



o portal de notícias da globo

Mulheres da nova classe média consomem mais, diz pesquisa

Não Assinado

Integrantes da classe C dão preferência a marcas e produtos de qualidade. Renda média das mulheres cresceu 78% nos últimos anos, aponta FGV.

Pesquisa da Fundação Getúlio Vargas mostram que pelo 31 milhões de pessoas entraram para a classe C nos últimos anos. As mulheres foram as que mais contribuíram para isso. Com uma renda maior, elas passaram a comprar mais e dão preferência pelas marcas e produtos de qualidade.

A doméstica Izaura Marques tem dois empregos e mora com duas filhas, que também trabalham e estudam. Ela relata que, nos últimos cinco anos, a renda da família aumentou sensivelmente. "Mudou tudo, principalmente a moradia, filha fazendo faculdade, mas temos muitos passos pela frente", conta.

As estatísticas revelam que a população da classe C cresceu 38% nos últimos anos. A renda média desses brasileiros aumentou 62%, mas levando-se em conta apenas a parcela feminina, a renda cresceu 78%. São mulheres que se preocupam com a qualidade de vida e a carreira profissional, e quando vão às compras, valorizam as marcas dos produtos.

Já de acordo com pesquisa do instituto Data Popular, elas passaram a orientar as suas atitudes e comportamentos com base no trabalho e na família, mas sem abrir mão de consumir. As mulheres passaram a gastar mais com produtos de moda e beleza. Para a auxiliar de departamento pessoal Michele Nogueira, a roupa é fundamental para conseguir um emprego. "Já é da mulher ser vaidosa. Acho que isso só vem se aprimorando mais", diz.

Entre as tendências de comportamento, os estudos apontam que as mulheres que ascenderam para a classe C estão mais sofisticadas, consomem perfumes importados, roupas e acessórios de marca. "A gente tem que se cuidar, a mulher tem que ser vaidosa sim. Tem que ir atrás de todos os produtos que oferecem isso, fazer a gente se sentir bem", observa a pedagoga Kelly Ribeiro Pereira.

As mulheres da nova classe média não se acomodam no emprego, nem se contentam com o salário. Elas buscam enfrentar desafios na profissão, almejam uma carreira de sucesso. E são elas que têm o poder de decisão em casa. "A mulher agora é quem manda no pedaço, está podendo", afirma a consultora de vendas Rosélia Augusto de Andrade.