



FRANCISCA E A FAMÍLIA:
TV de tela plana e carro novo
pagos com salário de R\$ 1.1 mil

Quem são os oito milhões de pessoas que, beneficiadas pelo aumento da renda, se tornaram o novo motor da economia

A nova CLASSE

ADRIANA NICACIO E LANA PINHEIRO

Há um movimento discreto, porém contínuo, que aos poucos começa a mudar a cara do Brasil. É o surgimento de uma nova classe média brasileira. Donas de um apetite voraz pelo consumo, cerca de oito milhões de pessoas saíram da marginalidade da economia para aproveitar as benesses do aumento de renda e do acesso ao crédito fácil. E o momento é ideal. De 2005 a 2006, o rendimento dos 10% mais pobres subiu 57,4%, o crédito passou de 21% do PIB para 32% e a Selic, que

fechou 2005 em 18%, hoje está em 11,25%. Com a confiança em alta e uma renda maior, a nova classe média vai às compras. Francisca das Chagas de Oliveira que o diga. Esta brasileira de 58 anos, moradora do subúrbio de Brasília, ganha pouco mais de R\$ 1 mil como atendente de enfermagem e está feliz da

vida com sua mais recente aquisição: uma TV de plasma de 42 polegadas pela qual pagou entrada de R\$ 269 e mais 17 parcelas de R\$ 200. "Estava na promoção", comemora ela, enquanto acomoda o novo bem no carro da família com a ajuda das duas filhas e duas netas. Detalhe: o carro também é novo e foi financiado. A família Oliveira talvez não saiba, mas ela engrossa as estatísticas de um Brasil menos miserável.

De 2003 a 2006, o número de brasileiros abaixo da linha de pobreza caiu de 35% para 19%. "O ano de 2006 foi o melhor da série histórica da nova Pnad, com queda de 15% da miséria", afirmou à **DINHEIRO** o economista

Marcelo Néri, coordenador do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas. Uma parte dessa melhora foi obtida graças ao ganho real de 13,3% do salário mínimo, que fortaleceu as camadas mais baixas. Outro bom

termômetro vem da indústria da construção civil, que, neste ano, do-

brará de tamanho para atender a demanda. A estimativa é de construção de 200 mil unidades habitacionais em 2007. Na MRV Engenharia estão programados 10 mil lançamentos nos próximos anos, todos voltados à classe média. Em um desses novos prédios, em

Economia

RAIMUNDO SANTANA:
o parcelamento da geladeira coube no orçamento de R\$ 800

MÉDIA

brasileira



FOTOS: ROBERTO CASTRO/ALUSTRE

São Bernardo do Campo, os moradores serão Rodolfo Briones e Karen Karpusenco, noivos, que compraram um apartamento de dois quartos na planta, por R\$ 79 mil, em um financiamento de 20 anos. Os dois juntos ganham R\$ 3,5 mil por mês e já começam a comprar o acabamento e alguns móveis para a nova casa. "Vamos mudar em dezembro de 2008 com a casa montada", disse Rodolfo. Com o boom imobiliário, as lojas de construção não poderiam viver dias melhores. A Dico resolveu abrir lojas em bairros da classe média para ficar perto do consumidor. **"Em 2004 percebemos que a pirâmide iria mudar de forma, ganhando volume na camada intermediária,** por isso viemos para o bairro oferecendo amplo financiamento", afirma Carlos Corazzin, diretor da empresa. O resultado é crescimento de 35% nos últimos dois anos. O uso do crédito para aumentar o patrimônio é um fenômeno típico dessa nova classe emergente que, por isso, às vezes se submete a pagar juros um pouco mais elevados. A tese é do professor de economia da USP e sócio da Fractal, Celso Grissi: "Essa classe está emergindo via crédito e o usa para acumular bens de consumo".

Alguns indicadores mostram como esse grupo emergente está mudando a economia. As vendas de computado-



CLÁUDIA MOURA, 41 ANOS:
renda de R\$ 3 mil e carro
zero-quilômetro para a família

res têm crescido a taxas de dois dígitos, as 117.237 unidades habitacionais financiadas com recursos da poupança até agosto já superam o volume de todo o ano passado e as montadoras têm oferecido planos sem entrada e com prazo de sete anos para apressar a compra do consumidor. Graças a isso, o mercado brasileiro de veículos deve crescer 25% em 2007. Cláudia Moura, 41 anos, renda de R\$ 3 mil, graças a dois empregos, separada e mãe de dois filhos, acabou de comprar seu primeiro carro zero-quilômetro. "Ta esperar para o ano que vem", diz ela, "mas encontrei uma promoção com o primeiro

pagamento para janeiro e resolvi parar de andar a pé". Como ela, existem muitos. Na Viamar, concessionária Chevrolet, 70% das compras são financiadas em prazo médio de 72 meses. "Nossa comunicação é voltada para a classe média e o resultado é excelente com crescimento de 20% a 30% ao ano", diz Regina Maestrello, gerente do grupo.

Há dez anos, o cenário era diferente. Para o motorista Raimundo Santana, 46 anos, casado, pai de dois filhos e com renda de R\$ 800,

prover, a casa com equipamento de primeira era luxo impossível. Na semana passada ele rondava as lojas de eletrodomésticos em busca de um modelo ideal. Escolheu uma geladeira que custa R\$ 1.499 e a levou para casa, junto com um carnê de dez prestações.

57%

foi o aumento da renda da
parcela mais pobre da população

O sonho se tornou palpável. As necessidades básicas evoluíram e a população brasileira começa a desfrutar dos confortos de uma economia estável. **"As classes baixas nunca tiveram tanto poder de consumo", atesta Valdemir Colleoni,** superintendente das Lojas Cem. O resultado são lojas cheias e fornecedores ávidos para atender essa demanda. Grila Borba, diretor da Mirage Câmera, sonha com o dia em que as câmeras digitais serão como os celulares, por isso vende peças simples, a R\$ 299, para estimular a venda. Já a CVC se autodenomina "A Operadora da Classe Média" e quer oferecer a ela ao menos uma semana de sonhos ainda mais altos. Segundo palavras de Valter Patriani, presidente da empresa: "A classe média merece e pode ter suas merecidas férias". O marketing é feito de olho em um mercado que só tende a aumentar. **E**

OS NOIVOS KAREN E RUBENS:
juntos ganham R\$ 3,5 mil e já
deram entrada no apartamento

