

## Classe 'A' diminui consumo e 'C' aumenta 20%

(Jean Gregório)

O estudo 'Brasil em Foco' da Target Market mostra que a crise afetou o potencial das classes de alto consumo paraibano como A1, formada por 2,8 mil famílias, que registrou perdas de 8,27% de domicílios e a classe B2 (94,3 mil lares), que apresentou queda de 8,15% de famílias. Já o potencial de consumo para a classe C1, maior classe social do Estado, concentrou mais lares este ano com a chegada da crise, passando de 162,8 mil de 195,8 mil (20,26%) e foi disparada a classe que mais ganhou domicílios com a crise, com a chegada das famílias do alto consumo e oriunda da D.

Para se ter uma ideia do crescimento da classe C1, o crescimento vegetativo de domicílios na Paraíba entre 2008 e 2009 registrado pelo estudo "Brasil em Foco" é de apenas 2,19%, passando de 764,3 mil para 781,1 mil lares.

"Esta perda das classes de alto consumo teve uma forte influência por conta da crise econômica. Durante os últimos anos, a classe C ganhou destaque no potencial de consumo, mas já em 2008, ela teve crescimento de domicílios abaixo da classe B2, que estava começando a ganhar destaque no contexto de consumo e, por conta da crise iniciada em setembro de 2008, parte da população que já estava classificada como classe B2 voltou para o nível da classe C1. Agora, passado este susto inicial da crise econômica, a classe B deverá ser fortalecida novamente nos próximos meses", explica o coordenador do Estudo Brasil em Foco, Marcos Paz-zini, que mostra ainda que o potencial de consumo das famílias D (-8,75) e a E (-10,2%) este ano avançaram, com a migração para classes de poder de consumo mais alto como a C2 (4,49%) e a C1 (20,26%).

Apesar no contexto nacional, o estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) apenas reforça os dados da Target Market, quando aponta que a crise freou o crescimento de classes A e B no Brasil, mas não a passagem de pessoas das classes mais baixas, como a D e E, para a classe C. De acordo com FGV, o conjunto das classes A e B, que havia crescido 35,7% entre julho de 2003 e julho de 2008, caiu 0,5% entre julho do ano passado e julho deste ano. Já a classe C, que havia aumentado 23,1% entre os meses de julho de 2003 e 2008, subiu mais 2,5% de julho do ano passado até julho de 2009, período em que a classe D encolheu 4,1% e a classe E se reduziu em 3,3%. "Para este período de 2008 a 2009, eu ainda não tive acesso a dados secundários atualizados e me chama a atenção esta divulgação por parte da FGV, porque normalmente após a coleta de dados em campo, eles costumam demorar alguns meses para fazer o processamento dos dados, as análises e, posteriormente, a divulgação. Portanto o que me chama a atenção é deles terem divulgado tão rapidamente dados coletados em julho deste ano", informou Marcos Pazzini.

A crise também chama atenção aos empresários na oferta dos produtos. "Na verdade esta análise das classes econômicas mostra a participação de cada classe no potencial de consumo e é este o aspecto que os empresários têm que ter conhecimento, para fazer o trabalho de marketing adequado às necessidades dos clientes atuais. O fortalecimento do potencial de consumo da classe C beneficiou as regiões Norte e Nordeste, que ganharam participação no cenário de consumo nacional entre 2008 e 2009. Neste sentido, os empresários 'atenados' com esta nova realidade econômica não podem ignorar consumidores destes dois mercados em seu trabalho de planejamento para os próximos anos", lembrou Pazzini.