Biblioteca Centro de Memória - UNICAMP
CMUHE046514

LEITE, Adriana. Classe baixa é a mais beneficiada. Correio Popular, Campinas, 24.fev.2003.

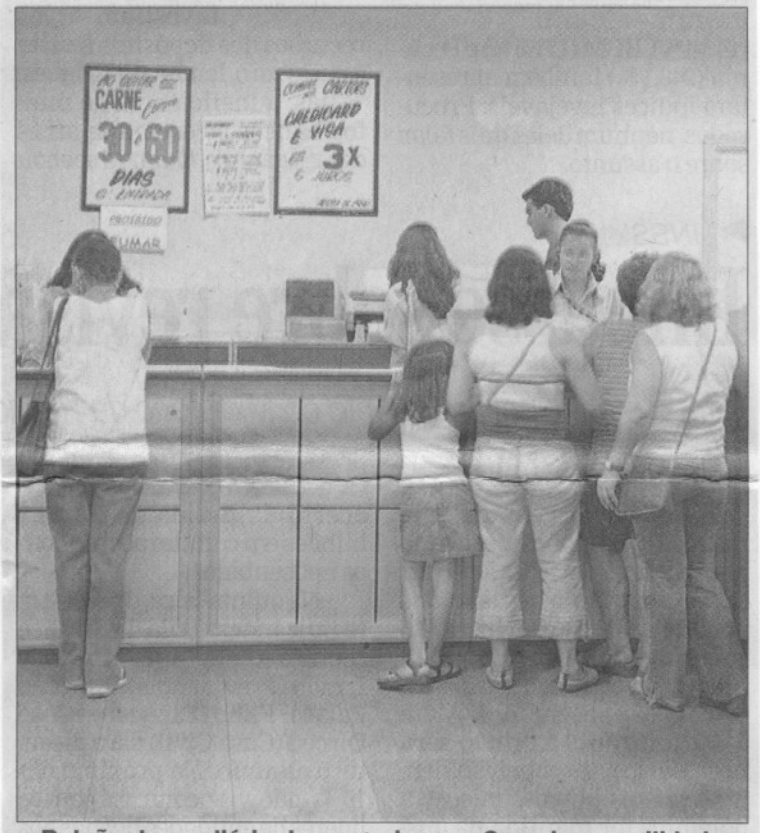
Classe baixa é a mais beneficiada

Especialistas analisam que as operações de crédito com os velhos carnês de prestação são direcionadas aos consumidores de classe média e baixa. Os clientes com poder aquisitivo mais alto estão acostumados a comprar com o cartão de crédito e débito, transações bancárias e pela internet. Outra observação sobre os carnês é que a alternativa agiliza o processo de financiamento dos bens.

"A consulta no crediário próprio é mais rápida", avalia o professor de Marketing da Faculdade de Publicidade e Propaganda da Pontifica Universidade Católica de Campinas (Puc-Campinas), Luiz Carlos Zarpelon. Contudo, ele acrescenta que não são todos os lojistas que têm condições de manter um crediário próprio.

Zarpelon diz que é necessário possuir um lastro grande em decorrência da forte movimentação de recursos. O professor destaca que atualmente até as montadoras encamparam a idéia de crediário próprio ao consumidor por meio dos bancos estruturados pelas indústria automobilística.

O docente de Promoção de Vendas e Marketing do Centro de Linguagem e Comunicação da Puc-Campinas, Wagner Bastos, vê os carnês como uma estratégia antiga e arcaica de marketing, mas que ainda dá resultados. Na opinião do professor, essa modalidade de parcelamento de compras é voltada mais para os públicos C e D. "O crediário próprio também é uma forma das empresas trabalharem mais livremente em relação às financeiras", diz. **(AL/AAN)**



Balcão de crediário de magazine em Campinas: agilidade