



# ECONOMIA

NA BASE DA PIRÂMIDE

## Por que redes de varejo, indústrias e bancos disputam o cliente de baixa renda



# Popular e bilionário

Consumo de classes C, D e E sobe US\$ 14 bi e atinge US\$ 137 bi, com crédito e renda

Fabiana Ribeiro e Luciana Rodrigues

**C**ada vez mais empregados são filhos de famílias de baixa renda. Uma verdadeira explosão do consumo popular nos últimos anos. Pesquisa da consultoria Target Marketing mostra uma migração de consumidores das classes D e E (renda familiar de R\$ 300 e R\$ 200) para a classe C (R\$ 1.800) que, em 2005, respondeu por 38% dos lucros das transações, contra 31% em 2001. No ano 2005, esses três segmentos tiveram seu consumo crescer em US\$ 11 bilhões, chegando a US\$ 137 bilhões, segundo estimativa da Target.



A FAMILIA Garcia tem a filha Clara comprando em 2005 online. geladeira, fogão e tv. "O crédito permitiu ao poder consumir"

— Quem quiser crescer terá que vender para as classes C, D e E. Não tem jeito — afirma Renato Mourão, vice-diretor da Data Popular, uma consultoria com foco na baixa renda.

Para cada criança das classes A e B, dez pequenas das D e E. De acordo com a Data Popular, cerca de 10 milhões de famílias vivem no cinturão da Miséria, o total de clientes da empresa difere na comparação com o mesmo mês do ano passado. O consumo popular não cresce apenas nas empresas, quando pensamos no futuro, os valores para os produtos populares, para cada adult

— das classes A e B, há 55 adultos nas classes D e E; para cada criança das seguintes mais abastadas, há 100 nas classes mais pobres.

Para a diretora do Instituto Econômico de Classe, Maria da Glória, famílias de classes C, D e E possuem, mais fortemente que outras, dois anos, a fazer parte da estratégia do varejo.

— Trata-se de um consumo apertado, que deve a prestação de serviços. A próxima classe média, acadêmica, vive na rede popular.

Marcelo Piazzi, diretor da Target, ressalta que não se trata de um boom de consumo como o visto logo após

— É o crédito que alimenta o consumo das famílias de baixa renda. Hoje, vendemos crédito de 20 parcelas para a classe C. É este consumidor que faz com que possamos ter lojas e empresas com mais contratos profissionais no setor.

Total de itens da cesta de compras das famílias pobres que desfilou com foco nas classes C e D, a indústria de cosméticos. Nely Viza, diretora de vendas, diz que em 2005, a Nely já é líder de vendas em seu segmento no segmento de cosméticos que, no total, movimentou R\$ 1 bilhão por ano no Brasil. Graças ao preço de R\$ 1,40, seu creme hidratante, custa um valor de pelo menos R\$ 12 de cosméticos. A empresa também lançou em 2005 a linha transformo (do hidratante e relaxante dos cabelos), respondendo por vendas anuais de R\$ 600 milhões no país.

— O segmento popular era muito discriminado. A abertura das universidades das classes C e D aumentou de trabalho mudou isso. Estamos falando de famílias nas quais, há cinco anos, quem conseguia o emprego e o crédito de qualquer ora o mercado, quem conseguia o emprego e o crédito de qualquer ora o mercado.

— O crédito permitiu que o poder econômico migresse para as classes C, D e E, com o crédito de subsídio, isso vai ser um aumento muito interessante. Focamos na população de baixa renda, que, em 2005, a cesta de compras de famílias das classes C, D e E movimentou R\$ 137 bilhões, segundo a Target.

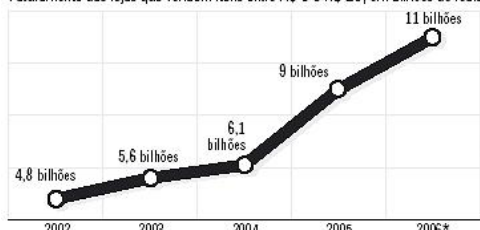
— Quem garante isso é Michel Kohn, diretor das Casas Lotéricas, uma das maiores redes populares do país. E compareceu com milhares de empresas ao São Paulo (com abertura em 2005) que faturaram 27% anuais no ano passado.

Para 2006, espera-se algo entre 20% e 30% de crescimento com Brasil.

# O salto do mercado

## O CRESCIMENTO DOS IMPORTADOS POPULARES

Faturamento das lojas que vendem itens entre R\$ 1 e R\$ 20, em bilhões de reais



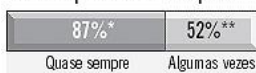
Fonte: Abipp. \*Estimativa

## OS NÚMEROS DO SETOR

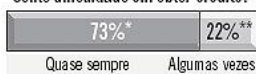
- 60 mil pontos de venda em todo o país
- 7 mil contêineres por ano de importados
- 300 mil postos diretos de trabalho

## O PESO DO CRÉDITO

Costuma parcelar suas compras?



Sente dificuldade em obter crédito?



\* Nas famílias com renda média de R\$ 1.000! \*\* Nas famílias com renda média de R\$ 3.800

Fonte: Provar e Canal Varjo

Produtos que mais parcela

- Celular, eletroeletrônicos e eletrodomésticos. Nas famílias com renda média de R\$ 1.000
  - Roupas e acessórios, calçados e eletrodomésticos. Nas famílias com renda média de R\$ 3.800
- O valor da parcela mais adequada
- R\$ 60 - Nas famílias com renda média de R\$ 1.000
  - R\$ 150 - Nas famílias com renda média de R\$ 3.800

**em até 10x SEM JUROS NOS CARTÕES**

**Ganhe 50% de desconto nas ligações do seu Claro Exclusivo! Super Oferta!**

**Claro Card**  
A vista **399,00**

**Claro Card**  
A vista **199,00**

**Claro. A primeira abertura GSM presente em 100% dos municípios do Rio de Janeiro.**

**CASA & VIDEO**