



Thaís Rodrigues Gonçalves

**Consumo Compensatório de Pessoas
com 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

Abril de 2012



Thaís Rodrigues Gonçalves

Consumo Compensatório de Pessoas com 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
Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. Paulo Cesar de Mendonça Motta

Departamento de Administração - PUC-Rio

Prof^a. Mônica Zaidan Gomes

FACC - UFRJ

Prof^a. Mônica Herz

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 18 de abril de 2012

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

Thaís Rodrigues Gonçalves

Graduou-se em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda na UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) em 2008.

Ficha Catalográfica

Gonçalves, Thaís Rodrigues

Consumo compensatório de pessoas com baixa renda / Thaís Rodrigues Gonçalves ; orientador: Luis Fernando Hor-Meyll Alvares. – 2012.

73f. : il. (color.) ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2012.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Valor hedônico. 3. Consumidor de baixa renda. 4. Consumo compensatório. I. Alvares, Luis Fernando Hor-Meyll. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

À minha família,
por todo carinho, apoio e confiança
em minhas realizações.

Agradecimentos

Gostaria de expressar minha gratidão a todos àqueles que contribuíram para a concretização deste trabalho, seja através de ensinamentos ou apoio.

À minha mãe, pelo amor incondicional, pelo incentivo constante, pelos ensinamentos e valores carinhosamente divididos ao longo da vida;

Aos meus irmãos, Thiago e Fábio, por me apoiarem em mais esta etapa e por auxiliarem as minhas escolhas servindo de exemplo de direção a seguir;

Ao Felipe, pelo carinho e dedicação, compreendendo os muitos momentos de ausência, apoiando-me quando necessário, oferecendo palavras de conforto em momentos de ansiedade e nervosismo, e comemorado cada uma das minhas vitórias;

Ao Professor Luis Fernando Hor-Meyll, pelos ensinamentos e orientações, que deram direcionamento a este trabalho;

Aos Professores Paulo César Motta e Monica Zaidan Gomes, por participarem da banca, pelo conhecimento e disposição que, certamente, tornarão este trabalho mais rico;

À equipe da área comunitária, principalmente Prof. Helena Guarisco e Vice Reitor Prof. Augusto Sampaio, pelo acesso aos alunos bolsistas e pela imensa disponibilidade em ajudar;

Aos meus amigos, que me motivaram nesta importante etapa, estando ao meu lado, respeitando as ausências e oferecendo ajuda e conforto;

Aos amigos do mestrado, com os quais tive o prazer de conviver ao longo destes dois anos, dividindo aprendizados, descobertas, experiências e alegrias.

Resumo

Gonçalves, Thaís Rodrigues; Alvares, Luis Fernando Hor-Meyll. **Consumo Compensatório de Pessoas com Baixa Renda**. Rio de Janeiro, 2012. 73p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Famílias de baixa renda representam aproximadamente 53% da população brasileira e vivenciam situações econômicas e sociais distintas às vivenciadas por classes mais abastadas. Seu comportamento de consumo vem ganhando mais atenção da academia e do meio empresarial. Para examinar como pessoas de diferentes extratos sociais percebem a atividade de compra, atribuindo-lhe maior ou menor valor hedônico, conduziu-se um *survey* a uma amostra não probabilística, composta por consumidores de baixa e de alta renda. Os resultados encontrados sugerem que há diferença, entre consumidores de baixa e alta renda, quanto ao valor hedônico atribuído à atividade de compra.

Palavras-chave

Valor hedônico; consumidor de baixa renda; consumo compensatório.

Abstract

Gonçalves, Thaís Rodrigues; Alvares, Luis Fernando Hor-Meyll (Advisor). **Compensatory Consumption of People with Low Income.** Rio de Janeiro, 2012. 73p. Master degree dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Low income families represent approximately 53% of the Brazilian population and experience different social and economic situations compared with higher social classes. The consumption behavior of this segment is gaining more attention from academia and in the business environment. In order to examine how different income people assign more or less hedonic value to the shopping activity, a survey was conducted on a non-probabilistic sample of low and high income consumers. Results suggest that there are differences in relation to the hedonic value attributed to shopping activity by low-and high-income consumers.

Keywords

Hedonic value; low income consumer; compensatory consumption.

Sumário

1. Introdução	12
1.1. Objetivo do estudo	15
1.2. Relevância do estudo	15
1.3. Delimitação do estudo	16
1.4. Organização da dissertação	16
2. Revisão de literatura	18
2.1. Consumo compensatório	18
2.2. Consumo por status	19
2.3. Baixo poder e a compensação por consumo de status	21
2.4. Consumo hedônico	22
2.5. Baixa autoestima e a compensação pelo consumo hedônico	24
2.6. Consumidores de baixa renda: características e Comportamentos	24
2.6.1. Baixa autoestima e baixo poder	26
2.6.2. Consumidores de baixa renda e o consumo aspiracional	27
2.6.3. O consumo como fonte de prazer	28
2.7. As hipóteses	29
3. Método	30
3.1. Identificação de produtos fortemente relacionados (e não relacionados) a status	30
3.2. Identificação de produtos de natureza predominantemente hedônica (e utilitária)	32
3.3. Verificação de relação entre a condição de baixa renda e o consumo de status e prazer.	35
3.4. Limitações do método	38
4. Resultados e discussões	39
4.1. Classe de renda x produtos relacionados a status	40
4.2. Classe de renda x produtos não relacionados a status	41
4.3. Classe de renda x produtos de dominância hedônica	43
4.4. Classe de renda x produtos de dominância utilitária	44
5. Considerações Finais	46
5.1. Conclusões	46
5.2. Aplicações práticas	47
5.3. Sugestões para pesquisas futuras	48
6. Referências bibliográficas	49
7. Anexos	56
7.1. Anexo A – questionários de pesquisa	56
7.2. Anexo B – Fotografias dos produtos	67

Lista de tabelas

Tabela 1 – Correlação entre os itens	31
Tabela 2 – Produtos relacionados (e não relacionados) a status	32
Tabela 3 – Produtos hedônicos ou utilitários - análise fatorial Exploratória	34
Tabela 4 – Produtos de natureza hedônica (utilitária)	34
Tabela 5 – Distribuição da amostra por idade	39
Tabela 6 – Produtos x status e Prazer	39
Tabela 7 – Produtos relacionados a status	40
Tabela 8 – Produtos relacionados a status - verificações	41
Tabela 9 – Produtos não relacionados a status	41
Tabela 10 – Produtos não relacionados a status – verificações	42
Tabela 11 – Produtos de dominância hedônica	43
Tabela 12 – Produtos de natureza hedônica - verificações	43
Tabela 13 – Produtos de dominância utilitária	44
Tabela 14 – Produtos de natureza utilitária - verificações	45

Lista de figuras

Figura 1 - Pirâmide Econômica Global	13
Figura 2 – Caneta Mont Blanc	67
Figura 3 – Automóvel Citroen C4 Pallas	67
Figura 4 – Macbook	68
Figura 5 – Bolsa Louis Vuitton	68
Figura 6 – Impressora multifuncional HP	69
Figura 7 – Bloqueador solar Nível	69
Figura 8– Caneta BIC	70
Figura 9 – Playstation 3	70
Figura 10 – Petit gateau	71
Figura 11 – Ingresso de cinema	71
Figura 12 – Micro-ondas	72
Figura 13 – Pilhas	72
Figura 14– Aspirina	73

*“O que desejamos determina quem somos
e o que vamos fazer deste mundo”
Melinda Davis*