

Um Papai Noel pontocom

(Geórgia Choucair)

Aumento da renda e da classe C eleva número de pessoas com acesso à internet e amplia a aposta da indústria e do varejo nas compras feitas pela rede mundial

O analista de sistemas Eduardo Roma faz parte de uma população em ascensão na internet, a de consumidores da classe C, com renda familiar entre R\$ 1.115 e R\$ 4.807 por mês, segundo critérios da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Essa faixa da população, que ajudou a engrossar o mercado consumidor nacional nos últimos meses, promete repetir a dose no Natal de 2009. E com o cartão de crédito nas mãos e computador em casa, a expectativa é de que os consumidores da classe C não fiquem restritos só a lojas físicas. Analistas preveem que eles se aventurem pelas compras on-line e engordem as vendas de sites no Natal de 2009.

“Devemos ter o Natal do consumo on-line da classe C. Tanto é que as grandes redes de magazine lançaram seus sites na internet. É possível não só comprar pelo computador, como também conferir preços”, afirma Renato Meirelles, sócio-diretor do Data Popular, instituto que pesquisa a baixa renda no país. A internet, diz, permite que o consumidor encontre por conta própria o tradicional “cobrimos qualquer oferta” e descubra o melhor mix de preço, produto e condições de pagamento.

Segundo o Data Popular, as classes C, D e E respondem por 75% dos internautas no país e 63% do total de domicílios com internautas. Entre janeiro e junho deste ano, 2 milhões de usuários brasileiros fizeram sua primeira compra na web, sendo 59% deles da classe C. Esses novos compradores de baixa renda responderam por quase 10% do faturamento on-line no país, que ao todo foi de R\$ 4,8 bilhões, segundo a consultoria e-Bit. Esse valor representa aumento de 27% em relação ao primeiro semestre de 2008, quando registrou R\$ 3,8 bilhões.

Allan Raphael de Paula dos Santos, de 17 anos, conseguiu emprego como aprendiz em um banco. Com salário inferior ao mínimo (R\$ 450), comprou celular “de cartão” e assinou o pacote de TV a cabo e internet que vai atender toda a família por R\$ 50. “A internet é uma fonte de aprendizado e me ajuda nos trabalhos de escola”, justifica o jovem, que faz planos de trocar de aparelho no fim do ano. O pai, o corretor de seguros Adilson dos Santos, de 50 anos, aproveitou a melhora na renda para fazer reforma na casa, no Bairro Alípio de Melo. A família Santos faz parte da nova classe média, que cresceu 35,7% em cinco anos, entre 2003 e 2008, segundo pesquisa da Fundação Getúlio Vargas, divulgada na semana passada. No período, 25,9 milhões de brasileiros ingressaram no mercado consumidor nacional, segundo o levantamento, feito com base nos dados da Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio (Pnad), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

De acordo com a FGV, quase metade da população brasileira (49,2%) está na classe C, o equivalente a 97,1 milhões de brasileiros. Já a classe alta (AB) reunia 19,4 milhões de pessoas em 2008, representando 10,4% da população. “Embora a classe dominante no sentido financeiro seja a AB, a classe C já representa quase a metade da população e vai comprar mais neste Natal”, compara Marcelo Néri, pesquisador da FGV. Segundo ele, o fenômeno se deve ao reajuste do salário mínimo acima da inflação, à geração de empregos e à renda do Bolsa-Família, que proporcionou a subida da classe D. “O Brasil pegou o caminho do meio. Nem tanto aos ricos, nem tanto aos pobres, investindo neste novo mercado consumidor que está crescendo”, completa.

Quase 90% das pessoas que têm computador com internet estão nas classes A, B e C. Em 2008, a taxa de acesso a computador com internet já é quase 2,2 vezes maior que em 2003. Efeito semelhante pode ser visto para a taxa de acesso a celular (duas vezes maior em relação a 2008). Pelos critérios da pesquisa da FGV, é da classe alta a família com renda superior a R\$ 4.807. Os pobres são representados pelas que ganham menos de R\$ 768. O analista Eduardo Roma espera comprar a metade de seus presentes de Natal pela internet. “O preço é mais competitivo. Mesmo com frete, grande parte das compras sai mais barata pela internet. As pessoas não têm mais tanta disponibilidade para ir ao shopping”, afirma Roma.