

## Mulheres da Classe C movimentarão R\$ 158 bilhões na economia em 2010

(NÃO ASSINADO)



Pesquisador da Fundação Getúlio Vargas diz que está acontecendo “uma revolução feminina no meio da pobreza”

A população feminina do Brasil está assumindo um papel cada vez mais destacado no desenvolvimento sócio-econômico do país. As protagonistas dessa tendência são as mulheres da classe C, que além de cuidar da família, ainda trabalham fora e respondem por 37% da massa de renda total da classe média, montante que deverá atingir R\$ 158 bilhões até o final deste ano.

No Amapá, a participação feminina na economia é principalmente visualizada pelo grande número de servidoras públicas que recebem salários em muitos casos maiores e emplacam a posição de responsáveis pela manutenção da família.

Em relação ao empreendedorismo feminino, o pesquisador da FGV disse que está acontecendo "uma re-volução feminina no meio da pobreza". Ele explica

que no Nordeste, as mulheres são as maiores tomadoras de microcrédito. "Isso significa que elas pegam dinheiro para empreender, criar pequenos negócios e sustentar os filhos".

Para Renato Meirelles, sócio-diretor do instituto de pesquisas Data Popular, a importância da mulher emergente é resultado de uma influência cada vez maior nos processos de decisão. "Esse fato está diretamente ligado à independência financeira da população feminina", avalia. Ele destaca que 25% da renda familiar da classe A é proveniente da mulher, enquanto na classe C essa participação é de 41%.

Atualmente, a classe C tem 94,4 milhões de pessoas, o que representa uma fatia de 49,7% da população, que movimenta anualmente R\$ 428 bilhões. Dentro dessa massa, existem 48,6 milhões de mulheres consumindo, estudando e ocupando o mercado de trabalho com cada vez mais propriedade.

A mulher da classe C já responde por mais da metade da clientela, que consome produtos e serviços dos mais variados. Enquanto 59% dos homens da classe C têm cartão de crédito, por exemplo, entre as mulheres a penetração é de 62%. Meirelles revela que esse mesmo grupo também representa a maioria dos consumidores dos principais canais de compra no varejo. "Nas lojas de roupas, supermercados e farmácias, elas são 51% do público consumidor. E nos shoppings, há pelo menos 12 clientes mulheres da classe C para cada dez compradores do sexo masculino", acrescenta.

O protagonismo feminino também está ligado à atuação das jovens mulheres, que somam quase 8 milhões de pessoas entre 16 e 25 anos na classe C. Desse total, 5,5 milhões estão no mercado de trabalho e 2 milhões estão cursando uma faculdade ou já concluíram o ensino superior. "Números como esses demonstram a força que a mulher tem para movimentar a nossa economia", avalia Meirelles.