

## **Maiores favelas brasileiras têm potencial de consumo de R\$ 7,7 bi**

[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

O potencial de consumo das dez maiores comunidades brasileiras em 2019 é de cerca de R\$ 7,7 bilhões. É o que mostra estudo do Outdoor Social, empresa de impacto social voltada para classes populares. O resultado foi maior neste ano em comparação a períodos anteriores: em 2017, o potencial era de R\$ 6,432 bilhões e, em 2018, de R\$ 6,477 bilhões.

Foram consideradas as seguintes localidades: Rocinha (RJ), Rio das Pedras (RJ), Heliópolis (SP), Paraisópolis (SP), Cidade de Deus (AM), Baixadas da Condor (PA), Baixadas da Estrada Nova Jurunas (PA), Casa Amarela (PE), Coroadinho (MA) e Sol Nascente (DF).

A fundadora do Outdoor Social, Emília Rabello, diz que a pesquisa surgiu de uma necessidade do mercado para os anunciantes entenderem qual o público da periferia e quais os conteúdos que comunicam melhor para este grupo.

"A partir desse estudo é possível identificar, por exemplo, que, apesar da crise econômica atual, a classe C segue contribuindo decisivamente para movimentar o consumo interno no Brasil. Assim, os integrantes da classe média, presentes nas periferias de todos os estados brasileiros, permanecem sendo um público consumidor extremamente importante e com enorme potencial a ser explorado", explica Rabello.

A fundadora da empresa explica que o setor de materiais de construção gera muito consumo, "porque as comunidades estão em franco crescimento, já que não tem política habitacional. Você tem uma verticalização desses locais, índice alto de potencial de consumo de estudo", afirma.

Outros setores relevantes são a educação, vista como meio de mudança de vida e de ascensão social, e a alimentação dentro de casa. Segundo o Censo 2010, do IBGE, o país tem cerca de 11,4 milhões de brasileiros morando em favelas.

Além disso, cerca de 58 milhões de brasileiros são considerados moradores da periferia. "Você vai ter um consumo per capita reduzido, mas quando você junta essas pessoas todas, são elas que movem a economia do país. Mesmo no desaceleramento da economia, essas pessoas são a força motriz do varejo", diz Rabello.

O diretor do FGV Social, Marcelo Neri, da Fundação Getulio Vargas, afirma que as comunidades foram as mais afetadas pela crise, já que houve queda na renda e no poder de compra destas pessoas.

“É um segmento que perde o atrativo das empresas. Iniciativas [como a pesquisa do Outdoor Social] se tornam mais relevantes nesse contexto. As famílias nas comunidades precisam mais desses serviços”, afirma Neri. O especialista afirma que, do último trimestre de 2014 para o segundo de 2019, a capital paulista registrou ganho de renda de 1,8%, enquanto a periferia perdeu 2,4%.

“É um período de aumento de desigualdade”, diz Neri. Segundo ele, as periferias das grandes cidades, comunidades e macrorregiões são os locais que sofrem mais com o aumento da desigualdade e com a crise econômica. “Houve recuperação da renda a partir de 2017, mas como a desigualdade aumentou, a renda nessas áreas mais pobres caiu e não voltou”, diz. A desigualdade cresceu por 17 trimestres consecutivos, recorde de duração.

Neri diz que uma característica em comum entre as comunidades é que elas são habitadas, em sua maioria, por jovens. “Eles foram os maiores perdedores da crise. Hoje, a renda do jovem parou de cair, mas ainda não está subindo”, diz o diretor da FGV Social.

“De alguma forma são a tendência do futuro do país. [A situação] se torna mais delicada por causa da crise. A lenta retomada não aconteceu nessas comunidades e os jovens, os pobres, não recuperaram [ao patamar anterior à crise] porque a desigualdade continua crescendo durante a retomada”, afirma.

## Metodologia da pesquisa

O levantamento levou em consideração o cruzamento de informações sobre hábitos de consumo da Pesquisa de Orçamento Familiar, realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), com dados de endividamento das famílias da Serasa Experian e do Banco Central.

A pesquisa revela o potencial de consumo nas categorias alimentação no domicílio, artigos de limpeza, calçados, eletrodomésticos e equipamentos, medicamentos, higiene e cuidados pessoais, material de construção, matrículas e mensalidades e vestuário confeccionados.