



## Revista ADM.MADE

Revista do Mestrado em Administração e  
Desenvolvimento Empresarial - Universidade  
Estácio de Sá

**Revista ADM.MADE, Rio de Janeiro, ano 14, v.18, n.3, p.19-39, setembro/dezembro, 2014**

Revista do Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial da Universidade  
Estácio de Sá – Rio de Janeiro (MADE/UNESA). ISSN: 2237-5139

Conteúdo publicado de acesso livre e irrestrito, sob licença Creative Commons 3.0.

Editores responsáveis: Marco Aurélio Carino Bouzada e Isabel de Sá Affonso da Costa

Organizador do número temático: Antonio Carlos Magalhães da Silva (MADE/UNESA)

### **Consumo de Famílias de Baixa Renda no Rio de Janeiro: um Estudo de Segmentação Baseada no Orçamento Familiar**

*Luiza Grilo de Abreu<sup>1</sup>*

*Luis Fernando Hor-Meyll<sup>2</sup>*

*Elisa Maria Costa Nogueira<sup>3</sup>*

---

Artigo recebido em 17/11/2014 e aprovado em 09/02/2015. Artigo avaliado em *double blind review*.

<sup>1</sup> Mestre em Administração (IAG/PUC-Rio). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Endereço: Rua Marquês de São Vicente, 225 – Gávea - Rio de Janeiro – RJ – CEP 22451-900. E-mail: [lugrilo@gmail.com](mailto:lugrilo@gmail.com).

<sup>2</sup> Doutor em Administração (COPPEAD/UFRJ). Professor Adjunto do Departamento de Administração (PUC-Rio). Endereço: Rua Marquês de São Vicente, 225 – Gávea - Rio de Janeiro – RJ – CEP 22451-900. E-mail: [hormeyll@iag.puc-rio.br](mailto:hormeyll@iag.puc-rio.br).

<sup>3</sup> Doutoranda em Administração (IAG/PUC-Rio). Endereço: Rua Marquês de São Vicente, 225 – Gávea - Rio de Janeiro – RJ – CEP 22451-900. Email: [elisamcn@gmail.com](mailto:elisamcn@gmail.com).

## Consumo de Famílias de Baixa Renda no Rio de Janeiro: Um Estudo de Segmentação Baseada no Orçamento Familiar

A população de baixa renda costuma ser vista como formadora de um mercado homogêneo quanto a comportamentos de consumo. Uma forma de melhor compreender o consumo é através da análise do orçamento familiar. Este estudo buscou conhecer padrões de consumo da população de baixa renda da região metropolitana do Rio de Janeiro através da análise de grupamentos (em inglês, *clusters*) dos dados colhidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), nas Pesquisas de Orçamento Familiar (POFs) de 2002/2003 e de 2008/2009. Nas amostras respectivas de 187 e de 355 famílias, representando 800.833 e 1.203.864 domicílios, foram identificados quatro segmentos. Os resultados evidenciam evolução positiva na satisfação com a vida e no padrão de consumo no período entre as duas POFs. Percebeu-se migração de famílias para segmentos com espectro de consumo mais amplo e melhora reportada na qualidade e na quantidade dos alimentos consumidos. O padrão de mudança de consumo pode ter sido influenciado por fatores macroeconômicos e sociais: aumento de renda, crescimento da oferta de crédito, maior oferta de emprego e ampliação de programas sociais.

**Palavras-chave:** Orçamento familiar; Consumo familiar; Segmentação do mercado de baixa renda.

**Keywords:** Family budget; Family consumption; Low-income market segmentation.

### Consumption of Low-Income Families in Rio de Janeiro: A Segmentation Study Based on Family Budget

When consumer behaviors are considered, the low-income population tends to be seen as forming a homogeneous market. A better way to understand their consumption pattern is by examining families' budget. This study contributes to the knowledge of the low-income consumer living in the city of Rio de Janeiro by identifying segments, through cluster analysis of data collected for the Household Budget Surveys (POF) on 2002/2003 and 2008/2009. Four segments were identified, in 187 (2002/2003) and 355 (2008/2009) samples, representing 800,833 and 1,203,864 households respectively. In the period between the two POFs, migration of families to other segments can be noticed. There was an improvement in satisfaction with life and in the reported quality and amount of food consumed. The changing pattern of consumption may have been influenced by macroeconomic and social factors as increased income, growth of credit supply, greater employment rate, and implementation of social programs.

### Introdução

Este estudo procurou contribuir para o conhecimento sobre padrões de consumo da população de baixa renda, através da análise da composição do seu orçamento familiar. Buscou-se ampliar as descobertas de Silva e Parente (2007), ao estudar não apenas outra importante região metropolitana do País, o Rio de Janeiro, mas também mudanças nas alocações de orçamentos em um período de tempo, através das Pesquisas de Orçamento Familiar (POFs) conduzidas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2002/2003 e em 2008/2009, associando perfis encontrados a variáveis socioeconômicas.

Uma das possíveis formas de se estudar o consumo é através da análise do orçamento das famílias. A POF disponibiliza informações sobre a composição do orçamento das famílias brasileiras e sobre suas condições de vida, constituindo-se em importante e rica base de dados ainda pouco explorada em estudos relacionados ao comportamento do consumidor.

A população de baixa renda costuma ser vista pelas empresas como mercado homogêneo, onde todos têm os mesmos desejos, características e comportamentos de consumo. Porém, o estudo de Silva e Parente (2007), desenvolvido com base em dados da POF relativos à cidade de São Paulo, mostrou que existem diversos segmentos, nessa parcela da população, que devem ser considerados respeitando-se suas diferenças.

Nos últimos anos, o salário mínimo teve aumentos reais, gerando crescimento de renda da população de classes socioeconômicas mais baixas. Tal crescimento, juntamente com o aumento da oferta de crédito e com programas sociais implementados pelo governo federal, facilitaram o acesso ao consumo dos cidadãos de baixa renda, fazendo com que famílias mudassem a forma como alocam seu orçamento.

### **O consumidor de baixa renda**

Diversos acadêmicos e empresas utilizam o Critério de Classificação Econômica Brasil, criado pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), para estratificar a população em classes sociais. O critério estima o poder de compra com base em informações sobre posse de bens e sobre grau de instrução do chefe de família, gerando pontuação que define as classes econômicas (ABEP, 2011).

Na academia, não existe consenso sobre o que caracterizaria o consumidor de baixa renda. Alguns autores usaram a classe social, como Chauvel e Suarez (2009) e Fustaino e Yamamoto (2009). Outros, a renda - familiar ou per capita - como Grossi, Motta e Hor-Meyll (2008), Silva e Parente (2007) e Ponchio e Aranha (2009). Um terceiro critério seria o local de moradia, adotado por Barros (2009), Castilhos e Rossi (2009) e Mattoso e Rocha (2009).

Estudos identificaram algumas características e peculiaridades dos consumidores de baixa renda. Parente (2008) apontou que eles têm comportamentos mais conservadores do que os de classes socioeconômicas mais favorecidas e têm mais comprometimento com valores religiosos (FUSTAINO; YAMAMOTO, 2009). Castilhos e Rossi (2009) identificaram a existência de laços familiares fortes, com definição clara do papel de cada membro, reforçando a importância dos valores familiares.

O gosto pela fartura pode ser observado, principalmente em relação a alimentos: a mesa farta é motivo de orgulho, por distinguir os pobres dos "muito pobres", reafirmando a identidade (CASTILHOS; ROSSI, 2009).

A baixa autoestima está relacionada ao fato de os mais pobres sentirem-se inferiorizados e excluídos por sua baixa capacidade de compra, fazendo com que se sintam parte de uma classe inferior. Fazem de tudo para mostrar que, embora tenham menor poder aquisitivo, são dignos e honestos, e temem ser confundidos com marginais e malandros.

Honram o pagamento de contas, para que, mantendo o nome “limpo”, possam continuar comprando no futuro (CHAUVEL; SUAREZ, 2009; FUSTAINO; YAMAMOTO, 2009).

A lealdade a marcas famosas representa busca por inclusão social e participação na sociedade de consumo. Em alguns casos, essa preferência pode ser pela garantia de qualidade que a marca simboliza (CHAUVEL; SUAREZ, 2009; FUSTAINO; YAMAMOTO, 2009; GROSSI; MOTTA; HOR-MEYLL, 2008).

Embora o consumo e o próprio ato de ir às compras sejam considerados como momentos de lazer, que geram prazer, poder e satisfação, tais sentimentos são confrontados com a frustração decorrente da limitação financeira, que impede a compra de produtos desejados. Entretanto, deve-se atentar que, embora tenham restrições financeiras semelhantes, consumidores de baixa renda não são um grupo homogêneo - estudos de segmentação identificaram diferenças significativas nessa camada da população.

### **Segmentação do mercado de baixa renda**

Silva e Parente (2007) basearam-se nos dados da POF de 2002/2003 para identificar diferentes perfis de gastos da população de baixa renda da cidade de São Paulo, com rendimentos familiares mensais entre R\$400,00 e R\$1.000,00 (equivalente à faixa de dois a cinco salários mínimos em 2003). Os resultados mostraram que a camada de baixa renda não é, de fato, um segmento homogêneo, apresentando diferentes padrões de consumo que não podem ser ignorados.

A análise de grupamentos conduzida por Silva e Parente (2007) identificou cinco segmentos: “sofredores do aluguel”, grupo com a menor renda bruta e maior inadimplência, com orçamento concentrado em despesas com habitação (44%) e com alimentação (14%); “jeitinho brasileiro”, famílias com o menor orçamento disponível e com o menor percentual de posse de bens duráveis; “valorização do ter”, grupo com mais alto nível de escolaridade e maior percentual de posse de automóveis e de vários outros bens duráveis, com gastos concentrados em alimentação (15%), em transporte (12%) e em habitação (11%); “batalhadores pela sobrevivência”, grupo com o menor nível de escolaridade e menor renda per capita mas com a menor taxa de inadimplência, cuja maior parte das despesas é voltada para alimentação (39%) e para habitação (10%); e “investidores”, com a maior renda per capita e com menor número de moradores por domicílio, alocando 39% do orçamento em aumento de ativos (investimentos, construção e reformas), 7% em alimentação e 6% em transporte.

Outro trabalho que trouxe evidências de segmentação da população de baixa renda, de natureza etnográfica, foi conduzido por Castilhos e Rossi (2009) em comunidade em Porto Alegre. Identificou que moradores, baseados principalmente na posse de bens, segmentavam os “pobres” em três subclasses: os “pobres-pobres”, que não têm atendidas necessidades básicas, como alimentação e moradia; os “pobres”, que têm moradia e alimentação, mesmo que básica; e a “elite do morro”, comerciantes locais, com melhores casas, que se relacionam entre si, criando grupo fechado.

Nogami, Vieira e Medeiros (2012) consideraram a segmentação de Castilhos e Rossi (2009) compatível com estudos internacionais. Os segmentos elite do morro, pobres e pobres-pobres têm relação com as classes C2, D e E (ABEP, 2011), considerando fatores como relacionamento social, autoestima e comportamento de compra.

Desconsiderando diferenças regionais possivelmente envolvidas, pode-se dizer que os estudos citados apontam para a existência de diferentes grupos, considerando-se restrições orçamentárias, estilo de vida e valores culturais.

### **Consumo de famílias de baixa renda**

Castilhos e Rossi (2009) sugeriram que alguns bens de consumo mostraram-se centrais na organização do dia a dia das famílias de baixa renda. A moradia é o mais valorizado, onde investem grande parte do orçamento. Produtos eletrônicos fazem a conexão entre os pobres e a modernidade. Alguns eletrodomésticos, como geladeira e fogão, são considerados “básicos”, enquanto a aquisição de móveis está relacionada a melhor situação de vida.

O vestuário também é valorizado: através dele podem esconder sua condição de pobres, principalmente os mais jovens. Para os mais velhos, o item é priorizado apenas para os filhos. A alimentação e a ética da fatura têm papel relevante e, ao contrário do vestuário, atuam como principal meio de afirmação da identidade de pobre, servindo para distingui-los dos que passam necessidades.

A análise da estrutura de despesas é, frequentemente, feita segundo a renda familiar e segundo diferenças regionais, já que, no Brasil, essas variáveis são relevantes na definição do perfil de consumo das famílias. Porém, outras variáveis também interferem, como o estágio de urbanização, o tamanho da família e o estágio no ciclo de vida da família (JANNUZZI, 1997).

Silva (2004) propôs que o nível de renda familiar influencia o orçamento doméstico e o padrão de consumo das famílias. Diferentes níveis de renda conduzem a diferentes prioridades de despesas, onde as não discricionárias, as essenciais e as necessárias para a sobrevivência têm maior participação no orçamento das famílias mais pobres. Também identificou outras variáveis que influenciam o padrão de consumo: o estágio no ciclo de vida da família, a região metropolitana onde vivem, o grau de instrução do chefe de família, o número de pessoas residentes, e as características da família e do domicílio.

Como o padrão de gastos é suscetível a variações da renda, para se estudar a influência de outras variáveis é necessário “controlar” a variável renda (JANNUZZI, 1997). Esse procedimento foi adotado no estudo do Silva e Parente (2007), que se limitou ao rendimento familiar mensal entre dois e cinco salários-mínimos.

Outros trabalhos investigaram a influência da renda no orçamento. Chauvel e Mattos (2008) mostraram que consumidores de baixa renda dão grande prioridade às compras feitas para a casa, geralmente divididas em dois tipos: as compras “do grosso”, mais volumosas, realizadas mensalmente ou quinzenalmente, e as semanais ou diárias. Nas

mensais, mais planejadas, são priorizados itens essenciais e que podem ser guardados, então comprados em maior quantidade. As semanais ou diárias, compras de reposição ou esporádicas, envolvem produtos perecíveis e itens supérfluos, e dependem de rendimentos eventuais, podendo representar economia ao aproveitar promoções (PARENTE; BARKI; KATO, 2005).

Além de produtos de beleza (GROSSI; MOTTA; HOR-MEYLL, 2008), itens como telefone celular, computador, DVD, *videogame* e televisão moderna, que à primeira vista poderiam ser considerados como supérfluos para quem tem orçamento muito limitado, são importantes para o consumidor de baixa renda. Fazem-no distinguir-se das pessoas de mesma classe, conferem status, afastam-no da condição de pobreza (CASTILHOS; ROSSI, 2009), levam a adquirir o respeito das classes sociais mais altas (LIVRAMENTO; HOR-MEYLL; PESSOA, 2013) e dão melhor condição para o desenvolvimento dos filhos (BARROS, 2009), mesmo que, muitas vezes, sacrifiquem parte do orçamento destinado à alimentação (LIVRAMENTO; HOR-MEYLL; PESSOA, 2013).

Pfeiffer e Mafezzolli (2011) mostraram que, mesmo em municípios pequenos como o de Santa Luzia, na Paraíba, pessoas de baixa renda não se incomodam tanto por terem que pagar preço alto para adquirir bens desejados, desde que sejam de alta qualidade. Falhas e defeitos não são compensados por preço baixo, sendo motivos de elevada insatisfação.

Fustaino e Yamamoto (2009) investigaram fatores que contribuem para o aumento das dívidas dos consumidores de baixa renda, descobrindo que, quando ocorre aumento da renda, o consumidor fica mais vulnerável ao consumo e ao aumento do endividamento, ao invés de ter mais conforto financeiro. Além disso, o consumo de itens que oferecem emoção e felicidade é responsável por novas dívidas, parecendo que o crédito é fator que contribui para o vício de consumir (FUSTAINO; YAMAMOTO, 2009).

No Brasil, a oferta de crédito é apontada como fator que impulsionou o consumo nas camadas menos favorecidas. A população de baixa renda não acha atraente ter poupança, por oferecer rendimento baixo. O desejo pela posse imediata de bens tem apelo maior do que a poupança, levando-os a adquirir o produto a prazo, mesmo à custa de altos juros, prática chamada de "poupança invertida" por Bursky e Fortuna (MATTOSO; ROCHA, 2009).

## **Orçamento familiar**

Engel (1857) estudou o impacto do rendimento no perfil de gastos familiares, criando a Lei de Engel, que propõe que o aumento do nível de renda faz com que, relativamente ao orçamento total: 1) decresça a proporção de gastos com alimentação; 2) mantenha-se aproximadamente constante a participação dos gastos com vestuário e habitação; e 3) cresça a proporção dos gastos com educação, recreação e outros serviços (KIRSTEN, 1985, *apud* JANNUZZI, 1997).

A disponibilidade de renda é fator que diferencia a estrutura de despesas das famílias. As de menor renda priorizam gastos com itens básicos, enquanto famílias com maior poder aquisitivo consomem quantidade maior e mais diversificada de produtos e de serviços. Com isso, a proporção de gastos com alimentação decresce com o aumento da

renda, pois, após satisfazer a necessidade de consumo alimentar, o que sobra da renda é destinado para o consumo de outros bens e serviços (KIRSTEN, 1985, *apud* JANNUZZI, 1997).

O trabalho de Heath e Soll (1996) mostra que consumidores sempre organizam o orçamento em categorias de despesas (alimentação, habitação, lazer, entre outras) e controlam suas despesas do dia a dia com base nesse orçamento. Algumas oportunidades de consumo surgem somente após a definição do orçamento, que pode, algumas vezes, subestimar ou superestimar os recursos necessários para determinada categoria. Em função disso, as pessoas controlam as despesas de cada categoria e, quando despesas em determinada classe ultrapassam o orçamento, ou ficam abaixo do previsto, elas buscam não transferir dinheiro entre categorias, para não mudar o orçamento original. A inflexibilidade é uma característica do orçamento, para ser efetivo no controle de gastos, mas pode mudar escolhas do consumidor, fazendo com que ele deixe passar oportunidades que surjam (HEATH; SOLL, 1996).

Chauvel e Mattos (2008) identificaram que, no caso dos consumidores de baixa renda, as escolhas do que será consumido e, de forma geral, a gestão do orçamento, são baseadas na escassez de recursos. O ato de fazer o orçamento é tarefa que toma muito tempo e exige atenção, principalmente desse grupo da população, pois, além de pesquisar preços e priorizar gastos, precisam organizar as compras de modo a utilizarem, da melhor maneira possível, os recursos de que dispõem, evitando desperdícios.

## **Método**

A pesquisa conduzida tem natureza descritiva, baseada no tratamento de dados secundários provenientes das edições da POF de 2002/2003 e 2008/2009. A POF é uma das mais abrangentes pesquisas realizadas pelo IBGE, para "...mensurar as estruturas de consumo, dos gastos, dos rendimentos e parte da variação patrimonial das famílias" (POF, 2010 p. 17). Através dela, é possível traçar perfil das condições de vida da população brasileira com base na análise de orçamentos familiares.

A coleta de dados é domiciliar, por amostragem, tendo, como unidade básica, a unidade de consumo, identificada nos domicílios particulares investigados. Entende-se como unidade de consumo "...um único morador ou um conjunto de moradores que compartilham da mesma fonte de alimentação ou compartilham as despesas com moradia..." (POF, 2010 p. 19). Neste estudo, os termos família e domicílio são utilizados para representar o conceito de unidade de consumo.

As variáveis investigadas englobam características do domicílio e das pessoas, despesas, rendimentos e condição de vida. As despesas, tópico principal da POF, são divididas em monetárias e não monetárias, e abertas nas categorias alimentação, habitação, vestuário, transporte, higiene e cuidados pessoais, assistência à saúde, educação, recreação e cultura, fumo, serviços pessoais e despesas diversas.

O período de referência das informações de despesas variou, conforme a frequência de aquisição e o valor gasto, entre sete dias, 30 dias, 90 dias e 12 meses. Para os rendimentos, o período de referência é de 12 meses. Em função do longo período de coleta

e dos diferentes períodos de referência das informações, foi estabelecida uma data de referência para compilação, análise e apresentação dos resultados. No caso da POF 2002/2003, a data foi 15 de janeiro de 2003, e para a POF 2008/2009 foi 15 de janeiro de 2009. As POFs investigaram, respectivamente, 48.470 e 55.970 domicílios em todo o Brasil.

Como o objetivo deste estudo é analisar os orçamentos de consumidores de baixa renda, utilizou-se a renda familiar como critério para delimitação. Para que a renda não influenciasse na composição do orçamento familiar, decidiu-se usar uma faixa estreita. Foram consideradas como de baixa renda famílias com rendimento mensal entre um e três salários mínimos (GROSSI; MOTTA; HOR-MEYLL, 2008; SILVA; PARENTE, 2007; PONCHIO; ARANHA, 2009). A análise da distribuição da renda das famílias pesquisadas indicou que, nessa faixa, não há grande diferença nos rendimentos, que apresentam aumento suave.

Para o período de 2002/2003, o salário-mínimo considerado foi de R\$ 240,00 (atualizado para abril de 2003) e, para o período de 2008/2009, foi de R\$ 465,00 (atualizado para fevereiro de 2009). Assim, as faixas de renda consideradas nos dois períodos são R\$ 240,00 a R\$ 720,00, e R\$ 465,00 a R\$1.395, respectivamente.

O conceito de renda familiar total seguiu a definição da POF (2010), correspondendo a rendimentos monetários somados a rendimentos não monetários de todos da família. Os rendimentos monetários compreendem todos os ganhos monetários: rendimento do trabalho (rendimento do empregado, rendimento do empregador e por conta própria), transferências (aposentadoria, pensão, programas sociais, pensão alimentícia, mesada, doação), rendimento de aluguel e outras rendas provenientes de vendas eventuais. Os não monetários incluem o que é obtido por doação, por retirada do negócio, por troca, por produção própria, por pesca e por caça.

Foram consideradas, neste estudo, apenas as despesas monetárias, através de pagamento a vista ou a prazo. Despesas não monetárias não foram consideradas porque incluem aluguel estimado (famílias que residem em imóveis cuja condição de ocupação é diferente de alugado), inflacionando gastos com habitação. Foram consideradas apenas famílias que residem na região metropolitana do Rio de Janeiro, para diminuir o impacto do fator geográfico no orçamento e para permitir análise mais ampla da faixa de famílias.

Para chegar à amostra final, foram excluídas famílias que apresentavam *outliers* ou valores faltantes nos dados. A amostra final foi de 187 famílias na POF 2002/2003 e de 355 famílias na POF 2008/2009, que, ao serem expandidas, representam 800.833 e 1.203.864 famílias, respectivamente. Como a amostra é representativa para a região metropolitana do Rio de Janeiro, os resultados podem ser generalizados para a população representada.

Através de análise exploratória inicial, identificou-se que cerca de metade das famílias apresentava total de gastos superior ao total de rendimentos. Para que essas fossem mantidas no estudo, optou-se por fazer a análise de *clusters* com os percentuais de gastos de cada categoria de despesa monetária, em relação ao total de gastos. Dentre as variáveis presentes no banco de dados da POF, as que participaram da formação dos *clusters* foram as referentes às categorias de consumo do orçamento familiar definidas pelo IBGE. A escolha (ver Quadro 1) baseou-se no objetivo de identificar e de comparar perfis de



consumo com base no orçamento das famílias, e também no estudo de Silva e Parente (2007). Quatro categorias de consumo não foram consideradas para a formação dos grupos, por apresentarem baixo percentual de resposta: fumo, despesas diversas, outras despesas correntes e diminuição do passivo.

Para a definição dos *clusters*, adotou-se, como medida de similaridade, a distância euclidiana quadrada. As variáveis foram padronizadas em escores padrão (*z-scores*). Inicialmente, o método utilizado na definição dos *clusters* foi o hierárquico, por não se ter qualquer informação prévia sobre o número de grupos existentes (JOHNSON; WICHERN, 2007). Foram testados todos os algoritmos aglomerativos (ligação simples, ligação completa, ligação média, método centróide e método de Ward) e analisados os dendogramas. Os melhores resultados foram encontrados com o método de Ward, que forma grupos de maneira a minimizar a soma interna de quadrados, o que equivale a buscar o mínimo desvio-padrão entre os dados de cada grupo, sendo o algoritmo mais completo.

Com base na análise do dendograma, identificou-se que os dados poderiam ser divididos entre três a cinco *clusters*. Assim, a partir dos resultados encontrados com o método hierárquico, foi aplicado o método não hierárquico (*K-means*) para três, quatro e cinco *clusters*. Na análise de grupamentos, a definição do número ótimo de *clusters* depende, principalmente, do propósito do pesquisador. Após analisar cada uma das opções, os dados ficaram bem divididos em quatro *clusters*, para as duas POFs. Esta definição também levou em consideração o que foi apresentado na literatura (CASTILHOS; ROSSI, 2009; SILVA; PARENTE, 2007; MATTOSO; ROCHA, 2009; CHAUVEL; MATTOS, 2008).

Para delinear o perfil dos *clusters* gerados, foram utilizadas outras variáveis que constam na pesquisa de orçamentos familiares (POF), como variáveis demográficas, moradia e avaliação geral das condições de vida. Os mesmos métodos e procedimentos foram adotados para as duas POFs, para que fosse possível comparar resultados encontrados.

#### Quadro 1 - Variáveis consideradas na formação dos grupamentos e respectivas descrições

Variáveis	Descrição
Alimentação	Alimentação dentro e fora do domicílio.
Habitação	Aluguel, condomínio, serviços e taxas de energia elétrica, telefone fixo, celular, pacote de telefone, TV e Internet, gás doméstico, água e esgoto, manutenção do lar e pequenos reparos, serviços domésticos, artigos de limpeza, mobiliário e artigos do lar, eletrodomésticos.
Vestuário	Roupas para homem, mulher e crianças, sapatos e apetrechos, joias e bijuterias, tecidos e armarinhos
Transporte	Transporte urbano, combustível, manutenção e acessórios, aquisição de veículos, viagens, estacionamento, pedágio, óleo diesel, gás combustível e seguro obrigatório.
Higiene e cuidados pessoais	Perfume, produtos para cabelo, sabonete, maquiagem, produtos para pele, lâmina de barbear, alicate e cortador de unha.
Assistência à saúde	Remédios, planos de saúde, consulta médica, tratamento dentário, tratamento médico e ambulatorial, serviços de cirurgia, hospitalização, exames e material de tratamento.

Educação	Mensalidade, despesas com cursos, livros didáticos, revistas técnicas, artigos escolares, uniforme escolar, matrícula e outras despesas com educação.
Recreação e cultura	Brinquedos, jogos, celular, livros, revistas e periódicos não didáticos, recreações, esportes, instrumentos musicais, equipamentos esportivos, artigos de acampamento e demais despesas similares.
Serviços pessoais	Cabeleireiro, manicuro e pedicuro, consertos de artigos pessoais, depilação, maquiagem, esteticista, e demais despesas similares.
Aumento do ativo	Aquisição de imóveis, construção e melhoramento de imóveis, títulos de capitalização, títulos de clube, aquisição de terrenos para jazigo e investimentos direcionados para aumento do patrimônio em geral.

Fonte: Adaptado de IBGE (2004).

## Resultados

O orçamento das famílias de baixa renda da região metropolitana do Rio de Janeiro concentra-se em alimentação, em habitação e em transporte (ver Tabelas 1 e 2). Por outro lado, as categorias educação, aumento de ativo, serviços pessoais, e recreação e cultura apresentam baixa participação no orçamento familiar. Esse padrão total de gastos apresentou pequenas mudanças nos dois períodos analisados (2002/2003 e 2008/2009), como a diminuição do percentual de despesas com alimentação e com assistência à saúde, e o aumento da participação das despesas com habitação e com transporte. As Tabelas 1 e 2 apresentam os resultados obtidos a partir da análise de grupamentos. Os nomes dos grupamentos foram atribuídos em função de suas características de formação, sendo explicados mais adiante.

**Tabela 1 - POF 2002/2003: Alocação do Orçamento Familiar (em % do orçamento total)**

VARIÁVEIS	GRUPO 1 Preparando o futuro	GRUPO 2 Aessos a risco	GRUPO 3 Gestores competentes	GRUPO 4 Gestores da sobrevivência	MÉDIA
Alimentação	25.0%	11.9%	19.4%	53.9%	30.7%
Habitação	22.5%	59.9%	27.4%	19.8%	30.5%
Transporte	26.7%	6.6%	6.5%	5.8%	11.7%
Assistência a saúde	6.3%	6.7%	28.8%	6.4%	10.6%
Vestuário	5.3%	4.7%	4.3%	4.1%	4.6%
Higiene	1.7%	2.6%	2.0%	2.6%	2.2%
Recreação e cultura	1.3%	0.7%	1.0%	0.8%	0.9%
Serviços pessoais	1.2%	1.1%	0.8%	0.7%	0.9%
Aumento do ativo	1.1%	0.6%	1.4%	0.7%	0.9%
Educação	1.1%	0.7%	0.6%	0.6%	0.8%
<b>Nº (%) de famílias</b>	<b>50 (27%)</b>	<b>40 (21%)</b>	<b>35 (19%)</b>	<b>62 (33%)</b>	<b>187</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da POF 2002-03

**Tabela 2 - POF 2008/2009 Alocação do Orçamento Familiar (em % do orçamento total)**

VARIÁVEIS	GRUPO 1 Gestores competentes	GRUPO 2 Avessos a risco	GRUPO 3 Preparando o futuro	GRUPO 4 Gestores da sobrevivência	MÉDIA
Alimentação	25.8%	12.9%	21.7%	51.7%	28.7%
Habitação	34.5%	62.2%	22.2%	18.7%	33.3%
Transporte	9.9%	6.5%	33.3%	10.5%	14.6%
Assistência a saúde	6.4%	5.8%	3.4%	3.4%	4.9%
Vestuário	5.2%	2.0%	5.9%	3.6%	4.3%
Higiene	2.5%	1.9%	2.6%	2.9%	2.5%
Recreação e cultura	1.3%	1.0%	1.7%	1.2%	1.3%
Serviços pessoais	1.5%	1.2%	1.6%	1.0%	1.3%
Aumento do ativo	1.6%	0.2%	1.1%	0.2%	0.9%
Educação	1.6%	0.9%	1.9%	0.6%	1.3%
<b>Nº (%) de famílias</b>	<b>120 (34%)</b>	<b>69 (19%)</b>	<b>35 (19%)</b>	<b>87 (25%)</b>	<b>355</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da POF 2008-09

A maioria dos segmentos encontrados apresenta o maior percentual de gastos concentrado em alimentação e ou em habitação, itens básicos para essa categoria de consumidores, embora se verifique claramente a heterogeneidade entre os grupos nas duas POFs consideradas.

Os resultados mostram que, na POF de 2002/2003, existem diferenças na forma como cada segmento distribui seu orçamento. O primeiro destaca-se por apresentar alta participação de gastos com transporte (26,7%), assim como gastos acima da média para educação (1,1%), recreação e cultura (1,3%), serviços pessoais (1,2%) e vestuário (5,3%). O segundo segmento concentra prioritariamente seus gastos em habitação (59,9%). O terceiro tem orçamento mais equilibrado entre habitação (27,4%), assistência à saúde (28,8%) e alimentação (19,4%). O quarto destaca-se por elevados gastos com alimentação (53,9%).

Na POF de 2008/2009 (ver Tabela 2), o primeiro segmento apresenta gastos consideravelmente altos com habitação e com alimentação. No segundo segmento, os gastos com habitação (62,2%) se destacam. No terceiro segmento, as famílias têm orçamento mais equilibrado, com destaque para transporte (33,3%), habitação (22,2%) e alimentação (21,7%), bem distantes dos percentuais nas demais categorias. No quarto, a principal categoria de despesas é a alimentação (51,7%).

Com base nestes resultados, e aplicando o uso de outras variáveis da POF como as demográficas, de moradia e de avaliação geral das condições de vida, pode-se analisar mais detalhadamente o perfil de cada segmento.

### Segmentos Encontrados na POF 2002/2003

**Preparando o Futuro** - composto por 50 famílias, representando 27% do total da amostra, sendo o segundo maior segmento encontrado. Relativamente aos demais, apresenta baixa participação de gastos com alimentação e com habitação, que somam

47,5% das despesas totais. Destaca-se por apresentar gastos acima da média para educação (1,1%), recreação e cultura (1,3%), serviços pessoais (1,2%) e vestuário (5,3%), sendo o que aloca mais recursos a essas categorias. Despesas com aumento de ativo (1,1%) são pouco acima da média. Chama a atenção o gasto com transporte (26,7%), o maior entre os grupos. O chefe de família é mais jovem (média de 40 anos de idade) e o grupo tem a maior média de moradores por domicílio (3,4). Outros fatores que o diferenciam dos demais são:

- Renda média bruta total de R\$ 511,40 (correspondendo a R\$ 717,90 em 2009), a segunda mais alta.
- Maior percentual de famílias que moram em imóvel próprio (74%).
- Segunda maior média de anos de estudo dos chefes de domicílio (5,3 anos).
- 78% dos chefes de família são homens.
- 58% das famílias gastam mais do que ganham (maior percentual de endividados).
- Maior percentual de gastos com despesas diversas (2,1% das despesas), outras despesas (3,0% das despesas) e fumo (2,6% das despesas).

Por ser um segmento que tende a ter gastos relativamente equilibrados entre as principais categorias (alimentação, habitação e transporte) e por alocar recursos a recreação e cultura, a serviços pessoais e a aumento do ativo acima da média, pode-se inferir que essas famílias parecem ter maior preocupação com o futuro.

**Avessos a Risco** - formado por 40 famílias, representando 21% da amostra. A principal categoria de despesas é a habitação, com 59,9% dos gastos, que, juntamente com alimentação, compromete 71,8% da renda. As famílias têm renda bruta média de R\$ 528,10 (correspondendo a R\$ 741,30 em 2009), a maior de todos os grupos, e o menor número de moradores por domicílio (2,2). Este segmento diferencia-se dos demais por apresentar:

- Maior percentual de famílias que moram de aluguel (33%), o que justifica o alto gasto com habitação.
- Maior média de anos de estudo dos chefes de domicílio (7,3 anos).
- Maior média de idade dos chefes de domicílio (50 anos).
- 60% das famílias não estão endividadas (não gastam mais do que ganham no mês).
- Maior índice de domicílios que consideram a quantidade de alimento sempre suficiente (35%).
- 65% dos chefes de família são mulheres.
- Os gastos com higiene são acima da média (2,6%).
- Maior porcentual de chefes de família de cor branca (58%).
- Maior porcentual de chefes de famílias que tem cartão de crédito (15%).
- Menor porcentual de gastos com despesas diversas (1,2% das despesas) e fumo (0,5% das despesas).

Relativamente aos demais, é o segmento que tem maior número de famílias não endividadas, talvez por já terem boa parte de sua renda bruta comprometida com despesas de habitação. Por isso, foi denominado de Avessos ao Risco.

**Gestores Competentes** - composto por 35 famílias (19% da amostra total), é o menor dos segmentos e o que menos gasta com alimentação e habitação, que, somadas,

respondem por 46,8% das despesas totais. Destaca-se por ter 28,8% das suas despesas alocadas a assistência à saúde e 1,4% em aumento de ativo, as maiores entre os grupos. A renda bruta média das famílias é de R\$ 503,00 (que corresponde a R\$ 706,10 em 2009) e o número médio de moradores por domicílio é 2,7. As principais diferenças para os demais segmentos são:

- Juntamente com os Aversos a Risco, tem a maior média de idade dos chefes de domicílio (50 anos).
- 6% dizem ter alguma facilidade para chegar ao fim do mês com o rendimento (maior percentual entre os grupos).
- Maior porcentual de famílias com plano de saúde (6%).
- Segundo maior índice de posse de cartão de crédito (14%).
- Único grupo que apresenta gastos com diminuição de passivo (1,3% das despesas).
- Maior porcentual de famílias que não moram na capital (69%).
- Apenas 3% dizem que o alimento consumido é sempre do tipo que quer.

Pode-se dizer que essas famílias têm gestão de gastos mais eficiente, uma vez que conseguem ter a menor participação de gastos com itens básicos (alimentação e habitação), podendo alocar parte do orçamento a outras despesas, principalmente voltadas para aumento de ativos.

**Gestores da Sobrevivência** - o maior segmento, com 62 famílias, correspondendo a 33% da amostra. As despesas são focadas na alimentação (53,9%), sendo o grupo que mais gasta com alimentação e habitação (73,6%), deixando pouca margem no orçamento para outras despesas. O número médio de moradores por domicílio é 3,4 e a renda bruta média é a menor entre os grupos: R\$ 486,10, correspondendo a R\$ 682,40 em 2009. Alguns fatores que diferenciam o segmento dos demais são:

- Menor média de anos de estudo dos chefes de domicílio (4,6 anos).
- 74% das famílias moram em imóveis próprios.
- 63% dos chefes de família são de cor preta ou parda.
- Maior porcentual de famílias que moram na capital (47%).
- Maior índice de domicílios que acham que a quantidade de alimento normalmente não é suficiente (39%).
- Maior índice de domicílios que acham que o tipo de alimento consumido raramente é do tipo que quer (44%).
- Segundo maior porcentual de chefes do sexo masculino (66%).
- Assim como os denominados de Preparando o Futuro, 58% das famílias estão endividadas, pois gastam mais do que ganham no mês.
- Os gastos com higiene são acima da média (2,6%).
- Menor porcentual de chefes de família que possuem cartão de crédito (5%).

Por apresentarem o maior percentual de gastos com alimentação e habitação, e por terem a menor renda bruta, pode-se dizer que as famílias são verdadeiros gestores da sobrevivência. É notável o fato de que a maioria dos domicílios está insatisfeita com a alimentação.

## Segmentos Encontrados na POF 2008/2009

**Gestores Competentes** - maior dos quatro, é formado por 120 famílias, que representam 34% da amostra. Mais da metade das despesas é dedicada à alimentação (25,8%) e à habitação (34,5%). Destaca-se por ter gastos acima da média com assistência à saúde (6,4%) e com aumento de ativo (1,6%), sendo o que mais gasta nessas categorias. As famílias têm gastos acima da média com educação (1,6%) e com vestuário (5,2%). A renda bruta média de R\$ 1.007,90 é a maior entre os grupos, e o número médio de moradores por domicílio é de 2,8. O segmento diferencia-se dos demais por apresentar outras características importantes:

- Maior média de anos de estudo dos chefes de domicílio (oito anos).
- Maior percentual de chefes de família que possuem cartão de crédito (34%).
- Segundo maior índice de chefes de família do sexo feminino (42%).
- Maior percentual de gastos com despesas diversas (2,0% das despesas), outras despesas (4,4% das despesas), fumo (2,6% das despesas) e diminuição de passivo (0,7% das despesas).
- 31% das famílias gastam mais do que ganham por mês e, junto com os Gestores da Sobrevivência, têm o maior número de famílias endividadas.
- Apenas 4% das famílias recebem o auxílio bolsa-família.

As famílias deste grupo foram consideradas como gestores competentes, por terem o menor percentual do orçamento alocado às despesas básicas (alimentação, habitação e transporte), o que permite distribuir recursos para outras categorias.

**Avessos ao Risco** - composto por 69 famílias (19% da amostra), é o menor dos segmentos. As despesas maiores são com habitação (62,2%), que, juntamente com alimentação, representam 75% da despesa total, sendo o grupo que mais gasta com estas categorias. Despesas com assistência à saúde também se destacam, acima da média (5,8%). As famílias têm renda bruta média de R\$ 899,90, a menor de todos os segmentos e também o menor número de moradores por domicílio (2,3). O segmento diferencia-se dos demais pelas seguintes características:

- Maior índice de famílias que moram de aluguel (48%), o que justifica o alto percentual gasto com habitação.
- Maior média de idade dos chefes de domicílio (54 anos).
- 29% das famílias moram em apartamento ou cômodo.
- Menor média de anos de estudo dos chefes de domicílio (6,4 anos).
- 62% dos chefes de famílias são mulheres.
- 43% dos chefes de família são de cor branca.
- Maior índice de domicílios que acham que o tipo de alimento consumido é sempre do tipo que quer (28%).
- 17% das famílias dizem ter alguma facilidade para chegar ao fim do mês com o seu rendimento.

Relativamente aos demais segmentos, é o que tem menor renda bruta. Gastos com habitação e alimentação são relevantes, destinando pouco espaço para as demais despesas, o que pode levar a comportamento mais avesso a riscos.

**Preparando o Futuro** - composto por 79 famílias, representa 22% da amostra, sendo o segundo menor. É o que menos gasta com alimentação e habitação, que, somadas, correspondem a 43,9% das despesas. Tem gastos acima da média com educação (1,9%), recreação e cultura (1,7%), serviços pessoais (1,6%) e vestuário (5,9%), sendo o grupo que direciona maior percentual do orçamento para tais categorias. Também tem despesas acima da média com aumento de ativo (1,1%) e altos gastos com transporte (33,3%), a segunda maior renda bruta média (R\$ 987,50) e a maior média de moradores por domicílio (3,1). Outros fatores que diferenciam o segmento dos demais são:

- Menor média de idade dos chefes de domicílio (39 anos).
- Segunda maior média de anos de estudo dos chefes de domicílio (7,4 anos).
- Menor índice de famílias que gastam mais do que o rendimento mensal (27%).
- 57% das famílias acham que a quantidade de alimentos é sempre suficiente.
- 76% dos chefes de domicílio são de cor preta ou parda.
- Maior índice de famílias que não moram na capital (72%).
- Segundo maior índice de chefes de família do sexo masculino (63%).

Do mesmo modo como foi encontrado na POF de 2002/2003, esse grupo dedica menor percentual de gastos para alimentação e habitação, e mais com aumento do ativo. Também aqui foi denominado de Preparando o Futuro.

**Gestores da Sobrevivência** - segundo maior segmento, formado por 87 famílias (25% da amostra). Gastos com alimentação e habitação somam 70,4% da despesa total, a maior parte (51,7%) dirigida à alimentação. Juntamente com o segmento Preparando o Futuro, tem o maior número médio de moradores por domicílio (3,1) e sua renda bruta total média é R\$ 950,30, o que faz do grupo o de menor renda per capita (R\$ 306,55). Alguns fatores que também diferenciam o segmento são:

- Maior índice de famílias que recebem bolsa-família (13%).
- 92% das famílias dizem ter alguma dificuldade para chegar ao fim do mês com a renda disponível.
- Para 22% das famílias, o tipo de alimento consumido raramente é do tipo que quer.
- 75% das famílias moram em domicílio próprio.
- Maior percentual de chefes de família do sexo masculino (69%).
- Apenas 17% dos chefes de família tem cartão de crédito.
- Os gastos com higiene são acima da média (2,9%).
- Maior índice de famílias que moram na capital (44%).
- 31% das famílias gastam mais do que ganham por mês (juntamente com o Gestores Competentes, tem o maior percentual de famílias endividadadas).

Por ter a menor renda bruta e por gastar mais com alimentação e habitação comparativamente aos demais segmentos, pode-se dizer que estas famílias se tornam gestores da sobrevivência.

### Comparação entre as situações retratadas nas POFs de 2002/2003 e de 2008/2009

A maioria das categorias aumentou sua participação nas despesas totais. Apenas alimentação, assistência à saúde e vestuário tiveram diminuição no percentual de gastos entre 2002/2003 e 2008/2009. De maneira geral, os principais gastos permaneceram os mesmo nos dois períodos, com 70% a 75% sendo destinados à alimentação, à habitação e ao transporte.

A média da renda bruta familiar - atualizada pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC) no período - teve aumento real de 37% no intervalo de seis anos. A média de anos de estudo do chefe de família também aumentou em 33%, enquanto o número médio de moradores no domicílio e a idade do chefe de família mantiveram-se praticamente iguais.

Destacam-se aumento nas famílias que moram de aluguel (de 17% em 2002/2003 para 23% em 2008/2009), e diminuição da residência em imóveis próprios (de 70% para 66%). O percentual de chefes de família que têm cartão de crédito aumentou significativamente, passando de 10% em 2002/2003 para 29% em 2008/2009. O percentual de chefes de família que têm conta bancária com emissão de cheques passou de 2% para 9%.

A avaliação da condição de vida, representada pela facilidade ou pela dificuldade da família para chegar até o fim do mês com o rendimento, apresentou melhora: em 2002/2003, 45% dos chefes de família declararam ter muita dificuldade para chegar ao fim do mês com o rendimento familiar; em 2008/2009, o percentual diminuiu para 27%, ao mesmo tempo em que 11% declararam ter alguma facilidade (soma das respostas "alguma facilidade", "facilidade" e "muita facilidade") para viver com seus ganhos, em comparação com 4% observados em 2002/2003.

O número de famílias de baixa renda que moram na capital manteve-se praticamente estável nas duas pesquisas, em torno de 40%.

A Tabela 3 apresenta um resumo dos segmentos identificados, utilizando os dados da POF em 2002/2003 e em 2008/2009, para facilitar a comparação dos perfis de consumo no período entre as duas pesquisas.

**Tabela 3 - Comparação dos segmentos no período entre as duas pesquisas**

2002/2003		2008/2009	
Segmento	% de famílias	Segmento	% de famílias
Preparando o futuro	26,7%	Gestores competentes	33,8%
Avessos ao risco	21,4%	Avessos ao risco	19,4%
Gestores competentes	18,7%	Preparando o futuro	22,3%
Gestores sobrevivência	33,2%	Gestores sobrevivência	24,5%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados das POFs 2002-03 e 2008-09



Os perfis de consumo mantiveram-se praticamente os mesmos nos dois períodos, apresentando apenas pequenas modificações. Porém, o número de famílias que compõem cada perfil mudou significativamente. Em 2002/2003, o segmento Preparando o Futuro representava 27% do total, sendo o segundo maior grupo. Em 2008/2009, esse segmento, que apresentou basicamente a mesma composição do orçamento porém com percentual maior de gastos nas categorias, representou 22% do total, passando a ser o segundo menor. Nota-se, portanto, que, o percentual de famílias de baixa renda do Rio de Janeiro com este perfil de gastos diminuiu, de 2002/2003 para 2008/2009.

O segundo segmento encontrado em 2002/2003, os Aversos a Risco, era composto por 21% das famílias, podendo ser comparado ao segundo grupo encontrado em 2008/2009. Esse último é o menor segmento, composto por 19,4% do total, parecendo que esse perfil de consumo foi o que se manteve mais estável no período.

Gestores Competentes, composto por 19% das famílias de 2002/2003, é o menor grupo e apresenta características semelhantes ao primeiro grupo encontrado em 2008/2009. Porém, em 2008/2009, além de ser o maior segmento, com 34% do total de famílias, também apresentou gastos acima da média para categorias como educação, serviços pessoais e transporte, tendo perfil de consumo mais amplo e equilibrado do que o de 2002/2003.

O segmento Gestores da Sobrevivência era o maior grupo em 2002/2003, composto por 33% das famílias. Em 2008/2009, foi o quarto segmento encontrado, apresentando a mesma composição de despesas e correspondendo a 25% do total, significando diminuição importante do número de famílias com este perfil de consumo.

A análise dos segmentos encontrados nos dois períodos sugere que itens básicos, principalmente a alimentação, respondem por parcela cada vez menor do orçamento das famílias de baixa renda no município do Rio de Janeiro. Elas passaram a gastar mais em educação, recreação e cultura, serviços pessoais, produtos de higiene e aumento de ativo.

Alguns fatores econômicos podem ter influenciado tal mudança no padrão de consumo. Em primeiro lugar, o aumento real do salário mínimo no período, de 66% entre 2002 e 2009, gerou crescimento da renda das famílias. Outro fator foi o crescimento da oferta de crédito no País, com crescimento de 224% de concessões de crédito de 2000 para 2010. Outros fatores importantes foram a implementação de programas sociais do governo direcionados às famílias de baixa renda, e o aumento e melhora do nível de emprego (PME, 2011).

A oferta de crédito, juntamente com o aumento da renda, elevou o consumo de alimentos de primeira necessidade (SILVEIRA; MENEZES; MAGALHÃES; DINIZ, 2007). Esse fato pode estar relacionado à melhora da satisfação dos consumidores com a quantidade e com a qualidade de alimentos consumidos. De 2002/2003 para 2008/2009, o percentual de famílias para quem o alimento é sempre suficiente passou de 29% para 52% e o percentual de famílias que disseram que o alimento consumido é sempre do tipo que querem passou de 8% para 25%.

Ainda é possível que o maior acesso ao crédito tenha possibilitado o aumento de despesas em categorias como educação, recreação e cultura, serviços pessoais, produtos de higiene e aumento do ativo. Estes resultados são compatíveis com estudos anteriores (CASTILHOS; ROSSI, 2009; LIVRAMENTO; HOR-MEYLL; PESSOA, 2013), que mostram que mesmo diante de restrições no orçamento, o consumidor de baixa renda busca consumir outros produtos e serviços para satisfazer necessidades mais subjetivas, como elevar a autoestima.

### **Considerações finais**

Esse estudo teve, como objetivo, identificar e comparar padrões de consumo das famílias de baixa renda da região metropolitana do Rio de Janeiro, ao longo do período de tempo compreendido entre a divulgação das POFs dos anos de 2002/2003 e 2008/2009, por meio da análise dos segmentos e da composição do orçamento familiar.

Os resultados confirmaram que, também na região metropolitana do Rio de Janeiro, o extrato de famílias de baixa renda é heterogêneo. Embora o orçamento seja restrito, é alocado de forma diferente por cada família, fazendo com que existam diferentes padrões de consumo. Este resultado já havia sido evidenciado por Silva e Parente (2007) para uma amostra de famílias na cidade de São Paulo.

Na região metropolitana do Rio de Janeiro foram identificados quatro segmentos, com perfis distintos, tanto em 2002/2003 quanto em 2008/2009. Em todos eles, nos dois períodos estudados, pelo menos 40% das despesas estão alocadas à alimentação e à habitação. Este fato pode ser entendido por serem, alimentação e moradia, consideradas como itens básicos e, portanto, prioritários na alocação dos orçamentos familiares.

Essas famílias, apesar de não satisfazerem plenamente suas necessidades com alimentação e habitação, também conseguem alocar parte do seu orçamento com despesas discricionárias.

É interessante observar que, de 2002/2003 a 2008/2009, os perfis de consumo não apresentaram grandes mudanças, porém o número de famílias em cada segmento alterou-se significativamente: em 2002/2003, o maior segmento era o dos Gestores da Sobrevivência, que se destacava por ter despesas concentradas em alimentação; em 2008/2009, o maior segmento passou a ser o de Gestores Competentes, tendo maior equilíbrio nas despesas, com 60% dedicadas à alimentação e à habitação, e tendo gastos acima da média com assistência à saúde, com aumento de ativo, com educação, com serviços pessoais e com vestuário.

Parece que, no período analisado, houve migração de famílias de renda mais baixa para outros segmentos, evidenciando melhoria nas suas condições de vida. Grande parte das famílias que, em 2002/2003, gastavam predominantemente com itens básicos, passou a consumir mais em outras categorias, fazendo com que, em 2008/2009, aumentasse, de forma considerável, o número de famílias com perfil de consumo mais diversificado.

Além disso, pode-se dizer que, além de aumento no padrão geral de consumo das famílias de baixa renda, observa-se melhora na qualidade de vida, representada pela satisfação com a qualidade e com a quantidade de alimentos consumidos, e também pelo aumento do percentual de famílias que dizem ter alguma facilidade para chegar ao fim do mês com o seu rendimento.

Provavelmente a mudança no padrão de consumo foi influenciada por fatores macroeconômicos e sociais. O crescimento da renda - gerado pelo aumento real do salário mínimo, pelo crescimento da oferta de crédito, pelos programas sociais oferecidos pelo governo federal, e pelo aumento e melhora do nível de emprego - é provavelmente o principal agente da melhoria evidenciada.

Contudo, não se pode deixar de considerar que, a partir de 2008, a região metropolitana do Rio de Janeiro vem vivenciando processo de pacificação das comunidades carentes, o que, sem dúvida, contribuiu positivamente para a qualidade de vida dessa camada da população. Alguns exemplos são a redução da criminalidade local e a decorrente valorização dos espaços público e privado do entorno da comunidade, bem como maior oferta de serviços de utilidade pública (MUNIZ; OLIVEIRA, 2013), o que atua como propulsor para novos investimentos, de iniciativas privadas e de empreendedorismo. Com isto, diferentes estratégias estão sendo adotadas por diversas empresas, com o objetivo de ampliar a participação no mercado de baixa renda. Empresas de TV por assinatura e varejos especializados em produtos eletrodomésticos e eletroeletrônicos, já estabeleceram pontos de venda ou de atendimento nessas áreas, atraindo e incentivando as famílias a consumir novos produtos e serviços.

Em suma, tanto fatores macroeconômicos como sociais contribuíram para a evidente melhora da situação orçamentária das famílias de baixa renda na cidade do Rio de Janeiro.

Contudo, cabe chamar a atenção para o impacto do crédito neste cenário. Se, em um primeiro momento, o crédito foi crucial para alavancar o consumo, em futuro próximo poderá ser fator limitante, na medida em que o endividamento das famílias cresce. O mesmo pode-se dizer com relação às expectativas de inflação e do crescimento econômico brasileiro. Perspectivas de baixo crescimento econômico, como no último ano, comprometem investimentos das empresas e, conseqüentemente, o nível de emprego. A alta dos preços atua como um imposto regressivo, que impacta sensivelmente as camadas de mais baixa renda. Assim, mesmo pequenas altas de preços são cumulativas ao longo do tempo e, por isso, tendem a afetar negativamente sua qualidade de vida.

Espera-se que os resultados aqui encontrados auxiliem na ampliação do conhecimento sobre o comportamento do consumidor de baixa renda. A quase totalidade dos estudos sobre o tema concentra-se no eixo Rio de Janeiro – São Paulo. Seria importante conhecer o padrão de consumo em outras regiões do País, notadamente na região nordeste, que abriga grande número de famílias de baixa renda.

Para os gerentes de Marketing, os resultados confirmam que, também na região metropolitana do Rio de Janeiro, o extrato representado pelos consumidores de baixa renda não é homogêneo. Pode ser interessante imaginar estratégias de segmentação baseadas nos

padrões de consumo desses mercados. Através da segmentação, as empresas poderão identificar categorias de despesas e, mais detalhadamente, estudar o perfil dos consumidores de cada segmento, permitindo definir com mais precisão públicos-alvo e estratégias de Marketing a serem empregadas.

## Referências

- ABEP–Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. **Critério de Classificação Econômica Brasil**. Disponível em: <<http://www.abep.org/novo/Utils/FileGenerate.aspx?id=197>>. Acesso em: 03/05/2011.
- BARROS, C. “Na internet, todo mundo é feliz”: sociabilidade e familiaridade no universo das camadas populares. In: ROCHA, A.; SILVA, J. (orgs.) **Consumo na base da pirâmide** – estudos brasileiros, Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- CASTILHOS, R.; ROSSI, C. A. Subindo o morro: consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares. In: ROCHA, A.; SILVA, J. (orgs.) **Consumo na Base da Pirâmide** – estudos brasileiros. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- CHAUVEL, M. A.; MATTOS, M. P. A. Z. Consumidores de Baixa Renda: Uma Revisão dos Achados de Estudos Feitos no Brasil. **Cadernos EBAPE.BR**. v. 6, n. 2, Junho 2008.
- \_\_\_\_\_; SUAREZ, M. Consumidores pobres e insatisfação pós-compra: “eles não têm respeito pela gente”. In: ROCHA, A.; SILVA, J. (orgs.) **Consumo na base da pirâmide** – estudos brasileiros, Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- ENGEL, E. Die Productions und Consumtions y erhaltnisse des Königreichs Sachsen. **Zeitschrift des Statistischen Bureaus des Koniglich Sachsischen Ministerium des Inneren**, 8-9; 28-29, 1857.
- FUSTAINO, J.; YAMAMOTO, C. S. O Consumo de Crédito no Mercado de Baixa Renda: Fatores Contribuintes para o Aumento das Dívidas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 33., 2009, São Paulo. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009.
- GROSSI, P.; MOTTA, P. C. M.; HOR-MEYLL, L. F. O Risco Percebido na Compra de Alimentos por Consumidores de Baixa Renda. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 3., 2008, Curitiba. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.
- HEATH, C.; SOLL, J. B. Mental budgeting and consumer decisions. **Journal of Consumer Research**. v. 23, p. 40-52, Junho 1996.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003 – POF**. Rio de Janeiro, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 – POF**. Rio de Janeiro, 2010.
- JANNUZZI, P. M. A Importância das variáveis sócio-demográficas no estudo do comportamento do consumidor: uma contribuição empírica a partir da análise de Pesquisa de Orçamento Familiar. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 21., 1997, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 1997.
- JOHNSON, R. A.; WICHERN, D. W. **Applied Multivariate Statistical Analysis**. 3. Ed. New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs, 2007.
- LIVRAMENTO, M.; HOR-MEYLL, L.F.; PESSOA, L.A.G. Valores que motivam mulheres de baixa renda a comprar produtos de beleza. **Revista de Administração Mackenzie**, v.14, p. 44-74, 2013.

- MATTOSO, C. Q.; ROCHA, A. Significado do crédito para os consumidores pobres: identidade, distinção e dívida. In: ROCHA, A.; SILVA, J. (orgs.) **Consumo na base da pirâmide** – estudos brasileiros, Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- MUNIZ, A.V.; OLIVEIRA, L.B. **Primeiros impactos da pacificação no consumo de moradores de favelas**. Revista ADM.MADE, v.17, n.3,p.47-69, 2013.
- NOGAMI, V.K.C.; VIEIRA, F.G.D.; MEDEIROS, J. **Reflexões acadêmicas e de mercado para o Marketing na base da pirâmide**. Revista de Negócios, v.17, n.4, p. 55-73, 2012.
- PARENTE, J. G. **O varejo de alimentos para consumidores de baixa renda no Brasil**. Relatório 16/2008. FGV-EAESP/GVPesquisa, 2008.
- \_\_\_\_\_; BARKI, E. E. R.; KATO, H. T. Consumidor de baixa renda: desvendando as motivações no varejo de alimentos. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2005.
- PFEIFFER, A.M.S.; MAFEZZOLLI, E.C.F. Estrutura de preferências de consumidores de baixa renda. Pretexto, vol.12, n. 3, p.9-28, 2011.
- PONCHIO, M. C.; ARANHA, F. Necessidades, vontade e desejos: a influência do materialismo sobre a dívida de consumo dos paulistanos de baixa renda. In: ROCHA, A.; SILVA, J. (orgs.) **Consumo na base da pirâmide** – estudos brasileiros, Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- SILVA, H. M. R. **Análise do orçamento de uma amostra de famílias brasileiras: um estudo baseado na Pesquisa de Orçamentos Familiares do IBGE**. Dissertação de Mestrado. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações. Universidade de São Paulo, 2004.
- \_\_\_\_\_; PARENTE, J. G. O mercado de baixa renda em São Paulo: um estudo de segmentação baseado no orçamento familiar. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- SILVEIRA, F. G.; MENEZES, T A.; MAGALHAES, C.G.; DINIZ, B. Elasticidade-renda dos produtos alimentares nas regiões metropolitanas brasileiras: uma aplicação da POF 1995/1996. **Estudos Econômicos [online]**. v.37, n.2, pp. 329-352, 2007.