



A NOVA CLASSE MÉDIA





Com o crescimento da economia nos últimos dois anos uma nova classe social surgiu: a Nova Classe Média. Para você ter uma idéia, eram 1,4 bilhões de pessoas de classe média em 1990, em 2.005 já eram 2,6 bilhões. Aqui no Brasil, igualmente, mais de 20 milhões de pessoas saíram da linha da miséria e se tornaram consumidores; ou seja, entraram na classe média.

Entender essa Nova Classe Média, e, principalmente, esse novo ecossistema de negócios faz parte dos objetivos da Ponte.





A Newsletter A cada 45 dias a Ponte realiza uma pesquisa própria. Essa que você está vendo aqui é uma delas. O objetivo destas pesquisas é entender, compreender esse admirável mundo novo da Nova Classe Média.

Os Antenas A Ponte desenvolveu uma metodologia exclusiva, que identifica, seleciona e capacita pessoas da Nova Classe Média. Com isso cria um canal de comunicação, informação, conhecimento e relacionamento. E assim, eles se transformam em nossos pesquisadores, que chamamos de Antenas. Se você quiser saber mais, ligue pra gente. Nós iremos até você para explicar tudo.



UMA NOVA CLASSE

De acordo com a Goldman Sachs, mais de 2 bilhões de pessoas entrarão para a classe média até o ano de 2030. Repito, 2 bilhões de pessoas até 2030. Trata-se da maior revolução social já ocorrida na face da Terra. Quer outra grande notícia? Nós estamos no olho desse furacão.

Mas o que é classe média?

Para a New York University, classe média são aqueles que não fazem parte dos 20% mais ricos nem dos 20% mais pobres da população.

Alguns pesquisadores afirmam que são aqueles cuja renda familiar está próxima aos US\$ 70.000 por ano. Mas isso em países ricos.

Porém, será que essas classificações se aplicam aos países emergentes ou de Terceiro Mundo? Claro que não. Afinal, os gastos e as necessidades são extremamente diferentes de um país para outro. Uma pessoa pode ser considerada de classe média no Brasil, mas, se for para os Estados Unidos ganhando a mesma renda, pode ser considerada de outra classe. Por isso existem definições diferentes.





A NOVA CLASSE MÉDIA

O primeiro ponto é que o mundo todo está chamando a classe média dos países emergentes de “nova classe média”. Mas agora vamos às definições de quais são os parâmetros dessa nova classe.

1 Segundo a definição de um report (2002) escrito por Branko Milanovic e Shlomo Yitzaki, a nova classe média corresponde àqueles que ganham entre US\$ 12 e US\$ 50 por dia. O problema é que essa faixa exclui milhões de chineses e indianos que, mesmo ganhando menos de US\$ 12 por dia, são reconhecidamente de classe média.

2 De acordo com o Banco Mundial (2007), pertencem à nova classe média todos aqueles que integram uma família que tenha renda entre US\$ 6.000 e US\$ 30.000 por ano.

3 Aqui no Brasil, até recentemente não havia um critério que definisse quem se inclui na classe média. Isso começou a mudar no ano passado, quando a Fundação Getulio Vargas divulgou um estudo onde estabelece que a classe média brasileira é composta de pessoas com renda familiar entre R\$ 1.064,00 e R\$ 4.561,00.



Vale salientar que não existe um critério **definitivo** capaz de determinar em termos mundiais quem se inclui na classe média, o que se explica facilmente, visto que cada país tem uma realidade econômica própria. Aliás, muitas vezes um mesmo país demanda mais de um critério. Para se ter uma idéia, uma pessoa que ganha mais de US\$ 3 mil por ano e mora na cidade de Chong Qing ou em **Chengdu**, na China, é considerada de classe média. Porém, se essa mesma pessoa se mudar para uma grande cidade como Shangai ou Pequim, será considerada pobre.

A título de informação, já são mais de 100 milhões de brasileiros que **estão na nova classe média**. Mais precisamente 52%.



A CLASSE MÉDIA

A classe média nasceu na Europa, na Idade Média, fruto do crescimento do comércio e do desenvolvimento de certas instituições, tais como o exército e o casamento.

Naquele tempo, a classe média era composta basicamente de pequenos comerciantes, pintores, construtores, artesãos e, em menor número, dos chamados profissionais liberais.

A Revolução Industrial gerou a segunda grande onda econômica do mundo, que fez essa classe crescer ainda mais. Novas formas de produção, ganhos em escala, novos empregados, mais classe média.

Já naquela época, o aumento do poder aquisitivo gerou gradativamente um aumento do “poder pessoal”, que se instaurou basicamente da seguinte forma:

- _ A concorrência estimulou a sociedade e a economia em busca do melhor.
- _ Uma economia aberta possibilitou o crescimento de empresas e pessoas.
- _ Segurança econômica e prosperidade passaram a fazer parte da agenda de cada uma dessas pessoas;
- _ Na fase do crescimento econômico, os integrantes da classe média não queriam correr riscos, mas, após uma crise global, eles foram obrigados a isso, para poder garantir o mínimo de dinheiro em casa. É aqui que surgem os primeiros pequenos empreendedores.

É preciso destacar que, na onda de crescimento gerada pela Revolução Industrial, vemos surgir uma classe média diferente. Uma classe média que não é mais autossuficiente, mas dependente. Dependente de emprego, de patrão. Uma classe que está a serviço de quem possui capital para montar uma empresa, uma indústria. A antiga classe média vivia em virtude da posse dos meios de produção, enquanto a nova vive da venda de sua força de trabalho.

E veio a crise, pois o crescimento ocasionado pela Revolução Industrial fez aparecerem os grandes empresários, com grandes empresas e grandes ganhos, que por sua vez trouxeram um acúmulo de capital e





de poder assustador. Esse movimento foi tão forte que teve como resultado o nascimento do socialismo. E de uma Europa no começo do século 20 com graves dificuldades, principalmente em países como a Rússia e todos os do Leste Europeu.

Então a crise chegou pra valer. Vieram a Revolução Russa, a Segunda Guerra Mundial e a Recessão Americana.

Depois disso, seguiram-se os anos de ouro dos Estados Unidos e do Japão, junto com o baby-boom do pós-guerra. Assim, temos a terceira grande onda econômica, que faz surgir mais uma nova classe média. E, de novo, mudanças.

A classe média começa a exigir seus direitos (um exemplo: o movimento contra o apartheid que existia na sociedade americana). Os movimentos mostram que, toda vez que um país passa a ser “dominado” pela classe média, algo acontece.

Um artigo publicado em 1943 pelo cientista comportamental norte-americano Abraham Maslow, intitulado Uma Teoria da Motivação Humana, fala um pouco sobre isso. Para o autor, o comportamento é motivado por necessidades.

A CLASSE MÉDIA



Vamos tentar entender essa pirâmide e a tese de Maslow. Vejamos o que ele escreveu sobre necessidades fisiológicas:



“Se todas as necessidades estão insatisfeitas e o organismo é dominado pelas necessidades fisiológicas, quaisquer outras poderão tornar-se inexistentes ou latentes. Podemos então caracterizar o organismo como simplesmente faminto, pois a consciência fica quase inteiramente dominada pela fome. Todas as capacidades do organismo servirão para satisfazer a fome.”

As necessidades de segurança, que vêm depois, são aquelas pelas quais qualquer indivíduo busca se proteger de perigos, sejam abstratos ou verdadeiros.

Depois surgem as necessidades sociais, de afeto: ter amigos, filhos, namorado(a), esposo(a).

Resolvido esse assunto, o indivíduo passa a querer respeito, status social, aprovação da comunidade. E, no topo da pirâmide, a autorrealização. Um poeta escrever poesia, um músico viver de sua música, cada um fazer o que a sua vocação mandar, e não o que ditam as circunstâncias econômicas ou sociais. Vejamos o que mais Maslow fala:

“A liberdade para falar e agir como se deseja, desde que não se fira o direito alheio, liberdade de autoexpressar-se, de investigar e procurar informações, de se defender e buscar justiça, equidade e ordem dentro do grupo são exemplos de condições prévias para que sejam satisfeitas as necessidades fundamentais.”

Porém, coloco aqui uma observação. No degrau das necessidades de status e estima, o quesito “status” hoje significa estar no sistema capitalista e ser um vencedor dentro dele. E mais: mostrar que é um vitorioso. Ninguém quer apenas comprar um tênis – quer comprar um tênis de grife.





Ou seja, quando um país resolve os seus problemas de alimentação e de segurança, o cidadão que mora nele passa a querer outras coisas e a ter outros valores.

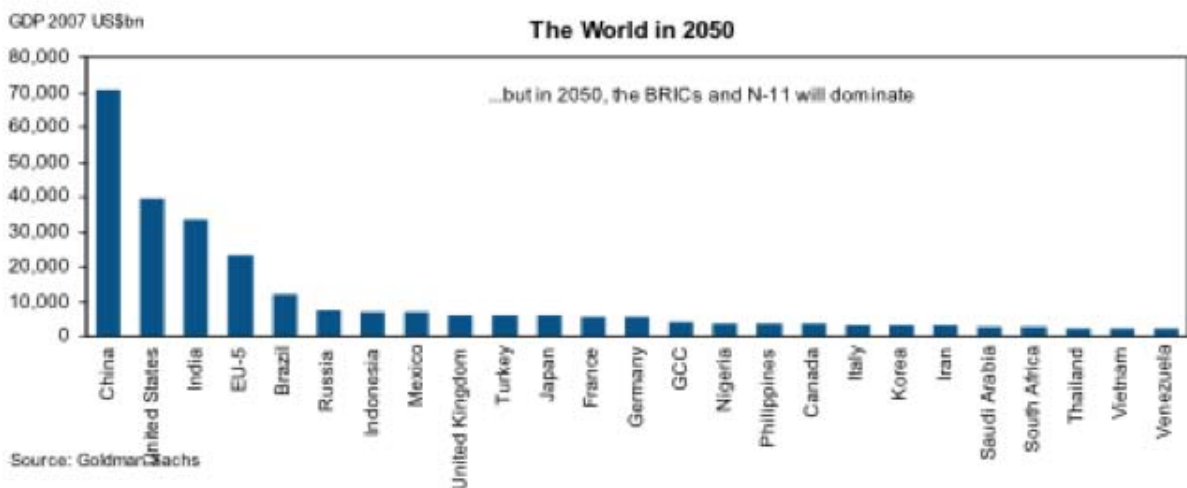
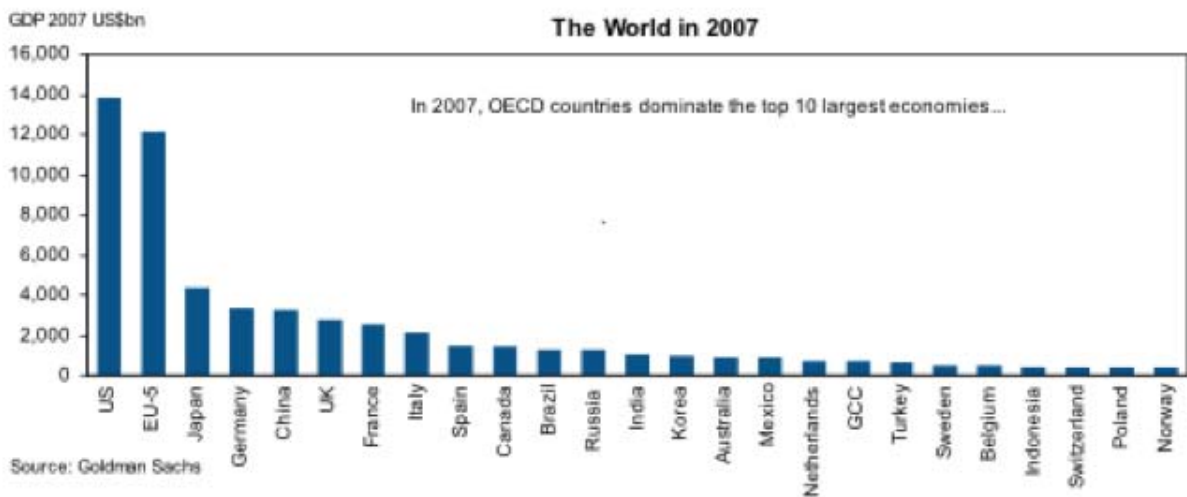
Em um livro chamado *The Levittowers* (1969), Herbert Gans diz que as novas classes médias americanas pensam e agem de modo diferente das comunidades onde elas nasceram. O que se observa é que países mais pobres possuem comunidades mais rígidas – a Índia é um exemplo clássico. Aqui no Brasil, podemos dar como exemplo o que ocorre no Rio de Janeiro, onde as necessidades de segurança ainda não estão totalmente satisfeitas, e por isso milhões de pessoas moram em comunidades onde quem faz a lei é o tráfico de drogas, que impõe regras rígidas de horários, roupas, comportamento, etc., algo impensável de aceitar para alguém da classe média. Podemos ver outro sinal desse comportamento na política. Poucos anos atrás, ainda existia o chamado voto de cabresto, determinado por um coronel, que mandava a população votar neste ou naquele candidato. Outro comportamento típico era a classe média achar que era formadora de opinião, já que tinha acesso à informação, e os mais pobres não. Isso não existe mais. A opinião das pessoas não vem apenas da família ou do “chefe tribal” (traficante ou coronel). Agora a opinião vem da TV, do rádio, da revista, do chefe, dos amigos que moram em outros lugares do mundo.





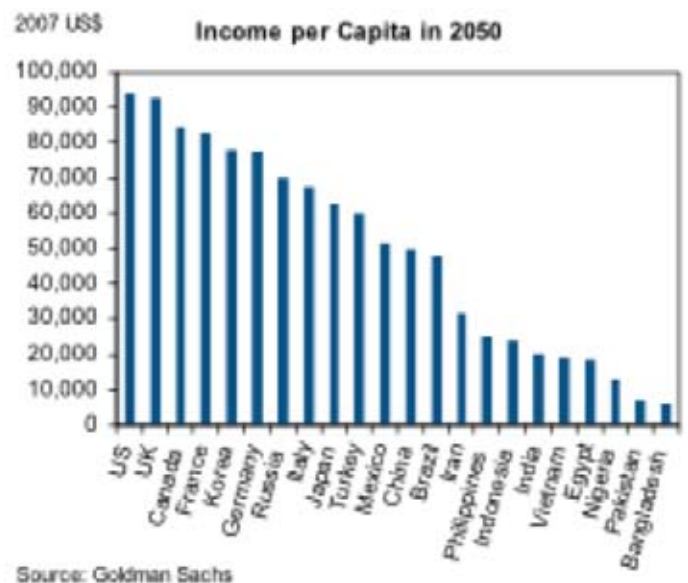
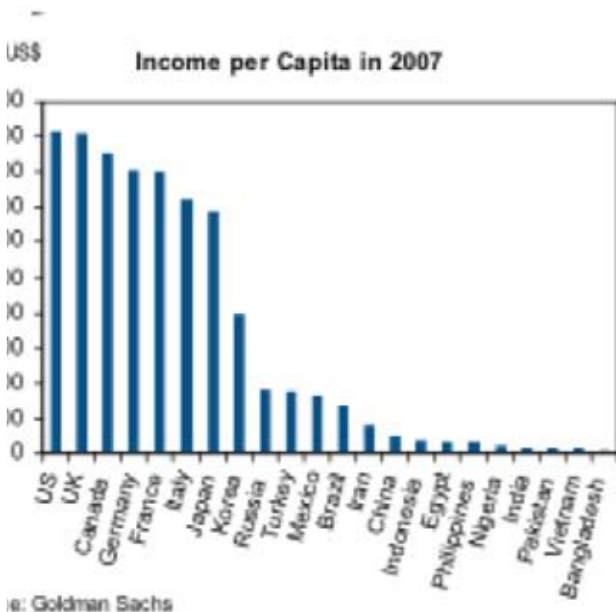
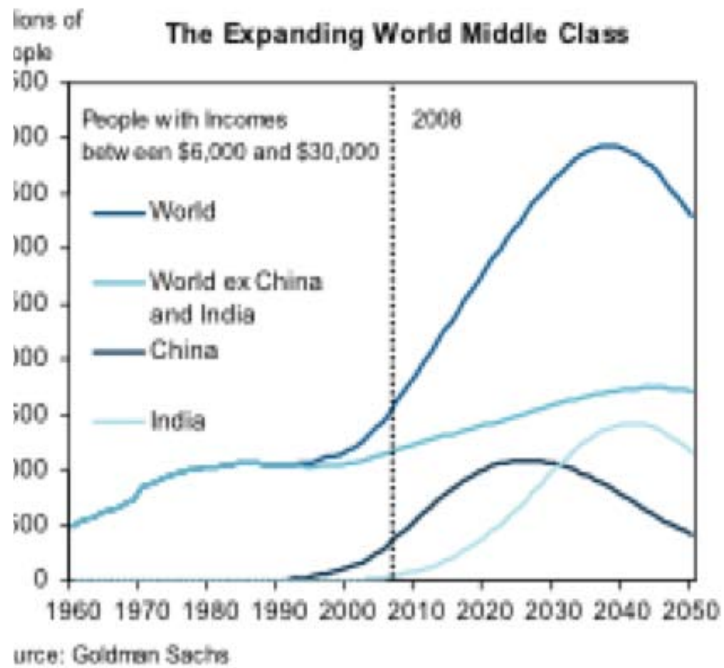
A ECONOMIA E A NOVA CLASSE MÉDIA

Até 2030, 2 bilhões de pessoas entrarão para a classe média, diz a Goldman Sachs. É o maior crescimento social da história. E isso está acontecendo nos países emergentes, Brasil incluído.





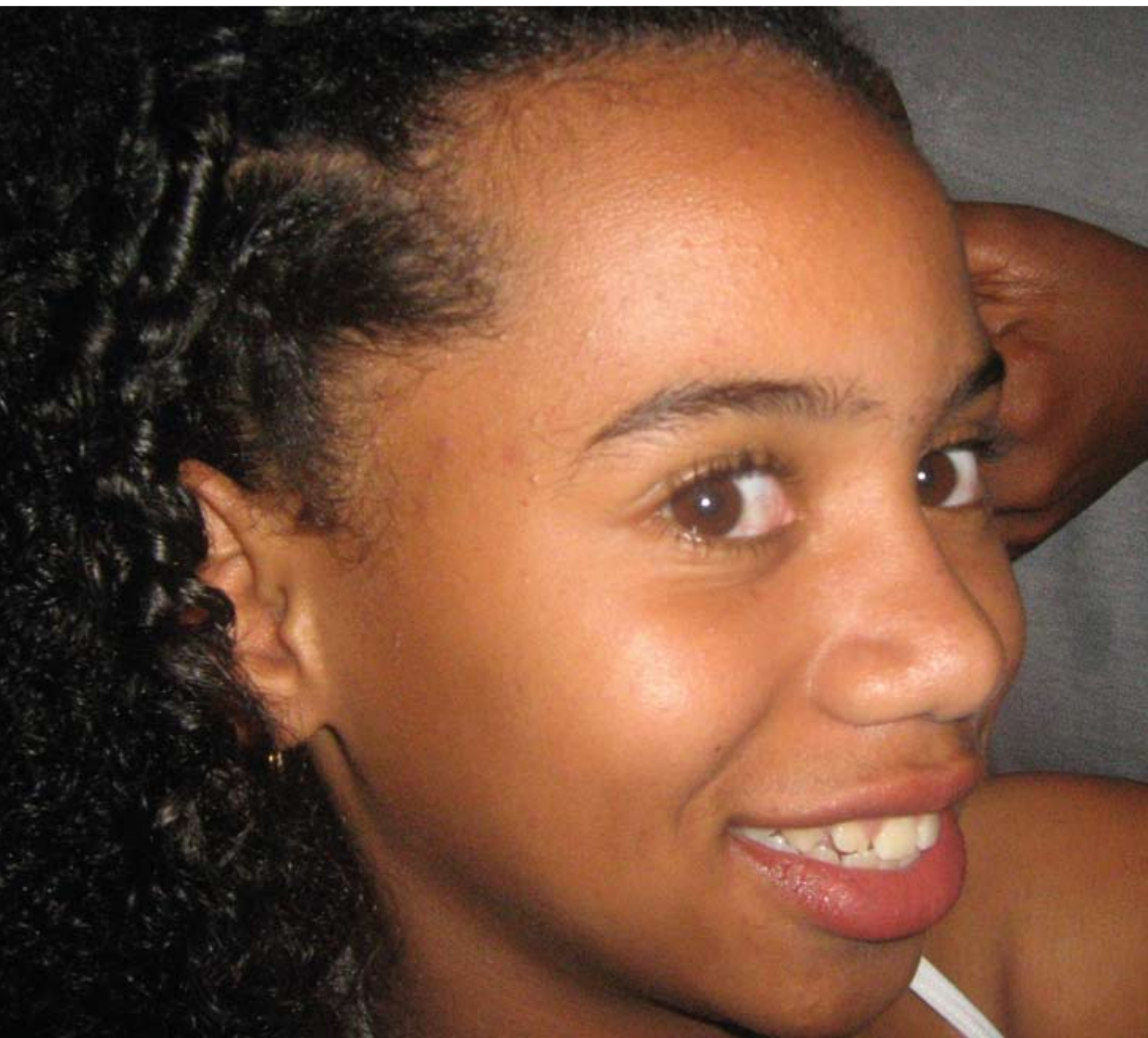
De acordo com esse estudo, nós iremos sair da 11a colocação entre as economias mundiais para a 5a até o ano de 2050.





É óbvio que a crise econômica mundial vai atrapalhar algumas destas previsões, mas todos acreditam que vai apenas atrapalhar, e não destruir o crescimento previsto. Até porque o mundo sempre andou para a frente, nunca para trás, mesmo que assim pareça algumas vezes. Outro ponto que vale destacar é que mais de 30 milhões de brasileiros subiram de patamar econômico nos últimos 8 anos, e em paralelo temos melhores indústrias, melhores empresas, uma melhor infraestrutura, uma economia mais robusta.

Tomando como base essas premissas, vamos tentar aqui entender como esse brasileiro está surgindo e como ele será daqui a alguns anos.





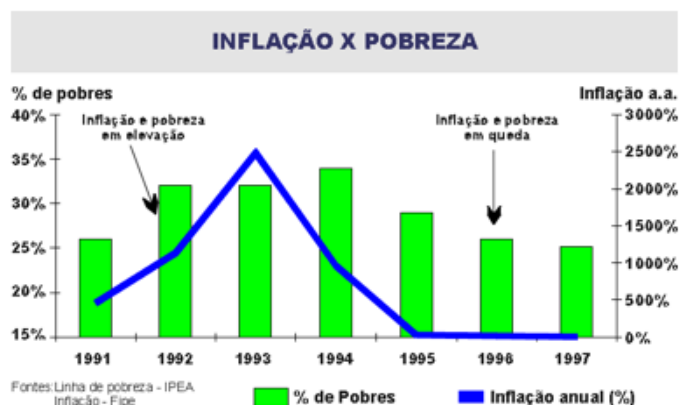
A CLASSE MÉDIA BRASILEIRA

A primeira classe média do Brasil nasce na era Getúlio Vargas. Nasce fruto das leis trabalhistas, da carteira de trabalho, da organização do Estado brasileiro, das estatais que eram criadas e do surgimento de um parque industrial, principalmente na cidade de São Paulo. Um segundo salto foi a era JK. Nela, o brasileiro de classe média se reconheceu como de classe média. E, como brasileiro, sabia ser protagonista e força motriz do desenvolvimento do país. O problema é que logo depois veio o golpe de 64. Durante o regime militar, tivemos um período que muitos chamam de milagre econômico, no qual o Brasil crescia – e crescia muito –, mas de forma irresponsável. A ressaca veio nos anos 80, quando o país não apenas deixou de crescer como a concentração de riqueza aumentou enormemente. A terceira mudança, clara e transparente, deu-se com o Plano Real.

As incertezas e os desacertos econômicos cometidos na década de 80 levaram a uma hiperinflação desconcertante em todo o Brasil. Até que a equipe econômica do governo Itamar lançou, em 1994, o Plano Real, trazendo estabilidade à nossa economia. Veja no gráfico abaixo o espetacular aumento do poder de compra do salário mínimo:



* Junho/97 a Maio/98
Fontes: Procon/DIEESE, DOU e Bacen

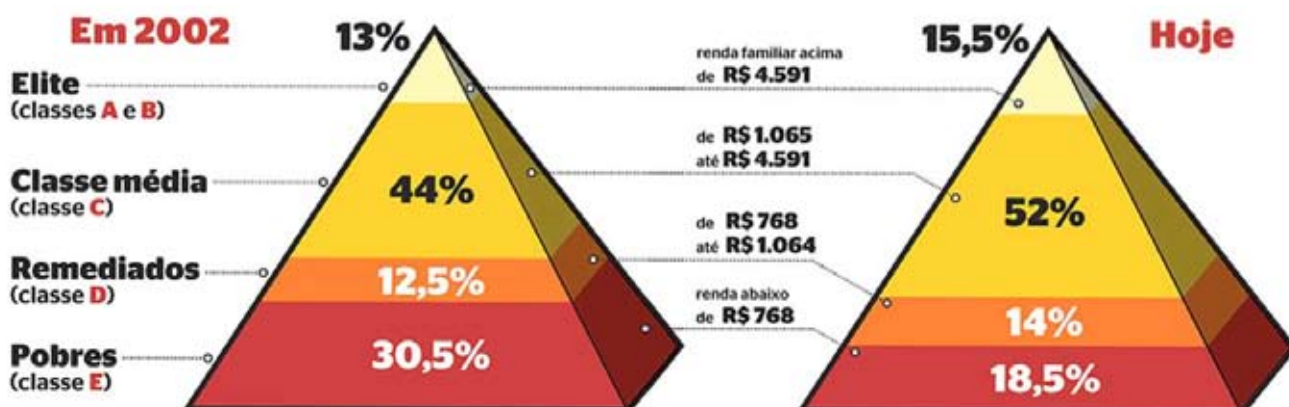




Mas vamos aos últimos anos.

- 1 A classe C continua crescendo. Passou de 37% em 2006 para 44% em 2007, segundo pesquisa da Abep (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa) e da Nielsen. Somente nos últimos dois anos, 22,5 milhões de brasileiros passaram para a classe C.
- 2 Em 2007, a classe C representava 46% do total gasto pelos consumidores.
- 3 No geral, a classe C tem como objetivo futuro a aquisição de bens de maior valor, como imóveis e carros.
- 4 Em 2006, 15% dos brasileiros possuíam computador. Um ano depois, eram 23%.
- 5 No ano de 2006, a nova classe média tomou R\$ 200 bilhões em crédito.
- 6 O salário mínimo (base salarial que define a vida financeira dessa classe) aumentou 365% nos últimos 10 anos.
- 7 Neste ano, o governo aumentou em 12% o salário mínimo.
- 8 Entre 2004 e 2007, o volume de crédito destinado à pessoa física cresceu a uma taxa média de 28,6%.
- 9 A imensa maioria dos PCs vendidos pelo varejo é financiada em 12 vezes ou mais. Atualmente, já podem ser encontrados no varejo computadores financiados em até 24 vezes, a prestações mensais de R\$ 39,90.
- 10 A porcentagem de domicílios com computador aumentou de 16,1% em 2005 para incríveis 25% em 2007, dois anos apenas.

Resultado: hoje, mais de 100 milhões de brasileiros habitam a nova classe média.



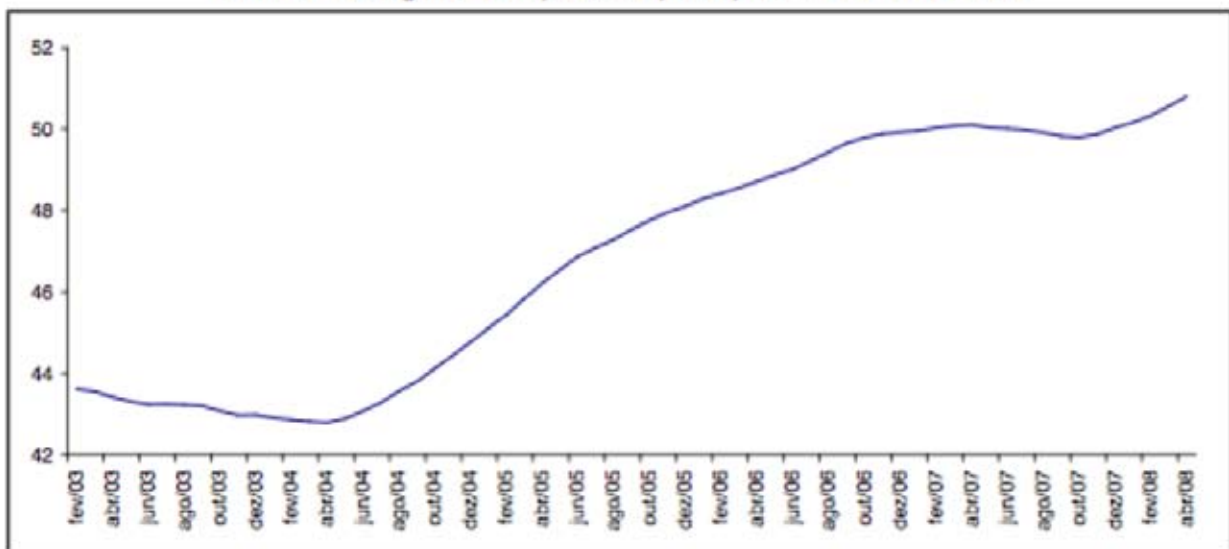


Agora, vamos às previsões para este ano publicadas pela revista Exame.

1 De acordo com a Target Marketing, a classe C1 vai consumir neste ano mais 5,8% e a classe C2 mais 18%. Para a classe D não há previsão. E a nossa classe E vai consumir neste ano 33% mais que no ano passado.

2 De acordo com a mesma consultoria, os produtos farmacêuticos vão vender 12% mais que no ano passado, os hipermercados e supermercados vão vender 5,3% mais e os eletroeletrônicos 3,2% mais.

Participação da Classe Média (%) - C
Estrutura de Classes - 15 A 60 anos
Trabalho - 6 Regiões Metropolitanas (Brasil) - Média Móvel 12 meses



Critério: Renda Per Capita Habitual (40% intermediários PME)

Fonte: CPS/FGV a partir dos microdados da PME

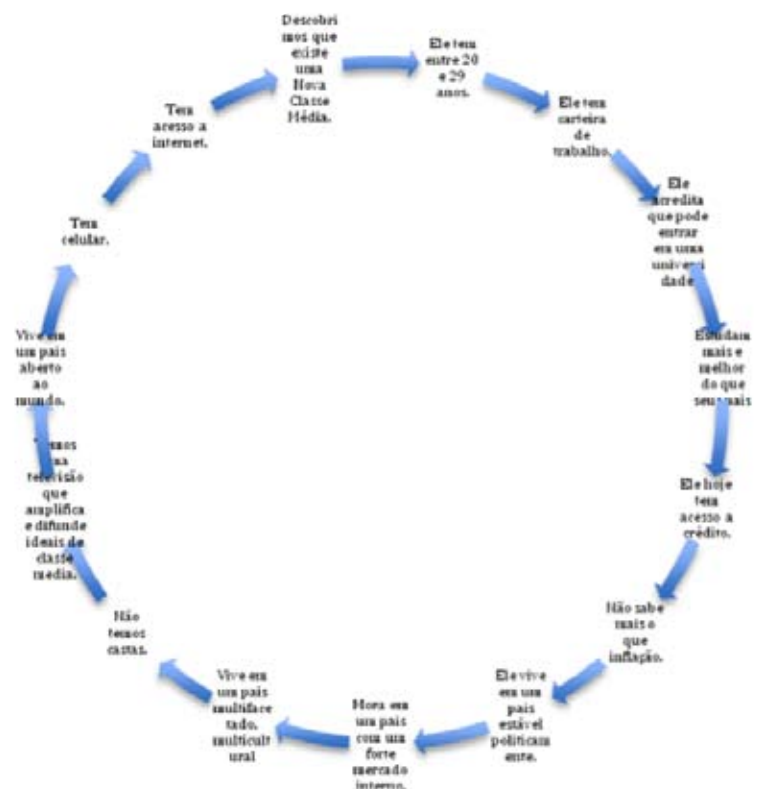




TENDÊNCIAS: QUEM É ESSE NOVO BRASILEIRO

Vamos ver agora algumas características e circunstâncias que cercam esse novo homem que vive na classe média brasileira.

- a. Ele tem entre 20 e 29 anos.
- b. Tem carteira de trabalho.
- c. Estuda mais e recebe um ensino de mais qualidade do que o que seus pais tiveram.
- d. Ele hoje tem acesso a crédito.
- e. Não sabe o que é inflação.
- f. Vive em um país politicamente estável.
- g. Mora em um país com um forte mercado interno.
- h. Vive em um país multifacetado, multicultural.
- i. Vive em um país sem castas.
- j. Assiste a uma televisão que amplifica e difunde ideais de classe média.
- k. Vive em um país aberto ao mundo.
- l. Tem celular.
- m. Tem acesso à internet.
- n. Os empresários, os políticos, os formadores de opinião descobriram a existência dessa nova classe média.





Citando Ortega y Gasset, “o homem é o homem e as suas circunstâncias”, e essas são as circunstâncias que cercam esse homem.

Como já vimos anteriormente, a história tem nos ensinado que países cuja população se inclui majoritariamente na classe média passam por profundas transformações, assim como seus cidadãos. Dessa forma, já que a maioria dos países de classe média passa por transformações, podemos inferir que aqui no Brasil deve acontecer algo semelhante. Vamos ver algumas tendências:

- _ A concorrência estimula a sociedade e a economia em busca do “melhor”.*
- _ Uma economia aberta possibilita o crescimento de empresas e pessoas.*
- _ Segurança econômica e prosperidade passam a fazer parte da agenda de cada uma dessas pessoas.*
- _ Elas começaram a querer e a exigir mais e melhor.*
- _ Passaram a agir de forma diferente das gerações anteriores.*





TENDÊNCIA 1 – VAI SURTIR UM CIDADÃO



De acordo com Maslow, o ser humano é movido pelas necessidades descritas em sua pirâmide. E, como sabemos, a sociedade brasileira – por conta do crescimento econômico – já começou a satisfazer algumas dessas necessidades. Ou seja, podemos prever que esse brasileiro de logo mais passará a ter mais necessidade de status e estima e também de autorrealização.

O que esse cidadão da nova classe média vai querer?

- a. Cada vez mais, vai exigir soluções para os problemas de segurança, principalmente nas grandes cidades.
- b. Vai exigir regras e leis mais estáveis.
- c. Vai exigir carteira de trabalho.
- d. Vai querer igualdade social real. Vai querer que o Brasil deixe de ser o país do “você sabe com quem está falando?”.
- e. Vai exigir um país mais justo.
- f. Vai mostrar (e já vimos isso nas eleições passadas) que não aceita mais voto de cabresto.
- g. Vai ter a sua própria interpretação da realidade, e não vai mais perguntar aos cidadãos de classe alta em quem deve votar, o que deve comprar, onde deve investir.
- h. Vai pensar mais individualmente e menos coletivamente.
- i. Vai querer cada vez mais uma sociedade meritocrática.





TENDÊNCIA 2 – MAIS DA POLÍTICA ECONÔMICA

O principal ponto, o principal alicerce da nova classe média é o aumento do seu rendimento, ponto esse que perde apenas para o desejo de ter uma carteira de trabalho assinada.

Carteira de trabalho assinada significa mostrar que é um trabalhador para a polícia, para a esposa, para os filhos, para a sociedade.

Carteira de trabalho significa olhar para a frente, fazer planos de futuro, abrir um crediário, ter segurança no futuro e calma no presente.

Mas é claro que o aumento de rendimento é o mais importante.

Agora, imagine que você finalmente entrou para a classe média, finalmente começa a ser tratado como um cidadão, finalmente pode sonhar, mas, de repente, perde tudo isso. Se você é pobre, vem uma crise e você continua pobre, nada muda. Mas, se você está acima da linha da pobreza, é diferente.

Vamos ver a última pesquisa CNT/Sensus.

Antes da crise, o governo Lula era avaliado como ótimo ou bom por 72,5% da população brasileira. Agora em março, a aprovação caiu para 62,4%, e 44,8% dos brasileiros disseram ter medo de perder o emprego se a crise se agravar. Ou seja, esse brasileiro vai prestar muito mais atenção na política econômica do que antes.





TENDÊNCIA 3 – EU QUERO EDUCAÇÃO, EU QUERO INFORMAÇÃO

Em sua maioria, a nova classe média é formada por pessoas entre 20 e 29 anos de idade. Enquanto seus pais sonhavam entrar no Sesc/Senac, elas agora sonham entrar na universidade, pois estão vendo que quem estuda mais progride mais. Seus pais já lhe disseram isso, a televisão já mostrou isso, então é óbvio que, a cada crescimento do PIB, cada incremento de renda, os investimentos em educação aumentam.

Grupos de Renda – Trabalho (6 Regiões Metropolitanas brasileiras)

Classe Média (%)

Educação (anos de estudo)	2008* / 2002	Período						
		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Sem instrução e menos de 1 ano	32,44	28,63	27,98	28,68	31,18	33,74	35,04	37,92
De 1 a 3 anos de estudo	22,48	35,88	32,87	34,41	38,07	40,57	41,32	43,95
De 4 a 7 anos de estudo	19,97	41,11	38,74	40,61	43,86	46,51	47,62	49,32
De 8 a 10 anos de estudo	16,10	48,22	46,54	47,67	51,37	53,75	53,80	55,98
11 ou mais anos de estudo	14,51	45,46	46,68	48,43	51,30	52,02	51,22	52,06



Nos últimos 10 anos, passamos de 1 milhão de estudantes universitários para incríveis 4 milhões. E a previsão é que esse total cresça mais 10% nos próximos 3 anos.

Com isso, vamos assistir a um crescimento natural do mercado de livros e revistas. Isso se as editoras conseguirem entender que as necessidades da nova classe média são diferentes das da velha classe média.

Outro mercado que vai crescer? Crédito educativo.



TENDÊNCIA 4 – MAIS MULTIFACETADOS

Vamos de novo a Maslow e ao que ele fala sobre as necessidades sociais: ter amigos, ter afeto. Pois bem, essas pessoas não possuíam carro, não possuíam celulares, não tinham acesso à internet nem às redes sociais. E telefone, para quem não se lembra, custava o preço de um carro.

Uma pesquisa realizada pela Nokia e outra realizada por nós apontam que quem entra na internet não sonha se interligar ao mundo, mas sim se ligar à sua comunidade e aos seus amigos. Uma consequência disso é que nós somos um dos povos que mais usam as redes sociais na internet.

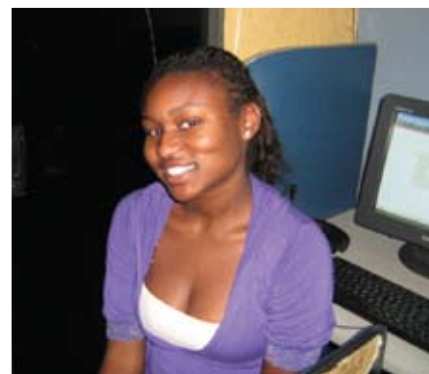
O celular hoje está acessível, o nosso mercado é um dos que mais crescem no mundo.

Ontem, quem morava na Favela da Rocinha (RJ) não conseguia visitar um amigo da Favela Dona Marta (RJ), pois não tinha carro, o ônibus era caro ou, em alguns momentos, era impedido de se deslocar pelos traficantes. Hoje os dois amigos se falam pelo celular ou pela internet.

O pernambucano que mora em São Paulo ontem economizava para falar com a mãe em Caruaru. Hoje isso mudou.

A consequência é que as pessoas vão conversar mais, gerar mais informações e interpretações.

Serão pessoas mais multifacetadas.





TENDÊNCIA 5 – EU QUERO ME VER NA TV



A população brasileira se enxerga em sua música, mas não se enxerga na sua televisão, não se enxerga no seu cinema. Na Índia já não é assim. Os indianos se enxergam no seu cinema, e dessa forma construíram a segunda maior indústria de cinema do mundo. Na Nigéria também não é assim, e os nigerianos construíram a maior indústria de cinema do mundo.

O nosso cinema vai mudar porque precisa ser prestigiado por mais pessoas e assim se tornar sustentável.

A nossa televisão já está em crise desde o surgimento da nova classe média. Não sabe para quem fala e vem perdendo audiência.

A tendência é que ocorra aqui no Brasil o que ocorreu nos países acima citados. Que o povo se veja na sua TV, no seu cinema.

Ou seja, teremos mais negros, mais pardos, quem sabe teremos até uma novela com um núcleo rico, um núcleo pobre e um núcleo nova classe média.

Nem melhor, nem pior, apenas diferente.



TENDÊNCIA 6 – POBRE, MAS EXIGENTE



Grande parte da indústria nacional sempre desprezou essa fatia da população brasileira. Tanto que, antigamente, produto para pobre era produto ruim. Hoje isso está mudando.

As empresas começam a fazer produtos específicos para essa fatia da população, pois já entenderam que aí existe um mercado que ainda não está saturado. O problema é que esse mercado também ainda não está maduro.

Por isso mesmo, a tendência é que mais e mais empresas façam produtos específicos para essa fatia da população.

TENDÊNCIA 7 – VENHA PRA PERTO

De acordo com pesquisa Latin Panel realizada em 2005, 63% das pessoas de classe C realizam suas compras a pé. Quando vamos para a classe D, esse número cresce para 72%.

Por isso, a tendência é que o comércio varejista se torne cada vez mais difuso e que vá a bairros e cidades aonde nunca foi. Para se ter uma ideia, mesmo na cidade de São Paulo, ainda existem inúmeros bairros que não possuem um bom supermercado.

Isso já está mudando, mas a tendência é que mude ainda mais. Veja só o começo desse movimento: o Carrefour montou o Dia%, o Pão de Açúcar comprou o Barateiro (hoje Compre Bem) e está abrindo drogarias, as Lojas Americanas compraram 127 lojas Blockbuster.



TENDÊNCIA 8 – ONTEM EU ERA ASSIM, HOJE JÁ SOU ASSADO E AMANHÃ SEREI OUTRO

A cada ponto do PIB que sobe ou que cai, o mercado muda. Com o crescimento econômico, novos hábitos de consumo aparecem. Pesquisa realizada pela Nielsen em julho de 2008 indica que o homem de classe C tem uma percepção do seu aumento de poder de compra e que isso interfere diretamente na sua vontade de consumir. E quem aumenta o consumo é quem acredita no aumento do poder de compra.

As transformações dos hábitos de consumo se estendem por todas as áreas. Na alimentação, por exemplo, de acordo com os dados Nielsen, 733 mil lares deixaram de comprar purê de tomate e 538 mil lares começaram a comprar molho de tomate; 289 mil lares deixaram de comprar suco em pó, mas 125 mil lares começaram a comprar suco pronto e 334 mil passaram a comprar bebidas à base de soja. Ou seja, em um cenário pessimista, a manteiga cederá espaço para a margarina, os produtos de limpeza talibã serão favorecidos, etc.





TENDÊNCIAS DE CONSUMO

Tendem a crescer a curto prazo:

Construção civil e material de construção.

- Fruto dos créditos governamentais.

Indústria de móveis e material de construção.

- Efeito cascata dos créditos governamentais.

Alimentos.

· Se o dinheiro da nova classe média vai continuar existindo, ela vai continuar se alimentando bem.

Lazer doméstico.

· Se o custo da diversão (baladas, cinemas, etc.) aumentar, as pessoas vão escolher se divertir em casa.

Educação.

· A aspiração da nova classe média não é mais Sesc/Senai, e sim faculdades e universidades, sonho hoje possível graças à carteira assinada, que dá estabilidade, e aos programas governamentais de acesso ao crédito (ProUni).

Produtos farmacêuticos.

· Antes a nova classe média não tinha dinheiro para consumir medicamentos, usando os doados pelo governo. Hoje, graças ao aumento de renda, ela já pode comprar, e isso é um produto de primeira necessidade.





TENDÊNCIAS DE CONSUMO

Tendem a cair a curto prazo:

Lazer fora de casa.

- O primeiro impacto de uma crise – mesmo sendo na maioria das vezes midiática. É o primeiro item a ser colocado fora da lista de prioridades.

Carros.

- Falta crédito.

Celular.

- Crianças, adolescentes e quem usa esporadicamente vão usá-lo ainda mais raramente.





FONTES:

Revista *IstoÉ*

Revista *Veja*

Revista *Época*

Revista *Exame*

19th Century European Middle Class – Copyright 1997 by Jim Jones –
All rights reserved

A Nova Classe Média – Anton Pannekoek. *Internacional Socialist Review*
(1909), traduzido por William E. Bohn e transcrito por Adam Buick

Maslow e Marketing - Para Além da Hierarquia das Necessidades – artigo
de Magali Costa Guimarães





R. Afonso Brás 473 conj. 81. Vila Nova Conceição - S.P.
tel. 011-30452999 contato@ponteestrategia.com.br