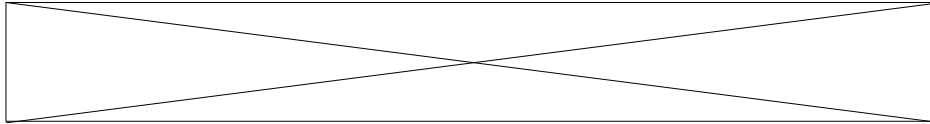


[ASSINE](#)[BATE-PAPO](#)[BUSCA](#)[E-MAIL](#)[SAC](#)[SHOPPING UOL](#)[FOLHA DE S.PAULO](#) | [ÍNDICE GERAL](#)

São Paulo, segunda-feira, 16 de julho de 2007

FOLHA DE S.PAULO dinheiro[Texto Anterior](#) | [Próximo Texto](#) | [Índice](#)

Vencer preconceito ainda é desafio, dizem especialistas

COLABORAÇÃO PARA A FOLHA

Apesar do foco maior na baixa renda, aproximar-se desse segmento tem sido um desafio para empresas que por décadas estiveram distantes dele.

"Não está sendo fácil para os grandes grupos empresariais desenvolver modelos de negócio para esse público", diz o professor Juracy Parente, da FGV. "A estrutura mental dos executivos e suas idéias ainda estão muito influenciadas por uma cultura de alta renda."

Para Haroldo Torres, diretor do instituto de pesquisa Data Popular, é realmente uma dificuldade adicional para as empresas o fato de quem decide as estratégias para o mercado popular não ter contato com o universo da população mais pobre. "Muitos profissionais de marketing e da publicidade se vêm pertencendo ao mundo do glamour. Assim, é difícil assumirem com orgulho que trabalham com a baixa renda."

Texto Anterior: [Frase](#)Próximo Texto: [Financiamento habitacional será nova fase](#)[Índice](#)

Copyright Empresa Folha da Manhã S/A. Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução do conteúdo desta página em qualquer meio de comunicação, eletrônico ou impresso, sem autorização escrita da [Folhapress](#).