

Aumento do consumo das classes C, D e E desperta a publicidade

(Não Assinado)

Empresas direcionam produtos para novos consumidores visando garantir lucro

Diário do Nordeste, Ceará

O Brasil vivencia o nascimento de uma “nova classe média”. Segundo dados da Fundação Getúlio Vargas (FGV), nos últimos seis anos, cerca de 20 milhões de brasileiros saíram da base para o miolo da pirâmide e engordaram a classe que hoje é responsável por mais da metade da população do País. Formada, sobretudo pelos brasileiros da classe C, ela surge com maior poder de compra, saindo do segundo plano para se tornar o “objeto de desejo” do mercado.

Estudo da consultoria de marcas BrandAnalytics, demonstra a importância dessa população: as empresas que decidiram incluir as classes C, D e E em seu cadastro de clientes tiveram aumento de quase 4% no valor de sua marca no primeiro semestre deste ano. Juntas, essas marcas passaram a valer R\$ 21,8 bilhões contra R\$ 15,68 bi no final de 2007.

O novo mercado consumidor aparece com características próprias, bem diferentes da imagem consolidada pelo senso comum. Mais do que decompor estatísticas será necessário conhecê-los muito bem.

A publicidade surge como aliado nessa luta. De acordo com o professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Fortaleza (Unifor), Carlos Eduardo Bittencourt, não é apenas o consumo que está em jogo. O setor publicitário também terá novas oportunidades. “Novos anunciantes deverão entrar no bolo e isto trará muitos benefícios”. Para atender às novas necessidades do mercado, a publicidade não deverá mudar o seu foco: “Deve pensar na possibilidade de falar melhor com esse novo segmento”.