Símbolo do Real, iogurte ainda falta na mesa da classe C

Estudo mapeou por um ano os hábitos de consumo de 8.200 famílias das regiões metropolitanas de SP e Rio

Mesmo nas classes A e B, há 50 categorias de produtos ainda não consolidadas, de uma lista de 120 pesquisadas

CLAUDIA ROLLI
DE SÃO PAULO

Quinze anos depois de se tornar um símbolo da estabilização monetária do Plano Real, o iogurte ainda não conquistou lugar fixo na mesa dos consumidores brasileiros das classes C, D e E.

Ao lado dele, entram pouco nos carrinhos de compras produtos como cereais, água mineral e inseticidas.

O fenômeno foi constatado por uma pesquisa que mapeou, durante um ano, 8.200 famílias das regiões metropolitanas do Rio e de São Paulo. No estudo, a consultoria Kantar, especializada em consumo, mediu o que entrava e o que ficava de fora das compras e com que frequência (veja quadro ao lado).

De uma lista de 120 categorias pesquisadas, 57 —menos da metade— estão consolidadas no consumo das famílias da classe C —com renda média de R$ 2.027,70 (uma categoria é considerada consolidada quando está ao alcance de mais de 50 % das famílias de uma faixa de renda).

Na classe DE, com renda média de R$ 1.398,88, são 53 as categorias conquistadas. Na lista a conquistar estão requeijão, cerveja e produto de limpeza multiuso.

Na classe AB, que representa 24% da população, são 70 as conquistadas.

A consultoria utilizou a definição usada pela Abep (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa) para classificar as classes sociais por faixa de renda. Foram considerados como critérios a posse de bens, o grau de escolaridade e as condições de vida nos domicílios das famílias.

Com mais acesso ao crédito e mais facilidades no pagamento, a classe C é a única que está no "vermelho": gasta até 2% mais do que ganha.

"As famílias de menor renda são as que mais equilibram seu orçamento para manter o padrão de consumo que conquistaram nos últimos anos. Na classe DE, a renda média mensal é 4% maior que o gasto médio do mês", diz Christine Pereira, diretora da Kantar.

> **"As famílias de menor renda são as que mais equilibram seu orçamento para manter o padrão de consumo que conquistaram nos últimos anos**
>
> CHRISTINE PEREIRA
> diretora da consultoria Kantar

O equilíbrio no orçamento foi feito com maior planejamento nas compras, constatou o levantamento.

CASA MAIS EQUIPADA

Nos últimos três anos, 3,2 milhões de máquinas de lavar, 4,2 milhões de geladeiras dúplex, 6,7 milhões de micro-ondas e 4 milhões de computadores entraram na casa dos brasileiros.

Mas, apesar dos milhões de bens conquistados, o estudo da Kantar mostrou que, de uma lista de 25 bens (entre eletrônicos, eletrodomésticos e produtos de informática), a casa dos brasileiros da classe C, ou da nova classe média do país, ainda não está equipada com dez desses itens.

Aspirador de pó, TV a cabo, freezer e câmera fotográfica digital são alguns dos produtos que essa faixa de renda ainda não tem.

Na cozinha, sala e quarto das casas da classe DE, ainda faltam computador, cafeteira, videogame, geladeira dúplex, máquina de lavar, câmera fotográfica comum e carro na garagem.

Na casa das famílias AB, só faltam quatro itens para atingir a categoria de consolidado nessa faixa de renda: home theater, câmera de vídeo (filmadora), secadora de roupas e lava-louça.

Os demais 21 já estão nos domicílios dessas famílias.

O QUE NÃO ENTRA NO CARRINHO DOS CONSUMIDORES*

Da classe C — Da classe DE

Ilustrações Alfonso

Sorvete
Cerveja
Inseticida
Leite fermentado
Azeite
Bebida a base de soja
Requeijão
Bolo pronto
Iogurte
Tintura para cabelos
Água mineral
Produto de limpeza tipo multiuso
Amido
Ração para cães
Queijo tipo petit suisse (sobremesa)
Cereal matinal
Catchup

* Em um prazo de um ano com monitoramento dos pesquisadores

O QUE FALTA PARA EQUIPAR A CASA DAS FAMÍLIAS

Em todas as classes

Câmera de vídeo/filmadora
Câmera fotográfica digital
Lava louça
Secadora de roupas
Home theater

Nas classes C e DE

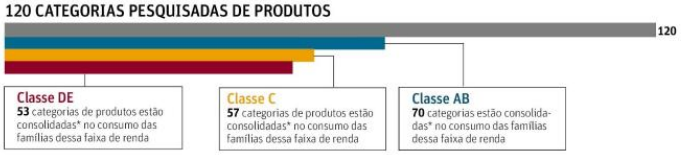
Congelador / freezer
Aspirador de pó
Ar condicionado
CD laser
TV a cabo e/ou satélite
Geladeira duplex

Só da classe DE

Vídeo-game
Microcomputador
Câmera fotográfica comum
Máquina de lavar
Automóvel
Cafeteira

PRODUTOS QUE MAIS ENTRARAM NOS LARES BRASILEIROS
Nos últimos três anos (2009 a 2012), em milhões

120 CATEGORIAS PESQUISADAS DE PRODUTOS



*Uma categoria é consolidada quando está ao alcance de mais de 50% das famílias. Fonte: Pesquisa "Consumer Watch 2012", da consultoria Kantar Worldpanel

METODOLOGIA

8.200
lares nas regiões metropolitanas de São Paulo e Rio de Janeiro

Os pesquisadores coletam notas fiscais de compra de produtos para verificar o consumo das famílias

Printed and distributed by Newspaper Direct
Copyright ANI Pesquisa e Consultoria LTDA