

Pobres compram mais que ricos

Os pobres do Norte e Nordeste estão consumindo mais que os ricos do Sudeste. Nos últimos 12 meses até setembro deste ano, as classes D e E das regiões Norte e Nordeste do País gastaram R\$ 8,8 bilhões com cesta de alimentos, produtos de higiene pessoal e limpeza. Essa cifra é 5% maior que a desembolsada pelas camadas A e B que vivem no Sudeste do País em igual período com esses itens, revela estudo exclusivo da LatinPanel.

No período anterior, a situação era exatamente inversa: o gasto das camadas que compõem a base da pirâmide social no Norte e Nordeste com bens não duráveis havia sido 5% inferior ao das classes A e B do Sudeste. "Houve uma reversão", afirma Christine Pereira, diretora da empresa e respon-

sável pela pesquisa.

Ela atribui essa mudança a fatores conjunturais. Inflação em baixa que dá mais poder de compra ao consumidor, ganhos de renda dos trabalhadores que recebem salário mínimo e o fato de a crise não ter afetado as camadas de menor renda explicam, segundo Christine, o avanço do consumo dos bens não duráveis pelos mais pobres.

Para o economista-chefe da LCA Consultores, Bráulio Borges, boa parte do avanço do consumo dos mais pobres se deve ao aumento real do salário mínimo de 5,7% concedido neste ano. Nas suas contas, a massa real de renda dos ocupados, pensionistas da Previdência e também beneficiários do Bolsa Família cresceu 7,7% no Norte e Nordeste no primeiro semestre deste ano em relação

a igual período de 2008. O acréscimo é mais que o dobro do registrado para essa população que vive no Sudeste, que foi de 3,1% nas mesmas bases de comparação.

Alimentos – Com mais dinheiro no bolso, a baixa renda vai direto às compras, especialmente de alimentos. "O consumo de bens das classes A e B é mais maduro", observa Borges. O coordenador do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Marcelo Neri destaca que esse avanço não é só resultado de programas de benefícios do governo. "A renda do trabalho também está crescendo no Nordeste", diz.

Os dados da pesquisa foram obtidos a partir de visitas semanais a 8,2 mil domicílios para auditar o consumo de 65 categorias de produtos. (AE)