

Pesquisa mostra alta na renda dos brasileiros

Houve ganhos em todas as classes e aumentou a sobra no orçamento. Estudo foi tema de debate no GLOBO

O brasileiro está chegando no fim do mês com mais sobra no orçamento — o que é consequência do aumento da renda familiar em todas as classes sociais. A renda disponível (ou seja, a sobra do orçamento no fim do mês que vai para consumo ou poupança) da classe D/E, por exemplo, mais do que triplicou de 2007 para 2008. É o que mostra a pesquisa “Observador Brasil 2009”, feita em parceria por Cetelem e IpsosPublic Affairs. Os dados foram apresentados ontem no “2oPainel de Tendências”, ciclo de debates realizado no auditório do GLOBO.

A apresentação do estudo foi feita por Marcos Etchegoyen, vice-presidente da Cetelem. Em seguida, houve uma mesa redonda com Paulo Roberto Cidade, diretor de Atendimento da Ipsos-Public Affairs; Alberto Almeida, autor do best seller “A cabeça do brasileiro”, colunista do jornal “Valor Econômico” e diretor do Instituto Análise; e Rogério Zylbersztajn, vice-presidente da RJZ Cyrela. O debate teve a mediação da colunista do GLOBO Flávia Oliveira.

De acordo com o estudo, a renda disponível da classe A/B subiu de R\$ 506 em 2007 para R\$ 834 em 2008 (alta de 64,8% de um ano para o outro). A da classe C avançou de R\$ 147 para R\$ 212 (44,2%) e a da classe D/E, de R\$ 22 para R\$ 69 (213,6%).

MARCOS ETCHEGOYEN, Paulo Cidade, Alberto Almeida, Rogério Zylbersztajn e Flávia Oliveira, no seminário André Coelho — Isso foi possível porque todas as classes tiveram melhoras na renda familiar em 2008 — disse Etchegoyen, ressaltando os avanços da renda familiar de 16,5% na classe A/B, de 13% na C e de 12% na D/E.

Na avaliação de Etchegoyen, o ano de 2008 marcou a consolidação da classe C no país — que teve um acréscimo em torno de 20 milhões de pessoas em dois anos. De 2006 para 2007, cerca de 12 milhões de pessoas migraram das classes D/E para C.

— Esses 12 milhões representam duas vezes a população de Portugal. E passaram a adquirir bens, a consumir. E um reflexo disso é o crescimento da demanda por crédito — disse Etchegoyen, acrescentando que o volume de crédito no país já atingiu R\$ 267 bilhões.

O estudo mostrou como o consumidor reagiu à crise financeira.

Segundo a pesquisa, em março deste ano, 58% dos brasileiros acreditavam que a crise certamente atingiria o bolso. Em dezembro de 2008, eram 39%.

— Hoje, a demanda por crédito já está em patamar de pré-crise — comentou Etchegoyen.

Segundo Cidade, a crise afetou menos a confiança dos brasileiros em comparação com outros países. Na Europa e nos Estados Unidos, os indicadores de confiança estavam em patamares de 10% a 15% em fins de ano passado. No Brasil, 60%.

— No primeiro semestre de 2009, enquanto no Brasil a confiança caía, outros países começavam a melhorar. O fato positivo é que não caímos tanto quanto eles caíram.

Para Zylbersztajn, o setor de construção civil sentiu pouco a crise. Ele conta que agosto de 2008 bateu todos os recordes de vendas. Setembro e outubro, contudo, foram um desastre.

Mas, em agosto de 2009, um novo recorde foi quebrado.

— Aconteceu o irracional: o mundo não quebrou naquele setembro negro — disse Zylbersztajn, frisando que a classe C dá novo fôlego à construção civil. — Hoje há dificuldade em vender

imóveis de luxo. Os imóveis de “Minha casa, Minha Vida” são vendidos no lançamento.

Carga tributária, um entrave para a expansão do consumo Almeida lembrou ainda da importância da Bolsa Família no consumo das classes mais baixas e no crescimento do crédito.

Disse ainda que houve uma mudança de patamar de consumo do brasileiro. Ele acrescentou que há alguns entraves para o crescimento do consumo, como a carga tributária que encarece os preços dos artigos.

— A classe C tende a continuar a crescer. E a classe C brasileira quer as mesmas coisas que a classe A e B tem.

Sobre a Cetelem Brasil

No Brasil desde 1999, a Cetelem é pioneira na oferta de cartões co-branded com o varejo, tendo estabelecido parcerias com mais de 70 redes no Brasil como, por exemplo, Fnac, Armarinhos Fernando, Fast Shop, Colombo, Telhanorte, Submarino, Kalunga e Casa & Vídeo, entre outras, agregando clientes de todas as classes sociais e contribuindo para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante de fidelização e de gerenciamento do orçamento doméstico. Acesse o site da Cetelem para obter informações adicionais: www.cetelem.com.br