

Sete milhões de pessoas sobem para classe média

Com reação de emprego e salário,
consumo cresce R\$ 31 bilhões

• Mais de dois milhões de famílias brasileiras ascenderam na pirâmide do consumo este ano e chegaram à classe média, diz pesquisa do Instituto Target com base em dados do IB-GE. Isso representa em relação a 2005 um acréscimo de 7,9%, ou cerca de sete milhões de pessoas, e um consumo R\$ 31,19 bilhões maior. Levantamentos do LatinPanel, ligado ao Ibope, e da Fundação Getulio Vargas também mostram a expansão dos setores intermediários da população. Segundo especialistas, esse fenômeno é explicado pelo crescimento do emprego com carteira assinada, pela reação dos salários e pelo aumento da oferta de crédito no país. Setores voltados para essa faixa de renda, como turismo, planos de previdência privada, carros e casa própria, também estão crescendo. **Páginas 33 e 34**

Mais gente no meio da pirâmide

Classe média tem mais 7 milhões de pessoas no país com reação do emprego e salário

Cássia Almeida

Mais de dois milhões de famílias brasileiras conseguiram ascender na pirâmide do consumo este ano e chegaram à classe média, o que representa cerca de sete milhões de pessoas. O segmento voltou a crescer, depois de amargar anos seguidos de empobrecimento com a estagnação ou o fraco crescimento econômico do país a partir da década de 80. Emprego com carteira assinada em expansão recorde — foram geradas 1.251.557 vagas formais no último ano — crédito farto e renda do trabalhador reagindo (em maio a alta ficou em 7,7%, a maior desde 2002) são as explicações para a faixa intermediária na escala do consumo ressurgir nas estatísticas.

Indicadores do mercado de trabalho e pesquisas de consumo atestam esse avanço. O Instituto de Pesquisa Target, que anualmente acompanha o potencial de consumo de cada classe com base nas pesquisas do IBGE e da Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa de Mercado (Abep), constatou ainda que a parcela das famílias que ganham entre R\$ 1.140 e R\$ 3.750 já correspondem a 66,7% do total este ano, fatia bem superior à registrada em 2001, que fora de 60,7%.

Com mais dois milhões de casas na classe média, o que representa um acréscimo de 7,9% de 2005 para 2006, o consumo dessa parcela da população subirá em R\$ 31,19 bilhões este ano, nas projeções da Target. Um avanço de 4,5%.

— Há um claro movimento de ascensão social. Os domicílios da

classe D (renda familiar de R\$ 570) subiram na pirâmide. Compraram mais bens duráveis e, como na classificação leva-se em conta também a posse desses bens, houve o avanço para a classe média — constatou o diretor da Target, Marcos Pazzini.

Além disso, o diretor diz que este ano houve aumento no número de domicílios mais concentrado nas classes intermediárias. Ou seja, mais famílias nesse segmento se formaram no país. Segundo as pesquisas do instituto, a migração também está se dando da classe C para as B1 e B2.

Gastos maiores com supérfluos e marcas

• No mercado de trabalho, o fenômeno se repete. A renda total apropriada pelos 40% intermediários (estão entre os 50% mais pobres e os 10% mais ricos) subiu de 40,7% em outubro de 2004 para 41,7% no mesmo mês do ano passado. O economista Marcelo Neri, chefe do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV), mostra ainda outro número: a renda domiciliar *per capita*, descontada a inflação, subiu 14% em outubro de 2005 na comparação anual.

— Os símbolos da classe média, que são o emprego com carteira assinada, o acesso a crédito e a faculdade, estão em expansão. O emprego formal dá segurança para consumir — diz Neri.

Na avaliação do economista, esse crescimento na participação veio para ficar, principalmente em relação ao emprego com carteira.

— As empresas estão confiantes,



A SUPERVISORA Denise Uchôa comprou o primeiro carro e investiu em cursos

pois há custo na contratação. Por esse lado, a expansão parece sustentável. Quanto ao crédito, o avanço pode ser menor, mas deve continuar. No início do Real houve um pico de crédito. Desta vez, parece mais uma rampa.

Essa confiança tomou conta da família de Denise Uchôa, advogada e supervisora de pessoal. Há seis meses comprou o primeiro carro: um

Siena 2004, à vista. Para completar o valor do veículo recorreu ao crédito consignado. Espera ansiosa receber os 10% de aumento dados no mês passado. A fábrica de lustres do marido também vai ganhando mercado, o que lhe permite investir em cursos para ela e o filho Thiago, de 10 anos:

— Fiz cursos para a prova da OAB e meu filho está matriculado no inglês.

Estou confiante de que as coisas vão continuar melhorando. A folga na renda está me permitindo estudar mais.

Outro instituto de pesquisa, o LatinPanel, ligado ao Ibope, também viu crescer a fatia da classe C, a faixa intermediária da sua classificação (considera o consumo de famílias que ganham de quatro a dez salários-mínimos). Na média de 2005, esses domicílios representavam 33% do consumo total no país. Em abril deste ano, a faixa subiu para 38%.

— É uma classe que sofreu muito com o congelamento da tabela do Imposto de Renda e a alta das tarifas públicas. Por isso, vinha enxugando seu orçamento. É uma população ávida por consumir — explicou Fátima Merlin, gerente de Atendimento ao Varejo do LatinPanel.

Endividamento empurra o consumo

• Nas pesquisas domiciliares, o LatinPanel constatou ainda um gasto maior com marcas líderes, supérfluos, comidas prontas e produtos mais sofisticados de higiene e limpeza. Enquanto a despesa média da população aumentou 3%, na classe média a alta foi de 5%:

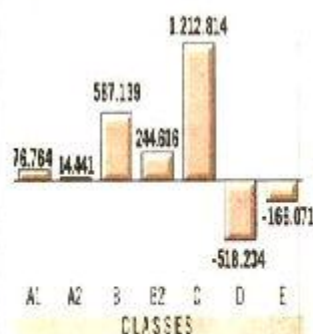
— Mas é consumo muito amparado no crédito. É a fatia mais endividada. Os gastos médios das famílias ultrapassam em 3% a renda. Na classe C, essa margem sobe para 8% — alerta Fátima. ■

• MAIS VIAGENS, PREVIDÊNCIA PRIVADA E CARROS NOS GASTOS DA CLASSE MÉDIA, na página 34

As mudanças no perfil da população brasileira

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE DOMÍLIOS URBANOS

(De 2005 para 2006)



Quais são as classes intermediárias?

Considera-se classe média quem está no meio da pirâmide de consumo: classes B1, B2 e C.

Aumento da classe média de 2005 para 2006:

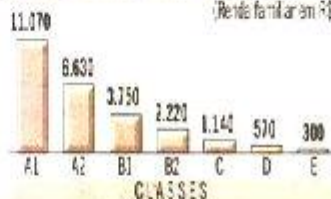
mais 2.044.566 domicílios, uma alta de 7,9%.

O AVANÇO DA CLASSE INTERMEDIÁRIA POR PARTICIPAÇÃO NO CONSUMO

	1991	2001	2005
Classe A	23,2%	23,6%	23,6%
Classe B	41,2%	34,6%	39,1%
Classe C	23,8%	26,2%	27,3%
Classe D	9,9%	13,3%	9,5%
Classe E	1,9%	2,3%	0,5%

O PERFIL DE CADA FAIXA DE CONSUMO

(Renda familiar em R\$)



Que perfil é esse? Para a composição do perfil das classes, usa-se também o número de bens duráveis (TV em cores, rádio, carro, aspirador, máquina de lavar, microondas, geladeira e freezer). Na análise leva-se em conta ainda se há empregado doméstico na casa e o nível de escolaridade do chefe da família.

Parcela da renda apropriada do trabalho

(Quanto que parcela da população detém da renda total)

	50% mais pobres	40% intermediários	10% mais ricos
Q.4/2004	12%	40,74%	47,27%
Q.4/2005	12,24%	41,45%	46,31%

Avanço da renda dos intermediários

(Renda média domiciliar per capita dos 40% intermediários em valores de outubro de 2005)

	Renda	Variação
Q.4/2004	R\$ 349,79	1,75%
Q.4/2005	R\$ 400,27	14%

Fontes: Instituto Target e Fundação Getúlio Vargas, com base nos dados da Pesquisa Mensal de Emprego do IBGE.

ENTRE RICOS E POBRES: *Cerca de 65 milhões de brasileiros fazem turismo*

Mais viagens, previdência privada e carros nos gastos da classe média

Na produção de automóveis, recorde deve ser batido no próximo ano

Cássia Almeida

- Com o crescimento da classe média, os setores que vendem produtos dirigidos para essa faixa de renda comemoram expansão recorde este ano. Viagens, planos individuais de previdência privada, carros e casa própria estão em alta no mercado. Segundo o diretor de Estudos e Pesquisas da Embratur, José Francisco de Sallés Lopes, mudou o perfil do turista brasileiro. Além de mais pessoas estarem viajando, o ônibus de linha e a casa de parentes têm dado espaço para o carro e para os hotéis e pousadas.

— Quase 40% da população urbana brasileira estão viajando. Em 2002, eram 36%. São 65 milhões de brasileiros fazendo turismo. As viagens internacionais dobraram no período. Além do dólar mais favorável, o aumento da renda provocou esse avanço — disse Lopes.

Na venda de planos de previdência privada, a velocidade da alta está em 40% ao ano. De janeiro a abril, aumentou em 23,18% a receita com esses planos, que deve fechar 2006 com crescimento superior a 30%, na projeção do presidente da Associação Nacional de Previdência Privada (Anapp), Osvaldo Nascimento. Reformas na Previdência Social, aumento da longevidade e renda maior do trabalhador explicam a procura pelos planos de previdência, diz o executivo:

— Precisa haver sobra no orçamento para esse produto ganhar espaço. E esse avanço deve continuar. Está se criando no país a disciplina de poupar — disse ele.

Wladimir de Souza/"Diário de S.Paulo"



ANDRÉ RANGEL: todos da sua família têm plano de previdência privada

'Os brasileiros começam a ter cultura financeira'

Quem mais procura o produto ganha em média R\$ 3.500, tem entre 34 e 55 anos, e as mulheres respondem por quase a metade dos planos. Na casa do publicitário André Rangel Galhardo, cada membro da família tem seu plano de previdência. O filho menor, de 1 ano, ganhou o seu recentemente, com direito a seguro de vida em caso de morte dos pais.

— Os brasileiros começam a ter cultura financeira, a planejar seu orçamento e futuro.

As estatísticas de licenciamento de carros são outros indicadores de que as finanças estão melhorando para a classe média. A alta até junho chegou a 7,6%, uma expansão que se mantém desde 2003. Segundo estimativas da Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), em 2007 o Brasil deve bater o recorde histórico de 1997, quando a produção atingiu 1,9 milhão de unidades.

E mais da metade da produção é de carro mil, a outra



metade, até 2.000 cilindradas, opções da classe média. Somente 0,6% é de carros de luxo. Por trás do avanço, inflação controlada e novamente o aumento da renda e as facilidades de crédito.

Por fim, a casa própria, o grande sonho da classe média. Os financiamentos habitacionais explodiram. Desde 2003 vêm crescendo, mas ganharam mais espaço este ano. Segundo o presidente da Associação Brasileira de Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (Abecip), Natalino Ga-

zonato, o valor dos financiamentos em torno de R\$ 80 mil indica que a classe média baixa e a média começam a concretizar o desejo de um teto.

— Até as construtoras começaram a deixar de lançar grandes condomínios, com apartamentos no valor de R\$ 500 mil e R\$ 600 mil. Estão vendo que é um grande filão.

Mudança na legislação, protegendo mais o financiador, e pressão do Banco Central para que os bancos usem mais os recursos da poupança na habitação ajudaram no avanço.

Mas a socióloga Elisabete Dória Bilac, do Núcleo de Estudos Populacionais da Unicamp, teme que esse avanço da classe média, medido no consumo, seja transitório:

— O país ficou estagnado décadas. Agora, com o pequeno crescimento recente, houve esse avanço. Vamos ter que esperar para ver se vai permanecer. ■

• O FORTE CRESCIMENTO DA OFERTA DE CRÉDITO PARA A COMPRA DA CASA PRÓPRIA, no caderno *Morar Bem*

Avanço com crise nas metrópoles

• O crescimento da classe média é inegável, inclusive atestado pelas Pesquisas Nacionais por Amostra de Domicílios (Pnads), do IBGE, mas o motivo da expansão muda, conforme se traça um contorno geográfico. André Urani, professor da UFRJ e diretor do Instituto de Estudos de Trabalho e Sociedade (Iets), debruçou-se sobre os números da divisão da renda e constatou: a redução significativa da indigência e da pobreza engrossou a parcela da classe média baixa no Brasil como um todo.

Mas o mesmo não aconteceu quando se olha apenas o Brasil metropolitano. Nos grandes centros, principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, a classe média mais baixa engrossou com a perda de renda das camadas superiores:

— O crescimento não foi virtuoso como no resto do país. Veio do achatamento de classes mais altas — disse Urani.

O papel de motor do desenvolvimento assumido nos anos 80 pelas regiões metropolitanas foi abandonado:

— A locomotiva emperrou. Reduziu pouco a pobreza e a crise é estrutural.

A melhoria no mercado de trabalho nas metrópoles, detectada pela Pesquisa Mensal de Emprego (PME), do IBGE, não mudará essa situação:

— Rio e São Paulo são pacientes terminais. Pequenas melhoras não vão alterar esse quadro de degradação — disse Urani. (Cássia Almeida)