

A nova classe média vai ao dentista

Na última década, o número de brasileiros que deixou a linha da pobreza passou da casa dos 4 milhões. O perfil socioeconômico do país mudou significativamente. A grande novidade foi a emergência de um novo ator social. A classe média C, composta por famílias que têm uma renda mensal domiciliar, somando todas as fontes, entre R\$ 1.315,00 e R\$ 5.672,00, é a grande novidade da sociedade brasileira no início do século XXI. Essa realidade também se reflete na área da saúde, onde um grande número de pessoas consegue ter planos de saúde e dental, fazendo com que este público invista mais nestes segmentos.

Cíntia de Assis



A classe média C

Cerca de 37 milhões de brasileiros saíram da linha da pobreza e ingressaram na classe média, de acordo com dados, de agosto de 2013, do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). A grande mudança foi fruto da crescente oferta de empregos formais, que caracteriza o país nos últimos seis anos.

Estima-se que, ao final de 2013, a classe média representará 54% da população brasileira, congregando mais de 100 milhões de pessoas, o que mostra a incorporação massiva de quase 40 milhões de cidadãos antes pertencentes à linha da pobreza. Hoje, se a classe média brasileira representasse um país, este seria o 12º mais populoso do mundo, logo atrás do México, segundo Banco Mundial em *World Development Indicators*, ci-

tado por Vozes da Classe Média, Caderno 2, novembro de 2012, Secretaria de Assuntos Estratégicos do Governo Federal, Brasília.

Por causa de seu próprio tamanho e particularidades, a classe média brasileira não poderia ser homogênea. No que diz respeito à nova classe média, leia-se classe média C, suas necessidades são ainda mais específicas. Como seus membros entraram no mercado de consumo há pouco, o desejo de suprir uma demanda reprimida é muito forte. De acordo com a grande imprensa, o consumo de eletrodomésticos e de produtos de beleza subiram consideravelmente nos últimos anos, mas não se trata só do consumo de produtos. A classe C quer consumir saúde!

Esta nova classe cresce cerca de 4% ao ano. Mais da metade da população brasileira se enquadra neste grupo de ex-pobres que estão melhorando de vida. Agora possuindo con-

ta bancária e consumindo um pouco além do necessário, os cidadãos que compõem a classe média C chegam a comprar seu primeiro carro novo e a construir sua tão sonhada casa própria. Tudo graças à situação de pleno emprego e aos ganhos reais que o salário mínimo vem obtendo. Todo este processo se completa, por outro lado, no consumo de bens e serviços.

Chamada de nova classe média, a classe C passou a englobar mais da metade dos brasileiros pela primeira vez em 2011. Essa migração em massa alterou o rumo da divisão historicamente desigual do bolo no Brasil e proporcionou o surgimento de um grupo com características socio-culturais próprias.

De acordo com dados do Instituto de Pesquisa Data Popular, a classe C é responsável por 78% do que é comprado em supermercados, 60% das mulheres que vão a salões de beleza, 70% dos cartões de crédito no Brasil e 80% das pessoas que acessam a internet.

A nova classe C é, predominantemente, jovem e composta por expressiva fatia de afrodescendentes. Em Salvador, por exemplo, 41% das pessoas que fazem parte dessa faixa da população são negros e, em Brasília, 22%. A nova classe média brasileira é formada por pessoas jovens, com um nível de escolaridade maior (e dispostas a aumentá-lo), inserida no mercado de trabalho formal, mais exigente na hora de consumir e decidir onde investir o seu dinheiro.

Na maioria das famílias de classe média brasileira, os pais ainda são mecânicos, pedreiros, empregadas domésticas, cozinheiras. Os filhos, vendedores de lojas, operadores de telemarketing, recepcionistas. De modo geral, nessas famílias quem comanda tem uma escolaridade baixa, porém seus filhos já estão seguindo outro rumo. Segundo um levantamento da consultoria Data Popular, 68% dos jovens da classe C estudaram mais que seus pais. Nas classes A e B, esse percentual não passa de 10%. Os dados revelam a importância que o estudo tem hoje na vida dos futuros chefes de família da classe que mais cresce no país. Atualmente, o sonho de muitos desses jovens não é apenas o carro zero e o celular de última geração, o diploma de ensino superior e o MBA tornaram-se mais importantes do que qualquer outro produto disponível no mercado.

Com a carteira de trabalho assinada e uma renda superior à obtida na história recente do país, muitos brasileiros migram dos serviços públicos de educação e saúde para as redes privadas. O objetivo é conseguir um melhor atendimento. No caso específico da Odontologia, houve o surgimento de vários planos odontológicos, que, com preços acessíveis, conseguiram atrair esta classe C. Com o objetivo de conseguir cada vez mais clientes, este planos são desenvolvidos sob medida para cuidar da saúde bucal das pessoas.

Fonte: "Compêndio Classe Média em Números", da Subsecretaria de Ações Estratégicas da Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) da Presidência da República. Este compêndio apresenta análises transversais e longitudinais da situação da classe média no país a partir do cruzamento dos seguintes indicadores: sexo; cor; faixa etária; área urbana e rural; regiões brasileiras; porte dos municípios; unidade da federação; analfabetismo; frequência à escola; nível de escolaridade; conclusão por série e idade; situação de ocupação; posição na ocupação; setor de atividade urbana e agrícola; condição de moradia; acesso a serviços básicos; posses de bens; posição na família; características familiares como: presença de crianças e idosos na família, famílias monoparentais; gastos familiares com alimentação, habitação, vestuário e transporte, assistência à saúde, educação, recreação; despesas de habitação: aluguel, condomínio, manutenção do lar, mobiliário e eletrodomésticos; gastos com vestuário, transportes, higiene e assistência à saúde; gastos com educação, recreação e cultura.



Saúde e educação são prioridades


Segundo o Ministro da Saúde, Alexandre Padilha, a nova classe média brasileira prioriza a saúde e educação. De acordo com dados do Instituto de Pesquisa Data Popular, o gasto com a saúde da nova classe média aumentou 54% nos últimos 10 anos.

A Ortodontia e a Implantodontia são as especialidades odontológicas que mais foram procuradas pelos integrantes da nova classe média. Este aumento na demanda evidencia uma crescente preocupação dessas pessoas com a saúde.

Segundo Débora Yassuda, doutora em Engenharia de Materiais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), ao longo dos últimos anos, houve um aumento no número de tratamentos na clínica privada. “Esses novos pacientes chegam por indicação e fazem um tratamento com uma duração média de 24 meses”, fala a CD. De acordo com a coordenadora do curso de especialização em Ortodontia da Associação Brasileira de Odontologia - Seção Rio de Janeiro (ABO-RJ), há todo o tipo de paciente. “Existem os pacientes que priorizam somente o preço e aqueles que têm consciência que um atendimento de qualidade nem sempre tem o menor preço. Nesses casos, há a opção do parcelamento, que torna o tratamento viável”, explica Dra. Yassuda.

Para Dr. Roberto Prado, doutor em Cirurgia e Traumatologia Bucodentofacial e professor Adjunto da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), houve um nítido aumento principalmente nos atendimentos da clínica de Cirurgia da ABO-RJ. “Como o tratamento realizado por mim é cirúrgico, normalmente o paciente avalia a importância do seu problema de saúde juntamente com o custo-benefício. Por isso, o





tratamento só é iniciado quando as despesas estão dentro de suas possibilidades e raramente ocorrem inadimplências”, avalia Dr. Prado.

Até mesmo a Implantodontia, uma das especialidades tidas com uma das mais caras, está sentindo a presença de novos pacientes. Segundo o especialista em Prótese e Implantodontia, Dr. Alexandre José Senges Lino, com certeza houve um aumento na procura de tratamentos odontológicos mais especializados com o passar dos anos. “Os pacientes procuram, geralmente, uma reabilitação total, fazendo um tratamento mais continuado, já que, por muitos anos, parecem ter feito tratamentos pontuais, abordando somente problemas mais emergenciais, negligenciando uma abordagem como um todo”, analisa Dr. Lino.

Já para o mestre em Implantodontia pela Faculdade São Leopoldo Mandic, Dr. Alexander Höhn, a procura por tratamento odontológico cresceu muito na clínica de Implantodontia da ABO-RJ. “A maioria das pessoas que nos procura são pacientes indicados por outros que já estiveram sob os nossos cuidados. Isso é um bom indicador, pois nos faz pensar que estamos conseguindo agradar e suprir suas necessidades”, acrescenta. “O tratamento com implantes é, de uma maneira geral, longo e a maioria dos pacientes conclui o trabalho. Vejo uma busca cada vez maior pela qualidade do tratamento com preços mais acessíveis. Também a facilidade do pagamento influencia nessa escolha. Os nossos pacientes sentem mais segurança por serem atendidos com a supervisão de uma equipe de professores, o que não acontece nas clínicas que realizam tratamentos com implantes de baixo custo”, finaliza. 