

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Alessandra Baiocchi Antunes Corrêa

**A exclusão da população de baixa renda dos
sistemas de trocas comerciais: uma análise
histórica sob a perspectiva do marketing**

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. Paulo Cesar de Mendonça Motta

Rio de Janeiro,
Fevereiro de 2011.



Alessandra Baiocchi Antunes Correa

**A exclusão da população de baixa renda dos
sistemas de trocas comerciais: uma análise histórica
sob a perspectiva do marketing**

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. Paulo Cesar de Mendonça Motta

Orientador

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. Luis Fernando Hor-Meyll Alvares

Departamento de Administração - PUC-Rio

Prof^a. Mônica Zaidan Gomes Rossi

FACC-UFRJ

Prof^a. Mônica Herz

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 22 de fevereiro de 2011

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

Alessandra Baiocchi Antunes Corrêa

Graduou-se em Administração de Empresas na PUC – Rio (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro) em 1993. Graduou-se no MBA Corporate Finance – IBMEC RJ em julho de 2002. Nos últimos quinze anos trabalhou como diretora na área administrativa financeira em empresas de pequeno e grande porte. Atualmente trabalha como professora na PUC-Rio e é sócia da empresa de consultoria de gestão empresarial A.C. Baiocchi Consultores.

Ficha Catalográfica

Corrêa, Alessandra Baiocchi Antunes

A exclusão da população de baixa renda dos sistemas de trocas comerciais: uma análise histórica sob a perspectiva do marketing. / Alessandra Baiocchi Antunes Corrêa; orientador: Paulo Cesar de Mendonça Motta. – 2011.

95 f. : il. (color.) ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2011.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Consumidores de baixa renda. 3. Marketing. 4. Análise histórica. 5. padrões de troca de Polanyi. I. Motta, Paulo Cesar de Mendonça. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

Agradecimentos

Agradeço a Deus em primeiro lugar.

Ao meu orientador Paulo Cesar pela dedicação, paciência e generosidade.

Aos meus pais pela educação primorosa, amor incondicional e por me apresentar ao incrível mundo da leitura.

Ao meu marido, meu melhor amigo e companheiro cujo apoio, carinho, paciência e força foram fundamentais para a realização deste trabalho.

Às minhas filhas Luisa e Isabella, fontes de inspiração e renovação.

Aos mestres que tive ao longo da vida, em especial Iza Castilho que me ensinou o prazer e alegria de estudar.

Aos professores do IAG – PUC-Rio, pelas oportunidades de aprendizado.

Aos professores que participaram da comissão examinadora, pelas contribuições fornecidas a esse trabalho.

À Teresa Campos e ao Fabio Etienne, pela educação e competência no atendimento aos alunos.

Aos meus colegas de mestrado que proporcionaram uma troca valiosa de conhecimentos e experiências além de fazer a jornada mais divertida.

Resumo

Baiocchi, Alessandra Antunes Corrêa; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **A exclusão da população de baixa renda dos sistemas de trocas comerciais: uma análise histórica sob a perspectiva do marketing.** Rio de Janeiro, 2011. 95p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta dissertação estuda, sob a perspectiva do marketing, a exclusão da população de baixa renda dos sistemas de trocas comerciais ao longo da história. Usando os três padrões de integração de Polanyi - reciprocidade, redistribuição e troca de mercado - investiga de que forma o pobre se relaciona com a sociedade e como interage no sistema econômico. A análise se concentra na Grécia Clássica, Roma Antiga, Paris Medieval e regiões da Europa Ocidental no início da Idade Moderna. Os resultados sugerem que os pobres sempre estiveram à margem das atividades de marketing, excluídos dos processos de troca, sem possibilidade de manifestar suas necessidades e desejos conforme propõe a teoria do comportamento do consumidor. Sugere também que o marketing, por ter a capacidade de fazer o vínculo entre a micro e macro análise, pode contribuir para o entendimento da exclusão da população de baixa renda dos sistemas de trocas comerciais, tanto em problemas revelados na história quanto em situações contemporâneas. Portanto, o marketing, quando lida com o comportamento do consumidor, produz conceitos e análises que ajudam a olhar o pobre como indivíduo, da mesma forma como considera o consumidor no mundo atual.

Palavras-chave

Consumidores de baixa renda; marketing; análise histórica; padrões de troca de Polanyi.

Abstract

Baiocchi, Alessandra Antunes Corrêa; Motta, Paulo Cesar de Mendonça (Advisor). **The exclusion of the low income population from the market exchange systems. A historical analysis from a marketing perspective.** Rio de Janeiro, 2011. 95p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Starting from the premise that poverty has always existed and has never been resolved; this dissertation examines, from a marketing perspective, the exclusion of the low-income population from trading systems over the course of history. This paper investigates how the poor lived and interacted with social/political/economic systems, using the exchange patterns of Karl Polanyi: reciprocity, redistribution and market exchange. The following regions and periods are drawn on as examples: Classical Greece, between the fifth and fourth centuries before Christ; ancient Rome, during the first four centuries after Christ; medieval Paris in the thirteenth century; parts of Western Europe in the early modern age, between 1320 and 1420. Initially, the study advances two postulates. First, that by placing marketing in a historical perspective of poverty, an understanding is achieved that until now was considered unlikely or superfluous. Thus, the importance is stressed, not of rewriting history, but of venturing a look at the low-income consumer from the perspective of marketing. This means, specifically, repositioning the poor as the central unit of analysis, following standard practice in the discipline of marketing. Second, it assumes that by giving the poor a voice to manifest themselves as consumers, an imported door is opened to marketing becoming present in studies of poverty. The contemporary, so-called *subjective* approach, proposes just that and is allied to the multidimensional view of poverty that transcends income in order to identify poverty and exclusion.

Keywords

Low income consumers; poverty; marketing; historical analysis; exchange patterns of Polanyi.

Sumário

1. Introdução	11
1.1 A Realidade da Pobreza	11
1.2. Objeto de Estudo	12
1.3. Objetivo	12
1.4. Método	13
1.5. Conceitos Pertinentes	15
1.5.1. Pobreza	15
1.5.2. Exclusão Social	16
1.5.3. Trocas no Marketing Social	17
1.5.4. Padrões de Troca de Polanyi	18
1.5.5. Ética	18
1.6. Delimitação do Estudo	19
1.7. Organização do Trabalho	21
2. Evolução do Conceito de Marketing	22
2.1. História do Pensamento de Marketing Antigo e Medieval	24
3. Padrões de Troca de Palanyi	27
3.1. Reciprocidade	28
3.2. Redistribuição	28
3.3. Troca de Mercado	29
3.4. Uso da Moeda, Mercados e Comércio Exterior	30
4. Pobreza: Definições e Medidas	32
4.1. A Evolução da Definição de Pobreza	34
4.2. Medidas da Pobreza	36
4.2.1. Medida Absoluta	37
4.2.2. Medida Relativa	38
4.2.3. Medida Subjetiva	39
4.3. Considerações	39
4.4. Pobreza no Contexto Histórico	40
5. Grécia Clássica, Redistribuição e Mercados	41
5.1. Pobreza na Grécia	43
5.2. O Mercado	44
5.2.1. Mercado Interno x Mercado Externo	46
5.3. O Papel do Estado	47
5.4. O Fim do Período Clássico	48
5.5. Conclusões do Capítulo	49

6. Roma Antiga: ênfase nas Trocas Comerciais e Surgimento do Pobre como Classe Social	50
6.1. O Padrão de Vida em Roma Antiga	51
6.2. As Transações Comerciais	52
6.3. Mercado de Trabalho	54
6.4. Desenvolvimento e Tecnologia	56
6.5. A Atuação da Política e Legislação na Economia	57
6.6. Pobre como Grupo Social	57
6.7. Conclusões do Capítulo	59
7. Paris na Idade Média: Pobreza e Reciprocidade	61
7.1. Reciprocidade e Caridade: A Força do Cristianismo na Idade Média	61
7.2. Paris Medieval	62
7.3. Migração	63
7.4. A Mendicância	65
7.5. Pobreza Urbana X Rural	67
7.6. Conclusões do Capítulo	69
8. A Desintegração da Sociedade Medieval	71
8.1. Veneza	74
8.2. Paris	76
8.3. Ypres	77
8.4. Inglaterra	79
8.5. Conclusões do Capítulo	83
9. Conclusão	85
10. Referência Bibliográfica	91

Lista de quadros

Quadro 1 – Modo de transação	29
Quadro 2 – Terminologias usadas para definir a pobreza	33

Lista de figuras

Figura 1 – Relação entre conceitos, definições e medidas da pobreza	32
Figura 2 – Raiz filosófica do conceito da pobreza	34