

# Detergente líquido entra no carrinho das classes D e E

## Pesquisa

Lilian Cunha  
De São Paulo

Para milhões de brasileiros que pertencem às classes D e E, 2009 foi o ano em que eles deixaram de lavar louça com sabão em pedra para usar detergente líquido. Embora pareçam pouco importantes, mudanças de hábitos de consumo como essa — ocorridas com a parcela mais pobre da população — foram o principal destaque do consumo de bens não duráveis no país, segundo estudo da LatinPanel, divulgado ontem. A pesquisa apontou que, na hora de ir ao supermercado o

brasileiro com renda familiar de até R\$ 1.840 consumiu itens que antes não podia comprar.

“O número de categorias no carrinho de compras desses brasileiros saltou de 15 produtos para 18, na comparação com o mesmo período de um ano atrás. Eles passaram a incluir água sanitária, detergente líquido e massa instantânea em todas as compras que fizeram nesse terceiro trimestre”, explica Christine Pereira, diretora comercial da LatinPanel.

Assim como os mais pobres, as classes C e A/B também passaram a comprar com frequência itens que antes não consumiam. O carrinho da classe C, por exemplo, passou de 17 itens no terceiro trimestre de

2008 para 22 agora. Os itens agregados foram iogurte, limpadores multiuso, salgadinhos e massa instantânea. Já as classes AB elevaram o número de itens de 24 para 25.

“Isso significa que a penetração da maior parte dos produtos aumentou”, explica Christine. “Mais lares estão comprando regularmente o que antes não compravam ou só compravam esporadicamente”, completa ela.

Por isso, na média, a pesquisa apontou que o consumo de bens não duráveis cresceu 9,7% em volume no terceiro trimestre, em relação a igual período de 2008. De janeiro a setembro, a alta no consumo de bens não duráveis foi de 0,8% em volume médio em

relação aos primeiros nove meses de 2008.

Tanto em uma comparação como em outra, as maiores altas foram registradas entre os consumidores das classes D e E. No trimestre, esse grupo comprou 16,8% mais em volume. A classe C consumiu 7,7% mais e a AB, 5,2%. Nos nove primeiros meses do ano, o grupo DE foi o campeão de consumo, com 17% mais compras em volume. A classe C consumiu 9% mais e a AB, 7%. A média geral de janeiro a setembro somou elevação de 10,8% sobre o mesmo período de 2008.

As classes D e E puxaram a expansão, com 14,3% de aumento de gastos. O segundo maior cres-

cimento se deu na classe AB (9%). Seguida pela classe C (8,4%).

Refletindo a compra de mais produtos, o gasto médio pelas famílias com as cestas de alimentos, bebidas, higiene pessoal e produtos de limpeza também cresceu: 10,7% no terceiro trimestre de 2009, ante o mesmo período de 2008 e 12% entre janeiro e setembro deste ano. “Houve estabilidade de preços na maioria dos itens”, explica a executiva da LatinPanel. “Esse fator, mais o fato de a população ter alcançado mais renda explicam a alta no consumo”, diz. “A prova disso é que somente categorias que tiveram aumento de preço neste ano — como polpas e molhos de tomate e absorventes femininos

— apresentaram queda nas vendas em volume”, diz Christine.

“O consumidor brasileiro está confiante e por isso ele compra mais”, afirma José Reinaldo Riscal, gerente de produtos da Nielsen. O instituto analisou o nível de confiança do consumidor em 54 países entre 28 de setembro e 16 de outubro deste ano. Na comparação com as outras nações analisadas, o brasileiro ficou em quarto lugar, com 108 pontos, perdendo apenas para Índia (120 pontos), Indonésia (115 pontos) e Noruega (110 pontos). “O índice de confiança acompanha as mudanças no estilo de vida da população e o brasileiro tem consumido mais”, afirma Riscal.