

## A emergência da classe média: uma questão de emergentes

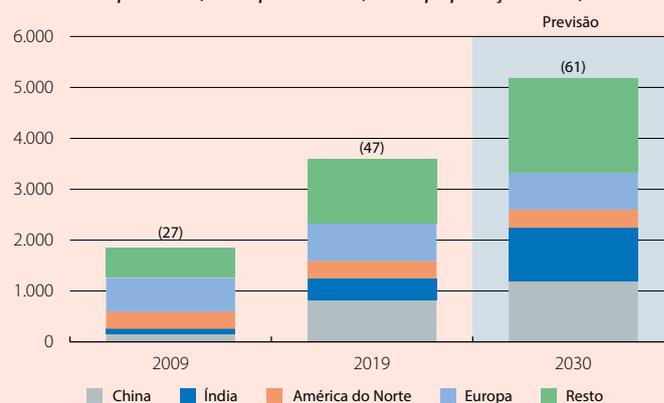
A classe média está a aumentar fortemente nos países emergentes. E tanto é assim que o forte crescimento económico e a dinâmica demográfica favorável do continente asiático (com a China e a Índia na liderança) farão do mesmo o novo consumidor global. Além disso, a sua força não irá apenas compensar a estagnação da classe média nos países avançados, como também possui o potencial de se tornar num fator fundamental para o crescimento global.<sup>1</sup>

### Tendências passadas e futuras da classe média mundial: dos avançados aos emergentes

- Quase metade da população mundial já faz parte da classe média.** No final de 2018, foi ultrapassado um limiar significativo: metade da população mundial passou a viver em famílias de classe média ou ricas. Especificamente, de um total de 7.600 milhões de cidadãos do mundo, 3.600 milhões de pessoas já pertencem à classe média.<sup>2</sup> Trata-se de um valor importante, especialmente se olharmos para trás e percebermos que há apenas 10 anos o número de pessoas que compunham a classe média era sensivelmente metade (cerca de 1.800 milhões).
- O ritmo de crescimento da classe média aumentou consideravelmente.** Após atingir os primeiros 1.000 milhões no final dos anos 80, a classe média demorou pouco mais de 20 anos em juntar outros 1.000 milhões, mas cerca de 8 anos para adicionar os últimos 1.600 milhões. Para o futuro, o crescimento da classe média não dá sinais de paragem (ver o primeiro gráfico). Assim, as estimativas mais recentes colocam a classe média total em cerca de 5.200 milhões em 2030 (mais de 1.600 milhões do que hoje em dia), o que irá representar cerca de dois terços da população mundial prevista.
- China e Índia, criadoras da nova classe média.** Desde 2009, a China é responsável pela contribuição de quase 700 milhões de pessoas para a classe média mundial: 40% do total das novas entradas. Além disso, a soma da China e da Índia contribuiu com cerca de 60% para a nova classe média (cerca de 1.000 milhões de pessoas). Nos próximos 10 anos, as perspetivas não serão muito diferentes, pois os dois países também contribuirão com mais 1.000 milhões (novamente, cerca de 60% do aumento mundial previsto). A única diferença é que os papéis entre a China e a Índia como criadores de classe média deverão reverter, com a Índia a ser responsável por 40% do aumento global total. De forma geral, cerca de 90% das novas entradas para a classe média serão asiáticas.
- O centro de gravidade da classe média desloca-se para a Ásia.** Esta dinâmica emergente implica uma mudança na geografia da classe média. A título ilustrativo, se colocarmos o centro gravitacional da classe média num mapa-mundo, em 1990 o mesmo estaria no meio do Atlântico, oscilando entre os EUA e a Europa Ocidental. Naquela época, três quartos da classe média mundial estavam concentrados nestas duas regiões, representando apenas um terço da população mundial. No entanto, atualmente cerca de dois terços da classe média mundial já vive em países não avançados (ou emergentes), e o seu centro de gravidade está em torno da Turquia. Em 2030, este centro de gravidade vai aproximar-se inevitavelmente dos dois grandes gigantes asiáticos, dado que nos mesmos viverá pouco mais de 40% da classe média mundial. No seu conjunto, os países emergentes cobrirão mais de três quartos da classe média total.

#### Classe média mundial

Milhões de pessoas (entre parênteses, % da população total)



**Nota:** Uma família faz parte da classe média quando a capacidade de despesa por dia e por pessoa está entre 11 e 110 dólares diários (medido em paridade de poder de compra). Ver as notas 1 e 2 no texto para mais informação.

**Fonte:** BPI Research, a partir de estimativas de Homi Kharas e própriás.

### A classe média emergente alavancará a procura global

- O consumo da classe média é um dos principais impulsionadores da procura global.** Convém recordar que atualmente o consumo privado representa cerca de metade da procura global. E deste consumo privado, cerca de dois terços procedem do consumo da classe média. Assim, podemos dizer que o consumo da classe média representa um terço da procura global e que

1. A definição de classe média que utilizamos neste artigo é baseada na capacidade dos indivíduos de gastar em termos absolutos, ou seja, dentro de limites específicos, entre 11 e 110 dólares por dia, e comparáveis entre países em termos de paridade de poder de compra. Quando são efetuadas análises de cariz global como esta, é mais conveniente este tipo de medida. As medidas relativas são usadas na análise da evolução temporária de um único país ou na comparação entre vários países, quando são semelhantes em termos de desenvolvimento económico. Consultar o artigo «Quem é a classe média?» neste mesmo Dossier para mais informação sobre as várias formas de medir a classe média.

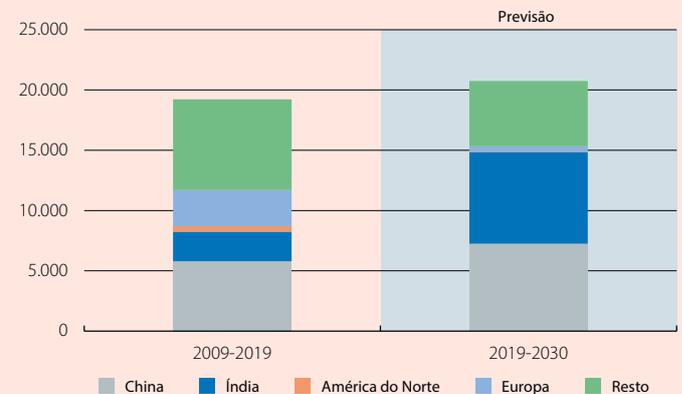
2. Todas as estimativas numéricas são feitas com base na metodologia desenvolvida pelo especialista em crescimento emergente, Homi Kharas, bem como por outros especialistas que seguem os seus passos. Ver Kharas, H. (2010), «The emerging middle class in developing countries», OECD Working Paper; Kharas, H. (2017), «The unprecedented expansion of the global middle class: An update», Brookings, e dados procedentes do World Data Lab.

se divide de forma praticamente igual entre o consumo da classe média nos países avançados e nos emergentes. Uma percentagem que tem vindo a aumentar ao longo do tempo e que, durante anos, esteve apoiada na crescente capacidade de despesa da classe média nos países avançados. No entanto, a estagnação atual da classe média nas economias avançadas<sup>3</sup> fez derivar todas as atenções para o consumidor emergente, na expectativa de que o mesmo seja capaz de preencher a lacuna deixada pelos países avançados.

- **A nova classe média asiática emergente incentivará o consumo mundial.** De facto, nos últimos 10 anos, os novos membros da classe média, principalmente da China, conseguiram manter a tendência de aumento da despesa total dos consumidores da classe média na proporção que a classe média dos países avançados fez noutras épocas. Nos próximos 10 anos, a China, a Índia, mas também outros países, como a Indonésia, vão continuar a suportar o aumento da procura global (ver o segundo gráfico). O aumento no número de entradas para a classe média procedentes das economias emergentes, mas também a crescente capacidade de despesas por pessoa desta classe média emergente, repercutirá no aumento na procura mundial comparável ao ocorrido nas últimas décadas.<sup>4</sup> Desta forma espera-se que o consumo da classe média passe de representar 33% da procura global atual para 40% em 2030<sup>5</sup> (com uma maior percentagem por parte dos países emergentes, 65%).

### Aumento da despesa da classe média mundial

Milhares de milhões de dólares PPC



**Nota:** Uma família faz parte da classe média quando a capacidade de despesa por dia e por pessoa está entre 11 e 110 dólares diários (medido em paridade de poder de compra, PPC). Ver as notas 1 e 2 no texto para mais informação.

**Fonte:** BPI Research, a partir de estimativas de Homi Kharas e próprias.

### Tipologia da nova classe média: mais heterogénea

- O forte progresso da nova classe média emergente não significou apenas que a classe média finalmente ocupe a primeira linha do cenário global, mas também que **deixámos de falar sobre «uma classe média» em detrimento de «uma variedade de classes médias»**.<sup>6</sup> Neste sentido, as empresas ou mesmo as políticas públicas, cujo principal segmento de interesse é o da classe média, deverão ser capazes de se adaptar às diferentes classes médias do mundo.
- **Diferenças na capacidade de despesa per capita.** A classe média dos países emergentes possui uma capacidade de despesa per capita menor do que a dos avançados e muito diferente entre os diferentes países que a compõem. A título ilustrativo, a classe média de Bangladesh ou da Argélia é muito mais pobre do que a classe média relativamente abastada da Colômbia ou do México, e a despesa per capita da classe média chinesa é em média 30% superior à da Índia. No caso da China, esta maior capacidade de despesa explica a crescente propensão dos seus consumidores para comprar produtos importados, variando desde os alimentos, passando pelos cosméticos ou pelos automóveis.
- **Pertencer à classe média não é garantia de emprego estável.** Na maior parte dos países emergentes, a taxa de informalidade no trabalho é muito elevada na classe média, uma casuística que nos países avançados está concentrada na população mais pobre. Assim, diversos estudos colocam a taxa de informalidade acima dos 50% na classe média emergente, chegando aos 80% nalguns países da América Central.<sup>7</sup> Esta situação, entre outros efeitos, implica um consumo menos estável do que entre a classe média dos países avançados.
- **Finalmente, a distribuição por idades da classe média também apresenta diferenças importantes.** Nos países avançados a classe média está a envelhecer,<sup>8</sup> uma tendência bastante diferente da observada nos países emergentes. Por exemplo, na Índia, em 2030, a maior parte da classe média será formada pela população com idades compreendidas entre os 20 e os 45 anos, enquanto na China a faixa dos 45 aos 65 concentrará uma elevada percentagem da classe média total do país.<sup>9</sup> Isto irá repercutir em diferenças importantes no tipo de consumo, bem como nas necessidades de políticas públicas para a classe média destas economias.

Apesar da crescente heterogeneidade dentro da classe média, não há dúvidas de que o domínio demográfico do continente asiático, liderado pela China e pela Índia, e o seu forte crescimento económico, farão da sua classe média os novos consumidores globais.

3. Consultar os outros três artigos nesta edição do Dossier.

4. É interessante mencionar que, de acordo com as estimativas mais recentes do World Data Lab, o consumo da classe alta americana estará na liderança dos grandes consumidores globais. Ver «Who will drive consumer spending in the next decade» (publicação de 7 de novembro de 2018 no OECD Development Matters).

5. A paridade atual de 40.500 milhões de dólares em termos de poder de compra será de 61.254 em 2030.

6. Ver Brandi, C. e Büge, M. (2014). «A cartography of the new middle classes in developing and emerging countries». Deutsches Institut für Entwicklungspolitik.

7. Ver Melguizo, A. (2015). «Pensions, informality, and the emerging middle class». IZA World of Labor.

8. Ver o artigo «O futuro da classe média: a tecnologia e a demografia vão mudá-la mas não a farão desaparecer», nesta edição do Dossier.

9. De acordo com estimativas do Word Data Lab.