

Pesquisa revela as 4 novas divisões da classe média

Membros da classe C foram classificados em promissor, experiente, empreendedor e batalhador de acordo com estilo de vida

Márcia Menezes

Promissores, batalhadores, experientes e empreendedores. Estes são os perfis que caracterizam a nova classe C, segundo pesquisa do Instituto Data Popular, feita em parceria com a Serasa Experian.

Os quatro grupos, que se concentram na região Sudeste, gastaram mais de R\$ 1,17 trilhão no ano passado, movimentando mais de 58% do crédito no Brasil.

Os promissores recebem esse nome porque veem no acesso ao crédito uma forma para crescer. Eles têm propensão a contrair dívidas. São jovens com que trabalham com carteira assinada.

Os batalhadores, como diz o próprio nome, almejam um futuro melhor por meio do emprego e estudo. Possuem o ensino fundamental. Eles investem o que for necessário para ter a casa própria, o automóvel e garantir o estudo dos filhos.

Viúvos e autônomos, os experientes optam por permanecer no mercado de trabalho para manter o padrão de consumo. Sofrem com o preconceito dos mais jovens e lidam com episódios de depressão pós-aposentadoria.

Os empreendedores formam o grupo mais escolarizado. Trabalham com a carteira assinada e consideram o trabalho o seu meio de sustento, sentindo-se satisfeitos com o que fazem.

“Os perfis permitem às instituições uma visão segmentada, criando soluções. Isso possibilita novas frentes de consumo, gerando melhores condições de crédito e movimentando a economia do Brasil”, afirma presidente da Serasa Experian, Ricardo Loureiro.

BATALHADORAS



Oportunidades para melhorar de vida

“Sou batalhadora. Vim do interior do Espírito Santo e era lavradora por lá. Trabalhei como doméstica durante muitos anos, também fui costureira e fui traçando meu crescimento”, conta Isabel Queiroz de

Oliveira, 49 anos, que hoje é atendente no Shopping Mestre Álvaro, na Serra.

“Vi no meu trabalho, no serviço que executo uma oportunidade segura para crescer, melhorar, mudar

as minhas condições de vida”, diz ela, acrescentando que economiza o possível e consome o necessário.

Como ela, Roseane Ramos, 42 anos, também admite querer alcançar mais crescimento na vida.

Viagens lideram lista de consumo

A pesquisa do Instituto Data Popular feito em parceria com a Serasa Experian, denominada de Faces da Classe Média, identificou que conhecer novos lugares do Brasil e fora do País é o sonho de consumo em comum de três, dos quatro perfis traçados.

Enquanto os batalhadores e experientes almejam desbravar o território brasileiro, os empreendedores querem conhecer o estilo

de vida e cultura de outros países.

Além disso, os promissores, os empreendedores e os batalhadores não abrem mão dos eletrônicos e do carro próprio. Os gastos com beleza, em especial, ficam com os promissores. Enquanto os experientes gastam com saúde, os batalhadores investem em seguros.

Para o economista Mário Vasconcelos, o maior poder de compra dessa nova classe C é resultado

do incentivo ao consumo. “Isso é resultado das facilidades de crédito e do aumento da massa salarial”, explicou.

Para Renato Meirelles, presidente do Instituto Data Popular, “a classe média deixou de ser um segmento de mercado e para a maioria das categorias se tornou o principal público consumidor. Estamos falando de mais de 100 milhões de pessoas”, completou.

Classe média está mais exigente ao consumir

SÃO PAULO

A classe média brasileira, formada por 108 milhões de consumidores que movimentaram R\$ 1,17 trilhão em 2013, dá mais valor a marca, preço e qualidade do que consome hoje em relação há um ano.

Sete em cada 10 se preocupam mais com qualidade e preço, 57% deles dão mais atenção às marcas e 51% pesquisam mais preços. O consumo nessa faixa cresceu 6,4% (descontada a inflação) em relação a 2012.

Comportamentos como esses foram revelados no estudo Faces da Classe Média, feito pela Serasa Experian e pelo Instituto Data Popular, que mapeou os diferentes perfis de consumidores da classe C. Estão nessa faixa famílias com renda per capita de R\$ 320 a R\$ 1.120, segundo critérios estabelecidos pelo governo.

De cada R\$ 100 gastos nessa classe, R\$ 46 foram no Sudeste, onde está a maior concentração desses consumidores. A classe C movimenta 58% do crédito no Brasil.

“Se esse contingente de pessoas formasse um país, ocuparia o 18.º lugar no ranking das 20 nações com maior consumo do mundo”, disse Ricardo Loureiro, presidente da Serasa Experian.

A previsão é que a classe média chegue a 125 milhões em 2023, ou 58% da população. Hoje, representa 54%. “É uma classe que não pode ser entendida e tratada de uma só forma”, diz Renato Meirelles, do Data Popular.

ARQUIVO/AT



RENATO MEIRELLES: consumo

A nova classe média Eletrodomésticos, viagens e veículos lideram os gastos dos consumidores

1 BATALHADORES 39%
30,3 MILHÕES

- > 40,4 ANOS em média
- > 48% têm ensino fundamental completo
- > 49% têm carteira assinada



> GASTAM COM viagens pelo Brasil, compram carros, eletrônicos, móveis e eletrodomésticos e fazem seguro. Emprego e estudo são o caminho para estabilidade ascensão.

2 EXPERIENTES 26%
20,5 MILHÕES

- > 65,8 ANOS em média
- > 59% têm ensino fundamental completo
- > 36% são autônomos



> GASTAM COM viagens pelo Brasil, eletrônicos, saúde, móveis e eletrodomésticos. Estão na fase da pós-aposentadoria. Mantêm-se no mercado de trabalho.

3 PROMISSORES 19%
14,7 MILHÕES

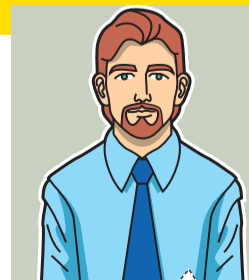
- > 22,2 ANOS em média
- > 59% têm ensino médio completo
- > 57% têm emprego com carteira assinada



> GASTAM COM beleza, veículos, educação, entretenimento e com itens para a casa e tecnologia. Para este grupo a vida é feita de oportunidades.

4 EMPREENDEDORES 16%
11,6 MILHÕES

- > 43 ANOS em média
- > 42% cursam ou concluíram o ensino médio
- > 43% têm carteira assinada



> GASTAM COM veículos, educação, viagens internacionais e entretenimento. Valorizam a liberdade. Para este grupo o trabalho é uma fonte de sustento e de prazer.