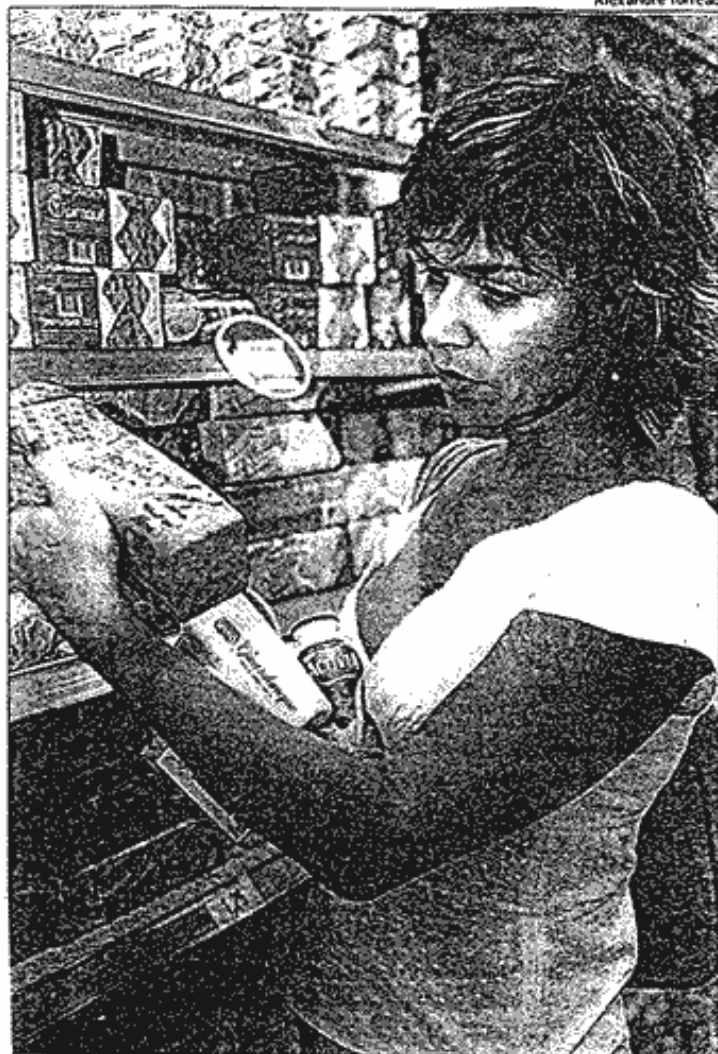


Alexandre Torreão



ROSANE aumentou a frequência de consumo de itens supérfluos

## Classes D e E consomem mais

### Crédito paga despesas com alimentos

#### CONSUMO

CONTINUAÇÃO DA PÁG. A17

A comparação entre os hábitos de consumo de diferentes classes sociais revela dados curiosos. A massa instantânea teve maior penetração nas classes D e E, com alta de 14 pontos percentuais nos lares, na comparação entre o primeiro trimestre deste ano e o período janeiro-março de 2004. Na Classes A e B, a alta chegou a 10 pontos. O mesmo aconteceu com o suco em pó. Entre os mais pobres, a alta chegou a 16 pontos enquanto entre os ricos ficou em 15.

- O aumento no consumo foi muito influenciado pela maior oferta de crédito consignado, que está sendo usado

para alimentação e não apenas para o consumo de bens duráveis. A alta dos juros básicos não influenciou porque o crédito consignado possui taxas baixas. Com o anúncio antecipado do salário mínimo, muitas pessoas se programaram para os gastos - opina Marcelo Neri, chefe do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas.

A inflação, fator que reduz o consumo, aumentou entre os meses de janeiro e março. Segundo o Índice de Preço ao Consumidor Amplo (IPCA) passou de 0,58% no primeiro mês do ano para 0,61% em março. Mas o rendimento do trabalhador cresceu em março pelo sétimo mês consecutivo, avançando 0,5% em relação a fevereiro e 1,7% em comparação a março de 2004.

- Este ano, passei a comprar mais biscoitos e iogurtes e a consumir itens que antes comprava com menos frequência - dizia Rosane Pereira, de 31 anos, enquanto fazia compras nas Sendas.

Nas Sendas, itens como iogurtes e salgadinhos também tiveram aumento de 12% nas vendas neste início de ano.

- Os filhos têm grande importância no momento de decidir o que botar no carrinho - explica Sandro Benelli, diretor regional das Sendas.

No Pão de Açúcar, as vendas de salgadinhos e iogurte subiram 10% e 15%, respectivamente.

- A economia estabilizada alavanca a venda de supérfluos. Com a classe A não é diferente - atesta Omar Ferreira, diretor regional do Pão de Açúcar no Rio.