

Crise vai breocar crescimento da classe média

Consumo da classe C pode crescer 3% em 2009, ante taxas recentes de 30% anuais

Projeções indicam que a ascensão de brasileiros pobres à classe média perderá boa parte do fôlego em 2009. Desemprego e retração do crédito são alguns dos fatores que devem interromper o crescimento da chamada classe C. Estudo feito pela Target Consultoria a pedido do **Estado** indica que a expansão no consumo das famílias com renda média mensal de R\$ 1.180 deve crescer 3% em 2009. Nos últimos quatro anos, a expansão do consumo tem sido de 30% anuais. “Essa camada da população deve perder bem-estar”, afirma Fábio Silveira, sócio-diretor da empresa RC Consultores. Para Silveira, a cesta de consumo da classe C será alterada, com menor renovação

FRASES

José Roberto Mendonça de Barros
economista

‘O sonho de consumo da classe C vai dar uma travada no ano que vem’

de TVs, computadores, eletrodomésticos e veículos, entre outros produtos cuja venda é movida a crédito. O consultor prevê que, com a contração do crédito, o saldo dos empréstimos cresça só 7% em 2009, depois de aumento médio de 20% nos dois últimos anos. “O sonho de consumo da classe C vai dar uma travada no ano que vem”, diz o economista José Roberto

Mendonça de Barros, sócio-diretor da MB Associados. Mas os analistas chamam a atenção para fatores capazes de contrabalançar os efeitos da retração na economia, como os programas sociais do governo federal. No entender do economista Marcelo Neri, da Fundação Getúlio Vargas, estudioso da estratificação social do País, o cenário desfavorável à classe C não provocará aumento da desigualdade. “A população de baixa renda vai sofrer menos com a crise, mas o topo da pirâmide deverá registrar grandes perdas patrimoniais. A desigualdade vai cair porque os mais ricos perderão.” ● PÁGS. B1 e B3

MOBILIDADE SOCIAL

Crise interrompe crescimento da classe média

Aumento do desemprego e corte do crédito devem breçar a ascensão social que marcou o Brasil nos últimos anos

Márcia de Chiara
Andrea Vialli

O fenômeno que permitiu a ascensão social de milhões de pessoas, a melhora da distribuição de renda e ajudou a engordar o mercado interno e a economia, além de mudar o jogo de forças na política brasileira, deve perder fôlego em 2009. Segundo economistas, especialistas em distribuição de renda e institutos de pesquisa dedicados ao consumo, a ascensão de brasileiros pobres à classe média não se deve repetir em 2009.

Uma série de fatores explica a interrupção do crescimento da chamada Classe C. Só no ano

passado, 20 milhões de pessoas subiram um ou dois degraus na escada social amparados por uma oferta maior de empregos, aumento de salários, acesso facilitado ao crédito – e, portanto, aos bens de consumo –, e pelo incremento de políticas sociais do governo, como o Bolsa-Família. Em 2009, quase todas as condições vão mudar de direção.

Em 2009, o desemprego tende a subir dos atuais 7,6% para 8,5% ou até 10%, de acordo com diferentes projeções. Com a retração da economia, será mais difícil negociar aumentos de salários. Além disso, o crédito já está mais caro e difícil. A única condição que continua jogando

a favor são os programas sociais do governo. Para os especialistas, o resultado prático dessa combinação é uma estagnação da mobilidade social.

“O sonho de consumo da classe C vai dar uma travada no ano que vem”, afirma o sócio-diretor da MB Associados, José Roberto Mendonça de Barros. “Essa camada da população deve perder bem-estar”, diz o sócio-diretor da RC Consultores, Fábio Silveira. Para Haroldo Torres, sócio-diretor do instituto de pesquisa de mercado Data Popular, a mobilidade das classes de menor renda deve ficar em “banho-maria” em 2009.

Uma projeção feita pela Tar-

PERDA DE FÔLEGO

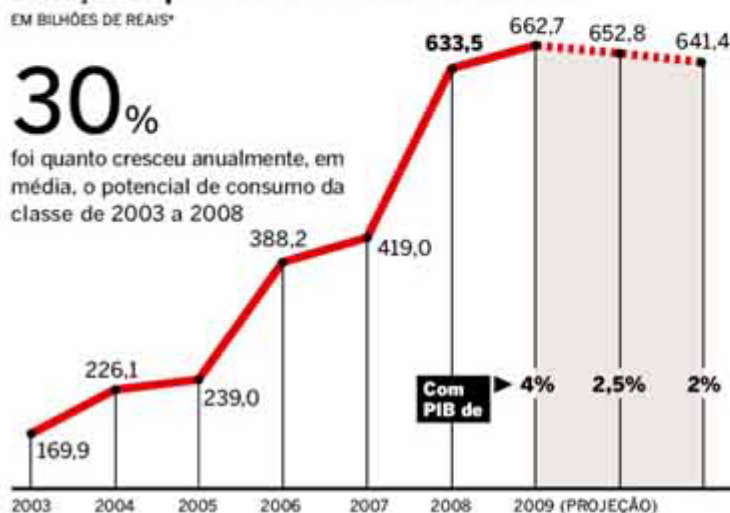
Quanto a nova classe média brasileira vem gastando com consumo nos últimos anos

Evolução do potencial de consumo da classe C

EM BILHÕES DE REAIS*

30%

foi quanto cresceu anualmente, em média, o potencial de consumo da classe de 2003 a 2008



FONTES: TARGET, IFC CONSULTORES, ANEFAC

INFOGRÁFICO/AE

get Consultoria, a pedido do **Estado**, revela a desaceleração do consumo da nova classe média, com renda média familiar média de R\$ 1.180,00 por mês. Nos últimos quatro anos, o consumo da Classe C cresceu 30% ao ano. Pelas contas da Target, em 2009, a expansão será de 3%, chegando a R\$ 652,8 bilhões.

A estimativa é feita com base no Índice de Potencial de Consumo (IPC), criado pela consultoria, leva em conta a estrutura de gastos e a expectativa de crescimento do Produto Inter-

no Bruto (PIB), que embutem projeções para emprego e renda. No estudo, a Target levou em conta as projeções de crescimento de 2,5% do PIB feita pela maioria dos analistas consultados pelo Banco Central.

A perda de fôlego do consumo é significativa. Mesmo em um cenário mais otimista como prevê o governo, de crescimento do PIB de 4% em 2009, o potencial de consumo chegaria a R\$ 662,7 bilhões, com alta de 4,6% em relação a 2008. Esse desempenho é bem inferior à

média dos últimos quatro anos. "O potencial de consumo da classe C vai dar um estagnada", observa o sócio-diretor da Target, Marcos Pazzini, responsável pelos cálculos do IPC.

Diante da crise, economistas prevêem uma mudança de rumo para os indicadores de renda, emprego e crédito. "A taxa de desemprego pode atingir 9% ou até 10% em 2009 e deve afetar especialmente as camadas de menor renda, sobretudo os mais jovens", diz Silveira. Segundo o economista, a massa real de rendimentos, que é o número de ocupados multiplicado pela renda real, deve crescer 1,5% em 2009, depois de subir 6,8% em 2007 e 7,4% este ano.

O crédito ao consumidor, mais caro e mais raro, deve enfraquecer em 2009. Silveira projeta que o saldo dos empréstimos cresça só 7% no ano que vem, depois de aumento de 20%, em média, em 2007 e 2008. "A desaceleração da economia é líquida e certa", prevê Mendonça de Barros.

Segundo ele, a marcha à ré no crédito vai gerar frustração de consumo para todos e será maior para a nova classe média. Silveira diz que a cesta de consumo da Classe C será alterada, com menor renovação de TVs, computadores, eletrodomésticos, veículos, entre outros. ●

➤ **Mais informações** na pág. B3