

NATAL.COM

Varejos de olho nos emergentes

Com cartões de crédito e computador às mãos, os 25,9 milhões de brasileiros que ascenderam à classe C devem aquecer as vendas pela internet.

PÁGINAS 15 E 16

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

Um Papai Noel pontocom

GEÓRGEA CHOUCAIR E SANDRA KIEFER

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.

CLASSE C EM ALTA

EVOLUÇÃO DAS CLASSES ENTRE 2003 E 2005

CLASSE AB

(Renda familiar acima de R\$ 4.807)



CLASSE C

(Renda familiar entre R\$ 1.115 e R\$ 4.807)



CLASSE D

(Renda familiar acima de R\$ 768 a R\$ 1.115)



CLASSE E

(Renda familiar abaixo de R\$ 768)



EVOLUÇÃO DA CLASSE MÉDIA POR ESTADO, EM % SOBRE O TOTAL DA POPULAÇÃO

	1993	2008
Minas Gerais	27	52,8
Rio de Janeiro	37,9	54
São Paulo	44,7	59,9
Espírito Santo	25,3	51,2
Rio Grande do Sul	45,1	59,4

EVOLUÇÃO DO PERCENTUAL DE FAMÍLIAS DA CLASSE C COM INTERNET EM CASA

2001	8,22
2002	10,01
2003	11,10
2004	12,06
2005	13,65
2006	16,96
2007	20,52
2008	24,78

EVOLUÇÃO DO PERCENTUAL DE FAMÍLIAS DA CLASSE C COM CELULAR

2001	30,79
2002	34,46
2003	38,57
2004	48,88
2005	61,40
2006	65,81
2007	70,04
2008	78,58

Fonte: FGV-Rio, a partir dos microdados da PNAD/IBGE

PAULO FILGUEIRAS/EM/D.A.PRESS



Eduardo é um dos candidatos a usar a web nas compras natalinas