

Na crise, classe média pode ajudar

(Não Assinado)

MERCADO DE CARTÃO DE CRÉDITO

O crescimento da faixa da população considerada a nova classe média brasileira, pode ajudar o setor de cartões a driblar as possíveis dificuldades do mercado. É o que afirma Renato Meirelles, consultor e sócio-diretor da Avenida Brasil, única agência de propaganda especializada em consumo de baixa renda no País. “Diante da pesquisa divulgada pela Fundação Getúlio Vargas que aponta o crescimento da classe média brasileira (considerando famílias com renda entre R\$ 1.064 e R\$ 4.591), essa é uma hora importante para analisarmos como o consumidor das classes C, D, E se relaciona com os meios de pagamento e como essas empresas pensam seus produtos diante desse tipo de público”, afirma o especialista.

Meirelles é um dos palestrantes da conferência “Cartões & Meios de Pagamento”, a ser realizada pelo IPQC (International Quality and Productivity Center), em São Paulo, nos dias 24 e 25 de março. O evento vai debater as novas metodologias, estratégias, parcerias, tecnologias, fidelização de clientes e ferramentas de marketing para gerenciar produtos no setor de cartões e formas de pagamentos. Os debates acontecerão no contexto da atual situação do mercado e do cenário da crise mundial, refletindo sobre as tendências da área e inclui na programação, temas como mobile payment, private label e cartões híbridos.

Segundo dados informados recentemente pela FGV, a faixa de pessoas que incluía a classe C, considerada a nova classe média brasileira, em dezembro de 2008, passou a representar 53,8% da população. No mesmo período de 2007, esse percentual era de 51,8%. Diante dessas informações e da previsão de 6,1 bilhões de transações com cartões no Brasil, para este ano, conforme levantamento da Associação Brasileira de Empresas de Cartões de Crédito e Serviços, Meirelles mostrará como os meios de pagamentos eletrônicos estão cada vez mais presentes na vida do consumidor da classe média.

“Para o consumidor da classe C, o cartão de crédito é realmente utilizado como instrumento de crédito, enquanto para as classes A e B, o uso do cartão é uma questão de comodidade. Antes, quem tinha cartão pertencia ao topo da pirâmide, mas atualmente a maioria dos cartões está dentro da classe média e as empresas precisam levar isso cada vez mais em consideração”, acrescenta.