

ALÍVIO NA CLASSE C

Inflação menor libera R\$ 7,8 bi para consumo

Alimentos mais baratos garantem folga no orçamento e ajudam PIB

Famílias de baixa
renda têm sobra de
R\$ 145 para compras

A inflação sob controle, com queda de 5,1% nos preços dos alimentos nos últimos 12 meses, proporcionou alívio de R\$ 7,8 bilhões no orçamento das famílias de classe C este

ano, mostra estudo da consultoria Tendências. Isso representa, em média, sobra de R\$ 145 para famílias que ganham até R\$ 4.685, o que está impulsionando o consumo e a

recuperação do PIB, informa CASSIA ALMEIDA. O efeito já é sentido nas compras de produtos que haviam sido preteridos na recessão, como as de eletroeletrônicos. **PÁGINAS 35 e 36**

ALÍVIO NA CLASSE C

Injeção de R\$ 7,8 bilhões

Folga no orçamento de famílias que ganham até cinco salários impulsiona consumo

CÁSSIA ALMEIDA
cassia@oglobo.com.br

Por décadas, o Brasil sofreu com a hiperinflação. Hoje, no entanto, o indicador de preços tem trazido alento ao bolso dos brasileiros, principalmente aqueles das classes C, D e E. Graças a uma safra recorde, os preços dos alimentos vêm caindo fortemente — já ficaram 5,1% mais baixos nos últimos 12 meses —, abrindo espaço para o consumo, depois de mais de dois anos de recessão. Segundo cálculo exclusivo da consultoria Tendências, feito a pedido do GLOBO, a inflação menor trouxe este ano uma folga de R\$ 7,8 bilhões no orçamento das famílias que ganham até cinco salários mínimos (R\$ 4.685 mensais). Folga que já está impulsionando a economia.

Como essas famílias sentem mais o peso das compras do mês no orçamento, a deflação abre espaço para o consumo. Para elas, o peso dos alimentos é de 21,5% da cesta, e essa diferença aparece no Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), que mede a inflação para quem tem rendimento familiar de até cinco mínimos. O indicador subiu 1,83% em 12 meses, enquanto o IPCA, de famílias com renda de até 40 mínimos, está em 2,7%.

— O rendimento cresceu, e a perda foi menor para essas famílias. O valor representa por volta de 34% do volume total destinado ao Bolsa Família e uma média de R\$ 145 por família que está nessa faixa de renda — afirma Camila Saito, economista da Tendências que fez o estudo.

Esse movimento benigno dos preços deve ditar o ritmo de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) nos próximos trimestres, como aconteceu entre abril e junho. Nesse período, o consumo das famílias subiu 1,4%, a primeira alta depois de nove trimestres.

Esse espaço no orçamento tem gerado mais demanda, e não só nos hipermercados. Como os alimentos são produtos de primeira necessidade e, por isso, a quantidade comprada não varia muito nem mesmo em momentos de crise, quando o preço cai, sobra dinheiro para incrementar o consumo de outros itens.

Pela Pesquisa Mensal do Comércio, do IBGE, móveis e eletrodomésticos têm se destacado. A venda desses itens cresceu 16,6% em setembro, no quinto mês consecutivo de alta de dois dígitos na comparação com o mesmo mês do ano passado. No ano, o movimento cresceu 8,8%, a maior alta entre os setores.

— O varejo voltou a crescer, coleciona variações positivas, não há dúvida. A deflação foi de grande ajuda — afirma o economista Luiz Roberto Cunha, professor da PUC.

É a primeira vez que se vê uma deflação tão forte nos alimentos, segundo Cunha. E isso teve impacto na inflação. O economista lembra que o IPCA acumulado em 12 meses recuou de 8,5% em setembro do ano passado para 2,7% em outubro deste ano. Nas suas estimativas, 75% dessa queda ocorreram graças à deflação dos alimentos:

— E os números não devem mudar. Os preços dos alimentos devem cair entre 4% e 4,5% este ano.

ECONOMISTA DESTACA EFEITO REDISTRIBUTIVO

Há cinco meses consecutivos, o comércio vem registrando aumento nas vendas, na comparação com o mesmo mês de 2016. Segundo Ronaldo Labrudi, presidente do Grupo Pão de Açúcar (GPA), a forte deflação de alimentos ajudou o setor supermercadista a superar a grave recessão pela qual o Brasil passou entre 2014 e o início deste ano. Desde que os preços passaram a cair, em meados de 2016, as vendas tomaram a direção oposta, tornando-se um impulso adicional a ramos de negócio como o da marca Assaí, um dos maiores atacarejos do Brasil.

Nos últimos meses, afirma Labrudi, a folga orçamentária das famílias está sendo aplicada também a outros segmentos, puxando negócios que haviam sentido mais a crise, como eletrodomésticos e eletrônicos. O GPA é dono das marcas Casas Bahia e Ponto Frio, que formam a Via Varejo.

— Houve um represamento grande em eletros durante a recessão. Mas, nos últimos meses, (o setor) começou a destravar, e já crescemos a dois dígitos na Via Varejo. Se a economia crescer um pouquinho em 2018, esse segmento vai deslanchar totalmente — prevê Labrudi.

Nessa cadeia de lojas, as vendas vêm crescendo a dois dígitos desde o início de 2017, o que não acontecia desde o terceiro trimestre de 2013, último ano de crescimento mais forte da

5,1%

Foi a queda dos preços dos alimentos nos últimos 12 meses, de acordo com o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA)

1,83%

É a taxa acumulada nos últimos 12 meses do Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), que mede a inflação das famílias com renda de até cinco salários mínimos

16,6%

Foi a alta na venda de móveis e eletrodomésticos em setembro, na comparação com o mesmo mês de 2016, no quinto mês seguido de expansão de dois dígitos

economia, de 3%. No terceiro trimestre, as vendas das lojas abertas há mais de um ano da Via Varejo cresceram 18,6% e, na internet, o movimento aumentou 24,4%. O grupo anunciou que abrirá de 70 a 80 lojas no ano que vem.

A pensionista Marly de Brito e o filho André, funcionário do Banco do Brasil, que moram em Vila Isabel, perceberam no carrinho de compras os preços 5% mais baixos dos alimentos. Gastam em média R\$ 1.200 com alimentação.

— Como tudo está um pouco mais barato e ainda há muitas ofertas, comprei frutas e legumes a mais — diz Marly.

Brito diz que constatou uma folga no orçamento, mas, por enquanto, a família ainda não sabe em que vai gastar o dinheiro economizado nas compras:

— Não estamos com nenhuma necessidade de compra urgente para usar essa diferença. Mas a sensação que tivemos é, sim, de folga no orçamento.

Segundo Marcelo Neri, diretor da FGV Social, no momento mais crítico da crise, em 2016, quando a inflação ainda estava um pouco abaixo de 10% ao ano, a subida de preços foi responsável por 70% da perda do poder de compra dos trabalhadores, que, no segundo trimestre do ano passado, chegou a 5,6%.

— Essa queda da inflação, de retomada da economia, joga contra a desigualdade. Há um efeito redistributivo da deflação dos alimentos.

Ela joga a favor dos trabalhadores de renda mais baixa e chega em boa hora, contrabalançando o aumento de desigualdade da renda de trabalho dos últimos dois anos — afirma Neri.

Ele garante que os efeitos da redução do preço dos alimentos vão além:

— Faz as rodas da economia girarem mais. E o efeito líquido é de redução da pobreza. O bolo está crescendo, e o bolo dos pobres está crescendo ainda mais, porque os pobres consomem mais alimentos. Vem em um bom momento, depois de dois anos de efeitos negativos, de regressão social.

EM 2018, INDICADOR DEVE FICAR EM TORNO DE 4,5%

Segundo estudo do Credit Suisse, o ciclo atual de queda de inflação recente foi o maior desde 2003. O IPCA acumulado em 12 meses caiu de 10,7% em janeiro do ano passado para 2,7% em outubro deste ano, graças à alimentação.

— O recuo foi muito expressivo em todos os produtos. Essa deflação nos alimentos cria folga para os demais itens da cesta de bens. Por isso, no segundo trimestre, aumentou o consumo das famílias, e melhoraram os indicadores de supermercados e de outros setores — explica Lucas Vilela, economista do banco.

Para qualquer recorte de renda, a inflação é a menor em quase 20 anos. Em 1998, o IPCA fechou o ano em 1,65%.

Historicamente, a inflação é prejudicial às famílias de renda mais baixa. Estudo de Maria Andréia Parente, do Ipea, mostrou que, de julho de 2006 a setembro de 2017, nos domicílios onde o rendimento é de até R\$ 900, a inflação chegou a 102,2%; enquanto para os que ganham dez vezes mais, acima de R\$ 9 mil, a inflação ficou em 83,6%. Este ano, no entanto, a história mudou. Em outubro, enquanto a inflação acumulada em 12 meses das famílias mais pobres foi de 2%, o segmento mais rico viu os preços médios de sua cesta de consumo subirem 3,5%.

Em agosto, por exemplo, os preços dos produtos da cesta de famílias que estão na faixa de renda mais baixa caíram em média 0,22%, enquanto para os mais ricos a inflação ficou positiva em 0,53%.

Para o ano que vem, as previsões dos especialistas são de inflação dos alimentos no mesmo nível do índice de preços médio, perto de 4,5%. Mas outros fatores devem manter a retomada da economia. O desemprego deve continuar caindo, e se espera alguma recuperação do investimento. O Credit Suisse projeta expansão da economia de 0,5% este ano, mas, para 2018, a previsão é de alta de 2,5%. ●

Colaborou Gabriel Toscano, estagiário, sob a supervisão de Cássia Almeida

Potencial de consumo da baixa renda cresce mais este ano, na página 36

FOTOS DE HERMES DE PAULA



Carrinho mais cheio. Os preços dos alimentos caíram 5,1% nos últimos 12 meses, itens que chegam a pesar até 29% no orçamento das famílias de renda mais baixa



Mais legumes e frutas. Marly Brito e o filho André perceberam a queda dos preços nas compras mensais

ALÍVIO NA CLASSE C

Potencial de consumo da baixa renda cresce mais este ano

Pesquisa mostra que alta de gasto nas faixas C, D e E será de R\$ 58 bi

CÁSSIA ALMEIDA
cassia@oglobo.com.br

Serão as classes C, D e E, aquelas que exibem a renda mais baixa na pirâmide do consumo, que vão registrar maior aumento de gastos este ano, pelas contas do diretor do IPC Brasil, Marcos Pazzini, que acompanha anualmente o potencial de consumo das famílias. Pelos cálculos de Pazzini, essas famílias gastarão mais 7%, no caso da classe C, e 6,1%, no das classes D e E, aumento de R\$ 58 bilhões. Já as famílias na topo da pirâmide de renda vão destinar ao consumo mais 0,7%.

— Essas classes têm peso significativo das despesas com alimentação no domicílio e devem aumentar sua parcela no consumo este ano — afirma Pazzini.

Pelo estudo, a classe C, que responde por 47,9% dos domicílios brasileiros, deve abocanhar um pouco mais do consumo nacional. Sairá de 33,6% para 33,9%. Pazzini inclui na classe C as famílias com renda entre R\$ 1.446 a R\$ 2.409.

EXPANSÃO DA CLASSE C

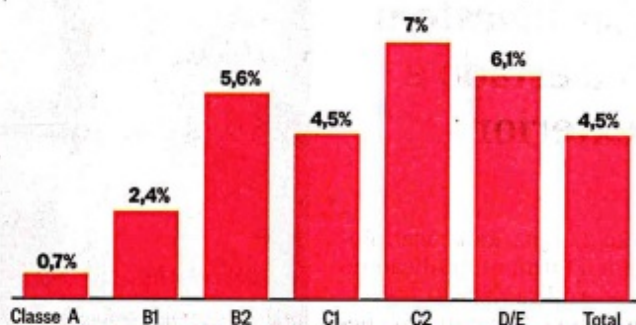
Segundo Camila Saito, economista da consultoria Tendências que também acompanha a migração entre os segmentos de renda, a classe C vai aumentar um pouco este ano, começando a reverter o processo de migração dessas famílias para as faixas de renda mais baixa nos anos anteriores, de recessão.

— As classes D e E foram muito infladas por causa da perda de renda. Com a recessão, quem tinha ascendido nos anos anteriores voltou para as classes D e E. Este ano, com melhora na renda e inflação mais baixa, devemos observar uma migração, mesmo que ainda tênue, das famílias da D e E para a C — explica a economista.

De acordo com a estimativa de Camila, o número de domicílios deve crescer, em to-

AUMENTO DOS GANHOS PARA AS FAMÍLIAS

(POR CLASSE DE RENDA)



Fonte: IPC Maps, de 2017

Editoria de Arte

das as classes, 1,8% este ano. Já o de enquadrados na classe C deve aumentar 2%:

— A migração maior será de B para A e de C para B. Nesses grupos, estão os empregados, empresários que conseguem recuperar renda mais rapidamente com a volta do consumo. Somente depois eles co-

meçam a empregar, aumentando mais para a frente a renda dos trabalhadores.

O assistente jurídico aposentado José Américo, morador da Tijuca, percebeu a diminuição do preço e a folga no orçamento. O que mais chamou sua atenção foi o preço da carne. O produto,

em média, ficou 3% mais barato, mas o preço do contrafilié, por exemplo, caiu 5,62%:

— O preço da carne tem baixado um pouco, o que é muito bom, porque todo mundo pode ter condições de comprar. Com certeza, vai ajudar as pessoas a terem um Natal um pouco mais farto.

Lucas Vilela, economista do Credit Suisse, afirma que o fator que vai melhorar a situação das famílias de renda mais baixa no ano que vem será a diminuição do desemprego:

— A contribuição da inflação foi mais relevante em 2017. No ano passado, não tínhamos essa perspectiva de redução de inflação tão acelerada. Boa parte do mercado não antecipou isso. E tem esse lado muito positivo de redução da desigualdade. A alta da inflação só contribui para a piora da distribuição de renda — explica. ●

Colaborou Gabriel Toscano, estagiário, sob a supervisão de Cássia Almeida



HERMES DE PAULA

Fim de ano melhor. O aposentado José Américo notou a queda no preço da carne: "Deve ajudar as pessoas no Natal"

ROBÔS FASHIONISTAS

Tecnologia para não levar a roupa errada

Varejistas investem em melhorias para compra on-line

-NOVA YORK-

O cliente acessa o site da sua grife favorita, compra uma peça de roupa e, quando recebe a encomenda... o modelo não cabe. Estratégias para evitar essa experiência frustrante estão no radar de varejistas de moda, das marcas Levi's e GAP a *start-ups* menores do setor. Provadores virtuais, modelos 3D e inteligência artificial estão no cardápio de tecnologias para facilitar a vida do con-

sumidor, em um mercado em que o percentual de produtos devolvidos chega a 40%.

As estratégias para enfrentar o problema variam de marca para marca. Na GAP, a aposta é um aplicativo, desenvolvido em colaboração com a Google e a *start-up* Avametric, que permite que clientes experimentem as roupas virtualmente. Para isso, basta inserir informações como peso e altura, para que seja gerado um modelo 3D que auxilia a encontrar a peça ideal. Mas o serviço só funciona no smartphone Google Tango, que é vendido apenas nos Estados Unidos.

Sebastian DiGrande, vice-presidente executivo e diretor de Consumo da GAP, diz que a solução de realidade aumentada tem sido bem recebida. Mas

ressalta que a empresa ainda está avaliando se o consumidor realmente quer usar um modelo 3D virtual.

A QVC, outra varejista de moda americana, investe em modelo semelhante. Em parceria com a *start-up* Rakuten Fits Me, desenvolveu um sistema em que o cliente insere suas medidas e consegue navegar por itens que se encaixam nos parâmetros. Isso aumenta a chance de que a experiência de navegação se converta em compra.

— É tudo uma questão de confiança. Se eles têm confiança em comprar, eles voltarão à loja de vez em quando — explica Vicky Zadeh, diretora executiva da Rakuten Fits Me.

As soluções vão além deaju-

dar os clientes a não levarem para casa roupas que não servem. Também se trata de garantir que as avaliações dos consumidores sejam as melhores possíveis. E todos estão de olho na Amazon, que tem investido mais no setor de moda e, como nos demais segmentos em que atua, vem recorrendo à inteligência artificial.

A expectativa do mercado é que a gigante on-line ultrapasse a Macy's como maior loja de roupas dos EUA. Hoje, a Amazon oferece, por US\$ 200, o Echo Look, espécie de robô estilista equipado com câmeras, flash e o assistente virtual Alexa, que ajuda o usuário na hora de escolher o visual perfeito. ●