

Um mercado de R\$ 620 bilhões por ano

(Não Assinado)

Poder de compra chega às classes emergentes – não basta vender, tem que ajudar a usar. 20 milhões de brasileiros passaram a fazer parte da classe média. Falamos de 67% dos cartões de crédito, 75% dos internautas, 50% das crianças das escolas particulares.

A renda de 20 milhões de brasileiros subiu nos últimos anos, e a nova classe média investe mais em lazer, produtos e serviços. Os emergentes estão com grana no bolso e milhões de dúvidas na cabeça. Como escolher a escola particular do filho? Como comprar uma passagem de avião? Qual a forma de comprar sem se enrolar no cartão de crédito?

Os tempos mudaram. A divisão de classes, segundo o método da Fundação Getúlio Vargas, passa a ser de 53,81 (classe C), 15,33% (classes A e B), 13,18% (classe D) e 17,68% (classe E). Em 2008, cerca de 40% da população que pertencia à classe E havia migrado em direção às classificações C e D, na comparação com os resultados de 2007.

A mudança de comportamento do consumidor da classe C motivou o lançamento de um livro dirigido a esse público – “Um Jeito Fácil de Levar a Vida - O Guia para Enfrentar Situações Novas sem Medo”, escrito pelos publicitários Ricardo Sodré e Renato Meirelles, ambos especializados em consumo de baixa renda. “Com cabeça de classe D e bolso de classe C, os emergentes ganham poder de compra, mas não sabem como usufruir qualitativamente de muitos serviços que desconhecem”, explica Meirelles. E Sodré completa com a dica mais clássica do guia: “A melhor maneira de enfrentar situações novas sem medo é perguntando. Não tenha vergonha!”

Quem vê os aeroportos lotados, diariamente, não imagina que milhares de brasileiros nunca viajaram de avião. Nos últimos dois anos, sete milhões de pessoas voaram pela primeira vez. O fato é que esses novos consumidores já “podem” investir em serviços até então inacessíveis. E passam a andar de carro novo, freqüentar restaurantes, comprar computadores para uso doméstico, colocar os filhos em escolas particulares, desfrutar de cuidados pessoais, investir em lazer, hospedar-se em hotéis e até poupar.

Exemplos emblemáticos como o do aeroporto estão no livro. Para o usuário que chega ao aeroporto em seu embarque inaugural, as dificuldades começam ao se deparar com palavras até então desconhecidas, como “check-in”, para despachar as malas e pegar o bilhete de embarque.

“Dicas que parecem óbvias para a grande maioria, fazem toda diferença para quem vai usar um serviço pela primeira vez”, reforça Sodré. As pesquisas revelam que na hotelaria há hóspedes que não sabem como funciona o consumo do frigobar e muitos desconhecem os cartões que estão substituindo as chaves para abrir as portas dos apartamentos. Outras dúvidas freqüentes ocorrem na educação (como escolher uma nova escola), no lazer (como comprar ingressos antecipadamente pela internet), cuidados pessoais (estética), alimentação (como adotar o costume de ler as informações nas embalagens antes de adquirir o produto), trabalho (como conquistar uma vaga), finanças (organização e controle de contas bancárias), tecnologia (esclarecendo o tecnologiês), e por aí vai.

Apresentação do Livro: Um Jeito Fácil de Levar a Vida – O Guia para Enfrentar Situações Novas sem Medo - No supermercado, você pergunta a um funcionário se tem espinafre e ele responde que está na prateleira de produtos orgânicos. No aeroporto, dizem para você passar pelo check-in antes de embarcar. No seu programa de TV favorito, a apresentadora sugere um kit de cosméticos que vem até com esfoliante. No banco, seu gerente oferece um cartão de crédito e de débito automático para suas contas. Esses exemplos mostram que diariamente você pode enfrentar situações novas. E, exatamente por serem novas, é difícil saber como agir. Produto orgânico, check-in, esfoliante, débito automático? Se você não sabe o que elas significam, não se preocupe. O importante é aprender e saber quando esse conhecimento pode ser usado. Este livro surgiu a partir dessa idéia. Ele funciona como um amigo que esclarece suas dúvidas em situações do dia-a-dia. Evidentemente, não substitui as orientações de profissionais especializados em sua área de atuação. Mas, queremos que com esta leitura você se sinta seguro e confiante para enfrentar tudo o que aparecer de novo em sua vida. Para facilitar a consulta, cada capítulo trata de um tema específico. Você pode ler o livro todo ou ir direto ao assunto que mais interessar. Cada capítulo começa com um depoimento de pessoas reais (usando nome fictício) contando situações que, sabemos, qualquer um pode passar quando compra um produto ou usa um serviço pela primeira vez. Recheamos este livro com dicas e orientações para você fazer as melhores escolhas, sem constrangimento ou medo. Simplifique sua vida e boa leitura!

Os Autores - Ricardo Sodré – Administrador de empresas formado pela Universidade Mackenzie com pós-graduação em Marketing. Trabalhou nas maiores e melhores agências de publicidade do Brasil, como DPZ, AlmapBBDO, Y&R, TBWA, EURO RSCG e McCann Erickson, e também na AMV BBDO, em Londres. Ao longo de sua carreira, participou do planejamento estratégico de clientes como Banco Itaú S.A, Kaiser, Volkswagen, Ford, Embratel e BDF

Nívea. Foi o responsável pelo lançamento da cerveja Stella Artois no mercado brasileiro e pela introdução da Peugeot no Brasil, quando atuou como “patrono” da marca, responsável pela inauguração da fábrica brasileira, lançamento do automóvel Peugeot 206, criação e implementação das políticas de pós-venda e posicionamento de imagem. Atualmente, é consultor na área de Marketing. ricardosodre@editorasaraiva.com.br

Renato Meirelles – Sócio e diretor de planejamento da Avenida Brasil Comunicação, única agência de propaganda especializada no mercado de baixa renda. Publicitário pela FAAP com MBA em gestão de negócios pela ESPM, foi colaborador do livro Varejo para Baixa Renda, publicado pelo Centro de Excelência em Varejo da FGV – EAESP (GVcev). É colunista de diversas revistas e editor do site brasildeverdade.com. Quando diretor do instituto de pesquisa Data Popular, conduziu mais de 200 estudos sobre o comportamento do consumidor de baixa renda no Brasil. Em sua carreira já atendeu clientes como C&rA, Unibanco, Coelce, Gol, Positivo Informática, BIC, Eurodata, Grupo Silvio Santos, Banco iBi, Klabin Segall, Pernambucanas, Portal Terra, Camargo Corrêa, entre outros. renatomeirelles@editorasaraiva.com.br

O livro: “Um jeito fácil de levar a vida – O Guia para Enfrentar Situações Novas sem Medo”, lançamento da Editora Saraiva, autores: Ricardo Sodré e Renato Meirelles | 146 páginas | R\$ 14,90 | Já à venda nas livrarias da rede Saraiva e pelo site www.livrariasaraiva.com.br

Lançamento em 24 de março, às 19h30, na Livraria Saraiva do Shopping Brascan Century Plaza – Espaço Knoplex, Rua Joaquim Floriano, 466 (esquina com a Bandeira Paulista) – Itaim Bibi, S. Paulo.