

Uma análise sobre a influência das redes sociais na concessão de crédito bancário*

Clodemar Rubens Borrasca**

Mestre em Economia e Desenvolvimento

Carlos Eduardo Lobo e Silva***

Professor do Programa de Pós-graduação em Economia da
FACE-PPGE-PUCRS

Osmar Tomaz de Souza****

Professor Adjunto da Faculdade de Administração,
Contabilidade e Economia da PUCRS

Resumo

O objetivo deste artigo é investigar a importância que as relações e redes sociais exercem sobre o mercado de crédito bancário. A partir de uma revisão teórica sobre capital social, são realizadas 16 entrevistas com gerentes de agências bancárias de diversas cidades do Estado do Rio Grande do Sul, para analisar em que medida as informações pessoais do gerente a respeito do cliente influenciam sua decisão de concessão de crédito. Os resultados mostram, inequivocamente, não apenas que os gerentes alteram suas decisões em função de informações subjetivas e pessoais, mas também que, em muitas situações, eles confiam mais nessas informações subjetivas do que naquelas advindas das ferramentas formais do sistema bancário. Como consequência, gerentes de agências localizadas em cidades menores possuem informações sobre os clientes a partir das suas redes sociais e, na visão dos próprios gerentes, esse aspecto torna o processo de concessão de crédito mais eficiente.

Palavras-chave: capital social; rede social; crédito bancário.

Abstract

From a theoretical review on social capital literature, this paper investigates the influence of social networks on the credit analysis for bank loans. To do so this study interviews managers of sixteen bank branches. The results show that, even though the managers believe that the statistic tools and database offered by the bank system are very useful, they both widely use their personal knowledge about people who ask for loans as additional information and—most of them—believe that using information coming from social network is often more efficient than using formal tools of analysis. As a consequence, managers in small cities frequently have more

* Revisora da Língua Portuguesa: Maria Inácia Flor Reinaldo.
Artigo recebido em 08 set. 2011.

** E-mail: clodemar@gmail.com

*** E-mail: carlos.silva@puers.br

**** E-mail: osmar.souza@puers.br

information from social network about their clients, which, according to them, improves the efficiency of the process of loan conceding.

Key words: *social capital, social network, bank credit.*

1 Introdução

O sistema financeiro possui uma importância fundamental no funcionamento de uma economia, pois, sem a sua intermediação, os recursos excedentes dos poupadores não iriam para as mãos dos investidores, e o nível de atividade e quantidade de produto final ficaria abaixo daquele atingido com a intermediação financeira. Um sistema financeiro eficiente, com menores taxas de juros e com maior volume de recursos, deve realizar suas transações a um custo mínimo. Isso depende do sucesso na avaliação das alternativas de investimentos e no direcionamento dos recursos disponíveis para esses, além do monitoramento dos tomadores. A intermediação financeira deve proporcionar o uso eficiente dos recursos (escassos) disponíveis (Shirota, 1996).

Por isso, pode-se afirmar que a qualidade do crédito e sua devida alocação, se efetuadas de forma eficiente, colaboram para o crescimento e desenvolvimento econômico. Um dos aspectos fundamentais para o bom funcionamento do sistema de crédito é o nível e a qualidade da informação que os agentes têm em relação à outra parte. Mais especificamente, a assimetria de informações entre as partes — que ocorre quando uma delas tem mais informações sobre o produto comercializado que a outra — é um problema do processo de concessão de crédito e pode dificultar o fluxo de recursos entre tomadores e emprestadores (Hilbreth, 1999). Como consequência, os bancos e o sistema como um todo criam regras gerais que, muitas vezes, padronizam seus critérios, desconsiderando as especificidades dos agentes envolvidos.

A assimetria de informações afeta a demanda e a oferta por crédito. Na oferta, porque o concesso não pode emprestar recursos a todo interessado, pois isso aumentaria muito o risco de sua carteira de empréstimos. Essa disponibilidade de crédito depende da avaliação de risco de *default* feita pelo emprestador. Pelo lado da demanda, os tomadores de recursos não

são bem informados sobre os termos dos contratos dos concessores (Aleem, 1993).

Para mitigar o risco do devedor não cumprir com o acordado e ficar inadimplente, os bancos têm desenvolvido métodos estatísticos e instrumentais de avaliação dos tomadores de recursos, tentando minimizar a perda e otimizar suas receitas. No entanto, esses métodos são limitados, quando comparados com a realidade, pois as taxas de inadimplência no crédito bancário são uma constante preocupação das instituições financeiras.

Dentro desse contexto, usar-se-á a teoria do capital social para identificar se e em que magnitude as instituições financeiras de fato alteram seus critérios de concessão de créditos, quando trabalham em cenários com assimetria de informações. Além disso, procura-se aqui investigar a influência das redes sociais na concessão de recursos — como elas podem modificar o mercado bancário e, na forma preconizada pela nova sociologia econômica, serem modificadas por ele.

Nessa abordagem, será efetuada uma análise empírica entre os gerentes bancários para verificar se o capital social do contexto influencia na tomada de decisão pelos gestores, através de entrevistas com gerentes de agências gaúchas.

Assumindo que os métodos instrumentais e estatísticos citados acima podem ser insuficientes para a tomada de decisão ótima, procura-se investigar em que medida os laços sociais influenciam a avaliação de risco e melhoram a eficiência da decisão.

Este trabalho é composto por quatro seções, além desta introdução. A segunda seção traz uma revisão de literatura sobre capital social, enfatizando os trabalhos relativos à sua importância para o bom funcionamento do sistema financeiro. Na seção seguinte, a metodologia é apresentada. Finalmente, os resultados e discussão precedem a conclusão do trabalho.

2 Capital social

A sociologia é o berço do conceito de capital social, e diferentes autores conceituam o termo de diversas formas. Para Bourdieu (1986), capital social é um conjunto de recursos reais ou potenciais, resultantes do fato de pertencer a redes de relações de conhecimento e reconhecimento mútuos.

Nessa abordagem inicial, o termo capital possui diversas conotações, expressas pelas relações econômicas, históricas, simbólicas, culturais e sociais. Essa visão pode ser aplicada a diversos modos de produção e aos diferentes aspectos da sociedade capitalista.

As referências sobre capital social e suas concepções datam do início da década de 20, quando a abordagem continha uma conotação mais sociológica e política. Sua importância no mundo econômico começou com o estudo e a compilação das obras de James Coleman e Robert Putnam, que decorreu da formação da expressão “capital social” para significar um emaranhado de características e de relações interpessoais, que condicionam, moldam e determinam o comportamento econômico.

Putnam (1995) leva em conta aspectos da organização social, tais como redes, normas e confiança, que facilitam a coordenação e a cooperação para benefício mútuo. Na ótica de Putnam, a esfera política é imperativa sobre a esfera econômica, pois o autor defende que são as tradições cívicas que possibilitam antever o desenvolvimento, e a recíproca não é verdadeira.

Coleman (1988), por sua vez, identifica duas frentes de atuação do indivíduo. A primeira considera o indivíduo como um ser interagindo socialmente, vivendo em comunidade e em cujo contexto são estabelecidas normas e obrigações. A outra frente está relacionada a um comportamento mais econômico, na qual o ente social possui objetivos individuais e o seu hipotético sucesso nessa tentativa. Para isso, age de forma independente, possuindo interesses únicos e inerentes ao seu próprio desejo individual. Finalmente, o autor propõe a união dessas duas correntes, onde as ações sociais conjuguem, concomitantemente, o comportamento individualista do ente social, mas também o desenvolvimento de contextos socialmente organizados. A interação torna-se fundamental na medida em que “[...] os agentes têm interesse em eventos que estão total ou parcialmente sob o controle de outros agentes” (Coleman, 1990, p. 124), o que

evidencia a necessidade de interação social entre os agentes.

Embora o termo esteja sendo usado e obtendo diferentes significados, a explicação mais ampla e abrangente e a mais relacionada com este trabalho remete à Olson (1965), que discorre, principalmente, sobre a ação coletiva e suas causas e consequências da interação social entre os indivíduos. O autor analisa o contexto geral, incluindo os ambientes institucional, social e político como determinantes e condicionantes da ação dos agentes econômicos.

O capital social, então, é definido como as normas, os valores, as instituições e os relacionamentos compartilhados que permitem a cooperação dentro ou entre os diferentes grupos sociais. Dessa forma, são dependentes da interação entre dois indivíduos pelo menos. Assim, fica evidente a estrutura de redes por trás do conceito de capital social, que passa a ser definido como um recurso da comunidade, construído pelas suas redes de relações. A construção de redes sociais e a consequente aquisição de capital social estão condicionadas por fatores culturais, políticos e sociais. Entender sua constituição pode levar à sua utilização, como mais um recurso em favor do desenvolvimento e da inclusão social, especialmente das comunidades. Para isso, deve-se ter em conta que as redes se constituem em canais pelos quais passam informação e conhecimento.

Muitos autores (Coleman, 1988; Baker, 1990; Nahapiet; Ghoshal, 1998) procuraram mostrar o impacto da magnitude dos laços sociais que o agente econômico possui com os indivíduos dessas redes sociais, tentando mostrar o sucesso de suas ações. Granovetter (1973, 1974, 1985), com o conceito de *embeddedness*, estudou o impacto das redes sociais nas comunidades, tentando explicar o sucesso (ou fracasso) econômico, como, por exemplo, a busca por um emprego. Pode-se depreender, do estudo de Granovetter principalmente, que as redes sociais, através do sistema de informação, podem mudar a forma como a economia é regulada. Segundo o autor, a convivência de membros numa rede reduz a assimetria de informações, melhorando-a.

Granovetter (1985) diz que, se dois indivíduos têm relações fortes, é provável que haja uma superposição em suas relações, e a rede é relativamente limitada. Assim, são as relações fracas que ampliam os limites das redes, conectando grupos que não têm ligações entre si. A convivência entre os membros da rede reduz a assimetria de informação.

O fato de que muitos mercados existem a despeito da assimetria informacional é explicado pela presença de instituições que sanam ou mitigam esse problema (Akerlof, 1970).

Se formos analisar sob a ótica do *free rider*, as ações cooperativas sempre encontrariam problemas, o que não viabilizaria a alocação socialmente ótima dos recursos, lembrando que capital social se refere às vantagens obtidas através dos laços e estruturas sociais nas quais os indivíduos estão inseridos (Burt, 2000).

É nessa perspectiva que entra o capital social como instrumento para as soluções das dicotomias sociais, onde a cooperação supõe alguma forma de constrangimento, pressão que pode equacionar e resolver os dilemas e escolhas dos agentes econômicos. Se, por acaso, não houver a colaboração de um indivíduo, o mesmo correrá riscos, como sanções, que só serão funcionais com a presença de recursos morais, como a confiança.

A confiança recíproca embasa o capital social e gera instituições propícias à participação social e cívica. Para isso, Putnam (1995; 1997) cita a Máfia, que, apesar dos laços de confiança entre seus componentes, estes não possuem a reciprocidade, o que culmina num desequilíbrio entre as partes, não existindo, portanto, o capital social propriamente dito.

Ainda sobre confiança, Fukuyama (1996, p. 41) diz que o “[...] capital social é uma capacidade que decorre da prevalência de confiança numa sociedade ou em certas partes dessa sociedade”, seja num grupo social pequeno, como a família, seja a “nação, passando por todos os grupos intermediários”, os quais o autor denomina sociedade civil.

Assim, o estudo do capital social remete ao estudo das redes sociais. À medida que o primeiro está relacionado às normas, valores, instituições e relacionamentos compartilhados que permitem a cooperação dentro ou entre os diferentes grupos sociais, o segundo está ligado aos canais pelos quais passam informação e conhecimento (Marteleto, 2001).

Mais especificamente no que diz respeito ao mercado de crédito, o capital social pode servir como uma espécie de garantia intrínseca do pagamento dos recursos emprestados, por exemplo, na ausência de uma garantia real (veículos, imóveis, etc.). Ele pode propiciar ao tomador de empréstimos possibilidades de obtenção de recursos, empenhando o seu capital social (na forma de relações sociais) na transação. Com isso, o capital social também seria usado para “[...] aumentar os volumes de créditos destas

comunidades e para aumentar a eficiência com que aí operam os mercados” (Putnam, 1995, p. 178-179).

A assimetria de informação entre os agentes gera efeito oposto. Na presença de assimetria de informação, a análise de crédito torna-se mais imprecisa, pois “[...] é mais difícil diferenciá-los entre alto e baixo risco. Nesse ambiente, há o racionamento de crédito” (Canuto; Ferreira Junior, 1999, p. 34). Diante da informação incompleta, Ferrary (1999, p. 572) acredita que “[...] a avaliação de riscos consiste em um *mix* de informações contábeis, somadas as informações adquiridas na rede social, possibilitando uma avaliação subjetiva.”

Para que os bancos sejam eficientes, isto é, efetuem essas transações de intermediação a um custo mínimo, eles devem “[...] expandir com flexibilidade o provimento de recursos financeiros na economia com um mínimo possível de fragilidade financeira e com custos de financiamentos mínimos e reduzidos” (Paula; Oreiro, 2007, p. XVI).

Essa transferência de recursos é feita através de operações de crédito com características distintas. Toda operação de crédito ou operação financeira é um contrato aberto, cujo cumprimento tem uma dose de incerteza e de risco.

Modernamente, a concessão de crédito pelo sistema financeiro é massificada e operada com ganho de escala. Quando um indivíduo ou uma empresa decide adquirir um produto e não possui recursos próprios necessários, precisará de crédito para realizar a compra. Para que haja a disponibilização desse crédito, os bancos analisam as condições e garantias do demandante.

Não está divulgado em nenhuma norma ou regulamento, em qualquer instituição bancária, que devam ser utilizados fatores e aspectos subjetivos para a análise e concessão de crédito. O que existe são procedimentos metodológicos, uma espécie de *check list*, onde o banco orienta o gestor, com dados puramente técnicos, para que ele faça uma análise do crédito a ser disponibilizado.

Métodos como *credit scoring* e *behavior scoring* são ferramentas estatísticas usadas na análise de crédito, para avaliar o risco e a evolução do tomador de recursos. O *credit scoring* é uma ferramenta muito útil para a avaliação da qualidade de crédito de pessoas físicas e jurídicas. O método é muito usado pelos bancos nacionais e estrangeiros para massificar a sua operacionalidade, e é uma tentativa de aumentar a oferta de crédito sem precisar entrar nas particularidades dos clientes. Baseado em dados estatísticos, essa ferramenta possibilita que o banco

faça uma comparação com outros proponentes com as mesmas características e, dependendo de seu perfil, faça a concessão de crédito baseada nessas referências.

A ferramenta denominada *behavior scoring* possibilita prever o desempenho dos pagamentos e comportamentos dos clientes, fazendo valer as premissas básicas, como o comportamento anterior do cliente e as possíveis alterações desse relacionamento no futuro. Esse sistema também tem como vantagem a massificação, com aumento da eficiência, sendo ótima ferramenta para os gestores que objetivam um aumento de volume de crédito com qualidade em seu portfólio de produtos.

Além dessas ferramentas de análise, os bancos possuem ferramentas de consulta — Central de Risco do Banco Central (CRC), Cadastro de Cheques sem Fundo e Registro de Títulos Protestados —, que auxiliam os gestores na decisão de concessão de crédito, tentando obter um histórico e um perfil de previsão, objetivando maximizar a concessão e mínima inadimplência.

Segundo Stiglitz (2000), com o estudo da importância da informação no contexto e nas relações econômicas, houve um reconhecimento de que esse tipo de insumo era fundamentalmente diferente de outras “*commodities*”. Ele destaca que mercados com informação assimétrica, como é o caso do bancário, são inerentemente imperfeitos, e questões como reputação, confiança e garantia podem ser determinantes para o sucesso do mercado em questão¹.

Este trabalho investiga a hipótese de que (1) as ferramentas utilizadas na análise de crédito são, na visão daqueles que concedem o crédito, insuficientes, e de que (2) a utilização das informações obtidas na rede social, em conjunto com as estatísticas disponíveis, podem aumentar a eficiência e o resultado da análise de risco.

3 Metodologia

Participaram desta pesquisa 16 gerentes gerais de agências bancárias, e foi utilizado o critério de exaustão/saturação dos dados, conforme propõe Bogdan e Biklen (1994). Nesse tipo de pesquisa, as informações obtidas serão analisadas em suas

semelhanças e diferenças e, em razão da repetição do conteúdo, a partir de algum momento, passam a não agregar novos dados para a pesquisa. Uma pesquisa exploratória como essa procura desenvolver e modificar conceitos, permitindo que trabalhos posteriores a esse possam usufruir dessas informações para corroborar ou não novas hipóteses de futuros estudos. A pesquisa junto aos gestores foi realizada de forma semiaberta.

A sistemática usada neste estudo foi a coleta de informações através de entrevistas efetuadas *in loco*, no período de 25.05.2010 a 28.07.2010, com gerentes de agências bancárias de diferentes portes e tamanhos, bem como inseridas em contextos diferenciados. As cidades escolhidas foram Cachoeira do Sul, Cerro Branco, Candelária, Vera Cruz, Santa Cruz do Sul, Pantano Grande, Minas do Leão, Arroio dos Ratos, Encruzilhada do Sul, Butiá, Porto Alegre e Caxias do Sul. Tais contatos foram feitos com a aquiescência do entrevistado e com data e hora marcadas antecipadamente.

Os profissionais que participaram dessa pesquisa possuem experiência diversificada. Há gestores de grandes agências, que já passaram, inclusive, por capitais de estados; gestores de agências em municípios pequenos — até 10.000 habitantes; e ainda aqueles que atuam em cidades consideradas de médio porte. Todos estão inseridos numa faixa etária média de aproximadamente 50 anos.

Quanto à amostragem, levando em conta a natureza do estudo, a preocupação dos autores ficou centrada no aprofundamento e abrangência da compreensão do assunto, entendendo como o número adequado de entrevistas aquele capaz de refletir a totalidade nas suas dimensões. Assim, utilizou-se o critério de saturação, que é aquele em que o assunto, a partir de um determinado ponto, torna-se repetitivo, o que pode significar que o resultado das entrevistas tem a mesma tendência e que as opiniões caminham para a mesma direção.

As perguntas planejadas para as entrevistas foram separadas por temas e áreas de interesse, classificados de um a seis, e serão mais detalhados adiante.

No primeiro tema, foi levado em consideração o histórico de crédito do candidato — a partir das informações disponibilizadas pelo banco — e os instrumentos de verificação utilizados pelo gerente. Assim, na primeira parte das entrevistas, os gerentes foram perguntados sobre quais os procedimentos formais mais utilizados para a concessão de crédito. Além disso, nesse tema, procurou-se avaliar se o

¹ Para estudos adicionais sobre a importância do capital social e a informação para a concessão de crédito, ver, por exemplo, Lima e Shiota (2005) e Ferrary (2003).

bancário efetua todas as criteriosas análises através das ferramentas já mencionadas anteriormente e sua opinião a respeito dessas ferramentas.

O segundo tema está relacionado às relações sociais efetivamente, quando é investigada a importância das relações sociais do cliente e sua interferência na disponibilidade de crédito. Esse tema tem a ver com a rede de relacionamento do cliente e se isso interfere em sua relação comercial com os gerentes — pertencer à rede social do profissional bancário (igreja, por exemplo) impacta no critério de concessão de crédito?

Além disso, notou-se também que a maioria das instituições financeiras exige uma referência pessoal no momento da abertura da conta corrente. E os gestores entrevistados levam isso em consideração e acham importante o uso desse recurso?

No tema três, tentou-se efetuar uma junção dos dois temas citados acima. Procurou-se avaliar como o gestor disponibiliza o crédito em situações excepcionais, como de restrição creditícia. Nesse caso, o gerente leva em conta a rede social do cliente e as informações disponibilizadas?

No tema quatro, destaca-se o tema contextual e de ambiente. Indagou-se aos gestores se o lugar e o tamanho da comunidade influenciam no conhecimento, nas informações e, por consequência, nos critérios de concessão de crédito. Ainda procurou-se detectar se a presença do gerente na coletividade favorece a disponibilização de informações e influencia o volume de crédito oferecido.

Os temas cinco e seis estão intrinsecamente relacionados. No cinco, o gestor é perguntado a respeito do seu *modus operandi*, ou seja, como ele efetua a sistemática de aquilatar se aquele proponente realmente merece o crédito solicitado e qual tipo de informação ele acha relevante numa abordagem inicial.

No tema seis, procura-se avaliar se o fato de o profissional possuir informações relevantes sobre o tomador influenciam no resultado da operação em termos de volume de recursos, condições do empréstimo, taxas cobradas e inadimplência, quando o empréstimo é concedido.

Os resultados e discussões são apresentados a seguir.

4 Resultados e discussão²

Os depoimentos demonstraram que, embora seja necessário e correto o cumprimento do normativo e o regramento vigente, é possível também contar com o auxílio de outras informações para balizar a concessão de crédito e melhorá-la. Esse resultado mostra como a ação econômica (concessão de empréstimos) está imersa nas relações sociais (conhecimentos subjetivos), interferindo em toda a engrenagem econômica. A ação econômica é interferida pelo comportamento social, pois o crédito — variável fundamental para a economia — será balizado por fatores externos e não pertinentes à esfera das normas e regramentos.

Isso confirma Granovetter (1973, 1974, 1985, p. 503), pois fica evidente que “[...] as redes sociais, através do sistema de informação, podem mudar a forma como a economia é regulada”.

O aspecto da confiança também foi muito citado pelos gestores³, o que é confirmado na literatura. Segundo Putnam (1997, p. 39), “[...] a reciprocidade e a confiança embasam o capital social e geram instituições e ambiente econômico propício”. Smelser (1997, p. 18) afirma que “[...] o papel da confiança está na raiz da acumulação do capital social”, enquanto para Fukuyama (1996, p. 41), “[...] o capital social é uma capacidade que decorre da prevalência de confiança numa sociedade ou em partes dela”.

A partir das entrevistas, fica evidente que os gestores usam, além da preocupação de seguir as normas e regras impostas pela instituição, todas as ferramentas colocadas à sua disposição, para proporcionar uma concessão de crédito adequada. De

² Na medida em que os resultados são apresentados, alguns trechos das entrevistas realizadas aparecem em notas de rodapé para ilustrar os pontos discutidos. Evidentemente, os trechos selecionados não esgotam os resultados relevantes das 16 entrevistas; eles apenas procuram trazer ao leitor um pouco da visão dos gerentes e de como eles expunham seus pontos de vista a respeito dos temas analisados.

³ “A confiança, para mim, é um item fundamental, pois a partir do momento em que se estabelece a confiança recíproca, principalmente no que se refere a emprestar dinheiro, o recurso parece que é concedido com mais tranquilidade” (Entrevistado 12).

“Eu levo em conta o caráter, o convívio, com certeza, se é uma pessoa compromissada, pois ele honra seus compromissos, eu acho que é muito importante você conhecer a pessoa para mensurar o caráter e dar o crédito. É uma questão de confiança” (Entrevistado 1).

“Mesmo com alguma restrição, se o cliente possuir um bom caráter e estiver estabelecida a nossa relação de confiança, tenho tendência a emprestar os recursos de que ele necessita” (Entrevistado 17).

acordo com os entrevistados, uma consequência importante oriunda desses métodos mais subjetivos de obtenção de informação é a perda de capital social de determinada agência, quando seu gerente é transferido para outra localidade, pois a rede social é quase sempre intransferível.

Não obstante a importância do capital social na concessão de crédito, a rede social ajuda também na qualidade das operações, pois os clientes, preocupados com sua reputação junto às suas próprias redes sociais, procuram honrar seus compromissos financeiros, já que sua reputação junto ao gerente do banco é importante para futuros negócios⁴.

Retomando os temas mencionados na metodologia, no tocante ao histórico de crédito do cliente disponibilizado pelo sistema do banco, todos os profissionais disseram que, em alguma medida, levam-no em consideração e, diante dos instrumentos colocados à sua disposição, efetuam uma análise criteriosa do proponente. Como esperado, as respostas seguiram um padrão comum, pois nenhum deles ignora a importância dos instrumentos colocados à disposição (pelo banco ou pelas instituições governamentais) para a análise dos riscos de crédito. Por exemplo, eles consultam todos os impedimentos do cliente (suas dívidas em outros bancos, cartório de protestos, etc.) antes de seguir para outras etapas de concessão.

Apesar da importância do histórico, três gerentes salientaram — através de exemplos reais — que, em alguns casos, informações negativas advindas das redes sociais podem cancelar a concessão do crédito, mesmo que o cliente tenha um histórico positivo em todos os critérios formais de avaliação⁵.

⁴ “Um cliente que ficou inadimplente por força maior, quando foi cobrado, disse que a maior preocupação dele era com a pessoa do gerente que concedeu o crédito na base da confiança, com o que a pessoa iria pensar dele ou de seu caráter” (Entrevistado 11).

⁵ “Um cliente possuía ótimo comportamento e histórico de parceria com o banco, de longa data. Ele era proprietário de uma casa noturna e era solteiro. Tinha uma boa rentabilidade, era uma empresa superavitária e capitalizada e nunca solicitava crédito. Depois de uns tempos, seu comportamento foi mudando e notei que seu saldo era sempre negativo, usando os limites de crédito disponíveis. Veio até minha mesa e solicitou um capital de giro. Quando fui pesquisar um pouco de sua vida, notei que ele (o dono da empresa) havia casado, e a esposa tinha engravidado, exigindo sua presença diuturnamente para ajudá-la a cuidar do filho recém nascido. Embora ele tivesse todos os requisitos para a obtenção do empréstimo, neguei. Ora, um proprietário de casa noturna que não esteja à frente de seus negócios, observando *in loco* tudo o que acontece na empresa, está fadado ao insucesso. Ele retirou sua conta corrente do banco e abriu em outra instituição, que concedeu o referido

empréstimo. Fiquei sabendo que, tempos depois, a empresa havia fechado, e o proprietário arrumado um emprego numa empresa onde trabalhava somente diuturnamente. Achei que tomei a decisão correta, embora os dados me indicassem o contrário” (Entrevistado 9).

Quanto à credibilidade dos instrumentos institucionais colocados à disposição do gestor, dos 16 entrevistados, 13 deles responderam que os instrumentos são críveis e aperfeiçoados com a inclusão dos dados obtidos na rede social. Embora o sistema dos instrumentos tenha credibilidade junto aos gestores, a imensa maioria deles alega que, na análise de concessão de crédito, eles devem ser usados concomitantemente com os dados informacionais e subjetivos obtidos junto às redes sociais⁶.

Vale mencionar a relevância, segundo os entrevistados, do fato de o cliente apresentar referências. De uma forma geral, os gerentes acreditam que, para o cliente, uma boa referência é inclusive mais importante do que pertencer à mesma rede social do gerente. Os gestores alegam que a referência cria uma corresponsabilidade entre as partes e, nesse caso, dificilmente o empréstimo não é concedido⁷. Essa visão reforça ainda mais a importância que as redes sociais possuem na decisão de concessão de crédito bancário.

Analisando conjuntamente os dois temas descritos acima, nota-se que os bancários se mostraram, de uma forma geral, compelidos a não emprestar recursos quando o cliente possui algum tipo de problema no seu histórico de crédito, pois esse critério consta nas normas de todas as instituições financeiras.

⁶ “As normas são importantes e devem ser cumpridas, e o caráter de subjetividade vem complementar meu critério de decisão, ou seja, eu alio as duas coisas: o procedimento formal e o subjetivo, sem descumprir qualquer normativo” (Entrevistado 12).

“Eu sempre procuro seguir o regramento, e possuímos instrumentos de análise de crédito que são bem confiáveis. No entanto, no meu caso, eu também levo em consideração toda a história subjetiva do cliente para concessão de crédito” (Entrevistado 2).

⁷ “Eu sempre uso as referências pessoais no processo de concessão de crédito. Para ser mais exato, eu nunca vi, em toda a minha vida profissional, um cliente ser bem referenciado e não cumprir essa expectativa. Quando um cliente vem com uma boa referência, e ela é confirmada, eu flexibilizo e concedo mais crédito para ele do que para um cliente sem referência” (Entrevistado 7).

“Eu aumentaria o valor dos créditos para a pessoa que vem com referência. Eu aumentaria, com certeza. Um conceito de bom pagador, ninguém bota a mão no fogo por quem não conhece. Ele não dará problema. Nunca me aconteceu um cliente bom indicar um ruim. Ele vai assumir uma corresponsabilidade” (Entrevistado 8).

Por outro lado, quando o cliente possui impedimentos restritivos, mas uma boa rede social de relações, com informações subjetivas a seu respeito, os gestores procuram analisar o tipo de restrição que está vinculada ao postulante ao crédito. Dependendo da gravidade da restrição, o gerente faz outras ponderações para conceder o crédito⁸. Essa estratégia evidencia a importância das relações sociais no comportamento econômico dos agentes, que alteram sua decisão final em função das informações adicionais que vão além daquelas disponibilizadas pelos instrumentos do sistema financeiro.

Quando era apresentada aos gerentes uma situação hipotética em que eles poderiam utilizar apenas um dos critérios — objetivos, disponibilizados pelo banco e subjetivos, advindos das relações pessoais — nove profissionais escolheram os dados subjetivos, ficando o critério contábil e técnico num plano secundário, enquanto o restante insistiu na importância de se usar os dois mecanismos.

Sobre o tema seguinte, quando perguntados se, numa cidade grande, é mais fácil conceder crédito, os gerentes dizem que, nas grandes cidades, o conhecimento entre os agentes é menor e, conseqüentemente, são usados critérios mais objetivos, como *credit scoring* e *behavior*. Numa cidade menor, o conhecimento entre agentes é maior, e o crédito pode ser concedido a partir das informações das redes sociais, com menor utilização das ferramentas bancárias. Dos 16 entrevistados, cinco trabalharam em municípios de tamanhos diferentes e todos percebem a influência que o porte do município exerce no processo de concessão de crédito. Em um centro maior, ainda segundo os profissionais entrevistados, o instrumento mais utilizado é a ferramenta estatística, pois ela tem a propriedade de operar em escala e não exige conhecimentos específicos⁹.

⁸ “Eu procuro analisar qual tipo de restrição e o que a motivou. Caso seja uma restrição justificável, por motivos conjunturais, por engano, e seja alguma coisa passageira, eu verifico outras informações, como postura, o seu comportamento na sociedade, seus vínculos e suas relações, e analiso as informações juntas, sem prejudicar o cliente somente por uma restrição. No entanto, afirmo que, caso o cliente possua algum tipo de restrição e eu não consiga obter mais informações suas na rede social, ele não passa no crivo da análise, ou seja, seu crédito é compulsoriamente rejeitado” (Entrevistado 2).
“Duas coisas: Se o cliente possui restrição e uma boa rede social, ele pode ser candidato ao crédito; e se ele possui restrição e não possui uma boa rede social, ele, afirmativamente, não é nem candidato à obtenção de crédito” (Entrevistado 10).

⁹ “Na cidade onde eu moro e trabalho, mandam três pessoas: O prefeito, o padre e eu” (Entrevistado 6).

Na abordagem inicial, quando são perguntados do destino que será dado ao recurso e como pretendem pagá-lo, os proponentes alegam diversas causas e motivos. No entanto, os gestores têm uma tendência a duvidar dessas informações, as quais deverão ser checadas posteriormente. Por isso, a importância da obtenção dessas informações “extras” na decisão de crédito. Caso seja detectado algum tipo de tentativa de esconder ou mesmo mentir sobre alguns fatos, a concessão fica totalmente comprometida e não haverá empréstimo.

No sexto tema — serviços afetados —, de uma forma geral, os gerentes afirmaram que os serviços são influenciados proporcionalmente ao conhecimento do cliente. Relacionadas ainda com o histórico de crédito e com os instrumentos de avaliação, dos 16 entrevistados, apenas um não disse que o histórico interfere na quantidade do crédito. Os outros 15 gestores afirmaram que as informações relativas ao histórico do cliente não influenciam apenas na decisão de conceder ou não o crédito, mas também no volume a ser disponibilizado pelo banco. Se houver escassez de informação, a análise de crédito fica comprometida e o próprio crédito também. Nesse caso, mesmo se concedido, o empréstimo terá taxas superiores à situação ideal. Portanto, os volumes de crédito guardam proporção com o grau de conhecimento a respeito do cliente, e as taxas cobradas também são proporcionais às informações obtidas¹⁰.

Finalmente, em relação às estratégias e à eficiência, segundo a opinião dos entrevistados, as informações subjetivas, se utilizadas em conjunto com outras ferramentas já mencionadas, têm impacto significativo na diminuição da taxa de inadimplência.

“Na cidade pequena, o gerente tem que ser muito atuante na parte social, porque ele é muito visto. É uma pessoa importante na sociedade. É o prefeito, o padre e o gerente do banco, e as pessoas vêm pedir conselhos até particulares. Em cidades maiores, é diferente, pois as pessoas não se conhecem...” (Entrevistado 9).

“Não conhecer a fundo o cliente é problemático. Lembro-me do tempo em que atuava em cidade pequena. Era fácil, pois a gente participava da vida do cliente e sabia exatamente o que ele iria fazer com o dinheiro. Agora, vivendo na grande cidade, tenho de levar em conta o instrumental (*credit scoring*) e, no máximo possível, agregar algumas outras informações que conseguimos e analisamos subjetivamente. Tais informações serão muito úteis para a gente determinar, por exemplo, a quantidade de crédito que pode ser ofertado” (Entrevistado 5).

¹⁰ “Certamente, quanto mais informações positivas eu tenho do cliente, mais eu aumento o crédito” (Entrevistado 10).
“É muito mais fácil quando se possui mais informações. Quanto mais informações, mais tranquilidade eu tenho, e isto se reflete na prática e no resultado” (Entrevistado 11).

5 Conclusão

Em todas as 16 entrevistas, sem exceção, houve a concordância dos gestores de que eles utilizam, em alguma medida, dados subjetivos na concessão do crédito. Mesmo os gerentes que levam o cumprimento do normativo ao extremo, consideram algum tipo de informação subjetiva para a análise de risco de crédito.

O uso de informações subjetivas e interpessoais pode ajudar a mitigar tanto os problemas decorrentes de seleção adversa quanto os provenientes do risco moral. Diante disso, as informações recíprocas entre as partes que compõem uma transação econômica podem construir e solidificar negócios; nesse caso, o crédito bancário e o aumento da eficiência do sistema.

Fica claro que as redes sociais, levando em conta a confiança e a reputação entre os agentes, mudam o comportamento dos entes econômicos. Os bancos poderão compreender melhor as peculiaridades de seus clientes se, além de levarem em conta os dados puramente cadastrais, contábeis e técnicos, considerarem também as informações obtidas indiretamente através de terceiros pertencentes à mesma rede social.

Por isso, os bancos devem favorecer a acumulação desse tipo de capital social através da organização do trabalho e também na área de recursos humanos. Quanto mais tempo o gestor permanecer no ambiente, mais ele conhecerá seu campo de atuação.

Outro fator que deve ser considerado na conclusão desse trabalho é a possibilidade de a qualidade da avaliação de riscos depender da qualidade das relações sociais que os gerentes possuem com os clientes do banco. Um bom desempenho na análise de crédito passará, obrigatoriamente, por uma avaliação social, além da avaliação instrumental, embora isso não fique explícito no regimento bancário.

Além disso, vale ressaltar, ainda, que todo o estoque informacional de redes sociais fica nas mãos dos gerentes, não sendo criado nenhum histórico que possibilite o acompanhamento e o repasse total das informações para o próximo gestor, no caso de transferência de local de trabalho. Esse capital fica restrito entre as pessoas, e não entre as instituições bancárias e as pessoas, e não são incorporados pela instituição. Por isso, a transferência dos gestores tem um custo correspondente à perda de capital social acumulado pelo gerente do banco e a necessidade de reconstrução deste capital social perdido.

Esse trabalho mostrou que, embora sejam necessárias as avaliações instrumentais de risco colocadas à disposição do gestor para a concessão do crédito, elas são insuficientes. Conforme também constatou Ferrary (1999, p. 572), “[...] os laços sociais construídos ao longo do tempo entre o gerente e os clientes (correspondente a uma acumulação de capital social) serão fundamentais na avaliação dos riscos.” Por isso, é necessária também a avaliação subjetiva que contemple uma análise do capital social envolvido, a qual, junto com o ferramental técnico disponibilizado pelo banco, contribuirá para o sucesso e o aumento da concessão de recursos, e, conseqüentemente, para um incremento saudável e capilar de todo o sistema financeiro.

Referências

- ABRAMOVAY, Ricardo. **Funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo**. Rio de Janeiro: IPEA, 2000. (Texto para discussão, 702).
- ABRAMOVAY, Ricardo. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento territorial. **Economia Aplicada**, v. 4, n. 2, abr./jun. 2000.
- AKERLOF, George. The market for “lemons”: quality uncertainty and the market mechanism. **Quarterly Journal of Economics**, v. 84, p. 488-500, Aug. 1970.
- ALEEM, I. Imperfect information, screening, and the costs of informal lending: a study of a rural credit market in Pakistan. In: HOFF, K.; BRAVERMAN, A.; STIGLITZ, J. E. (Ed.). **The economics of rural organization: theory, practice, and policy**. Oxford: World Bank, 1993.
- BAKER, W. E. Market networks and corporate behavior. **American Journal of Sociology**, v. 96, p. 589-625, 1990.
- BOGDAN, R.; BIKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação**. Porto: Porto, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. In: RICHARDSON, J. **Handbook of theory and research for the sociology of education**. Westport: Greenwood, 1986.
- BURT, R. S. The network structure of social capital. In: SUTTON, Robert I.; STAW, Barry M. (Ed.). **Research in organizational behavior**. Greenwich: Jai, 2000.

CANUTO, O.; FERREIRA Júnior, R. **Assimetrias de informação e ciclos econômicos:** Stiglitz é Keynesiano? Campinas: Unicamp/IE, 1999. (Texto para discussão, 73).

COLEMAN, James. **Foundations of social theory.** Cambridge: Harvard Univ., 1990.

COLEMAN, James. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, v. 94, suppl., p. 95-120, 1988.

FERRARY, Michael. Confiance et accumulation de capital social dans la régulation des activités de crédit. **Revue Française de Sociologie**, v. 40, n. 3, p. 559-586, juil./sept. 1999.

FERRARY, Michael. Trust and social capital in the regulation of lending activities. **Journal of Socio-Economics**, v. 31, p. 673-699, 2003.

FUKUYAMA, F. **Confiança:** as virtudes sociais e a criação da prosperidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

GRANOVETTER, Mark. **Getting a job:** a study of contacts and careers. Cambridge: Harvard Univ. 1974.

GRANOVETTER, Mark. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.

GRANOVETTER, Mark. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

HILBRECHT, Ronald. **Economia monetária.** São Paulo: Atlas, 1999.

LIMA, Roberto Arruda de Souza; SHIROTA, Ricardo. Influência do capital social no mercado de crédito rural. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 43, n. 1, jan./mar. 2005.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

NAHAPIET, J.; GROSHAL, S. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. **Academy of Management Review**, v. 23, n. 2, p. 242-266, 1998.

OLSON, M. **The logic of collective action:** public goods and the theory of groups. Cambridge: Harvard Univ., 1965.

PAULA, Luiz Fernando de; OREIRO, José Luis et al. **Sistema financeiro:** uma análise do setor bancário brasileiro. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

PUTNAM, Robert D. Bowling alone: America's declining social capital. **Journal of Democracy**, v. 6, n. 1, p. 65-78, jan. 1995.

PUTNAM, Robert D. **Comunidade e democracia:** a experiência da Itália moderna. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.

PUTNAM, Robert D. **Making democracy work:** civic traditions in Italy. Princeton : Princeton Univ., 1993.

SHIROTA, R. **Efficiency in financial intermediation:** a study of the Chilean banking industry. Columbus, 1996.

SMELSER; SWEDBERG. **Principles of economic sociology.** Princeton: Princeton Univ., 1997.

STIGLITZ, J. E. Money, credit, and business fluctuations. **Economic Record**, v. 64, n. 187, p. 307-322, Dec 2000.