

Mais gente no meio da pirâmide

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 criadas 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 corresponde 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 um aumento mais concentrado no número de domicílios das classes intermediárias. Ou seja, mais famílias do segmento se formaram. Segundo 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 Getulio 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 emprego com carteira assinada e acessos ao crédito e à 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, 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, ela comprou o primeiro carro: um Siena 2004, à vista. Para completar o valor do veículo, recorreu ao crédito consignado. Ela espera agora 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 que 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.