participação muito baixa, de apenas 3% do volume total das vendas internas. Volume bastante baixo se for considerado que estão sendo analisadas quatro fontes de pagamentos para o setor.

#### **4.2. A Popularização do Leasing**

Em 1996, acontece o primeiro fato importante, que ajuda a explicar o motivo da popularização do leasing, uma mudança histórica em sua legislação, ocorrida neste ano, liberando as operações também para pessoas físicas, fazendo com que o leasing se assemelhasse ainda mais ao CDC e suas operações aumentassem bastante na participação do mercado.

Os bancos aproveitaram a abertura do leasing para pessoa física e disponibilizaram esta modalidade, que como pode ser visto, foram muito bem aceitas pelo mercado.

Com esta medida, os bancos mostraram mais uma vez bastante agilidade para ganhar mercado, lançando novos produtos sempre que a legislação lhes permite, aumentando ou mantendo sua participação no mercado.

Este fato ajudou o leasing a ser popularizado, tornando-se mais uma alternativa para a compra de veículos, agora também para pessoas físicas, o que foi utilizado mais tarde pelos bancos, quando o CDC se torna inviável.

No ano seguinte, 1998, o leasing mantém o bom desempenho, mantendo-se à frente das operações de CDC, com 22% contra 15% desta modalidade.

Neste ano houve um fato novo que contribuiu para o bom desempenho e para a popularização do leasing, as taxas de juros aumentaram, reduzindo o volume total das operações, inclusive de leasing.

Novamente os bancos pensam rápido e conseguem encontrar uma saída para este problema. Inicia neste ano uma prática que era comum nos anos de inflação alta, as operações através de contratos pós-fixados, indexados pelo dólar.

Desta vez os bancos captam recursos externos e os emprestam na forma de leasing pós-fixado, sendo que a correção das parcelas é feita através da variação cambial. Os contratos são feitos, com uma pequena taxa de juros fixos complementados com a variação cambial, ou seja, cada parcela é composta por uma quantidade de dólar, que no dia do vencimento é transformada na moeda nacional e paga no banco. O cliente não sabe qual será o valor a ser pago no vencimento, sabe apenas que deve pagar uma determinada quantidade de dólares.

Essa prática rendeu aos bancos neste ano, um ótimo desempenho no que diz respeito às operações de leasing, que quase alcançou o ótimo resultado do ano anterior, passando de 23% em 1997 para 22% em 1998, um desempenho que pode ser considerado excelente, se levarmos em conta a elevação da taxa de juros média neste ano.

### **4.3. A Decadência do Leasing**

Com o início da redução das taxas de juros, chega ao fim a boa fase do leasing. Em 1999 esta modalidade começa a perder força diante da recuperação do CDC. Com o início da redução dos juros, as modalidades de pagamento começam a voltar para seus níveis normais de participação no mercado.

Um fato foi muito importante para a queda da participação do leasing no mercado neste ano. O aumento do dólar em janeiro de 1999, que afetou o leasing mais do que todas as outras formas de pagamento, uma vez que este foi amplamente utilizado pelos bancos no ano de 1998, através de operações indexadas em dólar, quando as taxas de juros tiveram um aumento expressivo.

Apesar do aumento do dólar afetar todas as operações indexadas por esta moeda, o leasing foi mais prejudicado por ter sido utilizado de forma bastante intensa no ano de 1998.

Como era uma modalidade nova para pessoa física, agora também em dólar, o leasing começava a criar credibilidade no mercado, se firmando entre uma das principais fontes de pagamentos para veículos.

A desvalorização cambial não poderia ter ocorrido em momento pior para o leasing, uma vez que as operações realizadas em 1998 ainda estavam em vigência, pois o prazo mínimo para leasing é de 24 meses.

Este fato gerou grandes problemas para os clientes destas carteiras e para os próprios bancos, que na sua grande maioria realizaram muitas operações através desta modalidade.

Para contornar este problema, alguns bancos recorreram a descontos para clientes, com a criação de um dólar com valor médio para cobrar estas parcelas. Não foi esta a solução definitiva, pois muitos clientes não aceitaram estas propostas, uma vez que ainda com a redução, os valores continuavam bastante altos.

A demora na resolução destes problemas gerados pela desvalorização do Real, levou o leasing a perder participação nos anos posteriores, reduzindo a cada ano sua participação no mercado.

Estes fatos ajudaram a reduzir ainda mais o volume das operações de leasing, mesmo pré-fixadas, pois aqueles que não acreditavam, ou desconfiavam de alguma forma do leasing, acharam neste fato, mais um motivo para não realizar operações nesta forma de pagamento.

Cálculos realizados quando da elevação do dólar, mostravam que se não houvesse a desvalorização cambial, as operações indexadas pelo dólar, teriam sido bem mais vantajosas do que as operações com juros pré-fixados.

Neste ano os bancos, principalmente os de montadora, dão continuidade ao que haviam iniciado em 1998, com menos frequência, uma prática que até então era pouco comum, ou mesmo inexistente no Brasil, as operações sem juros.

Como o risco das operações era reduzido em função do valor da entrada, que girava em torno dos 50% do valor do bem, os bancos começaram a operar com CDC sem juros, como a concorrência aumentou, passaram a aumentar o prazo,

chegando a operar nesta modalidade com prazos de até 24 meses, mas o valor da entrada continuou sendo alto, para minimizar o risco da operação.

Chegaram a ser realizadas operações de leasing sem juros neste ano, mas os bancos incentivaram e direcionaram maiores volumes de recursos para as carteiras de CDC, por estas terem um custo operacional menor para o banco.

Estes fatos, associados à redução das taxas de juros, incentivaram na queda das operações de leasing, que não eram mais tão exploradas pelos bancos como nos anos anteriores, em função dos vários acontecimentos anteriormente descritos.

Com esta estratégia de vendas adotada pelos bancos em 1999, o desempenho das operações de leasing iniciou uma longa trajetória de queda, que permanece até hoje.

A tão acirrada concorrência dos bancos de montadora, associada à estabilização da economia, reduz ainda mais as taxas de juros cobradas pelos bancos em 2000, incentivando as operações de CDC, principalmente sem juros, desestimulando as operações de leasing.

Em 2001, a manutenção de dois fatores importantes, a continuação da queda das taxas de juros e os problemas relacionados ao leasing em dólar, dão continuidade ao que se acompanhou no ano anterior. O leasing, como era esperado reduziu ainda mais sua participação neste mercado.

Como pode ser visto neste capítulo, o leasing foi popularizado em função da rapidez com que os bancos se adaptaram às circunstâncias impostas pelo mercado. O leasing foi utilizado pelos bancos como estratégia de reação diante dos acontecimentos que fariam com que as vendas a prazo fossem reduzidas.

Esta estratégia dos bancos rendeu ao leasing, em dois anos consecutivos, uma excelente participação no volume total das vendas de veículos no mercado interno, sendo responsável por volumes de vendas superiores ao CDC em pelo menos um ano, o que é bastante difícil se considerarmos a popularidade que o CDC tem no mercado interno.

Mas ao mesmo tempo em que estas estratégias renderam ao leasing participações expressivas no mercado, também o levaram de certa forma à

decadência, uma vez que um dos principais motivos que levaram a reduzir sua participação, foi a desvalorização cambial de 1999, ano em que as operações realizadas em dólar em 1998 estavam ainda em vigor.

Uma vez que era muito pequeno o número de operações de CDC indexadas em dólar quando este fato aconteceu, o leasing perdeu ainda mais credibilidade, pois o CDC era conhecido, confiável e não passou por este problema.

Foram comuns nesta época as negociações entre bancos e consumidores, procurando um valor médio para o dólar, a fim de resolver parte do problema gerado pela desvalorização do Real.

Existem ainda ações judiciais, clientes que se sentiram prejudicados pela desvalorização da moeda nacional, procuram justificar que seus ganhos não cobrem o aumento e portanto não podem e não se sentem obrigados a pagar as parcelas com todo o aumento.

Mas a defesa dos bancos não deixa dúvidas, provando que o recurso emprestado era captado no exterior, o banco não tem obrigação de ceder descontos sobre os valores contratualmente estipulados, uma vez que o cliente no momento do fechamento da operação, conhecendo as características do país, sabia dos riscos que corria e do ganho que teria, caso essa desvalorização não ocorresse.

Estas ações judiciais levaram um problema adicional aos bancos, muitos advogados e juizes envolvidos nestes processos, acharam uma forma de reverter a situação em favor dos consumidores.

Como o leasing é uma operação de arrendamento mercantil, com opção de compra do bem no final do contrato, através do pagamento do Valor Residual Garantido (VRG), a antecipação do pagamento deste valor, como é comum acontecer no país, descaracteriza a operação, tornando-a um contrato de compra e venda a prazo.

Este fato gerou um volume muito grande de ações judiciais contra os bancos, não só de clientes com contratos em dólar, mas também de clientes com contratos pré-fixados, levando os bancos à não oferecerem mais ou restringirem ao máximo

as operações de leasing na venda de veículos no mercado interno, ajudando o leasing a reduzir ainda mais sua participação no mercado.

## CAPÍTULO 5

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aumento da concorrência no setor financeiro e a necessidade de criação de novas formas de crédito, devido às imposições do governo e do aumento da produção na indústria automobilística, têm levado os bancos a se adaptarem e serem criativos o suficiente para contornar certas situações amenizando as perdas ou mesmo aumentando a participação no mercado.

Com a concorrência aumentando e os modelos evoluindo de forma constante, as montadoras vêm procurando induzir o consumidor, a cada vez mais rapidamente trocar o seu modelo usado por um novo, de última geração, mostrando através de propagandas e exposições nos pontos de vendas, as novidades que o mercado oferece, fazendo o consumidor acreditar na necessidade de trocar o seu veículo por um modelo mais novo, em um tempo cada vez mais reduzido.

Neste contexto, o crédito tem sido encarado pelas montadoras brasileiras como uma excelente estratégia de vendas de seus veículos novos, sendo utilizado em suas promoções, para o aumento das vendas e também para redução de seus estoques no momento de lançar um modelo novo.

Estes fatores têm levado as montadoras a utilizarem seus bancos, no intuito de aumentarem suas vendas e principalmente sua participação no mercado, que é cada vez mais competitivo.

Aumento do prazo das operações para 48 e até 60 meses, redução das taxas de juros até chegar a juro zero para determinados modelos, ou para todos os modelos em alguns períodos, foram algumas das estratégias adotadas pelos bancos durante o período de análise do estudo.

A rapidez com que as instituições financeiras, no nosso caso, principalmente os bancos de montadora, têm visualizado as novas oportunidades de atuação, tem levado estes bancos a terem participações bastante expressivas no mercado de veículos novos, mantendo as vendas a prazo em patamares elevados ao longo dos anos.

Durante o período analisado (1996 a 2001), as formas de pagamento a prazo participaram com percentuais não inferiores a 60% do volume total das vendas internas, participação esta bastante expressiva se considerarmos que o período não foi tão estável como era esperado.

A concorrência no setor, as alterações de impostos cobrados sobre operações financeiras, a desvalorização cambial e principalmente as constantes oscilações das taxas de juros, fizeram com que os bancos fossem forçados a se adaptar muito rapidamente às mudanças impostas pelo mercado, adotando estratégias interessantes e criativas, para enfrentar as transformações do mercado no período analisado.

Nestas estratégias citadas, estão entre outras, as que levaram o leasing a se popularizar, tornando-se a forma mais utilizada de venda a prazo para veículos novos, em alguns dos anos analisados.

O leasing torna-se popular, de certa forma por conveniência dos bancos, que aproveitaram a partir de 1997 a sua liberação para pessoa física, ocorrida em 1996 por determinação do Banco Central e disponibilizaram seus recursos para este segmento, que prometia ser, e foi bastante promissor.

No ano seguinte, com o aumento das taxas de juros, os bancos novamente apostam no leasing para cobrir suas perdas, lançando operações pós-fixadas, indexadas em dólar, ajudando ainda mais o leasing a se popularizar.

A partir de 1999 o leasing entrou em decadência, diminuindo a cada ano a sua participação no volume total das vendas internas. Essa decadência ocorreu pela redução das taxas de juros, que viabiliza as operações de CDC, e principalmente pela desvalorização do Real, ocorrida em janeiro deste ano, que afetou diretamente um volume bastante grande de operações de leasing em dólar realizadas no ano anterior.

O aumento do dólar teve uma participação fundamental na decisão dos bancos de reduzirem drasticamente o nível de recursos disponíveis para operações de leasing, uma vez que este fato gerou sérios problemas para os bancos, que ainda sofrem com as ações judiciais impetradas pelos clientes que realizaram operações de leasing pós-fixadas.



Nestas ações, para argumentar a nulidade do contrato, alguns advogados e juizes estão entendendo que a antecipação do VRG, que é a opção de compra, que deve ser realizada no final do contrato, está sendo realizada antes ou durante o plano, descaracterizando a operação de leasing, uma vez que a legislação define que a opção de compra deve ser realizada pelo arrendatário ao término do contrato.

Os juizes entendem que a antecipação do VRG descaracteriza o leasing, deixando este de ser uma operação de arrendamento mercantil, passando a ser uma operação de compra e venda a prazo.

Mesmo aqueles clientes que tinham seu leasing pré-fixado entraram com ações contra os bancos, solicitando a anulação do contrato por estar este descaracterizado, uma vez que não é costume no Brasil os bancos adotarem o VRG final nos contratos, aumentando ainda mais o problema dos bancos, levando estes a negociarem com os clientes a melhor forma de quitação do plano, uma vez que os bancos estão brigando na justiça, mas sem ter esperanças de que possam ganhar alguma ação.

Pode-se observar que os consumidores têm, de certa forma uma influência pequena na escolha da forma de pagamento a prazo, uma vez que são os bancos que por sua conveniência, direcionam seus recursos para determinada modalidade de compra a prazo, conforme seu próprio interesse, levando em conta as vantagens que a modalidade lhe trará em determinado período.

Desta forma os bancos podem não operar por um determinado período de tempo com uma determinada modalidade, podem cobrar taxas mais altas em função do risco que correm, podem cobrar a mesma taxa, mas tornar mais rígida a análise do crédito, tornando algumas vezes inviável para o consumidor a operação, fazendo com que este opte por outra modalidade. Estas e outras práticas podem ser adotadas pelos bancos no direcionamento de seus recursos de forma mais inteligente e lucrativa.

A pesquisa mostra, de uma forma geral, a importância do crédito para a indústria automobilística e deixa claro que as instituições financeiras que atuam neste segmento, procuram junto às montadoras e concessionárias, se adaptar às

mudanças na legislação e no mercado, procurando atender de forma mais rápida e eficiente às necessidades dos clientes e principalmente das montadoras, que precisam cada vez mais rapidamente eliminar os estoques para aumentar a produção e lançar novos modelos.

A dinâmica deste segmento pode ser verificada com o aumento das instituições financeiras que atuam neste mercado, seja ela banco de montadora, banco comercial abrindo, adquirindo banco deste segmento ou simplesmente operando através de suas agências já existentes e de financeiras especializadas em crédito pessoal, CDC e leasing.

## REFERÊNCIAS DAS FONTES CITADAS

- Associação Brasileira das Administradoras de Consórcio - **Abac**. [www.abac.com.br](http://www.abac.com.br)
- Associação Nacional das Empresas Financeiras de Montadora – **Anef**.  
[www.anef.com.br](http://www.anef.com.br)
- Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores – **Anfavea**.  
[www.anfavea.com.br](http://www.anfavea.com.br)
- Banco Central do Brasil - **BCB**. [www.bcb.gov.br](http://www.bcb.gov.br)
- Bulgarelli, Waldirio. **Contratos Mercantis**. 9. ed. São Paulo, Atlas, 1997.
- Colzani, Valdir Francisco. **Guia para Redação do Trabalho Científico**. Curitiba, Juruá, 2001.
- Covello, Sérgio Carlos. **Contratos Bancários**. São Paulo, Editora Saraiva, 1991.
- De Negri, João Alberto. **Elasticidade-Renda e Elasticidade-Preço da Demanda de Automóveis no Brasil**. Brasília, 1998. Texto para Discussão IPEA.
- Di Agustini, Carlos Alberto. **Leasing**. São Paulo, Atlas, 1995.
- Ferreira, Fabiano Lopes. **Consórcio e Direito: teoria e prática**. Belo Horizonte, Del Rey, 1998.
- Gomes, Luiz Souza. **Moeda e Preços, Crédito e Bancos**. Rio de Janeiro, Edições Financeiras S.A . 1954.
- Holtz, Sérgio Vieira. **Tudo sobre Consórcio: doutrina & legislação**. São Paulo, Hermes Editora e Informação Ltda., 1988.
- Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas - **Ipea**. [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- Jornal **Gazeta Mercantil**. [www.gazetamercantil.com.br](http://www.gazetamercantil.com.br), [www.gazetanews.com.br](http://www.gazetanews.com.br)
- Lopes, João do Carlos e Rossetti, José Paschoal. **Economia Monetária**. 6. ed. Ver., ampl. E atual. São Paulo, Atlas, 1996.
- Manual de Normas do Banco Fiat SA**, 1998.
- Mathies, Anarues. **A Revisão dos Contratos com Cláusula de Reajuste pela Variação Cambial do Dólar**. Florianópolis, 2000. Monografia (Graduação em Direito) Curso de Direito da Universidade Federal de Santa Catarina.
- Paes, Paulo Roberto Tavares. **Leasing**. São Paulo, Ed. Revista dos Tribunais, 1977.

**Revista Mundo Fiat** – Publicação Interna do Grupo Fiat no Brasil.

Rizzardo, Arnaldo. **Contratos**. Rio de Janeiro, Aide Ed., 1988. 3 v.

Samanez, Carlos Patrício. **Leasing: análise e avaliação**. São Paulo, Atlas, 1990.

Secretaria da Receita Federal - SRF. [www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)

Ventura, Eloy Câmara. **A Evolução do Crédito da Antigüidade aos Dias Atuais**.

Curitiba, Juruá, 2000

Ziem, Genésio. **Leasing Financeiro - vantagens e desvantagens, fundamentos e**

**análise do Arrendamento Mercantil**. Florianópolis, 1999. Monografia

(Graduação em Contabilidade) – Curso de Ciências Contábeis da Universidade

Federal de Santa Catarina.