



# Sociedade

Estudo aborda o mercado e as oportunidades existentes nas áreas periféricas das grandes cidades brasileiras.

**BRASIL**

## Um olhar diferenciado para a periferia

### Tomando um cafezinho na periferia

A ONG “Projetos sociais meu sonho não tem fim” em parceria com a Luminia Soluções Inteligentes, criou este pequeno estudo com o intuito de mostrar a sociedade e a formadores de opinião, um pouco mais do universo econômico da periferia nas grandes metrópoles brasileiras, assim como seu poder de compra e as oportunidades de negócios existentes em áreas, muitas vezes marginalizadas, por serem constituídas, em sua grande parte, por indivíduos pertencentes as classes C, D e E.

“É necessário que muitos de nós, mudemos nossa visão e

forma de pensar em relação a periferia das grandes cidades, criando nestes locais novas opções de compra, negócios, serviços e lazer, gerando assim, entre outras coisas, oportunidades de emprego, diminuindo a distância a ser percorrida entre residência e trabalho desta população, por muitas vezes, esquecida pelos principais setores da economia nacional, mesmo tendo em alguns de seus bairros uma nova classe rica, com mais renda disponível do que em zonas nobres das grandes cidades”, ressalta Alex Cardoso de Melo, responsável pelo estudo.



O cafezinho, ao contrário do que muitos imaginam, entra na lista dos produtos imprescindíveis para os moradores da periferia, segundo pesquisa da Boston Consulting Group.

**Você Sabia?**

Que no Grajaú, o distrito mais populoso da cidade de São Paulo e também com a maior população de crianças, existem apenas duas agências bancárias e nenhum shopping center, para uma população de mais de 500.000 habitantes.

Este estudo foi realizado pela Organização Não-Governamental “Projetos sociais meu sonho não tem fim” em parceria com a Luminia Soluções Inteligentes.



[www.meusonhonaotemfim.org.br](http://www.meusonhonaotemfim.org.br)



### Você conhece o poder de consumo da periferia?

Posse de bens na periferia de São Paulo:

- 29%** tem geladeira duplex. **74%** foram compradas no crediário;
- 1,5 televisor por família em média. TV de 29 polegadas é objeto de desejo;
- 29,7%** possui DVD. **60%** comprados no último ano. **22%** planeja comprar até o final de 2008;
- 47%** tem telefone celular pré-pago;
- 7%** das famílias têm acesso à internet em casa;
- 14%** tem computador. **21%** pretende comprar um;
- 29%** possui automóvel. É o principal sonho de consumo, depois da cada própria.



Fonte: Instituto Fernand Braudel de Economia Mundial - 2006

### Mercado Periférico!?

As classes C, D e E representam aproximadamente 87% da população brasileira com renda mensal de até R\$ 3.500,00.

A população C, D e E detêm 71% do consumo, e é responsável por movimentar R\$ 575 bilhões por ano, abrangendo um mercado superior ao da Argentina e Chile juntos.

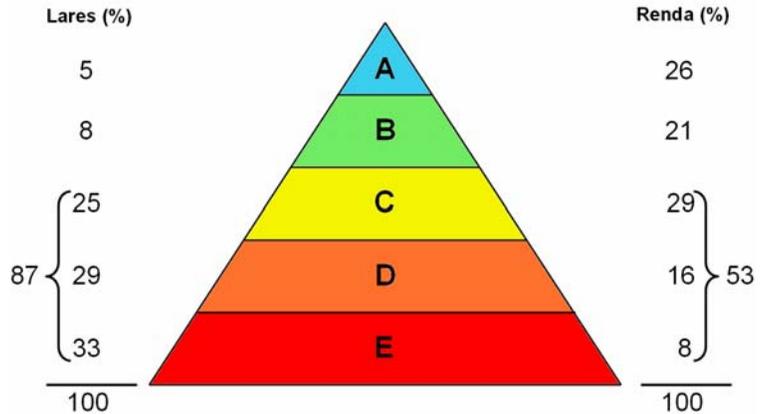
Fonte: PNAD, 2004

## Os consumidores das classes C, D e E

As classes C, D e E possuem renda familiar mensal de até dez salários mínimos e são constituídas por cerca de 87% dos domicílios do País. São responsáveis por 71% do consumo nacional, equivalente a R\$ 575 bilhões por ano em compras. Apenas estes dados já sinalizam um enorme mercado a ser explorado.

Ocorre também um importante movimento de migração de parte da classe D para a classe C e de parte da classe C para a classe B, o que eleva ainda mais o potencial de consumo destes segmentos. Entre 1992 e 2004, segundo dados do IBGE, o índice de mobilidade social médio foi de 2,5% em direção ao topo da pirâmide, permeando todas as classes sociais.

### Distribuição de Renda



Fonte: IBGE – PNAD / 2004

## Quem sabe faz a hora

Para antropólogos e analistas, a migração para áreas mais distantes do centro das grandes metrópoles brasileiras, é puxada por famílias jovens e pobres, que buscam na periferia novas alternativas de moradias. A nova geração de pais e filhos destas áreas terá enorme impacto nos diversos segmentos de consumo, como materiais de construção, fraldas descartáveis, escolas, su-

permercados, transporte urbano, entre outros. O perfil desta população (vide relato ao lado), na grande maioria de classe média baixa, é o de encarar qualquer oportunidade com muita seriedade, jamais deixando de sonhar com dias melhores e a almejada ascensão social.



Hora de rever conceitos e destruir preconceitos.

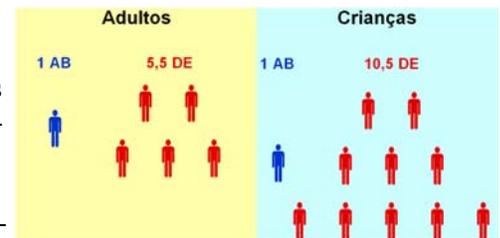
“As experiências sociais que obtivemos na periferia, em nossas ações de conscientização, em confronto com nossa realidade, de bairros mais abastados, mostra que, muitas vezes, as classes C, D e E são mais abertas à mudanças e novidades, e, em sua grande maioria, encaram as oportunidades de crescimento e aprendizado com muita seriedade e disposição”.

Alex Cardoso de Melo  
“Projetos sociais meu sonho não tem fim”

## Muito mais do que menos favorecidos

Além de atuar na conscientização da população através de seus projetos sociais, a ONG “Projetos sociais meu sonho não tem fim” acredita que ações como a criação deste estudo, possam auxiliar, de alguma forma, à aumentar o nível de envolvimento de nossa sociedade sobre a necessidade de voltarmos nossos olhos para as áreas periféricas das grandes cidades, não apenas no âmbito social, mas também como oportunidade de negócios em áreas que crescem acima da média nacional, com uma população, em sua

grande maioria, batalhadora, honesta, empreendedora e carente de comércio e serviços condizentes com suas realidades e perspectivas. Precisamos criar condições para que esta população tenha acesso a lazer, serviços e empregos cada vez mais próximos de suas residências, estendendo as zonas de crescimento sócio-econômico nas grandes áreas urbanas do país. Pois, as desigualdades e problemas nestas áreas, mencionadas neste estudo, além de afetarem diretamente a vida de todos os seus moradores, afetam também



41,5% da classe DE tem menos de 20 anos.

Fonte: IBGE – PNAD / 2004

o resultado final das conquistas sócio-econômicas alcançadas pelo país nos últimos anos.

Copyright 2007 – ONG “Projetos sociais meu sonho não tem fim”.

Essa é uma publicação eletrônica periódica da Organização Não-Governamental “Projetos sociais meu sonho não tem fim”. Todo o seu conteúdo, assim como de seus projetos sociais e materiais relacionados, é dotado de direitos autorais de diversos e diferentes proprietários, ficando claro que a cópia parcial ou integral sem a prévia autorização destes, seja ela qual for e independente de sua finalidade, é punível pelas leis de direitos autorais em vigor.