

# Classe C aumenta participação nas lojas virtuais

Consumidor de baixa renda pede opinião da família antes de comprar pela internet

**Cintia Esteves**

cesteves@brasileconomico.com.br

O internauta da classe C está pegando gosto pelo comércio eletrônico. As lojas virtuais ganharam 9 milhões de novos consumidores em 2011, sendo 61% deles pertencentes a esta classe social que, na classificação do e-Bit, empresa especializada em informação de e-commerce, possui renda média familiar de R\$ 4,1 mil.

A principal diferença entre estes compradores e os das classes A e B é o tempo que eles levam para se decidir pela compra. “O internauta de menor renda pede opinião da família, pesquisa preços nas lojas físicas e só depois toma uma decisão”, diz Cristina Rother, diretora de negócios do e-Bit. Isto não quer dizer que o cliente mais abastado compre sem pesquisar o valor do produto na concorrência. A diferença é que ele faz maior uso dos sites de comparação de preços e, assim, consegue se decidir pela compra com mais rapidez.

“O internauta da classe C demora mais para tomar a decisão porque o orçamento é apertado e ele não pode errar”, afirma Cristina. Em 2011, o comércio eletrônico brasileiro faturou R\$ 18,7 bilhões, alta de 26% em relação ao ano anterior. O montante ficou abaixo da meta inicial, que previa aumento de 30%. “O ano foi impactado pela crise europeia e por algumas greves como as dos Correios e dos bancos, responsáveis por emitir boletos de pagamento”, diz Pedro Guasti, diretor geral do e-Bit.

No período, o tíquete médio foi de R\$ 350, cerca de 6% menor na comparação com o ano anterior. “Houve deflação de 9,75% no comércio eletrônico devido a queda de preços dos produtos relacionados à tecnologia. A participação de importados, com o dólar mais barato, também influenciou neste resultado”, diz Guasti. Entre as categorias mais vendidas estão eletrodomésticos, com participa-

ção de 15%, seguida por informática, 12%, e eletrônicos, 8%. O grupo que reúne produtos de saúde e beleza, além de medicamentos aparece em quarto lugar, com 7% dos pedidos. A surpresa ficou para a categoria de moda e acessórios, a qual tirou os livros da quinta posição, com 7% dos pedidos.

“A categoria era pouco procurada devido a falta de padronagem dos produtos. Esta questão está sendo resolvida pelos varejistas”, diz Guasti. Nos próximos dois anos, não devem ocorrer mudanças significativas entre as três primeiras colocações. Para 2012, a expectativa é que o segmento cresça 25%, registrando vendas de R\$ 23,4 bilhões. Só o primeiro semestre deve responder por 45% deste total. ■

Olicio Pelosi

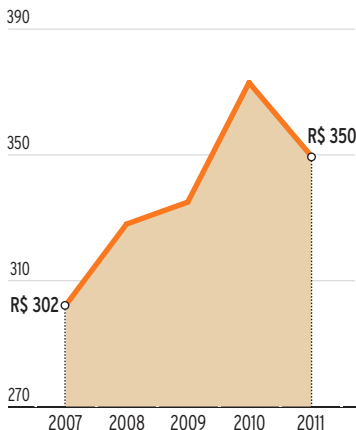


**Pedro Guasti**  
Diretor-geral do e-Bit

“O ano passado foi impactado pela crise europeia e por algumas greves como as dos Correios e dos bancos, responsáveis por emitir boletos de pagamento”

## CARRINHO VIRTUAL

Valor médio gasto pelo brasileiro a cada compra na internet



Fonte: e-Bit