

Classe C: um novo perfil de consumidor

(Não assinado)

A busca da estabilização econômica, iniciada oficialmente, a partir de 27 de fevereiro de 1994, estabeleceu entre regras de conversão e uso de valores monetários, a desindexação da economia, dando início ao Plano Real, que trouxe uma nova moeda ao mercado financeiro e principalmente a efetiva abertura da economia brasileira.

Entre os efeitos reguladores do Plano Real, estavam as baixas taxas inflacionárias, as referências reais de valores, o aumento do poder aquisitivo das famílias, a modernização do parque industrial e principalmente o crescimento econômico com geração de empregos.

Esse contexto contribuiu para um novo formato, de forma imediata e positiva da classe C, apresentando um novo perfil de consumidor, que antes perdia poder aquisitivo continuamente e não conseguia manter o 'dinheiro no bolso' por muito tempo, a não ser mantendo suas reservas em aplicações bancárias de rendimento diário, como o overnight que resguardava, ainda que parcialmente, a corrosão do valor nominal da moeda.

Com a estabilização da economia, a venda a prazo passou a atingir proporções mais expressivas e vários bens de consumo, antes restritos à classe A e B, passaram a ser acessíveis também à classe C.

No primeiro semestre de 2008, a "investment grade" e agências internacionais de rating passaram a classificar o Brasil no grupo de países com Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alto. A expansão da classe C, que antes detinha o perfil de instabilidade financeira e sem perspectivas de ampliar a base de consumo, passou a ter um novo perfil de crescimento, que se apresenta cada vez mais acelerado.

Neste sentido, observa-se que a classe C ampliou a renda em 22,8% entre abril de 2004 e abril de 2008 e a classe A e B subiu 33,6%. Segundo pesquisas da FGV – Fundação Getúlio Vargas, um novo perfil do consumidor brasileiro pode ser analisado, a partir desse período e servir de base para um cenário de classes sociais para 2010 e 2014: segundo estudos, a pobreza cairia pela metade e a classe AB dobraria, ou seja, 14,5 milhões de pessoas sairiam da pobreza e 36,1 milhões se juntariam às classes ABC.

A análise desses indicadores torna-se imprescindível, quando reflete as propostas do PNE – Plano Nacional de Educação, destacando que até 2014, deve ocorrer a efetiva ampliação dos investimentos em educação pública de 4% para 10% do PIB.

Essa premissa é necessária, quando se percebe que o futuro está galgado nos investimentos em educação e que a qualificação proporciona também aumento da renda e conseqüentemente crescimento do estrato social.

Nesta nova configuração, as grandes mudanças ocorrem no perfil e crescimento econômico da população, assim como na multiplicação de empregos. O acesso ao crédito e o assistencialismo social que influenciaram diretamente o poder de compra dos consumidores, também está em fase de adaptação.

Concluindo, as transformações na classe média brasileira representam um fenômeno típico de sociedades avançadas, ou seja, o surgimento de um mercado consumidor de massa que diante das mudanças socioeconômicas que ocorrem em ritmo acelerado, permite que milhões de brasileiros aproveitem de maneira inédita as 'delícias' do consumo.

Ressalta-se que após expandir o poder de consumo, a classe C evoluiu ano após ano, transformando-se em um público mais exigente, formador de opinião. Trata-se de um grande vetor de tendências de mercado, além do fato de as mulheres da classe C representarem a maioria e serem tomadoras de decisão, nos momentos de compra e de consumo. Esta fatia de mercado está na mira dos grandes investidores, principalmente os que atuam no segmento do ensino superior.