



Mariana Nazaré Livramento

**UM ESTUDO SOBRE OS VALORES NO CONSUMO DE
PRODUTOS DE BELEZA POR MULHERES DE BAIXA
RENDA**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas.

Orientador: Prof. Luis Fernando Hor-Meyll Alvares

Rio de Janeiro
Agosto de 2010



Mariana Nazaré Livramento

**Um estudo sobre os valores no consumo de produtos de
beleza por mulheres de baixa renda**

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-
graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio.
Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Luis Fernando Hor-Meyll Alvares

Orientador(a)

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof^a. Angela Maria Cavalcanti da Rocha

Departamento de Administração - PUC-Rio

Prof. José Luis Felicio dos Santos de Carvalho

UFRJ

Prof^a. Mônica Herz

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 27 de agosto de 2010

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Mariana Nazaré Livramento

Graduou-se em Farmácia na UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) em 2004.

Ficha catalográfica

Livramento, Mariana Nazaré

Um estudo sobre os valores no consumo de produtos de beleza por mulheres de baixa renda / Mariana Nazaré Livramento ; orientador: Luis Fernando Hor-Meyll Alvares. – 2010.

68 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2010.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Beleza. 3. Produtos de beleza. 4. Mulheres de baixa renda e valores I. Alvares, Luis Fernando Hor-Meyll. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Agradecimentos

A Deus, por sempre me iluminar e permitir que meus sonhos se realizem.

Aos meus pais, Luiz Carlos e Suely, e meu irmão Gustavo, pela dedicação e ensinamento, e por serem meus exemplos de vida. À Julie, pela companhia.

À minha família e amigos, por me apoiarem e me escutarem nos momentos mais difíceis.

Ao Leonardo, por ser meu grande incentivador a fazer o mestrado e por estar sempre ao meu lado.

Às minhas companheiras da Dermatus, pelo suporte dado em toda a minha carreira e por me apoiarem nos momentos mais angustiantes dessa caminhada.

Aos amigos da turma do mestrado, em especial Carol, Cynthia, Gabi, Labruna e Suzane.

Ao meu orientador, Professor Luis Fernando Hor-Meyll, pelas excelentes aulas e ensinamentos, fundamentais para que alcançasse meu objetivo.

Às mulheres entrevistadas que gentilmente participaram dessa pesquisa.

A todos os professores do Mestrado em Administração da Escola de Negócios da PUC – Rio pela qualidade de ensino.

Aos funcionários da PUC - Rio, Teresa, Fábio e Mônica, pela competência e por estarem sempre prontos a nos ajudar.

Aos professores Angela da Rocha da PUC-Rio e José Carvalho da UFRJ pela presença na banca e que, com certeza, irão contribuir para a qualidade do trabalho.

Resumo

Livramento, Mariana Nazaré; Hor-Meyll, Luis Fernando. **Um estudo sobre os valores no consumo de produtos de beleza por mulheres de baixa renda**. Rio de Janeiro, 2010. 68p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O mercado de baixa renda tem apresentado um significativo crescimento no seu potencial de consumo. No entanto, o restrito orçamento familiar deste mercado ainda limita o consumo de certos produtos. E mesmo convivendo com essa limitação financeira, muitas mulheres deste grupo consomem produtos que podem ser considerados supérfluos, como produtos de beleza. O objetivo desta dissertação é identificar os valores que levam as mulheres de baixa renda a consumir produtos de beleza. Conduziu-se um estudo exploratório, baseado em entrevistas em profundidade com 17 mulheres. A interpretação das entrevistas, realizada com as técnicas *laddering* e grupo de *focus* e com análise de conteúdo, sugere que mulheres de baixa renda, ao comprarem produtos de beleza buscam reconhecimento social, serem respeitadas como indivíduos e, principalmente, auto-estima.

Palavras-chave

Beleza; produtos de beleza; mulheres de baixa renda; valores.

Abstract

Livramento, Mariana Nazaré; Hor-Meyll, Luis Fernando (Advisor). **A study about values on beauty products by low income women.** Rio de Janeiro, 2010. 68p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The low-income market has shown a significant growth in its consumption potential. However, the limited family budget in this market have limited consumption of certain products. And even living with these financial constraints, many women in this group consume products that can be considered superfluous, as beauty products. The objective of this dissertation is to identify the values that takes low-income women to consume beauty products. It has conducted an exploratory study, based on interviews with 17 women. The interpretation of the interviews held with the laddering technique, focus group and content analysis, suggests that low-income women into buying beauty products seek social recognition, to be respected as individuals, and especially self-esteem.

Keywords

Beauty; beauty products; low income women; values.

Sumário

1. Introdução	12
1.1. Objetivo do estudo	12
1.2. Relevância do estudo	13
1.3. Delimitação do estudo	14
1.4. Organização da dissertação	15
2. Revisão da literatura	16
2.1. Beleza	16
2.1.1. A mulher e a beleza	16
2.1.2. A busca pelo padrão estético	17
2.1.3. Beleza e consumo	19
2.2. As mulheres de baixa renda	21
2.2.1. As restrições financeiras das mulheres de baixa renda	23
2.2.2. A busca pela beleza nas camadas populares	24
2.3. Valores	24
2.4. A cadeia meios-fim	27
2.4.1. Atributos	30
2.4.2. Conseqüências	31
3. Método	33
3.1. Coleta de dados	35
3.2. Limitações do método	36
4. Análise das entrevistas	38
4.1. Análise de conteúdo	38
4.2. Matriz de implicação	41
4.3. Mapa hierárquico de valor	42
4.4. Orientações de percepções dominantes	44
5. Discussão dos resultados	47
5.1. Auto-estima	47
5.2. Ser respeitada	50
5.3. A relação preço x qualidade	51
5.4. A mulher de baixa renda e as marcas de produtos de beleza	52
5.5. A mulher de baixa renda e os cabelos	53
6. Conclusões	56
6.1. Sugestões para pesquisas futuras	58
7. Referências bibliográficas	59

8. Anexos	65
8.1. Anexo I: Tabela de <i>ladders</i>	65
8.2. Anexo II: Matriz de Implicação	66
8.3. Anexo III: Matrizes individuais das cadeias dominantes	66

Lista de figuras

Figura 1: Modelo de Vinson, Scott e Lamont	28
Figura 2: Modelo de cadeia meios-fim	30
Figura 3: Mapa hierárquico de valor	43

Lista de quadros

Quadro 1: Tipos de valores na escala de Rokeach	25
Quadro 2: Modelo de cadeia meios-fim de Howard	28
Quadro 3: Exemplo do modelo de cadeia de benefícios de Young e Feigin	29

Lista de tabelas

Tabela 1: Perfil das entrevistadas	36
Tabela 2: Sumário de códigos	38
Tabela 3: Resumo das relações diretas e indiretas de cada elemento	44