

Economia

CLASSE MÉDIA

Os novos sonhos de consumo

O aumento da renda da população aliado às facilidades na compra tornou possível a aquisição de produtos e serviços sofisticados

Beatriz Seixas

Ter em casa uma televisão de LCD, computador e vídeo game de última geração, uma geladeira cheia de iogurtes e congelados, um carro novo na garagem e uma passagem de avião para aproveitar as férias.

Essa descrição parece retratar o estilo de vida das classes mais ricas do País, mas é justamente o contrário. Tal conforto faz parte dos sonhos e também da realidade da nova classe média brasileira, conforme aponta um estudo feito pelo Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (CPS/FGV).

A pesquisa que analisa o crescimento e o comportamento da classe C revelou que a estabilidade econômica alcançada pelo País, o aumento da renda do trabalhador e as facilidades de compra mudaram o perfil de consumo das famílias e tornou possível a aquisição de produtos e serviços mais sofisticados, antes inimagináveis.

Com uma renda familiar que varia entre R\$ 1.115 a R\$ 4.807, a classe média já corresponde à metade da população do País. Desse grupo, faz parte a atendente de lanchonete Regina Torres Peres, 34 anos.

Ela passou para essa nova classe há apenas um ano. Hoje, com uma renda média mensal de R\$ 1.200, mora de aluguel em um apartamento de 50 metros quadrados, mas todo equipado. Tem computador, impressora, TV, DVD, geladeira nova, micro-ondas e aspirador de pó.

E não para por aí: com o dinheiro que ganha, paga transporte particular para levar a filha à escola, curso de informática, e está tirando carteira de motorista. O próximo sonho é comprar uma moto.

Assim como ela, outras pessoas já conseguem transformar os desejos em bens, como é o caso de Alzira Ribeiro, Marcelo Intra e Windston Veríssimo.

Desejos e realizações

Integrantes da nova classe média mostram o que conquistaram e qual o próximo sonho de consumo



Apartamento novo está na mira

O consultor de vendas do SM Saúde Marcelo Intra, 37 anos, é só sorrisos. Há pouco tempo, ele conseguiu realizar o sonho de comprar um carro. "O veículo não é só um capricho, mas também meu meio de trabalho". Ele, que tem renda média de R\$ 2.500 por mês, conta que

alguns mimos pessoais fazem parte das suas despesas. "Gasto cerca de R\$ 400 por mês com produtos de beleza, massagens corporais e academia. Além disso, gosto de comprar geleias, iogurtes e chocolates". O próximo objetivo de Marcelo é comprar um apartamento.



Viagem a Recife

O auxiliar administrativo Windston Veríssimo, 22 anos, mora com os pais e o irmão no bairro Andorinhas, em Vitória. A família tem uma renda mensal média de R\$ 2 mil. Windston conta que, nos últimos anos, comprar o que ele sempre sonhou ficou mais fácil.

Prova disso foi a aquisição do vídeo game X Box, de R\$ 1.500, e de um computador de R\$ 2.500. Outro investimento foi a viagem de férias que fez para Recife. Ele diz que foi de avião e ficou 20 dias passeando. Agora, os próximos desejos são comprar um celular de última geração e um carro.



Em busca da 4ª TV

Muito trabalho para garantir a realização dos sonhos. É assim que a diarista e consultora de vendas Alzira Ribeiro, 45 anos, leva a vida.

Entre as prioridades da família, que ganha R\$ 2.800 por mês, está a educação dos filhos: ambos estudam em colégio particular.

Na casa própria, que fica no bairro Estrelinha, em Vitória, Alzira conta que trocou o tanquinho pela máquina de lavar para ganhar mais tempo e ter menos serviço. Na cozinha, o freezer ajuda a guardar os congelados que não faltam no lar. Apesar das três TVs que tem, o sonho da diarista é com uma de LCD para assistir aos jogos da Copa.



MITOS E VERDADES SOBRE A NOVA CLASSE MÉDIA



MITO Principal interesse do consumidor é preço baixo.

REALIDADE Ele prefere pagar por produtos que lhe deem melhor custo-benefício – não necessariamente os mais baratos. Se errar na escolha, não tem dinheiro sobrando para comprar de novo até o outro mês.



MITO Não tem dinheiro para lazer.

REALIDADE 77% das pessoas acham que o lazer, incluindo viagem, é um luxo que elas merecem. Só que o sonho de viagem da nova classe média não é sair do País, mas conhecer melhor o Brasil, em viagens para o interior ou para o litoral.



MITO O consumidor da nova classe não paga contas.

REALIDADE O maior índice de inadimplência por pessoa é nas classes mais altas. Para a classe C, o não pagamento significa ir parar no Serasa. Se isso acontece, ele perde crédito nos lugares onde compra.

MITO A propaganda para esse público tem de remeter aos ídolos do momento. Quanto mais conhecida e popular for a personalidade, melhor.

REALIDADE Nem sempre. Os maiores ídolos da nova classe média são pessoas próximas, geralmente pais ou amigos que se assemelhem a eles. Em relação aos famosos, fazem sucesso na propaganda para a classe média aqueles que venceram na vida por meio de esforço próprio.



MITO Nova classe quer melhorar de vida e, por isto, migrar para bairros melhores.

REALIDADE Ele estão felizes onde vivem. Quando alguém casa, a preferência é por morar perto de quem conhece – 42% das pessoas da nova classe média moram a menos de 200 metros de parentes.



MITO A nova classe média não é conectada à internet.

REALIDADE Com a proliferação das lan houses e a queda dos preços dos computadores e notebooks, a inserção é forte nos meios digitais. Cerca de 25% dos lares já têm computador próprio, e 60% não só fazem uso da lan house como também dizem ser um de seus pontos de encontro preferidos.



MITO As compras de supermercado se restringem aos itens da cesta básica.

REALIDADE Na alimentação, ela dá muito valor a produtos como chocolates e bolachas recheadas, que são sinal de que existe mais dinheiro no bolso.

CONHEÇA OS SONHOS

O que eles querem

> CASA PRÓPRIA, carro, TV de LCD, computador, celular de última geração, micro-ondas, viagem, educação, carteira de trabalho, plano de saúde e previdência.

Economia

CLASSE MÉDIA

Viajar e comer bem entre as prioridades

Se até alguns anos atrás a renda da maioria dos brasileiros era destinada aos itens de primeira necessidade, como alimentação básica e habitação, hoje a realidade é outra. Viajar e comer bem passaram a ser prioridades dentro do novo contexto das classes econômicas no País.

Com mais de 93 milhões de pessoas no Brasil fazendo parte da nova classe média, separar uma quantia do salário para encher o carrinho de compras com alimentos mais sofisticados e reservar um montante para viagens e lazer virou rotina entre aqueles que ascenderam na pirâmide social.

O economista, chefe do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (CPS/FGV) e responsável pelo estudo sobre o crescimento e comportamento da nova classe média, Marcelo Neri, afirma que, nos últimos seis anos, quase 30 milhões de brasileiros chegaram à classe C.

“Com o aumento da renda dessa parcela da população, aumentou também o poder de compra, e ela passou a investir em produtos e serviços que antes eram inatingíveis”, destaca Neri.

Na lista das novas necessidades alimentícias, estão: iogurtes, biscoitos recheados, queijos, carnes nobres, creme de leite, leite con-

densado e sorvetes.

Já quando a destinação do dinheiro é para o lazer, 77% das pessoas acham que merecem esse conforto. Prova disso é o número de passageiros de primeira viagem nas companhias aéreas. “Para se ter uma ideia, 11% das pessoas que viajaram pela Gol no ano passado, nunca haviam voado”, diz Neri.

Mas as novas necessidades não limitam-se a esses itens. O consultor de Marketing com especialização pela FGV em comportamento de consumo Marcelo Paranhos afirma que o consumidor não abre mão de ter aparelhos eletrônicos como computadores, celulares, vídeo games e outras tecnologias de última geração.

“Ele virou um experimentador de tecnologia, e está a cada dia mais exigente. O preço deixou de ser a preocupação ao comprar. Até porque o brasileiro consegue parcelar o produto em quantas vezes quiser. Na verdade, ele se especializou em fazer dívidas”, frisou.

O gerente-geral de vendas da Eletrocity, Denilson Queiroz, comemora a disponibilidade de crédito no mercado. “Isso contribuiu muito para o aumento das vendas. Produtos como TVs LCD e ar-condicionados, que antes só vendíamos para ricos, passaram a ser mais procurados pela classe média.”



MARCELO NERI diz que o preço deixou de ser a maior preocupação para a nova classe média

SAIBA MAIS

Divisão das classes econômicas

- > **CLASSIFICAÇÃO** segundo o Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (CPS/FGV).
- > **PARA A DIVISÃO**, é considerada a renda domiciliar total de todas as fontes.
- > **CLASSES A E B:** renda acima de R\$ 4.807
- > **CLASSE C:** entre R\$ 1.116 e R\$ 4.807
- > **CLASSE D:** entre R\$ 805 e R\$ 1.115
- > **CLASSE E:** entre zero e R\$ 804

DADOS DAS CLASSES

- > **NO FINAL DE 2009**, do total de 188 milhões de habitantes no Brasil, 29,3 milhões estão na classe E; 45,3 milhões na classe D; **93,4 milhões na classe C**; e 19,9 milhões nas classes AB.
- > **EM 2003**, a realidade era outra: 49,3 milhões de pessoas pertenciam à classe E; 46,8 milhões à classe D; **65,8 milhões à classe C**; e 13,3 milhões, às classes AB.
- > **DE 2003 A 2008**, a renda dos 10% mais pobres teve um crescimento 2,5 vezes maior do que a renda dos 10% mais ricos. Com isso, 19,5 milhões de pessoas cruzaram a linha da pobreza no Brasil.
- > **SE O PAÍS REPETIR** o cenário que aconteceu de 2003 a 2008, 14,5 milhões de pessoas sairiam da pobreza nos próximos quatro anos, e 36 milhões de brasileiros seriam adicionados nas classes ABC.

CONSUMO

- > **DO TOTAL DE R\$ 2,2 trilhões** que vão ser consumidos em 2010 pelos brasileiros, a classe média vai ser responsável por R\$ 863,9 bilhões

Mais da metade da população do Estado faz parte da classe média

Mais da metade da população capixaba já faz parte da classe média. São 1,74 milhão de pessoas no Espírito Santo que têm uma renda familiar entre R\$ 1.115 a R\$ 4.807, de acordo com informações do Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN).

De acordo com a diretora-presidente do órgão, Ana Paula Vescovi, a renda das famílias no Estado cresceu significativamente nos últimos anos, o que possibilitou que, de 2003 a 2007, 571 mil pessoas conseguissem ingressar na classe média.

Ana Paula salienta que as razões para essa expansão é decorrente dos recursos vindos principalmente do trabalho. “Aumentaram muito a ocupação e a qualidade dos postos de trabalho no Estado. Muitas pessoas que antes tinham em-

pregos informais estão migrando para empregos com carteira assinada.”

Ela afirma que, com isso, os trabalhadores passam a ter uma condição de mais estabilidade, recebem qualificação, contam com previdência e plano de saúde.

A diretora-presidente atribui a expansão da classe média, ainda, à mudança da estrutura produtiva da economia e das políticas sociais criadas.

“Políticas sociais como, o Bolsa Família e o seguro-desemprego, contribuíram também para tirar pessoas da pobreza e incluí-las na classe média”, enfatizou Ana Paula.

Ela destaca que a perspectiva é de um cenário de crescimento robusto e contínuo. “Se não houver uma grande surpresa negativa no contexto internacional, a gente vai ter uma melhoria contínua vinda principalmente dos investimentos previstos para o Estado.”

O diretor da IPC Marketing Editora – empresa responsável pelo estudo IPC Target que pesquisa o potencial de consumo no País –, Marcos Pazzini, diz que o consumo esperado para o Estado neste ano é da ordem de R\$ 39,2 bilhões, sendo que a classe média vai ser responsável por R\$ 16,5 bi.



ANA PAULA VESCOVI frisou que, no Estado, muitos trabalhadores antes informais estão migrando para empregos com carteira assinada

DADOS DO ESTADO

RAIO X DA CLASSE MÉDIA

- > **52% DA POPULAÇÃO** do Espírito Santo pertencem à classe média, ou seja, são 1,74 milhão pessoas que têm renda entre R\$ 1.115 a R\$ 4.807.
- > **DE 2003 A 2007**, 571 mil novos capixabas ingressaram na classe média, o que corresponde a um aumento de 49%. Enquanto isso, a variação no Brasil e na média da região Sudeste foi de 35% e 27%, respectivamente.
- > **A RENDA MÉDIA** por pessoa no Espírito Santo é de R\$ 585 (a preço de 2008). No Brasil, é de R\$ 597.
- > **ENTRE OS FATORES** que contribuíram para expansão da classe C, está o aumento do tempo de estudo da população. De 2001 a 2007, houve um aumento, de 6,9 anos de estudo para 8,5 anos.

CONSUMO

- > **DO TOTAL DE R\$ 39,2 BILHÕES** que serão consumidos no Espírito Santo neste ano, a classe média vai ser responsável por R\$ 16,5 bilhões, ou seja ela representa 42% do mercado consumidor.
- > **EM 2009**, a classe média capixaba gastou cerca de R\$ 292 milhões com eletrodomésticos e equipamentos eletrônicos.
- > **NESSE MESMO ANO**, o consumo de roupas e calçados pela classe C foi de aproximadamente R\$ 893 milhões.
- > **OS GASTOS** da classe média com viagens no ano passado foi de R\$ 202 milhões, aproximadamente.
- > **UM TERÇO DA CLASSE MÉDIA** do Estado tem computador, e um quarto da população que pertence a essa classe tem acesso à internet.

Fonte: IJSN, IPC Target e CPS/FGV.

O que a classe média consome?



41% do leite longa vida vendido no País.



40% do queijo petit suisse



TRÊS EM CADA DEZ potes de sorvete



QUATRO EM CADA DEZ latas de creme de leite



39% do leite condensado



27% dos consumidores da classe C têm geladeira duplex



UM TERÇO dos lares têm o aparelho de micro-ondas



22% da classe média têm carro

Fonte: CPS/FGV e IPC Target.