

Celular na mão da classe C

Fabricantes de aparelho apostam em produtos destinados aos novos integrantes do mercado de consumo do país

MICHELINE BATISTA
michelinebatista.pe@dabr.com.br

Cerca de 50 milhões de brasileiros - mais que uma Espanha - se integraram ao mercado consumidor desde 2003, segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV). Esse crescimento tem sido mais intenso na classe C, que hoje soma mais de 105 milhões de pessoas, contra 65,8 milhões em 2003. Para o mercado, isso significa uma maior possibilidade de consumo, inclusive na área da telefonia celular. Atentos a isso, alguns fabricantes estão colocando nas prateleiras produtos voltados es-

pecialmente para essa classe.

É o caso da Onda Mobile Communication, empresa italiana presente no mercado brasileiro desde 2010. Este ano, a expectativa é lançar pelo menos dois novos modelos e crescer 30% em vendas, alcançando um milhão de aparelhos em 2012. O dobro, em relação a 2011. O carro chefe atual é o N235, um celular *dual chip* que custa R\$ 300, incluindo câmera de 2 megapixels, sistema operacional Android e minibrowser Opera para navegar na internet.

"Esse é um produto voltado para as necessidades da classe C, que busca um aparelho com preço acessível, que suporte mais de uma linha e que tenha uma interface amigável para acessar redes sociais, a nova febre entre os usuários de celular", diz o CEO da Onda Mobile Communication para a América

Latina, Vincenzo Di Giorgio.

O N235 está sendo comercializado diretamente pelas operadoras Vivo e TIM e, indiretamente, pela Claro e pela Oi. Segundo Vincenzo, enquanto as classes A e B escolhem a operadora celular pela qualidade do serviço, a classe C se fixa no fator preço. E preço significa promoções, daí a tendência do usuário possuir mais de um chip.

"A classe C costuma usar o chip de uma operadora durante o dia, outro à noite, outro durante o fim de semana. Por isso é importante ofertar aparelhos que sejam *dual chip*", completa o executivo. Já a febre das redes sociais no celular entre os usuários da classe C tem um motivo simples: muitos não possuem um PC em casa e o aparelhinho vira uma ferramenta de acesso à internet. Como o tráfego de dados costuma ser pequeno

no acesso às redes sociais, é um custo que cabe no bolso.

A Onda está de olho em outras oportunidades em países como México e Venezuela, mas por enquanto o Brasil está suprimindo bem as expectativas da empresa. O desempenho da unidade brasileira está perto de superar o da matriz. O cenário se torna ainda mais promissor quando consideramos que o país fechou o mês de maio com mais de 215 milhões de acessos, num crescimento impressionante de 310% em relação a maio de 2004. Em Pernambuco a evolução nesse período foi de 538%, de 1,39 milhão para 8,87 milhões de linhas.



**Classe C quer
aparelhos mais
baratos, com
interface amigável
para redes sociais**