

Baixa renda faz a diferença

VICENTE NUNES E
MARIANA FLORES
DA EQUIPE DO CORREIO

Fotos: Wanderlei Pozzembom

A despeito de serem maioria no país, as classes C, D e E sempre foram tratadas com certo descaso pela indústria. Em meio, no entanto, ao quadro recessivo captado no comércio pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), até agosto, os pobres brasileiros estão começando a fazer a diferença para os lojistas.

Desde o início do mês passado, com a consolidação do processo de baixa da inflação e das taxas de juros, essa parcela da população — com capacidade de compra de R\$ 372,5 bilhões, o correspondente a 42% do consumo nacional —, iniciou um movimento que está levando muitos empresários a reverem, para cima, as perspectivas de faturamento para este ano.

Não se trata, porém, de nenhuma explosão de consumo. “Mas não há como negar que estamos num processo preparatório para a arrancada nas vendas até o fim do ano. E a arrancada será puxada pelas classes de mais baixa renda”, diz o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas do Distrito Federal (CDL-DF), Enius Muniz. “Vamos ter um Natal melhor que o esperado”, ressalta.

Segundo o economista Adriano Pitoli, da Consultoria Tendências, o primeiro sinal da reação do comércio foi a expressiva ampliação nas operações de crédito em setembro. Os dados ainda são preliminares, já que o Banco Central está consolidando os números. Mas, pelas contas de Pitoli, houve um crescimento acima de 20% nos financiamentos concedidos às pessoas físicas.

“A elevação foi mais significativa nos créditos para a compra de eletrodomésticos e de automóveis. No caso dos eletroeletrônicos, a demanda maior já foi percebida em agosto”, afirma. Pelos cálculos do IBGE, enquanto a média das vendas despencou 5,9% naquele mês, as receitas com eletrodomésticos contabilizaram redução de 1,35%. Foi o segundo mês seguido que esse segmento despontou como destaque no varejo.

Entusiasmo é grande

A expectativa no aumento das vendas é tamanha, que os comerciantes não medem esforços para não se frustrarem. Se até julho havia um limite máximo para o pagamento de crediários, de



DIVINA, COSTUREIRA, DECIDIU PAGAR SETE PRESTAÇÕES DE R\$ 60 PARA COMPRAR UMA GELADEIRA. VAI COMPROMETER 30% DE SUA RENDA MENSAL

12 meses, e os juros mensais variavam entre 5% e 6% ao mês, agora é possível comprar a prazo em até 36 meses, com a primeira prestação sendo paga no início de janeiro de 2004. Mas a melhor estratégia de marketing foi a redução dos juros. Na maior parte das lojas, as taxas estão abaixo de 3% mensais.

O comércio também está festejando a decisão do governo de liberar, por meio da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil, R\$ 400 milhões para o financiamento de produtos da linha branca (televisão, máquina de lavar roupa, geladeira e fogão). Apenas nos dez primeiros dias de operação, entre os dias 24 de setembro e 3 de outubro, o BB fechou 1.200 financiamentos, com valor médio de R\$ 700. “Todos os indicadores reforçam a tese de que essa linha de crédito vai deslançar”, afirma o vice-presidente da Área de Varejo do BB, Edson Monteiro.

O BB está tão entusiasmado com o interesse das classes menos favorecidas por empréstimos, que está acelerando o processo de formação do Banco Popular do Brasil (BPB), subsidiária que vai trabalhar somente



GLACIANE, AUTÔNOMA, APROVEITOU O BOM MOMENTO PARA COMPRAR UM CELULAR

com esse público a partir de fevereiro do ano que vem. O presidente do BPB, Ivan Guimarães, conta que a estratégia da futura instituição será a dissiminação de um cartão de crédito voltado para a baixa renda.

Não foi à toa, portanto, que Guimarães foi buscar no mercado quatro especialistas no assun-

to: Joaquim Silveira (ex-Banco VR), Boanerges Ramos (ex-Visa), James Rúbio (ex-American Express) e Ruy Shiozawa (ex-GVT). “Não me surpreende o aumento do consumo popular. Há uma forte demanda reprimida por crédito de pequeno valor. O que for oferecido será absorvido”, destaca. Nas lojas, as prestações

das classes C, D e E estão variando entre R\$ 10 e R\$ 15 por mês.

Cara e coragem

A costureira Divina Ferreira da Rocha Souza adiou o quanto pôde a compra de uma geladeira nova. Mas, diante das facilidades oferecidas pelo varejo e da queda dos juros, ela decidiu assumir prestações de R\$ 60 por mês pelos próximos sete meses. A mensalidade vai comprometer pelo menos 30% dos cerca de R\$ 200 que ela fatura com suas costuras. Antes, porém, de fechar o negócio, Divina poupou R\$ 400, que usou para abater na dívida e deixar o valor das prestações adequado ao orçamento mensal.

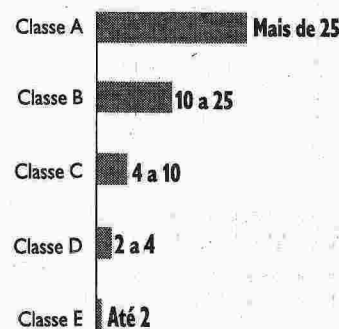
As prestações mais acessíveis também seduziram a vendedora autônoma de roupas e jóias Glaciene da Silva Simão. Ela comprou um celular de presente para o namorado, sem mesmo questionar a taxa de juros embutida no financiamento. À vista, o aparelho custava R\$ 299. A prazo, serão sete mensalidades de R\$ 52,58. “É o valor da prestação que me importa”, afirma, revelando que fatura, em média, R\$ 350 com suas vendas.

O CONSUMO DO BRASILEIRO

Consumidor de baixa renda é maioria no Brasil, mas não é responsável pela maior parte do consumo. Seu dinheiro é usado, principalmente, na compra de alimentos

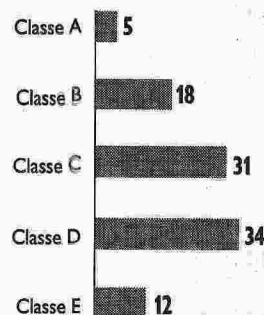
A RENDA DE CADA CLASSE SOCIAL

Em salários mínimos

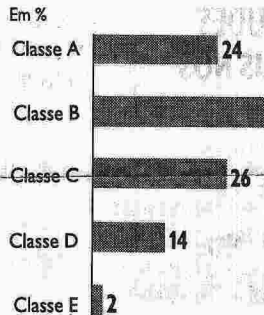


QUEM É O CONSUMIDOR DE BAIXA RENDA

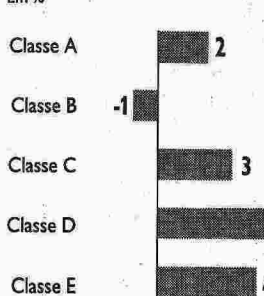
Total de distribuição da população em 40,1 milhões de domicílios urbanos Em %



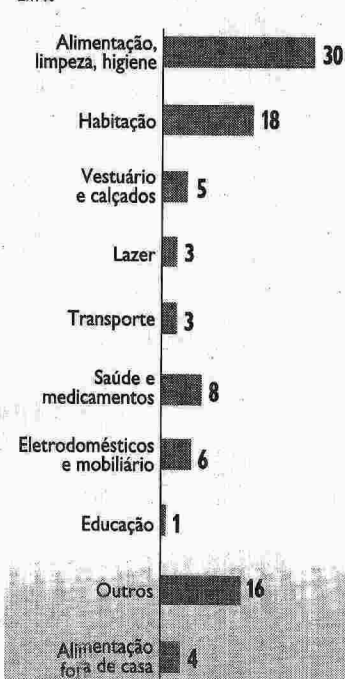
Distribuição do consumo de R\$ 887 bilhões por classe



Crescimento do consumo por faixa de renda, entre 1995 e 2002



Para onde vai o dinheiro das classes C e D



Fontes: Target, Booz Allen Hamilton

Medo da inadimplência

Ainda que não trabalhe com um cenário de explosão na inadimplência, como o que ocorreu em 1996, logo depois da euforia inicial causada pela queda da inflação com o Plano Real, o diretor-executivo do Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (Iedi), Júlio Sérgio Gomes de Almeida, chama a atenção para o assunto neste momento de retomada do crédito. “Os financiadores e os tomadores de empréstimos estão mais cautelosos e aprenderam com os erros do passado.

Mas é sempre bom ficar alerta para o excesso de endividamento”, ressalta. É o medo de calotes no futuro.

A mesma dica é dada pelo especialista Miguel José Ribeiro de Oliveira, presidente da Associação Nacional dos Executivos de Finanças (Anefac). Segundo ele, as pessoas só devem comprar o necessário. E, sempre que possível, aproveitando as promoções feitas pelo comércio. “A economia está em baixa, a inflação está sob controle e não há margem para aumentos de preços.

A tendência é que haja uma disputa muito grande pelo cliente em dezembro”, afirma. “Não há espaço para remarcações e, sim, para descontos”, reforça.

Oliveira lembra que os juros vão continuar caindo até o final do ano. Portanto, quem adiar as compras por meio de crediário poderá se beneficiar de prestações mais baixas às vésperas do Natal. Mas, se mesmo assim, o consumidor quiser comprar, o presidente da Anefac recomenda pesquisar preços e juros. (VN e MF)