

Aumento na renda gera maior acesso a cosméticos e serviços de beleza

(Carolina Santana)

O orçamento da dona de casa Sônia Aparecida Nogueira não fica muito acima dos R\$ 180 e ela não vacila em dizer-se vaidosa. A última compra de cosméticos da dona de casa, que mora na Vila Barão, inclui, inclusive, um perfume de R\$ 80. O pagamento é parcelado e Sônia lembra que há alguns anos, a vaidade existia, mas ela não tinha condições de comprar bons produtos. “Antes não dava para ser tão vaidosa assim. Tinha um desodorante, o sabonete e um creme. Sempre gostei de estar limpinha e cheirosa. Não é porque sou pobre que vou ser desleixada, né?”, resume.

A história de Sônia, que passou a usar maior quantidade de produtos de higiene pessoal e de beleza é uma realidade entre muitas mulheres das classes “C” e “D”. Isto porque, nos últimos seis anos, a renda da população pobre do país, conferiu alta de 49,25%, conforme dados da Fundação Getúlio Vargas (FGV) publicados no levantamento “Miséria e a Nova Classe Média na Década da Igualdade”. A pesquisa foi feita com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD) e os reflexos desta nova realidade são visíveis também no mercado de cosméticos. “A classe C está entrando com um enorme força nesse mercado. Não que esses consumidores estejam começando agora a usar produtos de higiene e beleza; eles já usavam, mas para ocasiões especiais. A novidade é que os estão incorporando ao dia-a-dia”, diz João Carlos Basílio da Silva, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec).