

Nova Classe C chega ao paraíso do varejo

Resultado da ascensão de cerca de 26 milhões de brasileiros, agora é alvo de fortes ações de marketing. Empregada e com crédito na praça, busca sofisticação e gasta com supérfluos. E 1, 2 e 3



O admirável mundo novo do consumo

Eles têm dinheiro no bolso, perspectiva de manutenção do emprego, crédito na praça e uma imensa vontade de adquirir produtos e serviços antes exclusivos dos mais abastados.

A "nova Classe C", resultado da ascensão de cerca de 26 milhões de brasileiros com a consolidação da estabilidade econômica do País, entre 2003 e 2008, hoje é um importante alvo de pesquisas de mercado, ações de publicidade, marketing e estudos acadêmicos. Todos querem saber como se comporta e o que deseja essa gigante massa estreante no mundo do consumo.

Os critérios e as metodologias para a classificação dessa parcela da população variam muito – para a Fundação Getúlio Vargas (FGV), estão na Classe C pessoas com renda familiar mensal entre R\$ 1.115 e R\$ 4.807. Para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a faixa vai de R\$ 1,4 mil a R\$ 3,5 mil. Considerando o piso e o teto dos dois institutos, estariam atualmente nessa classe econômica nada menos que 98 milhões de consumidores.

Os pessimistas podem argumentar que o fenômeno é passageiro. Estudiosos do assunto, no entanto, afirmam que a mudança parece ser sustentável.

Neste especial, o **Diário do Comércio** mostra um pouco do perfil desses consumidores e apresenta dicas para o comerciante aproveitar de maneira adequada essa histórica mudança na economia brasileira.

Abaixo, o cientista político Amaury de Souza traça o perfil desse estrato social.

