2 **O Problema**

2.1 **Origem do Problema e Motivação**

Os pobres têm problemas relacionados a demandas não atendidas por meio de tempo e esforços inadequados, resultando em inconveniência.

As vulnerabilidades podem ser priorizadas de acordo com a pirâmide de Maslow (1970) que coloca em primeiro lugar as necessidades fisiológicas, entre elas a alimentação. Apesar da maior parte dos seus gastos serem com a alimentação, a maioria não se alimenta bem, como o resto da sociedade, devido às escolhas que realiza (Alwitt; Donley, 1996).

O grupo de baixa renda não é homogêneo, mas as suas variações têm sido pouco discutidas. Portanto, um conhecimento mais aprofundado viabilizaria a segmentação que é uma poderosa ferramenta de marketing que permite identificar o grupo de potenciais clientes (Rangan et al., 2007)

Este estudo tem por objetivo ajudar os profissionais de marketing a entender melhor as expectativas dos consumidores de baixa renda em relação à satisfação com a alimentação.

O objetivo acadêmico é fomentar estudos na área pela ótica da satisfação com a alimentação.

2.2 Objetivo da Pesquisa

Este estudo tem como objetivo investigar os fatores que impactam na satisfação com a alimentação, pretendendo colaborar com os estudos já desenvolvidos sobre a população de baixa renda.

Para atingir este objetivo, este estudo segue as seguintes etapas:

1. Identificar os fatores que geram satisfação ou insatisfação com alimentação.
2. Formular hipóteses sobre o impacto dos fatores identificados como geradores de satisfação ou insatisfação.
3. Testar hipóteses que permitam entender como a satisfação com a alimentação dos consumidores desta população se comporta quando associada aos fatores identificados.

2.3 Relevância do Problema

Os consumidores de baixa renda convivem com permanente limitação financeira e, além disso, grande parte do orçamento é direcionada para a compra de alimentos. O entendimento das implicações que a baixa renda tem na compra de produtos e serviços é relevante sob o ponto de vista do comportamento do consumidor. O convívio diário com a restrição do consumo, especialmente em relação à alimentação tem questões demográficas que influenciam e pressionam suas decisões: o que compram, onde compram e como compram (Alwitt; Donley, 1996).

O IBGE (Brasil, 2006) através da pesquisa de orçamentos familiares (Brasil, 2003), tem levantamentos sob a ótica da segurança e insegurança alimentar, mas para que as empresas possam interagir com esse mercado, é importante entendê-lo sobre o ponto de vista da satisfação e insatisfação.

No Brasil, é grande a disparidade de renda entre os consumidores e segundo o IBGE os de baixa renda representam aproximadamente 60% da população. Conforme Prahalad (2005) esse mercado pode ser atendido de forma rentável e nesse sentido entende-se que a maior contribuição deste trabalho é aprofundar o conhecimento a respeito dos fatores que impactam na satisfação com a alimentação das classes sociais mais baixas com a alimentação.

É importante salientar que existe pouca literatura disponível, portanto esse trabalho teve além do referencial teórico, ampla pesquisa para elaboração de um referencial prático baseado em dados secundários do censo demográfico (Brasil, 2000).

O conhecimento aprofundado dos valores e preferências do consumidor possibilita que os profissionais de marketing entendam melhor o mercado de baixa renda e possam elaborar estratégias mais adequadas, desenhar produtos e serviços mais apropriados e desenvolver campanhas de marketing direcionadas às preferências deste estrato social.

2.4 Delimitação do estudo

O intuito deste estudo é investigar a satisfação do consumidor de baixa renda com a alimentação.

Para tanto, a população estudada restringiu-se às pessoas residentes na região do Rio de Janeiro e interior, examinando aspectos relacionados ao seu consumo familiar.

A renda per capita foi limitada em um salário mínimo e a quantidade de crianças em três, por domicílio. A satisfação foi medida somente em um membro de cada domicílio - o responsável por realizar as compras de alimentos.

Por se tratar de um estudo preliminar, acredita-se que novos estudos serão fundamentais para ter maior abrangência e entendimento dos resultados. Por esse motivo os resultados obtidos não devem ser inferidos para grandes populações.