

Vulnerabilidade de Consumo – um estudo com **consumidores** paulistas de **baixa renda**

 MATEUS CANNIATTI PONCHIO

INTRODUÇÃO E OBJETIVO DO ESTUDO

Um tema de grande interesse atualmente, no âmbito da literatura de comportamento do consumidor, é o consumo na chamada base da pirâmide. De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra Domiciliar do IBGE (2009), no Brasil 51,6% das famílias residentes em domicílios particulares

vivem com rendimento inferior a um salário mínimo per capita. Na região metropolitana de São Paulo, esse número equivale a 41,2% dos cerca de 17 milhões de habitantes.

Ao mesmo tempo, a população brasileira, particularmente a residente na região metropolitana de São Paulo, é exposta a infindáveis ofertas de produtos e serviços. Conforme argumentado por Belk (1999), o distanciamento entre necessidades, vontades e desejos e a capacidade efetiva de concretizá-los é fonte de desconforto e infelicidade, particularmente entre indivíduos mais materialistas.

Belk, Ger e Askegaard (2003) argumentam, adicionalmente, que materialismo – definido como a importância atribuída a bens materiais – não está relacionado com renda. De fato, em estudo acerca do construto materialismo, conduzido com indivíduos paulistanos, Ponchio e Aranha (2008) verificaram ausência de correlação linear

FOTOS: DIVULGAÇÃO



