

Classe C puxa consumo e ganha assédio de bancos e seguradoras

Masao Goto Filho/SP



Sandra Turchi, da ACSP: "A ideia é comprar bem para comprar sempre"

■ A classe C está na mira. Indústria, comércio e empresas do segmento financeiro estão de olho no filão que, segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV) já responde por quase metade da população brasileira. Por trás da demanda crescente por eletroeletrônicos, veículos, imóveis e outros produtos de uma lista de desejos sem fim, existe uma dúvida: qual será a relação dessa nova classe média com o dinheiro e os instrumentos de crédito. Levantamento feito pela Associação Comercial de São Paulo (ACSP) com 800 pessoas, intitulado "Perspectivas do consumo" e obtido com exclusividade pelo **BRASIL**

ECONÔMICO, oferece um retrato interessante dessa nova classe média, cuja renda familiar mensal gira entre R\$ 1.116 a R\$ 4.807. Um dos sonhos continua a ser a aquisição da casa própria, que tem sido facilitada pelas instituições financeiras, que reduzem drasticamente as exigências para a concessão de financiamentos habitacionais. A porta de entrada dessa camada da população ao mundo do consumo tem sido o cartão de crédito. Para Sandra Turchi, superintendente de marketing da Associação Comercial de São Paulo, com o consumo em alta é preciso ter cuidado para evitar as compras por impulso.