

## Consumo da classe C cresce sete vezes desde 2002, diz estudo

(Não Assinado)

Em 2010, despesas do grupo devem quase igualar as das classes A e B; já em educação, gastos dos mais ricos seguem bem à frente. Em 2010, classe C deve gastar R\$ 864 bilhões com produtos e serviços. Os gastos da classe C com produtos e serviços cresceram 6,8 vezes entre 2002 e 2010 e quase igualaram as despesas das classes A e B somadas, segundo um estudo do instituto Data Popular baseado em dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Neste ano, a classe C (integrada por pessoas cuja renda domiciliar varia entre R\$ 1.530 e R\$ 5.100) gastou R\$ 864 bilhões com o consumo, ao passo que as classes A e B desembolsaram, juntas, R\$ 909 bilhões. Com isso, a classe C, que em 2002 respondia por 25,8% dos gastos dos brasileiros, hoje responde por 41,35% e é, isoladamente, a que mais consome no Brasil. Já as classes A e B, que há oito anos eram responsáveis por 58,1% das despesas, agora respondem por 42,9%. Apesar disso, os gastos nessa faixa social cresceram três vezes no período. As classes D e E, que passaram a consumir 4,2 vezes mais nos últimos oito anos, mantiveram a sua participação, sendo responsáveis por 15,7% dos gastos totais dos brasileiros. Principal mercado A classe C deixou de ser vista como segmento de mercado e fecha 2010 como o verdadeiro mercado brasileiro, diz à BBC Brasil Renato Meirelles, diretor do Data Popular, instituto de pesquisas focado nas classes C, D e E. Segundo Meirelles, o crescimento do consumo na classe C, também chamada de nova classe média, tem três explicações: o grupo social inchou no período, passando a englobar 50,5% dos brasileiros, segundo a Fundação Getúlio Vargas, seus rendimentos médios aumentaram, e também cresceu a oferta de crédito a seus integrantes. Ele diz que, como resultado do maior peso da classe C, as empresas estão sendo obrigadas a produzir itens de maior qualidade e melhor relação custo-benefício. Como tem menos dinheiro que os clientes mais ricos, o consumidor da classe C tende a correr menos riscos na hora das compras e a optar por produtos de marcas conhecidas, de qualidade comprovada, diz Meirelles. Para ele, foi-se o tempo em que produtos vagabundos e baratos serviam para esse grupo. Educação O estudo do Data Popular, que usou informações da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) do IBGE, revela também que os gastos dos brasileiros com educação cresceram 4,4 vezes nos últimos oito anos. O maior crescimento, de 8,6 vezes, também ocorreu na classe C. Ainda assim, os gastos do grupo nesse campo (R\$ 15,7 bilhões) seguem distantes dos investimentos somados das classes A e B (R\$ 34,4 bilhões). Para Meirelles, isso ocorre porque, nesse setor, a classe C larga atrás dos mais ricos: muitos de seus membros não concluíram o ensino médio e, portanto, nem sequer poderiam gastar com o ensino superior. Além disso, diz ele, a oferta de vagas em universidades privadas para estudantes mais pobres é um fenômeno recente. No entanto, Meirelles crê que a classe C também acabará ultrapassando os mais ricos em gastos com educação, já que o grupo tem uma maior proporção de jovens e está consciente de que o estudo impulsiona a renda. Utensílios domésticos A pesquisa revela ainda que os gastos com móveis, eletrodomésticos e utensílios domésticos foram os que mais cresceram em relação aos gastos totais dos brasileiros: passaram de 22,8%, em 2002, para 32,18%, em 2010. Nesse setor, segundo o Data Popular, a classe C já gasta mais do que as classes A e B: a nova classe média deverá encerrar 2010 com 45% das despesas com esses produtos, enquanto os mais ricos responderão por 37%. A pesquisa mostra que a porcentagem de domicílios com computador passou de 14%, em 2002, para 34%, em 2009. Na classe C, 13% das casas contavam com um computador em 2002; em 2009, eram 52%. Nas classes D e E, a presença do item subiu, respectivamente, de 1% para 15% e de 1% para 6%.