

Gardel: Cadastro positivo: por um mercado de crédito mais saudável

Fazer a gestão de informações comportamentais e, mais do que isso, fazer uso de metodologias capazes de extrair *insights* e análises precisas certamente é um diferencial para organizações de todos os setores, seja para a definição de estratégias de relacionamento e fidelização, seja para o desenvolvimento de soluções sob medida para atender a necessidades de seus clientes. Já para o consumidor, ter acesso a informações sobre seu histórico de pagamento também pode ser algo benéfico, principalmente para o crédito.



E é aí que o cadastro positivo, quando aliado a soluções de

inteligência analítica de ponta, pode contribuir para tornar o mercado de crédito no Brasil mais assertivo, ao mesmo tempo em que gera aumento do poder de consumo das pessoas.

Embora seu potencial máximo esteja para ser alcançado, por ainda não conter informações de pagamentos vindas de todos os setores, como as do varejo e das *utilities*, o cadastro positivo, como temos hoje — contando com envio automático das informações por parte das instituições financeiras, das empresas de telefonia e demais fontes aos gestores habilitados, como é a Boa Vista —, já vem promovendo mudanças e cumprindo seu propósito de assegurar o direito do consumidor em ter seu manifesto de bom pagador exibido às empresas credoras.

A Lei do Cadastro Positivo, que autoriza o envio das informações de pagamento de forma automática aos gestores de bancos de dados, está em vigor desde julho de 2019. Isso significa que os consumidores têm conseguido comprovar com mais eficácia o poder de pagamento de suas contas, nesse caso relacionadas às instituições bancárias, enquanto empresas do varejo, de serviços e instituições financeiras concessoras de crédito passam a atuar com menos riscos, já que se embasam em informações mais precisas na avaliação de perfis dos seus clientes. E, com menos riscos, a tendência é de maior volume de concessão de crédito e de um impacto positivo nas taxas de juro real.

A mais nova ótima notícia do cadastro positivo aconteceu em abril deste ano: juntando-se às instituições financeiras, também as empresas de telecomunicações começaram a compartilhar informações positivas de seus consumidores. Apenas para ilustrar o tamanho dessa contribuição, existem mais de 234 milhões de *smartphones* no Brasil, de acordo com pesquisa da Faculdade Getúlio Vargas. Os donos desses aparelhos que não são bancarizados poderão ser "enxergados" pelo mundo do crédito, graças ao pagamento de suas contas de celular ou telefone fixo.

Tudo isso significa melhores condições de financiamento com bancos e instituições financeiras, taxas e prazos mais favoráveis junto aos fornecedores, maiores e melhores ofertas de crédito e aumento do *score* de crédito.

Mercado e tecnologia

A compreensão por parte do mercado dos benefícios do cadastro positivo também é fundamental e, aos poucos já é possível observar este movimento acontecer. No primeiro trimestre de 2021 a Boa Vista registrou um aumento de 67,5% em relação ao trimestre anterior nas consultas às informações do cadastro positivo. Quanto mais empresas mergulharem nesse universo, outras mais também farão o mesmo.

A lista de benefícios do cadastro positivo para essas empresas é vasta: crescimento nas vendas, diminuição dos riscos de inadimplência, definição de limites de crédito mais adequados, segurança e proteção da empresa etc. Uma empresa atacadista de médio porte, por exemplo, conseguiu números expressivos ao utilizar informações positivas, atingindo um aumento de 36% em suas vendas, segundo levantamento da Boa Vista. Em outro caso, em teste controlado, um banco de médio porte utilizando o *score* híbrido, ou seja, com informações positivas e negativas, obteve aumento de 18,4% na aprovação de crédito, redução da inadimplência de 29,2% e ganho de 27% no KS — um dos indicadores de eficiência de modelos de *score* de crédito.

É claro que nada disso sai do papel quando não existe tecnologia aplicada — e mais do que possuir um montante de dados, é importante saber o que fazer com eles. Com inteligência analítica de ponta, as informações do cadastro positivo podem ser transformadas em decisões, *insights*, indicadores e *scores* cada vez mais assertivos e com mais acurácia, o que ocorre com a aplicação de *machine learning*, por exemplo, e do que há de mais novo em tecnologia.

Para que as empresas não se desviem de seu *core business*, ou tenham de fazer investimentos em contratações de especialistas nesse ramo, empresas especializadas em inteligência analítica podem dar importantes contribuições na gestão e leitura desse grande volume de informações, ajudando seus clientes nas tomadas de decisões com maior acurácia.

Com a ampliação do uso do cadastro positivo no mercado de crédito, além dos consumidores, ganha a economia nacional como um todo. A pandemia — e todas as incertezas trazidas por ela — mostrou que o crédito tem sido a salvação de negócios e de famílias, o que torna essencial termos à disposição o máximo de informações possível. Por outro lado, a falta dessas informações pode ser um fator que impeça o desenvolvimento do mercado de crédito e, portanto, uma barreira ao crescimento econômico. Com o consumidor obtendo crédito adequado à sua capacidade financeira e as empresas credoras ampliando seus produtos e negócios, ao passo que diminui a inadimplência, o cadastro positivo e seu universo de oportunidades são grandes aliados para a retomada da economia do Brasil em tempos difíceis como o que vivemos.

Date Created

16/09/2021