

## Luxo direto da web

*Da capital ao interior, é cada vez maior o número de internautas que prefere comprar produtos diferenciados pela rede: praticidade e pouca exposição*

Thiago Marinho

[thiagomarinho.pe@diariosassociados.com.br](mailto:thiagomarinho.pe@diariosassociados.com.br)

13 de maio de 2009

Flash, flash, flash. Mais um momento é registrado com ajuda de uma câmera digital de última geração. No canto esquerdo da foto, um senhor de cabelos com gel, camisa Calvin Klein e terno Giorgio Armani; ao centro, a aniversariante, aos 15 anos, com chapinha estilo seriado The Hills, vestido Carmin e maquiagem M.A.C; a mãe, no canto direito, traz bolsa Victor Hugo, vestido Maria Bonita e sandálias Dolce & Gabbana. Tudo comprado na internet, com ajuda de um notebook Sony. A cena fictícia poderia fazer parte de mais um álbum de família das cidades do interior de Pernambuco ou de tantos outros estados brasileiros. Enquanto as capitais são consideradas o centro da moda e estilo, alguns produtos de luxo, principalmente perfumes e cosméticos, são cada vez mais comprados via comércio eletrônico por consumidores do interior.

Roupas, acessórios e produtos eletrônicos. Tudo adquirido de forma rápida e fácil, com cartão de crédito ou débito em conta, recebidos em casa sem deslocamento ou superexposição dos consumidores. Segundo os especialistas, o comportamento é justificado pela falta de acesso a estes produtos nas cidades de origem e pelo mercado carente, mas às vezes endinheirado, destas localidades. O filão já é visto com bons olhos pelas lojas e fabricantes - vislumbrando novas possibilidades de crescimento.

De acordo com a Sack's, primeira loja on-line de perfumes da América Latina, os interioranos representam 55,1% dos 700 mil usuários cadastrados. Em 2008, eles movimentaram mais de R\$ 33,5 milhões, uma média de R\$ 163 por compra - crescimento de 52% em comparação a 2007. "Descobrimos que muitas destas marcas são conhecidas mundialmente, por serem citadas o tempo inteiro na mídia, mas não tinham pontos de venda em muitas cidades, principalmente nos municípios menores. Conseguimos sanar este problema e conquistar a credibilidade neste nicho usando a internet para isso", confirma o sócio-diretor da empresa, Carlos André Montenegro.

A gerente financeira caruarense Natalice Gonçalves faz parte do grupo de clientes da Sack's: "Não costumo adquirir produtos na internet, mas senti confiança na

loja. Primeiro porque minha cunhada, que mora em Campina Grande (PB), compra bastante no site e segundo porque na página eu pude encontrar novos produtos, como perfumes, xampu e hidratantes importados. Para melhorar, quando quero, ainda pago tudo em dez ou 12 vezes", explica ela, que faz pedidos regularmente há pelo menos um ano.

Tendência - O lugar pode ser diferente, mas as justificativas são as mesmas. Enquanto Natalice procura perfumes e hidratantes diferenciados para quem mora no interior, a estudante e blogueira recifense Camila Coutinho enxerga nos sites estrangeiros novas possibilidades. "Eu e a maioria de minhas amigas consumimos produtos encontrados muitas vezes em sites norte-americanos. De maquiagem a sapato, que não temos aqui ou que só achamos a preços muito altos", conta ela, que escreve o diário virtual Garotas estúpidas ([www.garotasestupidas.com](http://www.garotasestupidas.com)) - sobre moda e feminices.

"Esta é apenas uma das características de quem busca estes artigos na web. Outros consumidores tentam repor produtos já adquiridos ou mesmo fugir das grandes lojas que, por serem muito luxuosas, acabam intimidando clientes em potencial. Enquanto antigamente observávamos dezenas de caravanas do interior em busca de marcas que não achavam em suas cidades, agora estas pessoas podem procurar o que querem na web", diz o administrador André Cauduro D'Angelo, mestre em marketing com uma tese sobre o consumo de luxo no Brasil e autor do livro Precisar, não precisa, também referente ao assunto. "Este tipo de fenômeno virtual, contudo, é mais difícil de ser visto nos artigos realmente caros. Comprar carros de luxo e grifes de alta-costura, por exemplo, também significa ir até às lojas e viver parte do glamour desses lugares", finaliza ele.