

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ANÁLISE DO ORÇAMENTO DE UMA AMOSTRA DE FAMÍLIAS BRASILEIRAS:  
UM ESTUDO BASEADO NA PESQUISA DE ORÇAMENTOS FAMILIARES DO  
IBGE**

**Hermes Moretti Ribeiro da Silva**

**Orientador: Prof. Dr. Flávio Torres Urdan**

**SÃO PAULO**

**2004**

Prof. Dr. Adolpho José Melfi  
Reitor da Universidade de São Paulo

Profa. Dra. Maria Tereza Leme Fleury  
Diretora da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Prof. Dr. Eduardo Pinheiro Gondim de Vasconcellos  
Chefe do Departamento de Administração

Prof. Dr. Isak Kruglianskas  
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Administração

**HERMES MORETTI RIBEIRO DA SILVA**

**ANÁLISE DO ORÇAMENTO DE UMA AMOSTRA DE FAMÍLIAS BRASILEIRAS:  
UM ESTUDO BASEADO NA PESQUISA DE ORÇAMENTOS FAMILIARES DO  
IBGE**

Dissertação apresentada ao Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração.

**Orientador Prof. Dr. Flávio Torres Urdan**

**SÃO PAULO**

**2004**

Dissertação defendida e aprovada no Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – Programa de Pós-Graduação em Administração, pela seguinte banca examinadora:

Silva, Hermes Moretti Ribeiro da  
Análise do orçamento de uma amostra de famílias brasileiras : um estudo baseado na pesquisa de orçamentos familiares do IBGE / Hermes Moretti Ribeiro da Silva. – São Paulo, 2004.  
157 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, 2004  
Bibliografia.

1. Orçamento familiar - Brasil 2. Consumo (Padrões) 3. Comportamento do consumidor I. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. II. Título.

CDD – 640.420981

**A Deus, o autor e sustentador da minha vida.**

**A meus pais, Pedro e Joana.**

**À minha família.**

**À minha noiva Alessandra.**

**Agradeço a Deus por essa grande vitória.**

**Agradeço o estimado professor e orientador Flávio Torres Urdan, pelo apoio e encorajamento contínuos na pesquisa. Sem dúvida foi uma contribuição decisiva tanto neste trabalho quanto na formação do meu caráter de pesquisador.**

**Agradeço a estimada Comissão Julgadora desta Dissertação.**

**Agradeço os Professores Dr. Marcos Fava Neves e Dr. Dirceu Tornavoi de Carvalho pelas ótimas contribuições no Exame de Qualificação.**

**Agradeço os meus pais e familiares, pelo amor e carinho dedicados à minha pessoa.**

**Agradeço a minha futura esposa Alessandra e sua família pelo incentivo e paciência.**

**Agradeço aos grandes amigos Antonio Guirro, Cláudio Canhette, Fabiano Guasti, Ricardo Rossi, bem como todos amigos da Pós, que sempre estiveram presentes nos momentos mais difíceis do curso.**

**Agradeço a Instituição Toledo de Ensino, nas pessoas do Dr. Marcio Toledo, Prof. Dr. Pedro Walter De Pretto e Dra. Maria Luiza De Pretto, pela amizade e confiança .**

**Agradeço os estimados professores do nosso curso de Mestrado.**

**Agradeço a Secretaria de Pós-Graduação (Érika, Rita), o Departamento de Administração (Fabiana, Priscila), a direção da FEA-RP, ao Restaurante Universitário, ao pessoal da limpeza, café e vigilância.**

**Agradeço as amigas da Casa de Hóspedes da USP pela hospitalidade e cuidado para comigo. São elas: Cleuza, Lúcia, Ana, Shirlene e Célia.**

**Agradeço a Srta. Renata Domingos, pela enorme ajuda e paciência dedicada ao meu aprendizado na base de dados POF, e seu orientador Prof. Dr. Francisco Anuatti Neto.**

**Agradeço os esclarecimentos da Profa. Dra. Elaine do Departamento de Economia.**

**Agradeço sinceramente a todos que contribuíram para o sucesso deste trabalho.**

## RESUMO

A presente dissertação estuda as influências da renda e de outras variáveis demográficas sobre o orçamento de uma amostra de famílias de onze regiões metropolitanas brasileiras constantes na POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares de 1995/1996, preparada pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. O referencial teórico discute conceitos de sociedade de consumo de massa, sociedade de consumo no Brasil, modelos de comportamento do consumidor, influências da renda na composição do orçamento familiar e a importância de outras variáveis que influenciam os padrões de consumo de uma família. Por meio de uma metodologia descritiva e quantitativa, é apresentado um conjunto de tabelas e gráficos referentes às categorias de despesa que compõem o orçamento familiar. É analisado o padrão de comprometimento da renda nos diferentes níveis de renda familiar e sugerida uma operacionalização dos conceitos de renda discricionária e não discricionária para a amostra de famílias estudadas. Para fins de apresentação do uso da POF pelos profissionais de marketing, são realizados diversos cortes de análise que podem ser aplicados em estudos de segmentação e determinação do potencial de mercado de um produto ou serviço. O conjunto de análises realizadas sugere que o orçamento familiar e os padrões de consumo são influenciados pela renda familiar. O comportamento das categorias de despesa familiar também varia conforme o nível de renda. Além disso, verifica-se o potencial de aplicação da base de dados POF em estudos mercadológicos, em razão do amplo conjunto de variáveis que detalham o comportamento de consumo da família. Os estudos realizados podem servir como ponto de partida para o cruzamento de dados da POF com edições posteriores, como por exemplo a de 2002/2003, permitindo uma análise de corte longitudinal.

## ***ABSTRACT***

This essay studies the influences of income and other demographic variables over the budget of a sample of families living in eleven Brazilian metropolitan regions taking part in the POF (Family Budget Survey) prepared by IBGE (Brazilian Institute of Geography and Statistics) in the period of 1995/1996. The essay discusses concepts of mass consumption society, consumer market in Brazil, consumer behavior models, income influences composing family budget and the importance of other variables that affect the consumption patterns in a family. Using a quantitative and descriptive methodology, it is presented a set of tables and graphs referring to the expense categories that compose the family budget. It is analyzed the income compromising pattern in different levels of family income and suggested a way to become operational the concepts of discretionary and non-discretionary income for the sample of families in study. In order to present the use of POF by marketing people, several analysis-cutting were put into practice. They can be applied in segmentation studies and be used to determine the market sales potential of a product or service. The carried out set of analyses suggests that the family budget and the consumption patterns are influenced by the family income. The conduct of the categories of family expenditures also varies according to the income level. Furthermore, we can notice the application potential of the POF data base in marketing studies because of the wide set of variables that details the family consumption behavior. The accomplished studies can be used as a starting-point to cross the POF data with further publications, for example the 2002/2003 publication, allowing a longitudinal analysis-cutting.



## SUMÁRIO

<b>LISTA DE QUADROS</b> .....	005
<b>LISTA DE TABELAS</b> .....	006
<b>LISTA DE GRÁFICOS</b> .....	009
<b>LISTA DE ILUSTRAÇÕES</b> .....	011
<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	012
1.1. SITUAÇÃO-PROBLEMA .....	012
1.2. OBJETIVOS DA DISSERTAÇÃO .....	015
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	017
2.1. SOCIEDADE DE CONSUMO DE MASSA .....	017
2.1.1. Considerações sobre Sociedade de Consumo de Massa .....	017
2.1.2. Sociedade de Consumo de Massa e o Brasil .....	020
2.1.3. Padrões de Consumo no Brasil .....	022
2.2. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E A RENDA .....	028
2.2.1. Comportamento do Consumidor .....	028
2.2.2. Influências da Renda no Comportamento do Consumidor .....	033
2.3. RENDA E ORÇAMENTO FAMILIAR .....	037
2.3.1. Renda Familiar .....	037
2.3.2. Decisões de Emprego da Renda: O Orçamento Familiar .....	042
2.4. OUTROS POSSÍVEIS INFLUENCIADORES DO PADRÃO DE CONSUMO FAMILIAR .....	044
2.4.1. Região Metropolitana .....	044
2.4.2. Nível de Instrução (Educação) .....	045
2.4.3. Ciclo de Vida da Família .....	045
2.4.4. Tamanho da Família e Características do Domicílio .....	047
2.4.5. Indicadores do Comportamento de Consumo .....	048
2.5. QUESTÕES DE PESQUISA .....	049

<b>3. METODOLOGIA DA PESQUISA .....</b>	<b>050</b>
3.1. TIPO DE PESQUISA .....	050
3.2. MODELO DA PESQUISA E APRESENTAÇÃO DAS VARIÁVEIS .....	050
3.2.1. Modelo da Pesquisa .....	050
3.2.2. Apresentação das Variáveis .....	052
3.2.2.1. Níveis de Renda Familiar .....	052
3.2.2.2. Categorias de Despesa Familiar .....	053
3.2.2.2.1. Despesas com Alimentação .....	053
3.2.2.2.2. Despesas com Habitação .....	054
3.2.2.2.3. Despesas com Transporte .....	054
3.2.2.2.4. Despesas com Educação .....	054
3.2.2.2.5. Despesas com Vestuário .....	055
3.2.2.2.6. Despesas com Saúde .....	055
3.2.2.2.7. Despesas com Higiene, Limpeza e Serviços Pessoais	055
3.2.2.2.8. Despesas com Lazer e Recreação .....	056
3.2.2.2.9. Despesas com Comunicação .....	056
3.2.2.2.10. Despesas com Acessórios, Manutenção e Documentação de Veículos .....	056
3.2.2.2.11. Despesas com Conserto e Manutenção de Móveis e Eletrodomésticos .....	056
3.2.2.2.12. Despesas com Serviços Domésticos .....	057
3.2.2.2.13. Despesas com Aquisição de Móveis, Eletrodomésticos e Artigos de Decoração para o Lar	057
3.2.2.2.14. Despesas com Construção e Reforma .....	057
3.2.2.2.15. Despesas com Contribuições, Transferências e Encargos Financeiros .....	058
3.2.2.2.16. Despesas com Aquisição de Veículos .....	058
3.2.2.2.17. Investimentos e Despesas com Aquisição de Jóias ...	058
3.2.2.3. Outras Variáveis .....	058
3.2.2.3.1. Valor da Despesa .....	058
3.2.2.3.2. Preço dos Bens de Consumo .....	059
3.2.2.3.3. Quantidade Consumida .....	059
3.2.2.3.4. Unidade de Medida .....	059
3.2.2.3.5. Região Metropolitana .....	059

3.2.2.3.6. Nível de Instrução do Chefe de Família .....	060
3.2.2.3.7. Número de Pessoas no Domicílio .....	060
3.2.2.3.8. Ciclo de Vida da Família .....	060
3.2.2.3.9. Tipo de Domicílio .....	060
3.2.2.3.10. Condição de Abastecimento de Água .....	060
3.2.2.3.11. Condição de Esgotamento Sanitário .....	060
3.2.2.3.12. Número de Cômodos e Dormitórios do Domicílio ...	060
3.2.2.3.13. Condições de Ocupação Domiciliar .....	061
3.2.2.3.14. Itens do Inventário de Bens Duráveis .....	061
3.2.2.3.15. Locais de Compra .....	061
3.3. DESCRIÇÃO DA POF 1995/1996 .....	062
3.3.1. POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares .....	062
3.3.2. Metodologia da POF .....	063
3.4. TIPO, FONTE E ANÁLISE DE DADOS .....	063
3.4.1. Tipo de Dados .....	063
3.4.2. Fonte e Análise de Dados .....	064
3.5. ETAPAS DA PESQUISA .....	065
<b>4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>	<b>067</b>
4.1. NÍVEIS DE RENDA FAMILIAR .....	067
4.2. CATEGORIAS DE DESPESA FAMILIAR .....	071
4.3. COMPOSIÇÃO DO ORÇAMENTO FAMILIAR .....	086
4.4. INFLUÊNCIAS DA REGIÃO METROPOLITANA NO ORÇAMENTO FAMILIAR .....	098
4.5. VARIÁVEIS DEMOGRÁFICAS DA POF .....	108
4.5.1. Nível de Instrução do Chefe de Família .....	108
4.5.2. Número de Moradores no Domicílio .....	112
4.5.3. Ciclo de Vida da Família .....	116
4.5.4. Características do Domicílio e Condição de Ocupação .....	119
4.5.5. Inventário de Bens Duráveis .....	126
4.6. INDICADORES DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO .....	140
4.7. SÍNTESE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS .....	142

4.8. ALGUMAS APLICAÇÕES DA POF NO MARKETING .....	147
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA .....</b>	<b>150</b>
5.1. LIMITAÇÕES DA PESQUISA .....	151
5.2. RECOMENDAÇÕES DE ESTUDOS FUTUROS .....	152
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>154</b>

**LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Características dos grupos sociais no Brasil .....	023
Quadro 2 - Características e comportamento de compra das pessoas em diferentes classes sociais brasileiras .....	025
Quadro 3 - Características das categorias de despesa da POF .....	027
Quadro 4 - Estágios do ciclo de vida familiar .....	046
Quadro 5 - Subcategorias de despesas de alimentação .....	054
Quadro 6 - Subcategorias de despesas com vestuário .....	055
Quadro 7 - Subcategorias de despesas com higiene, limpeza e serviços pessoais .....	055
Quadro 8 - Subcategorias de despesas com lazer e recreação .....	056
Quadro 9 - Subcategorias de despesas com aquisição de móveis, eletrodomésticos e artigos de decoração para o lar .....	057
Quadro 10 - Regiões metropolitanas da POF .....	059
Quadro 11 - Locais de compra .....	061
Quadro 12 - Categorias de despesa familiar .....	071
Quadro 13 - Características das categorias de despesa familiar .....	079
Quadro 14 - Características dos orçamentos familiares de cada nível de renda .....	093
Quadro 15 - Tipos de relação do morador com o chefe da família .....	112
Quadro 16 - Ciclos de vida da família .....	116
Quadro 17 - Tipos de domicílio .....	119
Quadro 18 - Condição de abastecimento de água .....	120
Quadro 19 - Condição de esgotamento sanitário .....	120
Quadro 20 - Condição de ocupação do domicílio .....	124
Quadro 21 - Possíveis aplicações da POF no marketing .....	148

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Ranking 2003 das maiores economias do mundo .....	013
Tabela 2 - Renda familiar por classes .....	024
Tabela 3 - Número de pessoas por domicílio em algumas regiões metropolitanas do Brasil .....	039
Tabela 4 - Distribuição das famílias da POF entre os níveis de renda familiar .....	053
Tabela 5 - Níveis de renda familiar e suas respectivas rendas e despesas médias mensais familiares .....	067
Tabela 6 - Diferenças entre rendas e despesas médias mensais familiares por nível de renda familiar .....	069
Tabela 7 - Fontes da renda familiar entre os diferentes níveis de renda .....	070
Tabela 8 - Composição percentual das subcategorias de despesas com alimentação entre os níveis de renda .....	082
Tabela 9 - Composição percentual das subcategorias de despesas com lazer e recreação entre os níveis de renda .....	083
Tabela 10 - Percentagem de gastos com cerveja em relação ao total de despesas com alimentação entre os níveis de renda .....	084
Tabela 11 - Preço médio pago por uma garrafa de cerveja (600 ml) entre os níveis de renda .....	085
Tabela 12 - Preço médio pago por uma garrafa de cerveja (600 ml) entre os locais de compra .....	085
Tabela 13 - Preço médio pago por uma garrafa de cerveja (600 ml) entre os diferentes locais de compra e níveis de renda .....	086
Tabela 14 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do primeiro nível de renda familiar .....	087
Tabela 15 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do segundo nível de renda familiar .....	088
Tabela 16 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do terceiro nível de renda familiar .....	088
Tabela 17 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do quarto nível de renda familiar .....	089
Tabela 18 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do quinto nível de renda familiar .....	089
Tabela 19 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do sexto nível de renda familiar .....	090
Tabela 20 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do sétimo nível de renda familiar .....	090
Tabela 21 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do oitavo nível de renda familiar .....	091
Tabela 22 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do nono nível de renda familiar .....	091
Tabela 23 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do décimo nível de renda familiar .....	092
Tabela 24 - Padrão de comprometimento da renda .....	096

Tabela 25 - Renda líquida e despesa média mensal do segundo nível de renda entre as diferentes regiões metropolitanas .....	098
Tabela 26 - Renda líquida e despesa média mensal do nono nível de renda entre as diferentes regiões metropolitanas .....	099
Tabela 27 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do segundo nível de renda familiar da região metropolitana de São Paulo .....	106
Tabela 28 - <i>Ranking</i> das categorias de despesa do nono nível de renda familiar da região metropolitana de São Paulo .....	107
Tabela 29 - Níveis de instrução do chefe de família por nível de renda .....	109
Tabela 30 - Renda média mensal familiar por nível de instrução .....	110
Tabela 31 - Número médio de moradores no domicílio por nível de renda .....	113
Tabela 32 - Percentagem de domicílios <i>versus</i> número de moradores entre os níveis de renda .....	113
Tabela 33 - Número médio de moradores entre os níveis de renda e regiões metropolitanas .....	114
Tabela 34 - Distribuição percentual das famílias nos diferentes ciclos de vida e níveis de renda .....	117
Tabela 35 - Distribuição percentual por tipos de domicílio entre os níveis de renda .....	121
Tabela 36 - Distribuição percentual de domicílios por condição de abastecimento de água entre os níveis de renda .....	121
Tabela 37 - Distribuição percentual de domicílios por condição de esgotamento sanitário entre os níveis de renda .....	121
Tabela 38 - Número médio de cômodos do domicílio entre os níveis de renda .....	123
Tabela 39 - Número médio de dormitórios do domicílio entre os níveis de renda .....	123
Tabela 40 - Número de moradores que compartilham dormitórios entre os níveis de renda .....	123
Tabela 41 - Distribuição percentual dos domicílios por condição de ocupação entre os níveis de renda .....	124
Tabela 42 - Distribuição percentual dos domicílios por condição de ocupação e tipos de domicílio entre os níveis de renda .....	125
Tabela 43 - Distribuição percentual de domicílios que possuem automóvel entre os níveis de renda .....	127
Tabela 44 - Distribuição percentual de domicílios que possuem moto entre os níveis de renda .....	128
Tabela 45 - Distribuição percentual de domicílios que possuem fogão entre os níveis de renda .....	128
Tabela 46 - Distribuição percentual de domicílios que possuem geladeira entre os níveis de renda .....	128
Tabela 47 - Distribuição percentual de domicílios que possuem <i>freezer</i> entre os níveis de renda .....	129

Tabela 48 - Distribuição percentual de domicílios que possuem televisor colorido entre os níveis de renda .....	129
Tabela 49 - Distribuição percentual de domicílios que possuem televisor preto e branco entre os níveis de renda .....	129
Tabela 50 - Distribuição percentual de domicílios que possuem vídeo cassete entre os níveis de renda .....	130
Tabela 51 - Distribuição percentual de domicílios que possuem ar condicionado entre os níveis de renda .....	130
Tabela 52 - Distribuição percentual de domicílios que possuem aspirador de pó entre os níveis de renda .....	130
Tabela 53 - Distribuição percentual de domicílios que possuem microcomputador entre os níveis de renda .....	131
Tabela 54 - Incidência de bens no inventário das famílias .....	132
Tabela 55 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem automóvel e moto entre os níveis de renda .....	133
Tabela 56 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem geladeira e fogão entre os níveis de renda .....	134
Tabela 57 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem geladeira e <i>freezer</i> entre os níveis de renda .....	135
Tabela 58 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem vídeo cassete e televisor colorido entre os níveis de renda .....	136
Tabela 59 - Distribuição percentual de domicílios que possuem cartão de crédito entre os níveis de renda .....	138
Tabela 60 - Distribuição percentual de domicílios que possuem cheque especial entre os níveis de renda .....	138
Tabela 61 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem cartão de crédito e cheque especial entre os níveis de renda .....	139
Tabela 62 - Preço médio de compra de um fogão novo (à vista) .....	141
Tabela 63 - Preço médio de compra de uma geladeira nova (à vista) .....	141
Tabela 64 - Preço médio de compra de um televisor colorido novo (à vista) .....	142



## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Rendas e despesas médias mensais familiares por nível de renda familiar .....	068
Gráfico 2 - Despesas com alimentação entre os níveis de renda familiar .....	072
Gráfico 3 - Despesas com habitação entre os níveis de renda familiar .....	072
Gráfico 4 - Despesas com transporte entre os níveis de renda familiar .....	073
Gráfico 5 - Despesas com educação entre os níveis de renda familiar .....	073
Gráfico 6 - Despesas com vestuário entre os níveis de renda familiar .....	073
Gráfico 7 - Despesas com saúde entre os níveis de renda familiar .....	074
Gráfico 8 - Despesas com higiene, limpeza e serviços pessoais entre os níveis de renda familiar .....	074
Gráfico 9 - Despesas com lazer e recreação entre os níveis de renda familiar .....	074
Gráfico 10 - Despesas com comunicação entre os níveis de renda familiar .....	075
Gráfico 11 - Despesas com acessórios, documentação e manutenção de veículos entre os níveis de renda familiar .....	075
Gráfico 12 - Despesas com conserto de móveis e eletrodomésticos entre os níveis de renda familiar .....	075
Gráfico 13 - Despesas com serviços domésticos entre os níveis de renda familiar .....	076
Gráfico 14 - Despesas com aquisição de móveis, eletrodomésticos e artigos de decoração entre os níveis de renda familiar .....	076
Gráfico 15 - Despesas com construção e reforma entre os níveis de renda familiar .....	076
Gráfico 16 - Despesas com contribuições, transferências e encargos financeiros entre os níveis de renda familiar .....	077
Gráfico 17 - Despesas com aquisição de veículos entre os níveis de renda familiar .....	077
Gráfico 18 - Investimentos e aquisição de jóias entre os níveis de renda familiar .....	077
Gráfico 19 - Despesas com alimentação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	100
Gráfico 20 - Despesas com habitação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	100
Gráfico 21 - Despesas com transporte dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	100
Gráfico 22 - Despesas com educação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	101
Gráfico 23 - Despesas com vestuário dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	101
Gráfico 24 - Despesas com saúde dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	101

Gráfico 25 - Despesas com higiene, limpeza e serviços pessoais dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	102
Gráfico 26 - Despesas com lazer e recreação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	102
Gráfico 27 - Despesas com comunicação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	102
Gráfico 28 - Despesas com acessórios, manutenção e documentação de veículos dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	103
Gráfico 29 - Despesas com conserto e manutenção de móveis e eletrodomésticos dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	103
Gráfico 30 - Despesas com serviços domésticos dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	103
Gráfico 31 - Despesas com aquisição de móveis, eletrodomésticos e artigos de decoração dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas ....	104
Gráfico 32 - Despesas com construção e reforma dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	104
Gráfico 33 - Despesas com contribuições, transferências e encargos financeiros dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	104
Gráfico 34 - Despesas com aquisição de veículos dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	105
Gráfico 35 - Investimentos e aquisição de jóias dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas .....	105
Gráfico 36 - Despesas com alimentação dos níveis de 2 e 9 entre os diferentes níveis de instrução .....	111
Gráfico 37 - Despesas com lazer e recreação dos níveis de 2 e 9 entre os diferentes níveis de instrução .....	111
Gráfico 38 - Despesas com alimentação dos níveis de 2 e 9 conforme o número de moradores no domicílio .....	115
Gráfico 39 - Despesas com lazer e recreação dos níveis de 2 e 9 conforme o número de moradores no domicílio .....	115
Gráfico 40 - Despesas com alimentação dos níveis de 2 e 9 conforme o ciclo de vida da família .....	118
Gráfico 41 - Despesas com lazer e recreação dos níveis de 2 e 9 conforme o ciclo de vida da família .....	118

**LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Ilustração 1 - Taxas de penetração de bens de consumo (Padrão Ganso-Voador) .....	019
Ilustração 2 - Modelo do processo de decisão do consumidor (CDP Model) .....	029
Ilustração 3 - Modelo de estímulo e resposta .....	031
Ilustração 4 - Hierarquia das necessidades de Maslow .....	041
Ilustração 5 - Modelo da pesquisa .....	051
Ilustração 6 - Etapas básicas da dissertação .....	065

# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1. SITUAÇÃO-PROBLEMA

Desde os primórdios da humanidade as relações de troca têm-se desenvolvido de forma dinâmica e influenciado sobremaneira o bem-estar da sociedade. Considerando a produção apenas para a subsistência familiar nos tempos remotos, posteriormente o escambo e a valoração dos bens transacionados, em seguida a criação da moeda como meio de troca, até chegar nas relações complexas de mercado nos dias atuais, constata-se uma grande evolução dos conceitos de oferta e procura, resultante das constantes mudanças nas relações sociais e da construção do conhecimento pelos estudiosos.

Essencialmente, esses conceitos fundamentam a área de conhecimento do marketing, pois estão intimamente relacionados à necessidade do homem e suas decisões para a demanda de bens e serviços. Como os recursos financeiros são escassos frente aos desejos quase ilimitados do ser humano, o processo decisório de compra assume um papel complexo no comportamento do consumidor.

Modelos de comportamento de compra são cada vez mais aprimorados e existem diversas discussões a respeito do assunto, todavia verifica-se que as publicações e trabalhos na área de marketing abordam os fatores determinantes e processos decisórios de compra de forma genérica, sem fornecer indicações mais precisas dos pesos relativos desses mesmos fatores. Por consequência, um profissional de marketing poderá ter dificuldades para prever o potencial de mercado de um determinado produto ou serviço.

A renda do consumidor é um importante fator do comportamento de compra e na previsão do potencial de mercado, mas tem sido tratada de modo marginal na área de marketing. Verifica-se que nos países desenvolvidos o consumidor possui grande poder de compra que favorece a manutenção de uma sociedade de consumo de massa, todavia a discussão da renda no Brasil torna-se mais importante pelas questões de restrição orçamentária que a grande maioria da população está sujeita.

Sendo o Brasil a 15ª economia do mundo, conforme apresenta a Tabela 1, poder-se-ia supor que os padrões e os níveis de consumo dos brasileiros seriam correspondentes ou similares aos consumidores dos países desenvolvidos. Contudo, diante de uma população de aproximadamente 170 milhões de habitantes e de 45 milhões de domicílios (IBGE, 2000),

sabe-se, por exemplo, que a adesão ao sistema de TV a cabo permanece estacionada, a maior parte dos telefones celulares adquiridos são do modelo pré-pago e o número de automóveis vendidos continua estagnado há cerca de uma década. Além disso, depois do surto de viagens para o exterior nos anos iniciais do Plano Real, atualmente os brasileiros mostram-se incapazes de repetir essa demanda.

**Tabela 1 - Ranking 2003 das maiores economias do mundo**

<b>Colocação</b>	<b>País</b>	<b>PIB (em US\$ bilhões)</b>
<b>1º</b>	Estados Unidos	10.902
<b>2º</b>	Japão	4.351
<b>3º</b>	Alemanha	2.394
<b>4º</b>	Reino Unido	1.764
<b>5º</b>	França	1.742
<b>6º</b>	Itália	1.453
<b>7º</b>	China	1.346
<b>8º</b>	Canadá	825
<b>9º</b>	Espanha	802
<b>10º</b>	México	587
<b>11º</b>	Coréia	520
<b>12º</b>	Holanda	514
<b>13º</b>	Austrália	513
<b>14º</b>	Índia	509
<b>15º</b>	Brasil	467

FONTE: adaptado de FOLHA de São Paulo, 2003.

Nota-se a pré-disposição para o consumo que, genericamente, esbarra nos fatores inerentes à renda familiar e restrição orçamentária. Comenta-se que a reativação econômica do país se dará por meio do incremento do consumo que depende estreitamente da melhoria dos padrões de renda e de ações governamentais de afrouxamento das taxas de juros e linhas de crédito. As dificuldades e incertezas econômicas têm dificultado o trabalho dos profissionais de marketing no processo de determinação do potencial de demanda de um produto ou serviço, o que reforça a necessidade de pesquisas adicionais concretamente fundamentadas na realidade do Brasil.

Em adição, pode-se supor que os padrões de consumo decorrem das peculiaridades do orçamento familiar dos consumidores brasileiros, ou seja, da forma como eles alocam seus rendimentos e despesas e reagem ao efeito da restrição orçamentária. Nesse ponto, formula-se então a seguinte pergunta: como a renda familiar influencia os padrões de consumo do brasileiro? Nem a literatura e nem estudos empíricos na área de marketing contemplam um estudo abrangente dos padrões de consumo no Brasil. Sabe-se que esses padrões decorrem do comportamento de compra do consumidor e podem fornecer direcionamentos úteis para a

avaliação do potencial de mercado de um determinado produto ou serviço, com certeza algo relevante para os profissionais de marketing, mas que ainda não estão bem estruturados como conhecimento aplicado.

Portanto, esta dissertação propõe analisar a base de dados POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares (1995/1996) do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, que contém informações do orçamento domiciliar de uma amostra de famílias das onze maiores regiões metropolitanas do Brasil, sendo: Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Porto Alegre, Distrito Federal e município de Goiânia.

Trata-se de uma base de dados pouco explorada em estudos na área de marketing, mas que possui alto potencial para tornar-se um poderoso instrumento para a tomada de decisões mercadológicas, visto sua amplitude e seu detalhamento de informações sobre orçamento familiar e padrões de consumo. Verifica-se, então, a necessidade de trabalhar a essência do problema, de explorar os cortes que a base de dados possibilita e de formular implicações para a análise dos efeitos da renda familiar nos padrões de consumo dos domicílios dessas onze regiões metropolitanas pesquisadas.

Concluindo a exposição da situação-problema, convém agora resumir das considerações precedentes os pontos que justificam o tema da dissertação e o tratamento pretendido para o seu estudo, como segue:

**1. Lacunas no desenvolvimento teórico do tema.** Apesar de a renda ser considerada um importante fator do comportamento de compra do consumidor, entende-se que a significância e o tratamento dedicados ao seu embasamento teórico atual podem ser melhorados e ampliados, dessa forma emergindo uma oportunidade de pesquisa relevante e instigante.

**2. Contribuição teórica do efeito da renda no padrão de consumo das famílias brasileiras em uma perspectiva mercadológica.** Por meio da análise de diferentes níveis de renda nas onze regiões metropolitanas brasileiras pesquisadas na POF, objetiva-se entender a influência da renda e da restrição orçamentária nos padrões de consumo familiar sob a ótica da teoria do marketing. Logo, o estudo proposto pode ser considerado como pioneiro no Brasil devido ao seu enfoque mercadológico e suas contribuições para o esclarecimento do potencial de consumo de produtos e serviços.

**3. Utilização da base de dados POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares em estudos mercadológicos.** O detalhamento do orçamento domiciliar da amostra de famílias das onze regiões metropolitanas contempladas na POF é uma rica fonte de informações para o desenvolvimento de conhecimentos aplicados no marketing. Torna-se relevante, portanto, a exploração dessa base de dados para extrair considerações sobre os efeitos da renda e de outras variáveis demográficas nos padrões de consumo das famílias brasileiras.

**4. Análise comparativa dos padrões de consumo entre diferentes períodos.** Segundo informações do IBGE uma nova edição da POF está sendo preparada para o período de 2002/2003. Logo, por meio dos resultados deste estudo, poder-se-á realizar futuramente uma análise comparativa dos padrões de consumo entre os períodos de 1995/1996 e 2002/2003.

Delineada a situação-problema e abordadas as justificativas do seu estudo, é possível apresentar os objetivos a serem perseguidos pela dissertação.

## **1.2. OBJETIVOS DA DISSERTAÇÃO**

Conforme a situação-problema definida anteriormente, o objetivo geral do trabalho é analisar os efeitos da renda domiciliar nos padrões de consumo de uma amostra de famílias das onze maiores regiões metropolitanas do Brasil. Para um melhor direcionamento e detalhamento do objetivo geral, tem-se a necessidade de desdobrá-lo em três objetivos específicos.

O primeiro objetivo específico é analisar a composição do orçamento das famílias das onze regiões metropolitanas tratadas na POF 1995/1996. Primeiramente são compostas as rendas familiares e seus respectivos níveis de renda e, posteriormente, são organizados e analisados os desdobramentos das despesas (padrões de consumo) das famílias classificadas pelos respectivos níveis de renda.

O segundo e mais relevante objetivo específico da dissertação envolve a análise dos efeitos da renda domiciliar sobre os padrões de consumo das famílias. À luz do referencial teórico discutido, são realizados tratamentos estatísticos descritivos para a análise dos diferentes níveis de renda e seus respectivos padrões de consumo para a amostra de famílias das onze regiões metropolitanas tratadas na POF.

O último objetivo específico é sistematizar e apresentar a base de dados POF aos estudiosos da área de marketing, como uma ferramenta a ser utilizada na análise dos padrões de consumo familiar e definição do potencial de mercado de um produto ou serviço.

Assim, pretende-se alcançar os três objetivos traçados com investigação, empreendida numa seqüência lógica de assuntos inter-relacionados capazes de esclarecer o conjunto de noções e conceitos pertinentes à temática escolhida, complementada por pesquisa empírica junto às amostras de famílias da base de dados POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares do ano de 1995/1996, realizada pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística nas onze maiores regiões metropolitanas do Brasil.

Estabelecidos os objetivos do estudo, faz-se necessário tratar quatro importantes temas no referencial teórico que fundamentam as análises e conclusões da dissertação, sendo eles: a) sociedade de consumo de massa, b) comportamento do consumidor e a renda, c) renda e orçamento familiar e d) outros possíveis influenciadores do padrão de consumo familiar. O encerramento do referencial teórico se dá pela proposição das questões de pesquisa que norteiam esta dissertação.



## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1. SOCIEDADE DE CONSUMO DE MASSA**

#### **2.1.1. Considerações sobre Sociedade de Consumo de Massa**

O termo consumo está relacionado com o conceito de necessidades humanas. Consumo é a utilização de bens e serviços na satisfação direta de necessidades humanas (GALVES, 1983). Denomina-se motivação do consumidor seu ímpeto de satisfazer necessidades fisiológicas e psicológicas por meio da compra e consumo de um bem. As necessidades são distintas e, conforme cada indivíduo, podem variar de necessidades fisiológicas, de proteção e saúde, de amor e relacionamento social, de recursos financeiros e segurança, de prazer e divertimento, de status, de possuir, de presentear, de informação e de variedade (BLACKWELL *et al*, 2001).

Outra classificação de necessidades humanas divide as necessidades em primárias (necessárias, de existência), essenciais às necessidades vitais do organismo, como por exemplo: comer, dormir, vestir; e em secundárias (de aperfeiçoamento) que são de comodidade, de luxo e supérfluas (ROCHA, 1972).

Estes indivíduos são chamados pelos estudiosos de marketing de consumidores, palavra que decorre da terminologia consumo e significa aquele que compra para gastar em uso próprio. Geralmente os consumidores organizam-se em sociedade, definida como a reunião ou estado dos homens que vivem sob leis comuns (BUENO, 1985). Tem-se como exemplo a sociedade brasileira, onde seus membros submetem-se a um conjunto instituído de leis e autoridades que objetiva o bem-estar de toda sociedade. O conjunto de indivíduos consumidores é chamado de sociedade de consumo.

O'Shaughnessy e O'Shaughnessy (2002) definem sociedade de consumo como uma sociedade primariamente direcionada pela acumulação e consumo de bens. Muitas vezes esse termo é entendido em um senso pejorativo que caracteriza a sociedade como essencialmente hedonista, ou seja, uma sociedade que procura no prazer material a finalidade da vida. Contudo, a direção para o consumo não é mutuamente exclusiva dos seus valores sociais, religiosos e culturais, estes extremamente importantes para a caracterização de uma sociedade.

Decorrente da definição de sociedade de consumo, torna-se foco de estudo um fenômeno relativamente novo na história da humanidade: a sociedade de consumo de massa. Katona *apud* Matsuyama (2002) argumenta que ao longo do curso da história do homem, a pobreza tem sido a regra e a riqueza a exceção. Mesmo assim, as sociedades no passado eram chamadas afluentes quando suas classes dominantes baseavam-se na fartura e luxo, ainda que contrapondo a grande maioria da população que lutava pela mera subsistência. Essas sociedades afluentes reverteram esse quadro e, atualmente, asseguram os padrões mínimos de nutrição, moradia e vestuário para a grande maioria da população. Além disso, elas popularizam certos luxos como a propriedade do lar, a aquisição de bens duráveis, a realização de viagens e atividades recreativas e de entretenimento.

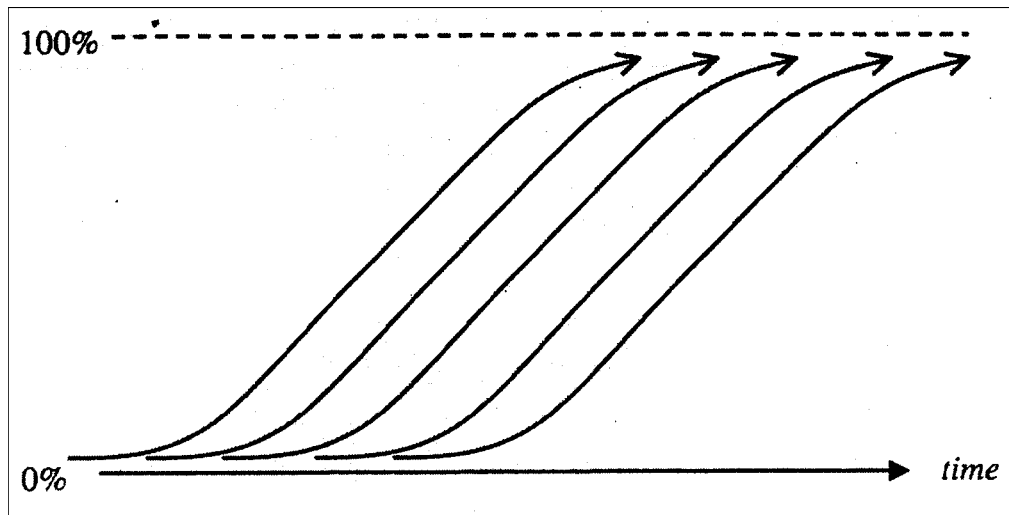
Principalmente influenciadas pela Segunda Guerra Mundial, nações industrializadas como Canadá, Austrália, países da Europa Ocidental, Japão e França sofreram transformações e alcançaram características similares às dos Estados Unidos da América a respeito da melhoria da qualidade de vida das suas populações. Discute-se que isso foi fruto da ampliação da produtividade industrial que resultou no barateamento de bens de consumo e melhoria da renda e, por conseqüência, possibilitou o acesso da grande maioria da população a itens outrora inalcançáveis. Essa popularização dos bens de consumo é vista como um novo fenômeno na história da humanidade e é chamada de sociedade de consumo de massa. Ela é definida por Matsuyama (2002) da seguinte forma:

Tratando amplamente, a sociedade de consumo de massa pode ser definida como uma sociedade na qual nem um restrito número de indivíduos e nem uma estreita classe superior, todavia a maioria das famílias aproveita os benefícios do incremento da produtividade e constantemente expande sua variedade de bens de consumo.

Essa definição é estilizada na Ilustração 1, que demonstra as taxas de penetração de diferentes bens de consumo em um determinado mercado ao longo do tempo. Valendo-se de uma metáfora, essa definição é nomeada como padrão “ganso-voador”, pois o formato da sua curva assemelha-se a um ganso voando (MATSUYAMA, 2002).

Matsuyama (2002) argumenta que cada curva demonstra a fração de unidades domiciliares que adquire um determinado bem de consumo ao longo do tempo. O referido autor entende que o aumento da produtividade industrial reduz o preço de um determinado bem de consumo, e torna-o acessível à compra por parte das famílias de baixa renda (popularização). Logo, a curva varia no tempo e é influenciada tanto pela produtividade industrial quanto pela aceitação do bem pelos consumidores. Nas curvas apresentadas na Ilustração 1, os bens não

são identificados individualmente pelas suas marcas, todavia são agregados em amplas categorias, como exemplo: carros, aparelhos de televisão, máquinas de lavar, vídeo cassete etc. Portanto, cada curva da ilustração representa as vendas de uma categoria de bem de consumo e após sua popularização (curva tendendo a 100% da população) outra categoria sucederá a evolução das vendas, criando-se um ciclo de massificação de bens de consumo.



**Ilustração 1 - Taxas de penetração de bens de consumo (Padrão Ganso-Voador)**

FONTE: MATSUYAMA, 2002, p. 1037.

Do ponto de vista das unidades familiares, o modelo proposto por Matsuyama (2002) considera as diferenças de renda domiciliar como o fator determinante da expansão ou não da variedade de compra de bens pela família. Logo, uma primeira implicação do modelo é que a determinação do tamanho de mercado de cada bem de consumo não depende da renda agregada de todas as famílias que estão expostas a sua compra, mas sim do número de famílias que tenha condições para adquiri-lo, ou seja, depende da distribuição de renda entre as unidades familiares. Uma segunda implicação é o conceito de demanda complementar: quando os preços dos bens de primeira necessidade caem a demanda pelos bens de baixa-prioridade (supérfluos) aumentam. Uma terceira e última implicação é que a percepção de necessidade e luxo é relativa. Um mesmo bem de consumo pode ser considerado um luxo para famílias pobres ou uma necessidade para famílias ricas, logo o nível de renda familiar pode ser o principal determinante dessas diferenças de percepção. Assim sendo, pode-se concluir que em distintos níveis de renda as taxas de penetração de bens de consumo e os padrões de consumo familiar variam.

Baudrillard (1995) afirma que uma das contradições do crescimento de um país consiste no fato de produzir simultaneamente bens e necessidades, mas não com o mesmo ritmo – uma

vez que o ritmo de produção dos bens é função da produtividade industrial e o ritmo de produção das necessidades, função da lógica da diferenciação social. Confrontar o crescimento das necessidades e o aumento da produção equivale pôr em evidência uma variável decisiva denominada diferenciação. A relação deve estabelecer-se, portanto, entre a diferenciação crescente dos produtos e a diferenciação crescente da procura social de prestígio. Ora, a primeira é limitada, mas não a segunda. Não existem limites para as necessidades do homem como ser social (isto é, enquanto produto de sentido e enquanto relativo aos outros em valor). A absorção quantitativa de alimento é limitada, o sistema digestivo é limitado, mas o sistema cultural de alimentação revela-se como indefinido. Dessa forma, evidenciam-se diferenças quanto a percepção da necessidade por parte das famílias e os respectivos bens que podem satisfazê-la.

Os conceitos básicos de sociedade de consumo de massa apresentados conduzem a uma reflexão sobre a realidade da sociedade brasileira e reforçam o foco da dissertação no que diz respeito ao relacionamento entre diferentes níveis de renda e os padrões de consumo familiar das onze maiores regiões metropolitanas do Brasil.

### **2.1.2. Sociedade de Consumo de Massa e o Brasil**

A explanação teórica do tópico anterior conduz a um questionamento básico: a sociedade brasileira pode ser considerada como de consumo de massa? A resposta deve ser tratada com várias reservas, contudo não se objetiva esgotá-la nesta dissertação.

A massificação possui dois pressupostos: a) preços mais acessíveis resultantes do incremento da produção industrial e; b) a capacidade econômica da grande maioria da população para a aquisição dos bens de consumo. Nos países industrializados ambos os pressupostos estão presentes, tanto pelo desenvolvimento tecnológico dos processos e produtos que aumenta a produtividade industrial, quanto pelas políticas econômicas e sociais dos respectivos governos que favorecem a grande maioria da população.

Todavia, em uma análise superficial da sociedade brasileira é possível constatar divergências significativas das características das sociedades de consumo de massa com a nossa realidade, onde:

- Constatam-se elevados índices de pobreza que refletem a notória má distribuição de renda do país;

- Faltam as condições mínimas de sobrevivência (alimentação, vestuário, moradia) para uma considerável parte da população;

- Perdura-se uma forte recessão econômica iniciada em 1997;

- No atual contexto de estabilidade econômica, constata-se um pequeno índice de inflação mensal que tem diminuído o poder de compra dos consumidores ao longo do tempo e, conseqüentemente, reduz as vendas do mercado. Além disso, segundo Cobra (1992) essa situação agrava-se em razão da recessão (alta taxa de desemprego e preços altos);

- Verifica-se que itens relativamente popularizados nas áreas urbanas, como exemplo o aparelho de televisão, não o são nas áreas rurais. Levando-se em conta que 22% da população brasileira é rural, segundo dados do IBGE *apud* Parente (2000), e somando-se aos baixos investimentos do Governo nessas áreas (energia, água e esgoto, comunicações etc), é possível entender que uma parcela considerável da população é privada das condições mínimas de bem-estar e consumo;

- Nota-se a cobrança de altíssimas taxas de juros para concessão de crédito. A grande maioria da população submete-se às compras a prazo como alternativa para a aquisição de bens duráveis como eletrodomésticos e imóveis. Logo, parte da renda familiar não é aplicada em favor da melhoria do padrão de consumo e sim para pagar juros ao sistema financeiro;

- Verifica-se a alta concentração da renda *per capita* nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, que juntos concentram mais de 56% do PIB brasileiro (PARENTE, 2000). Também esses estados são os mais industrializados do país, o que reflete grandes diferenças regionais;

- Nota-se a necessidade de maiores investimentos em educação;

- Evidencia-se a necessidade de maiores investimentos no desenvolvimento do parque industrial e tecnológico do país. Isso poderá influenciar sensivelmente a produtividade industrial, o preço dos bens de consumo e o acesso da grande maioria da população.

A sociedade de consumo, no seu conjunto, resulta do compromisso entre princípios democráticos igualitários, que conseguem agüentar-se com o mito da abundância e do bem-estar, e o imperativo fundamental de uma ordem de privilégio e de domínio (BAUDRILLARD, 1995). Verifica-se, contudo, que os princípios democráticos igualitários

não fundamentam a prática governamental brasileira para a definição de políticas públicas que reduzam a distância entre as classes mais e menos favorecidas. Logo, o imperativo de privilégio e de domínio sobressai-se aos princípios democráticos igualitários, reforçando a disparidade entre as classes sociais no Brasil.

Mediante essa análise superficial da realidade brasileira, conclui-se que o país possui diferenças significativas nas áreas sociais, econômicas e tecnológicas que inviabilizam a melhoria do padrão de consumo para a maioria da sua população e constituem percalços na busca de um perfil consumidor mais próximo ao dos países desenvolvidos, considerados as sociedades de consumo de massa dos dias atuais.

### **2.1.3. Padrões de Consumo no Brasil**

Nas sociedades capitalistas, onde a sociedade brasileira se inclui, o “consumo” tem duplo significado: para os negócios ele significa o comportamento de compra do consumidor que resulta em receitas de vendas para a empresa. Já para os consumidores individuais significa a satisfação das necessidades da vida. Reforçando a ótica dos consumidores individuais, o consumo é a utilização de um bem material para satisfação das necessidades econômicas do homem. Contudo, faz-se necessário separar dois tópicos relacionados que decorrem do conceito anterior: os limites do consumo e os limites do desejo material. Os limites máximos do consumo são definidos pelos recursos financeiros, especificamente pela renda da unidade familiar, suas poupanças e dívidas (REDMOND, 2001). Todavia, o consumo é uma consequência e o desejo humano para algo tangível ou intangível é sua causa. Se o desejo humano pode ser ilimitado, seu consumo é limitado somente pelos recursos financeiros. Em síntese, enquanto os desejos materiais do homem parecem insaciáveis, os recursos para atendê-los permanecem escassos (ROSSETTI, 1991).

Essa breve reflexão sobre os conceitos de necessidade, desejo e consumo ressalta a importância dos recursos financeiros na determinação do perfil de consumo de uma família. Logo, deduz-se intuitivamente que diferentes níveis de renda familiar geram diferentes padrões (modelos) de consumo. Esse tipo de informação é muito relevante para empresas que desejam segmentar mercados e definir o potencial de consumo de seus produtos ou serviços.

Observando a realidade brasileira, constata-se que os padrões de consumo refletem as grandes diferenças de renda e de grupos sociais e ressaltam o problema de restrição orçamentária que assola as famílias de baixa renda domiciliar.

Um exemplo de classificação dos grupos sociais no Brasil é apresentado no Quadro 1 e resulta de uma pesquisa do Datafolha com 15.688 pessoas em 411 municípios do Brasil, em Junho de 1997, conforme Parente (2000). Foram utilizados os parâmetros ABA (Associação Brasileira de Anunciantes)/ABIPEME (Associação Brasileira de Institutos de Pesquisas de Mercado) de Classe Social, o grau de escolaridade do entrevistado e sua renda mensal familiar. Por meio da análise de *clusters* os grupos foram separados em cinco segmentos: Elite, Batalhadores, Remediados, Decadentes e Excluídos.

**Quadro 1 - Características dos grupos sociais no Brasil**

<b>Grupo Social</b>	<b>População (%)</b>	<b>Características</b>
<b>Elite</b>	8%	Segmento mais próximo do topo da pirâmide social com relação a renda e escolaridade. Idade média menor (35 anos) do que os excluídos (38 anos). Maior concentração de brancos (85%), menor percentagem de negros (2%) e pardos (12%). Os mais integrados no mercado de trabalho formal.
<b>Batalhadores</b>	3%	Conseguem obter uma renda alta mesmo com baixa escolaridade. Mais bem adaptados ao mercado de trabalho. Renda familiar mensal acima de R\$ 2.240,00. Devem ter capacidades requisitadas pelo mercado ou talento para descobrir demanda não atendida. São típicos emergentes – 2% chegam a classe A, 27% à B e 49% à C. Grandes consumidores de aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos após o Plano Real.
<b>Remediados</b>	15%	Estão no meio termo em todos os aspectos: renda, escolaridade e capacidade de consumo médias.
<b>Decadentes</b>	14%	Escolaridade acima da média, mas renda familiar inferior a R\$ 1.120,00. Maiores percentuais nos estados do RJ (18%), RS (21%) e SC (19%). Posse de bens de consumo superior à média da população indica que já tiveram um melhor nível social. Principais vítimas da revolução do trabalho que ocorreu na década de 90. Mesmo os que têm emprego formal ganham pouco. Segmento mais jovem (31 anos) e 11% de estudantes.
<b>Excluídos</b>	59%	Estão à margem de qualquer meio de ascensão social. Não foram além da 8ª série do 1º grau. Têm renda média familiar mensal menor que R\$ 1.120,00. Segmento que mais sofre com o desemprego. 19% fazem bico, 10% são assalariados sem registro e 10% aposentados. Maior concentração no Nordeste (71% contra 53% no Sudeste e 55% no Sul). Segmento com maior concentração de negros (9%) e pardos (33%) e menor quantidade de brancos (56%)

FONTE: DATAFOLHA *apud* PARENTE, 2000, p. 109.

Primeiramente, constata-se uma pequena percentagem da população (8%) no topo da classe social e que são nomeados de Elite. Possuem alta renda e escolaridade, e têm acesso a bens importados, sem dúvida um padrão de consumo diferenciado. A próxima categoria, os Batalhadores, corresponde a 3% da população, cujo perfil é de alta renda mesmo com baixo grau de escolaridade dos seus componentes. São chamados de emergentes e constituem os grandes consumidores de aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos do país após o Plano Real. A terceira categoria, os Remediados, corresponde a 15% da população e possui características médias de renda, escolaridade e capacidade de consumo. A quarta categoria é chamada de

Decadentes e corresponde a 14% da população. Seus componentes possuem alta escolaridade e baixo nível de renda média. Seus padrões passados de consumo espelham posse de bens superior à média da população, o que indica que já tiveram uma melhor condição social, contudo sofrem do desemprego estrutural que assola o país. O último e mais expressivo grupo social é chamado de Excluídos e corresponde a 59% da população. Seus componentes não possuem perspectivas de ascensão social e caracterizam-se pela baixa escolaridade e renda média mensal familiar inferior à R\$ 1.120,00. Seus padrões de consumo são básicos e essencialmente focados na sobrevivência (alimentação, moradia e transporte). Conclui-se que cada grupo social tem um padrão diferente de consumo familiar e que a renda é um importante determinante desse perfil.

Resumidamente, o princípio básico da metodologia empregada no critério ABA/ABIPEME é o de se descobrir itens de conforto que tenham uma forte correlação com a renda familiar (MATTAR, 1996). Este critério é alvo de fortes críticas fundamentadas na constatação de que suas variáveis/indicadores componentes são inadequados para a estratificação socioeconômica. Isto contribuiu para a criação de um novo sistema batizado de Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB). Esse critério enfatiza sua função de estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificar a população em termos de “classes sociais”. A divisão de mercado definida pelas entidades é, exclusivamente, de classes econômicas. Compõem o sistema de pontuação desse critério tanto a posse de itens (eletrodomésticos) quanto o grau de instrução do chefe de família. Ele foi construído para definir grandes classes que atendam as necessidades de segmentação (por poder aquisitivo) da grande maioria das empresas (ANEP, 2004). A renda familiar por classes segundo o Critério Brasil é apresentada na Tabela 2.

**Tabela 2 - Renda familiar por classes**

<b>Classe</b>	<b>Pontos</b>	<b>Renda Média Familiar (R\$)</b>	<b>Percentagem da População Brasileira (%)</b>
<b>A1</b>	30 a 34	7.793,00	1
<b>A2</b>	25 a 29	4.648,00	5
<b>B1</b>	21 a 24	2.804,00	9
<b>B2</b>	17 a 20	1.669,00	14
<b>C</b>	11 a 16	927,00	36
<b>D</b>	6 a 10	424,00	31
<b>E</b>	0 a 5	207	4

FONTE: adaptado de ANEP (2004) com dados baseados no Levantamento Sócio Econômico 2000 – IBOPE.



Outra pesquisa que discorre sobre a realidade dos padrões de consumo do Brasil é apresentada no Quadro 2 e demonstra as características e comportamento de compra das pessoas em diferentes classes sociais brasileiras. Também adota-se o critério de classificação Brasil e divide a população em cinco classes sociais: A, B1, B2, C e D. Ressalta-se, todavia, que o critério não tem a pretensão de classificar a população em classes sociais, mas sim em classes econômicas, conforme apresenta-se anteriormente.

**Quadro 2 - Características e comportamento de compra das pessoas em diferentes classes sociais brasileiras**

Classe	Participação no Total da Renda do Brasil (%)	Características	Padrões de Consumo
<b>A</b>	30%	Classe alta – proprietários e gerentes executivos, profissionais liberais, grandes proprietários rurais.	Grupo de consumo mais sofisticado – acesso aos bens importados. Consumo tipo substituição de modelos – consumidores de juros pela aplicação na poupança.
<b>B1</b>	20%	Classe média urbana – profissionais liberais, altos funcionários, empresários médios, proprietários rurais médios.	Núcleo fundamental de expansão do setor moderno do mercado. Compra a curto/médio prazo (número de prestações).
<b>B2</b>	22,5%	Burocracia pública e privada – pequenos comerciantes.	Base do mercado moderno; compras à médio e longo prazo (número de prestações).
<b>C</b>	15%	Classes assalariadas.	Principal suporte do mercado tradicional e dos bens de consumo não duráveis de baixo preço – poder de compra flutua com o salário mínimo real.
<b>D</b>	12,5%	Trabalhadores rurais – trabalhadores urbanos marginalizados – marginais sociais em geral.	Fora do mercado consumidor moderno e penetrando no tradicional.

FONTE: adaptado de tabela elaborada pela Escola de Sociologia e Política do Brasil, citada em SIMÕES, Roberto. Marketing Básico, p. 65 *apud* LAS CASAS, 2001, p. 149.

A primeira classe social “A” concentra 30% da renda do país e é formada por proprietários e gerentes executivos, profissionais liberais e grandes proprietários rurais. Caracteriza-se por ser um grupo de consumo mais sofisticado, que tem acesso aos bens importados e auferem juros pela aplicação em investimentos. A segunda classe social “B1” concentra 20% da renda do país e é formada pela chamada classe média urbana: profissionais liberais, altos funcionários, empresários médios e proprietários rurais médios. Essa classe é considerada o núcleo fundamental de expansão do setor moderno do mercado e efetua suas compras a curto ou médio prazo. A terceira classe social “B2” concentra 22,5% da renda do país e é formada pela burocracia pública e privada e pequenos comerciantes. Essa classe é considerada a base do mercado moderno e efetua suas compras a médio e longo prazo. A quarta classe social “C”

concentra 15% da renda do país e é formada pelas classes assalariadas. Essa classe é considerada o principal suporte do mercado tradicional (alimentação, por exemplo) e dos bens de consumo não duráveis de baixo preço, todavia seu poder de compra flutua com o salário mínimo real. A última classe social “D” concentra 12,5% da renda do país e é composta dos trabalhadores rurais, trabalhadores urbanos marginalizados e marginais sociais em geral. Essa classe encontra-se fora do mercado consumidor moderno e penetrando no tradicional.

Entende-se, portanto, que a classe social resulta da condição financeira do consumidor e é um importante condicionante do seu comportamento de compra. O consumidor pode sofrer influências de fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos, todavia é o nível de renda que limita ou amplia suas possibilidades de consumo em um nível mais basilar. Las Casas (2001) afirma que as classes sociais determinam diferenças no comportamento dos indivíduos e exemplifica que uma família com maior poder aquisitivo poderá dar-se ao luxo de passar um fim de semana em Bariloche enquanto uma família de classe baixa poderá não ter condições de viajar mais longe do que alguns quilômetros da cidade onde reside. Reforça-se o conceito de que o desejo humano é ilimitado, todavia o consumo é limitado pelos recursos financeiros de um indivíduo ou família.

No que diz respeito à variação de gastos por faixa de renda, domicílios com diferentes faixas salariais acusam padrões de consumo muito diferenciados. Constata-se isso pelos dados do IBGE na POF de 1996, onde as classes de renda mais baixa gastam boa parte de seu orçamento em produtos básicos, como alimentação. Enquanto o segmento entre dois e três salários mínimos gasta 27% em alimentação, esse valor cai para 11% para o segmento de mais de 30 salários (PARENTE, 2000).

Outras informações do orçamento familiar são apresentadas pelos dados da POF *apud* Machado (2003), que diz que uma família empenhava em média 13% da sua renda com contas de telefone, luz, gás e água em 1996 e em 2001 o peso das tarifas no orçamento familiar subiu para 28%. Acrescenta-se também que segundo dados da PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios *apud* Machado (2003) a renda familiar entre 1995 e 2001 teve uma queda real, descontada a inflação, de 7%, vindo de R\$ 1.066,00 para R\$ 993,00 e a renda média disponível desde alimentação à moradia caiu de R\$ 927,00 em 1995 para R\$ 715,00 em 2001. Todos esses fatores influenciam sensivelmente o padrão de consumo da família brasileira, e resultam dos problemas de distribuição de renda, da carga

excessiva de impostos e da recessão econômica acompanhada de desemprego que o país atualmente está sujeito.

Objetivando apresentar uma amplitude de padrões de consumo da família brasileira, o Quadro 3 enumera e caracteriza as principais categorias de despesa constantes na POF 1995/1996 e que constituem o foco desta dissertação.

**Quadro 3 - Características das categorias de despesa da POF**

<b>Categorias de Despesa da POF</b>	<b>Características</b>
<b>Alimentação</b>	Trata-se de uma necessidade básica de qualquer família. Famílias de baixa renda tendem a comprometer mais sua renda com esse tipo de despesa. Atualmente existe uma forte tendência para o consumo de comida pronta e alimentação fora do lar.
<b>Habitação</b>	São os custos de aluguel e pagamento de prestação de imóveis, taxas, impostos e condomínios. Famílias de baixa renda tendem a pagar aluguel, e as de classe média baixa a pagar prestações de imóveis.
<b>Transporte</b>	São gastos com transporte público, principalmente para famílias de baixa renda; e gastos com combustíveis e estacionamento para os detentores de veículos.
<b>Educação</b>	Constituem os gastos com materiais escolares, mensalidade de escola particular e cursos em geral (idiomas, informática etc). Acredita-se que famílias de nível de renda mais alto tendem a gastar mais com educação.
<b>Vestuário</b>	São as despesas com roupas femininas, masculinas, infanto-juvenis, bolsas, calçados e cintos. Famílias de nível de renda mais baixo tendem: a gastar menos com vestuário, a ganhar roupas usadas e a comprar em bazares de pechincha.
<b>Saúde</b>	São gastos com remédios e serviços de assistência médico-hospitalares, onde seus principais usuários são as famílias de nível de renda superior.
<b>Higiene, Limpeza e Serviços Pessoais</b>	São os gastos com higiene pessoal, limpeza do lar e serviços pessoais. Famílias com maior nível de renda tendem a gastar mais com esse tipo de despesa.
<b>Lazer e Recreação</b>	São despesas com fumo, jogos e apostas, leitura, diversões e esportes, brinquedos e materiais para recreação, viagens. Famílias de nível de renda inferior tendem a gastar mais com fumo e jogos e apostas e famílias de renda superior tendem a gastar mais com as demais subcategorias.
<b>Comunicação</b>	São gastos com correio, telefone público, residencial e celular. Constata-se uma forte tendência de popularização dos meios de comunicação nas famílias brasileiras.
<b>Acessórios, Manutenção e Documentação de Veículos</b>	São as despesas com consertos, peças, limpeza, lubrificação e documentação de veículos. Famílias de nível de renda superior tendem a gastar mais com esse tipo de despesa do que famílias com renda inferior.
<b>Conserto e Manutenção de Móveis e Eletrodomésticos</b>	São os gastos inerentes ao conserto e manutenção de móveis, aparelhos, máquinas e utensílios Domésticos. Tendem a ser mais significativos nas famílias de nível de renda inferior.
<b>Serviços Domésticos</b>	São gastos com empregados, faxineiros, babás etc. Entende-se que famílias de renda superior gastem mais com esses serviços.
<b>Aquisição de Móveis, Eletrodomésticos e Artigos para Decoração do Lar</b>	São as despesas com aquisição de móveis, eletrodomésticos, instrumentos musicais, fotografia, artigos de decoração e forração para o lar etc. Famílias de nível de renda superior tendem a gastar mais com essa categoria e a efetuar pagamentos à vista. Famílias de renda inferior tendem a comprar em menor quantidade esses bens e efetuar seus pagamentos a prazo, com altas taxas de juros.
<b>Construção e Reforma</b>	São gastos com construção e reforma do lar, reparos de imóveis e jardinagem. Famílias de nível de renda superior tendem a gastar mais nessa categoria.

**Quadro 3 - Características das categorias de despesa da POF (continuação)**

<b>Contribuições, Transferências e Encargos Financeiros</b>	São despesas decorrentes de doações para Igrejas e entidades sociais, mesada aos filhos, pagamento de empréstimos e seguros, juros e despesas bancárias. Famílias de nível de renda superior tendem a efetuar doações e mesadas e a pagar seguros mais que as famílias de renda inferior. Em contrapartida, famílias de renda inferior envolvem-se mais com pagamento de empréstimos e juros, e doações para Igrejas.
<b>Aquisição de Veículos</b>	Envolvem as despesas com aquisição de veículos novos e usados, financiamentos de longo prazo de carros populares, pagamento à vista ou financiado. Famílias de nível de renda superior tendem a comprar carros novos e efetuar pagamentos a curto prazo. Já as famílias de nível de renda inferior tendem a comprar carros usados com financiamentos de longo prazo.
<b>Investimentos e Jóias</b>	Envolvem os investimentos em poupanças e aplicações financeiras, bem como os gastos com aquisição de jóias (alianças, anéis, relógios etc). Famílias de renda superior tendem a efetuar estes tipos de investimentos mais que as famílias de renda inferior.

FONTE: elaborado a partir do manual de instrução da POF 1995/1996 do IBGE.

Entende-se que as características de padrões de consumo do brasileiro resultam do seu comportamento de compra e das suas decisões de emprego da renda limitadas pela condição financeira familiar. Essa discussão é apresentada no próximo tópico do referencial teórico desta dissertação.

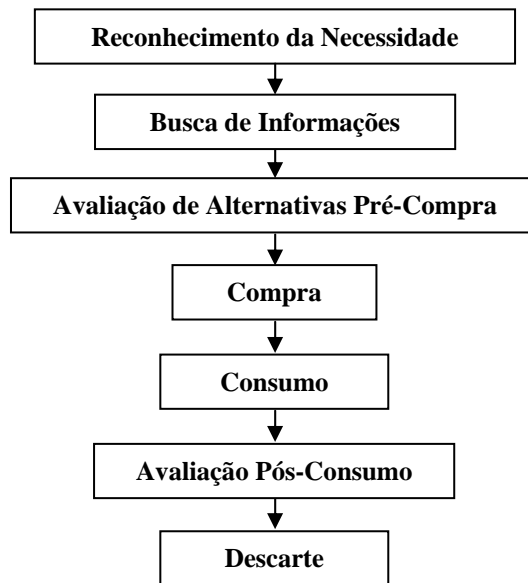
## **2.2. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E A RENDA**

### **2.2.1. Comportamento do Consumidor**

Os padrões de consumo discutidos anteriormente resultam das diversas decisões de compra que os consumidores tomam diariamente. Teoricamente, esse processo de tomada de decisões é explicado pelos estudiosos de marketing por meio de modelos. De forma geral, um modelo é planejado para descrever e explicar algum fenômeno ou realidade e, especificamente no marketing, pode ser usado para prever o comportamento de compra dos consumidores (RAU; SAMIEE, 1981). “Apesar do comportamento humano ser extremamente complexo e influenciado por uma enorme gama de fatores, modelos de comportamento de compra vêm sendo desenvolvidos para representar, de forma simplificada e esquematizada, o complexo fenômeno do comportamento do consumidor.” (PARENTE, 2000, p. 118).

Define-se comportamento do consumidor como as atividades que os indivíduos empreendem na aquisição, consumo e disposição de produtos e serviços. Decorre desta definição que a aquisição refere-se às atividades que direcionam e envolvem a compra e o recebimento de um produto. Já o consumo refere-se a como, onde, quando e sobre quais circunstâncias os consumidores usam o produto. Por último, a disposição compreende a forma que os consumidores desfazem-se dos produtos e embalagens (BLACKWELL *et al*, 2001).

Tipicamente os consumidores passam por um processo de sete estágios nas decisões de compra, conforme apresenta a Ilustração 2.



**Ilustração 2 - Modelo do processo de decisão do consumidor (CDP Model)**

FONTE: BLACKWELL *et al*, 2001, p. 71.

O ponto de partida do processo de decisão de compra é o reconhecimento de uma necessidade a ser satisfeita ou de um problema a ser resolvido. Uma necessidade do cliente é qualquer estado de privação, desconforto ou falta (seja física ou psicológica) sentido por uma pessoa. O reconhecimento do problema é a percepção, pelo cliente, de que ele precisa comprar algo para voltar ao estado normal de conforto – em termos físicos ou psicológicos (SHETH *et al*, 2001).

O segundo estágio da decisão de compra é a busca de informações. Uma vez que o reconhecimento da necessidade ocorre, o consumidor começa a pesquisar informações e soluções para satisfazer suas necessidades. A busca é feita por meio de fontes internas (memória, conhecimento) e fontes externas (mercado, *internet*, estratégias mercadológicas das empresas e contatos pessoais).

No terceiro estágio do processo, o consumidor avalia alternativas de escolha antes de efetuar a compra. Ele processa as informações de marcas e faz um julgamento de valor final baseando-se na sua racionalidade e consciência. Os processos e passos específicos para isso são denominados pelos pesquisadores de “modelos de escolha” e dividem-se em duas categorias: os modelos compensatórios e não compensatórios.

No modelo compensatório, o cliente chega a uma escolha considerando todos os atributos de um produto (ou benefícios de um serviço) e compensando mentalmente os pontos fracos em um ou mais atributos com os pontos fortes de outros atributos. Esse modelo é considerado compensatório porque uma falha em um atributo pode ser compensada por uma boa classificação em outro atributo (SHETH *et al*, 2001).

A outra categoria de modelos de escolha são os modelos não compensatórios. Os mais comuns e úteis são o modelo conjuntivo, o modelo disjuntivo, o modelo lexicográfico e o de eliminação por aspectos (EPA). No modelo conjuntivo, o cliente começa determinando os limites mínimos de todos os atributos importantes. Cada alternativa é então examinada para cada atributo, e qualquer uma delas que satisfaça os limites mínimos em todos os atributos pode ser potencialmente escolhida. Já o modelo disjuntivo implica compensações entre aspectos das alternativas de escolha. Difere do modelo compensatório, pois considera a simples presença ou ausência de atributos e compensa atributos que sirvam ao mesmo propósito, mas em tendência inversa. No modelo lexicográfico, os atributos das alternativas são ordenados ou classificados em termos de importância, onde os clientes examinam todas as alternativas com base no critério mais importante e identificam aquela com o maior nível nesse critério. Por último, o modelo de eliminação por aspectos (EPA) é semelhante ao lexicográfico, mas com uma diferença importante: o cliente classifica os atributos em ordem de importância e, além disso, define valores de eliminação para realizar sua escolha (SHETH *et al*, 2001).

Conclui-se que no estágio de avaliação de alternativas o consumidor cria preferências entre marcas do conjunto de escolha. O consumidor também forma uma intenção de comprar as marcas preferidas. Contudo, dois fatores podem interferir entre a intenção de compra e a decisão de compra. O primeiro fator é a atitude dos outros. Tanto a atitude negativa de outra pessoa em relação a escolha feita pelo consumidor quanto a motivação do consumidor para acatar os desejos da outra pessoa podem reduzir sua preferência. O segundo fator é composto de variáveis situacionais imprevistas como, por exemplo, a perda do emprego, um vendedor desagradável ou o surgimento de uma compra mais urgente. Em adição, a decisão de compra do consumidor também é influenciada pelo risco percebido. O grau de risco percebido varia de acordo com o montante de dinheiro envolvido, o nível de incerteza quanto aos atributos e o nível de autoconfiança do consumidor (KOTLER, 2000).

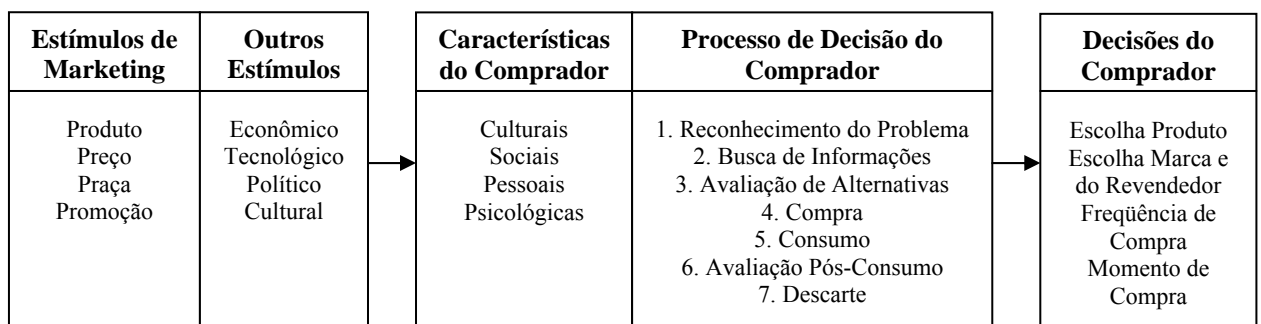
O quarto estágio do processo de decisão do consumidor é a compra. Depois de decidir se quer ou não comprar, o consumidor passa por duas fases. Na primeira, ele escolhe onde comprará, seja um estabelecimento varejista, catálogos, vendas eletrônicas etc. A segunda fase envolve as escolhas do produto que podem ser influenciadas pelos vendedores, *displays* de produtos, mídia eletrônica e propagandas no ponto de venda (BLACKWELL *et al*, 2001).

Após a realização da compra o consumidor toma posse do produto e, a partir desse momento, o consumo pode ocorrer. Logo, o quinto estágio do processo de decisão do consumidor é o consumo, ou seja, o uso do produto. A forma que os consumidores usam o produto também afeta tanto o critério de satisfação da compra quanto a possível compra futura de um produto ou de uma marca particular (BLACKWELL *et al*, 2001).

O sexto estágio do processo é a avaliação pós-consumo, onde os consumidores experimentam um sentimento de satisfação ou insatisfação. A satisfação ocorre quando as expectativas dos consumidores igualam-se ao desempenho percebido; em contrapartida, quando as experiências e desempenho frustram as expectativas, a insatisfação ocorre (BLACKWELL *et al*, 2001).

O último estágio do processo de decisão do consumidor é o descarte. Consumidores têm várias opções para realizarem o descarte que incluem a disponibilidade completa do bem, a reciclagem ou a revenda do produto para alguém (BLACKWELL *et al*, 2001).

Permeando todo o modelo apresentado, o processo de decisão de compra sofre influências de variáveis do ambiente, das diferenças individuais e de processos psicológicos dos consumidores. O modelo de estímulo e resposta proposto por Kotler (2000) ressalta a influência dessas variáveis no comportamento de compra e é apresentado na Ilustração 3.



**Ilustração 3 - Modelo de estímulo e resposta**

FONTE: adaptado de KOTLER, 2000, p. 183 e de BLACKWELL *et al*, 2001, p. 71.

O consumidor está sujeito a estímulos ambientais e de marketing que penetram no seu consciente. Esses estímulos ambientais são influências econômico-naturais, tecnológicas, político-legais e sócio-culturais que podem alterar a predisposição do consumidor de comprar ou rejeitar um produto ou serviço. Já os estímulos de marketing são os esforços empresariais empreendidos nas áreas de produto, preço, ponto e promoção que influenciam as decisões de compra do consumidor. Todos esses estímulos são inseridos na mente do consumidor e transformados em uma série de respostas como a escolha do produto, da marca, do revendedor, do momento e volume de compra (KOTLER; ARMSTRONG, 1993).

Além dos estímulos ambientais e de marketing, o processo de decisão de compra é influenciado pelas diferenças individuais do comprador. Essas diferenças resultam da influência de fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos no indivíduo consumidor.

Os fatores culturais exercem a maior e mais profunda influência no comportamento do consumidor e são compostos pela cultura, subcultura e classe social. A cultura é o mais básico determinante dos desejos e comportamentos de uma pessoa. Ela inclui valores básicos, percepções, preferências e comportamentos que uma pessoa aprende da família e de outras instituições importantes. Já as subculturas são “culturas dentro de culturas” que possuem valores e estilos de vida distintos. Por último, as classes sociais são subculturas cujos membros têm prestígio social similar baseado em suas ocupações, renda, educação, riqueza e outras variáveis. Pessoas com características culturais, subculturais e sociais distintas desenvolvem diferentes preferências por produtos e marcas (KOTLER; ARMSTRONG, 1993).

Outro fator importante que influencia as diferenças individuais dos consumidores é o social. Os grupos de referência de uma pessoa – família, amigos, organizações sociais, associações profissionais – afetam fortemente sua escolha de produtos e marcas (KOTLER; ARMSTRONG, 1993). Nesse contexto, o papel e *status* sociais definem a posição da pessoa dentro de cada grupo e influenciam nas decisões do comprador. O consumidor adquire, possui, usa e exhibe determinados bens e serviços para realçar sua percepção de si mesmo, para apresentar uma imagem do que ele se assemelha, para representar o que ele sente ou pensa, e para obter tipos de relacionamentos sociais de sua preferência (EASTMAN *et al*, 1999).

Outros fatores como a idade, o ciclo de vida, a ocupação, as condições econômicas, estilo de vida, personalidade e outras características pessoais influenciam o processo de compra do



consumidor (KOTLER; ARMSTRONG, 1993). Cada consumidor reage de forma diferente sob estímulos iguais, e isso ocorre porque as pessoas são singulares e interpretam e respondem de forma diferente aos estímulos (COBRA, 1992).

Por último, o comportamento de compra do consumidor também é influenciado por quatro fatores psicológicos principais: motivação, percepção, aprendizado e crenças e atitudes. Cada um desses fatores proporciona uma perspectiva diferente para a compreensão do funcionamento da mente do consumidor (KOTLER; ARMSTRONG, 1993).

Conclui-se, portanto, que o comportamento de compra do consumidor é o resultado de complexas interações entre todos os fatores abordados anteriormente, e a busca de uma melhor compreensão desses fatores por parte das empresas e dos estudiosos é fundamental para a elaboração de estratégias mercadológicas consistentes. Do processo de decisão de compra originam-se as características de padrões de consumo de um indivíduo ou família, e sua respectiva explanação fundamenta o foco de estudo desta dissertação.

### **2.2.2. Influências da Renda no Comportamento do Consumidor**

O modelo de comportamento do consumidor apresenta um conjunto de variáveis que influenciam os estágios do processo de decisão de compra do consumidor. Sua complexidade é digna de ser ressaltada, pois essencialmente opera com fatores de difícil controle e mensuração que resultam da mente do consumidor (nomeada por alguns estudiosos como “caixa preta”). Acredita-se que dentre esses fatores a renda do consumidor pode influenciar sobremaneira as decisões de compra e os padrões de consumo de um indivíduo ou família, contudo esse pressuposto não é tratado de maneira organizada e sistêmica pelos estudiosos de marketing nos modelos de comportamento de compra.

Um dos conceitos centrais do marketing já abordados anteriormente é o de necessidade. As necessidades se tornam desejos quando são dirigidas a objetos específicos capazes de satisfazê-las. Já os desejos são moldados pela sociedade em que se vive. Demandas são desejos por produtos específicos apoiados por uma possibilidade de pagar. As empresas devem mensurar não apenas quantas pessoas desejam seu produto, mas também quantas efetivamente estão dispostas e aptas a adquiri-lo (KOTLER, 2000).

Dessa forma, tanto a aptidão quanto a disposição para adquirir o produto são condicionantes da demanda. O indivíduo pode estar disposto a demandar determinado produto, mas não estar

apto para comprá-lo em razão, por exemplo, de uma condição financeira insuficiente; em contrapartida pode estar apto para a aquisição de um determinado produto, mas não estar disposto a comprá-lo. Contudo, os modelos de comportamento de compra tratam de um amplo conjunto de fatores que lidam com a disposição do consumidor em demandar um produto, todavia não tratam com a mesma profundidade a questão da aptidão para assim fazê-lo, principalmente quando refere-se a renda disponível do consumidor para o consumo individual ou familiar.

As diferenças individuais dos consumidores afetam seu comportamento de compra. Conforme tratado anteriormente, o comportamento sofre influência de fatores demográficos, psicográficos, valores, personalidade, recursos, motivação, conhecimento e atitudes de cada consumidor (BLACKWELL *et al*, 2001). Dentre esses fatores, o tempo disponível (recurso temporal), o dinheiro (recurso econômico) e a capacidade de receber e processar informações (recursos cognitivos) são recursos que o consumidor despende no processo de compra.

Basicamente, os recursos econômicos são oriundos da renda individual ou familiar. Define-se renda como o dinheiro proveniente tanto de salários e remunerações quanto de recebimentos de juros e assistência social (BLACKWELL *et al*, 2001). A escolha de produto é extremamente afetada pelas circunstâncias econômicas do consumidor: sua renda disponível (nível, estabilidade e padrão de tempo), suas economias e bens, seus débitos, sua capacidade de endividamento e sua atitude em relação a gastar *versus* economizar (KOTLER, 2000).

A condição econômica do consumidor é chamada por Sheth *et al* (2001) como valor pessoal do cliente. Essa terminologia significa apenas o valor financeiro e não tem relação alguma com o valor da pessoa na qualidade de ser humano, ou seu valor em termos de caráter. O valor pessoal é composto de três componentes: renda, riqueza e poder de crédito.

A renda de uma pessoa é a quantia de ganhos monetários que ela recebe periodicamente em uma base mais ou menos regular. Embora não haja duas famílias que despendam seu dinheiro exatamente da mesma forma, existe, na média, um padrão bastante consistente para o modo como a renda é alocada em relação às categorias de despesas. Esses padrões de gastos são denominados “leis de Engel”, por causa do estadista prussiano do século XIX Ernest Engel. De acordo com a lei de Engel, quanto menor a renda *per capita* de uma nação ou povo, mais ela tende a gastar em necessidades básicas como alimentação e vestuário. À medida que

umenta a renda, as pessoas tendem a gastar mais em itens opcionais, como férias, coleções de arte e até cirurgias plásticas (SHETH *et al*, 2001).

O segundo componente e medida do valor pessoal é a riqueza. Ela é avaliada pelo valor líquido de um indivíduo, ou seja, o valor atual de todos os bens possuídos menos o valor atual de todas as obrigações (SHETH *et al*, 2001).

O terceiro e último componente é o poder de crédito. Trata-se de um indicador da condição econômica de um consumidor definido como o nível de renda antecipado de uma pessoa resultante da renda disponível e da acumulação de ativos por meio de economias. O valor pessoal influencia o comportamento dos clientes principalmente no aspecto de restrição de seus recursos para o consumo (SHETH *et al*, 2001).

A confiança do consumidor é um outro fator importante a ser considerado. O consumo é fortemente influenciado pela crença dos consumidores sobre o que acontecerá no futuro. A renda corrente é o determinante primário do consumo de alimentos, compras de automóveis, eletrodomésticos e outros bens duráveis (BLACKWELL *et al*, 2001). Qualquer tipo de instabilidade que seja interpretada pelos consumidores como um impacto positivo ou negativo na sua renda e situação de consumo afeta seu comportamento. Logo, existe uma relação entre: a) o ambiente econômico, político e social da nação, b) a interpretação desse contexto por parte do consumidor e c) sua resposta de consumo, que poderá levá-lo a estar mais ou menos atento ao emprego da sua renda para garantir sua sobrevivência e a maximização da compra.

A respeito do processo de decisão de compra do consumidor, a renda pode influenciar em maior ou menor intensidade cada um dos sete estágios explicados anteriormente. No estágio de reconhecimento da necessidade, os desejos são estimulados e o consumidor realiza uma primeira avaliação da sua capacidade de compra. Ele avalia se o bem de consumo é de primeira necessidade ou supérfluo, a iminência do consumo e sua capacidade de compra. Se houver disponibilidade de renda ou poder de crédito, mesmo em um estágio de ausência de informações mais concretas sobre as possibilidades de consumo, o consumidor passará para o próximo estágio, a busca de informações. Neste estágio, entende-se que o consumidor tenha definido o tipo de bem que satisfará sua necessidade, logo ele buscará informações em fontes que estejam alinhadas à sua capacidade de compra. Por exemplo, na aquisição de um veículo, o comprador pode optar pela busca de informações em concessionárias que garantam confiabilidade e um atendimento personalizado, pode consultar jornais para a compra de

veículos de particulares (que exigirá maior tempo de busca e um preço inferior de compra, na maioria dos casos), pode valer-se da Internet para aqueles que dispõem de acesso, entre outros meios de busca.

No terceiro estágio, a avaliação de alternativas será influenciada pela situação financeira do consumidor. Em um primeiro passo dessa avaliação, o consumidor buscará a adequação da sua renda disponível para cada uma das alternativas identificadas. Será pesada a disponibilidade de recursos financeiros para compra à vista ou a prazo e o envolvimento do orçamento familiar no decorrer do tempo. O estágio de decisão da compra (quarto estágio) está intimamente relacionado com a avaliação das alternativas, pois trata-se de um processo dinâmico.

O consumidor forma sua intenção de compra de acordo com sua renda conhecida. Contudo, a intenção de compra pode não resultar em uma compra efetiva do objeto pretendido, pois o comportamento de compra é função da intenção de compra e de fatores situacionais não previstos pelo vendedor, mas que são avaliados pelo comprador no processo de compra. A confiança do consumidor é resultante desses fatores situacionais não previstos. Assim, a decisão de um indivíduo de modificar, prorrogar, ou evitar uma decisão de compra é altamente influenciada pelo risco percebido (KOTLER, 1980). “O risco percebido é definido como a percepção que o consumidor tem da negatividade de seqüência de ações, tendo como base a avaliação dos possíveis resultados negativos e da probabilidade de que esses resultados ocorram.” (DOWLING *apud* MOWEN; MINOR, 2003, p. 103). Um risco percebido pode ser de caráter financeiro, onde exista o risco de que o resultado da compra prejudique financeiramente o consumidor, por exemplo, a compra de um carro que poderá acarretar dificuldades financeiras futuras. Em síntese, no estágio de compra o consumidor avalia sua renda, o risco percebido e seu orçamento familiar, ou seja, realiza uma avaliação pessoal e familiar para decidir a compra. Ressalta-se que os demais fatores como status, classe social, estilos de vida, entre outros, também são importantes no processo de decisão do consumidor, todavia, em um nível mais primário a renda do consumidor condiciona sua compra.

No estágio de consumo, a intenção de maximizar parte da renda investida na compra de um bem pode levar o consumidor a retardar o consumo ou estocá-lo (aquisição de quantidade acima do consumo normal), em razão do aproveitamento de uma oferta especial ou precaução por rumores de escassez iminente do bem no mercado.

No sexto estágio, a avaliação pós-consumo, o consumidor cria uma equação de valor que compara os benefícios percebidos e os custos envolvidos na compra e consumo do bem. Assim, os benefícios e expectativas que envolvem o bem comprado e consumido serão confrontados com o sacrifício financeiro, o tempo e os recursos cognitivos (atenção) despendidos.

A satisfação ocorrerá quando as expectativas se relacionarem (ou forem maiores) com o desempenho percebido, logo a contrapartida será avaliada como insatisfação por parte do consumidor. Nesse momento, a renda do consumidor influencia a avaliação do sacrifício financeiro e quanto mais alto for o preço do bem em relação a renda, maior será a dissonância cognitiva (o questionamento sobre a satisfação ou insatisfação). A insatisfação do consumidor também poderá ser agravada por meio do arrependimento do investimento da renda para a compra e consumo do bem.

O sétimo e último estágio do processo de decisão de compra do consumidor é o descarte do bem. Após o consumo, a revenda de um produto pelo seu proprietário pode ser uma estratégia de aumentar, mesmo que momentaneamente, a renda do indivíduo ou família ou de reaver parte do investimento feito. Além disso, bens que exigiram alto sacrifício da renda são mais difíceis de efetuar o descarte pelo consumidor, pois podem envolver um valor emocional ou uma recordação da sua aquisição e consumo.

Após esta explanação, entende-se que a renda familiar poderia ser tratada com mais intensidade como um determinante do padrão de consumo de um indivíduo ou família. Esta dissertação estuda a influência da renda nos padrões de consumo domiciliar e ressalta que essa área do conhecimento deve ser analisada com maior atenção pelos estudiosos de marketing, principalmente no Brasil, onde a renda familiar é escassa para a grande maioria das famílias e constitui-se um importante fator de decisão de compra do consumidor que refletirá nos padrões de consumo.

## **2.3. RENDA E ORÇAMENTO FAMILIAR**

### **2.3.1. Renda Familiar**

O foco de estudo do comportamento do consumidor é o indivíduo, no entanto os recursos econômicos são frequentemente compartilhados com outras pessoas, nas famílias ou

domicílios (ENGEL *et al*, 1995). Logo, a importância da família ou unidade domiciliar no comportamento do consumidor surge de duas razões:

1. Muitos produtos são comprados para a unidade familiar;
2. Decisões de compra dos indivíduos podem ser fortemente influenciadas por outros membros da família (BLACKWELL *et al*, 2001).

Essas razões mostram que o processo de decisão de compra do consumidor ocorre de forma compartilhada para determinados bens, pois todos os membros da família sentirão os reflexos da boa ou má utilização da renda em prol do consumo individual ou coletivo.

Contudo, é conveniente diferenciar dois importantes termos correlatos quando se trata do assunto renda familiar: a família e o domicílio. O primeiro termo, a família, na verdade é um subgrupo contido dentro de uma classificação mais ampla chamada de domicílio. Os domicílios são compostos de todas as pessoas que vivem em uma residência. São exemplos de domicílios colegas que dividem um apartamento, casais não casados vivendo juntos; marido e esposa com filhos; marido, esposa, filhos e avós vivendo debaixo de um mesmo teto ou dois casais dividindo a mesma casa. A semelhança principal entre todos esses exemplos é a de que o grupo vive na mesma residência (MOWEN; MINOR, 2003).

Já a família é um grupo de duas ou mais pessoas relacionadas por laço sanguíneo, casamento ou adoção e que residem juntas. Denomina-se família nuclear o grupo imediato composto pelo pai, mãe e filhos vivendo juntos. A família estendida consiste na família nuclear somada de outros parentes como avós, tios e tias, primos e cunhados e cunhadas. A família na qual o indivíduo é nascido é chamada de família de orientação, enquanto que a família estabelecida pelo casamento é a família de procriação (BLACKWELL *et al*, 2001). Considerando os dois termos acima, conclui-se que marido, esposa e filhos que vivem juntos constituem ao mesmo tempo um domicílio e uma família (MOWEN; MINOR, 2003).

Nota-se que no contexto geral brasileiro o número de pessoas por domicílio vem diminuindo, segundo dados da POF de 1987 comparados com o ano de 1996, apresentados na Tabela 3. Outra característica importante é a diferença de médias de moradores por domicílio entre as regiões metropolitanas, apesar da indiscutível diminuição em todas as áreas. As principais regiões metropolitanas do Nordeste do país (Belém, Fortaleza, Recife e Salvador) possuem médias acima de quatro pessoas por domicílio, enquanto as do Sul e Sudeste variam de 3,36 a

3,80 pessoas por domicílio e concentram a maior parte do poder de compra e do PIB gerado no país.

**Tabela 3 - Número de pessoas por domicílio em algumas regiões metropolitanas do Brasil**

Região Metropolitana	Ano	
	1987	1996
Belém	5,15	4,47
Belo Horizonte	4,48	3,80
Curitiba	4,00	3,68
Fortaleza	4,78	4,38
Porto Alegre	3,52	3,36
Recife	4,56	4,06
Rio de Janeiro	3,71	3,40
Salvador	4,81	4,02
São Paulo	4,04	3,70

FONTE: dados da POF 1987/1996 *apud* PARENTE, 2000, p. 95.

Muitas são as razões que justificam esse efeito, todavia percebe-se que existe uma tendência no Brasil da renda *per capita* domiciliar aumentar por conta dessa diminuição do número de moradores de uma mesma residência.

Restringindo a discussão para a unidade familiar, o conceito de renda advém da consideração de que a família dispõe de certa quota de receita com que financia seu consumo, sendo imensas as diferenças de quantias e de origens de tais recursos. Dessa forma, a renda familiar é composta da soma das remunerações oriundas de todos membros da família e provenientes de vencimentos, salários, arrendamentos, lucros e juros recebidos, aposentadorias e pensões, excetuando-se certas receitas excepcionais que ampliam consideravelmente o consumo como heranças e prêmios de loterias. Já a renda nominal ou monetária da família constitui-se da renda familiar subtraída das quantias pagas ao sistema tributário estatal (PINTO *et al*, 1983).

A renda monetária disponível é a base para a tomada de decisões de consumo pela família e pode ser dividida entre renda discricionária e não discricionária. Considera-se que parte da renda da família está comprometida com despesas ou poupanças fixas essenciais, ou seja, despesas essenciais e necessárias para a sobrevivência tais como alimentação, moradia, vestuário, consumo de energia, entre outras. Essa parcela da renda é nomeada como não discricionária, pois seu destino é certo e fixo.

Em contrapartida, a renda discricionária é a parcela que não está comprometida com essas despesas essenciais, sobre a qual a família pode exercer algum grau de discricionariez quanto à sua destinação. A renda discricionária varia conforme o nível de renda da família e a

forma que a renda disponível é empregada mediante condições situacionais. Um exemplo de condição situacional é o custo de vida. Ele pode influenciar a renda discricionária de famílias de diferentes cidades em um mesmo nível de renda. Outro exemplo seria de uma família com nível de renda alto que direcione grande parte da renda familiar para a manutenção dos filhos em uma faculdade, sobrando poucos recursos para a escolha da sua destinação. Portanto, uma família com nível de renda alto poderá ter renda discricionária semelhante (ou inferior) a uma família de nível mais baixo, em razão dessas condições situacionais.

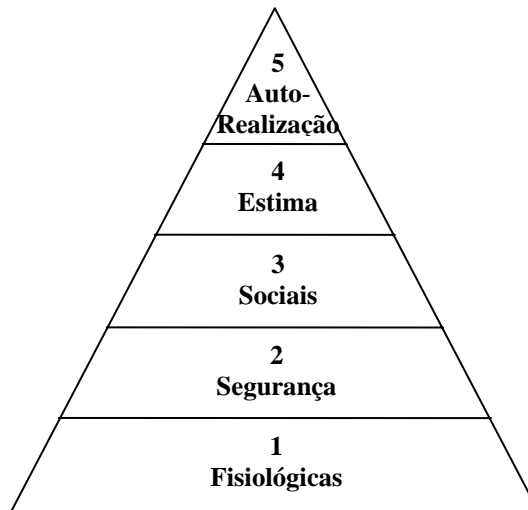
Conclui-se, intuitivamente, que a renda discricionária influencia os padrões de consumo de uma família. A alta renda discricionária é geralmente uma qualificadora de determinadas compras tais como bens de luxo, pacotes de viagens, *status* de restaurantes e serviços de manutenção do lar (BONE, 1991). Já a baixa renda discricionária pode conduzir uma família à compra a prazo de eletrodomésticos a preços ou qualidade inferiores, viagens modestas e esporádicas, restaurantes “baratos”, entre outros.

Em complemento ao raciocínio proposto, o conceito de renda discricionária está relacionado com os conceitos de necessidade e luxo. Entende-se que os bens de primeira necessidade são financiados pela renda não discricionária e os bens de luxo decorrem da renda discricionária. Todavia, essa associação é relativa, pois depende da classe social, do desenvolvimento econômico do país e do tipo de civilização que a família está inserida e condicionada. Diferentes famílias interpretam um bem de consumo de forma diferenciada, pois para umas o bem pode ser considerado de primeira necessidade ou de mero conforto enquanto para outras famílias julgam-no um luxo. Dessa forma, a mensuração da renda discricionária pode variar de família a família.

Ampliando a discussão de necessidade e luxo, pode-se comparar a hierarquia das necessidades de Maslow com a definição de prioridade de despesas familiares. A hierarquia de Maslow é um conceito útil que trata como as pessoas estabelecem diferentes prioridades para suas necessidades (BLACKWELL *et al*, 2001). Em ordem de importância, a hierarquia contempla: (1) necessidades fisiológicas (comida, água, abrigo), (2) necessidades de segurança (segurança, proteção), (3) necessidades sociais (sensação de pertencer, amor), (4) necessidades de estima (auto-estima, reconhecimento, *status*) e (5) necessidades de auto-realização (desenvolvimento e realização pessoais), conforme apresenta a Ilustração 4. As pessoas tentam satisfazer suas necessidades mais importantes em primeiro lugar. Quando uma pessoa consegue satisfazer uma necessidade importante, essa necessidade deixa de ser um



motivador corrente e a pessoa tenta satisfazer a próxima necessidade mais importante (KOTLER, 2000).



**Ilustração 4 - Hierarquia das necessidades de Maslow**

FONTE: adaptado de KOTLER, 2000, p. 194.

As necessidades fisiológicas são as mais básicas: fome, sede, sono etc. Quando as necessidades fisiológicas não estão satisfeitas, o indivíduo não é motivado por qualquer outro nível de necessidades. Uma vez satisfeitas as necessidades fisiológicas, ou pelo menos parcialmente, manifestam-se as de segurança. O indivíduo busca segurança física e psicológica. A segurança pode ser representada pela necessidade de rotina e repetição, pela posse de bens (imóveis, títulos, ouro), pela aquisição de diferentes modalidades de seguros (vida, saúde), pela adesão a filosofias ou religiões etc (ROCHA; CHRISTENSEN, 1999).

Superadas basicamente as necessidades de segurança, passam a dominar as necessidades de participação e afeição: amor, amizade, laços entre o indivíduo e outros. Símbolos de sua realização seriam o matrimônio, a paternidade, o pertencer a uma “turma”. Quando o indivíduo se sentir seguro em seu relacionamento afetivo, ele passa a buscar a aprovação externa, que se expressa em prestígio, reputação, *status*. Há uma série de produtos dirigidos ao atendimento das necessidades de estima do indivíduo: determinadas marcas de carros, relógios, uísques etc. Por meio do uso dos produtos, o indivíduo se identifica como pertencente a determinado grupo ou classe social: são eles os símbolos externos de seu *status* na sociedade (ROCHA; CHRISTENSEN, 1999).

Finalmente, o indivíduo é motivado para o atendimento de suas necessidades de auto-realização: aquisição de novos conhecimentos, satisfação estética etc. Este seria o impulso do indivíduo no sentido de realizar plenamente todo seu potencial (ROCHA; CHRISTENSEN, 1999).

Considerando-se que a família é composta de um conjunto de indivíduos que compartilham um mesmo rendimento, as necessidades individuais podem influenciar a composição de despesas do lar. Logo, entende-se que a hierarquia das necessidades de Maslow pode contribuir para a explicação dos conceitos de renda discricionária e não discricionária. As despesas mais básicas, relacionadas às necessidades fisiológicas (alimentação, vestuário) e parte das necessidades de segurança (habitação, saúde), compõem a renda não discricionária da família, enquanto as outras necessidades de segurança (posse de bens, seguros, imóveis), as necessidades sociais, de estima e de auto-realização, compõem a renda discricionária. Uma família toma suas decisões de emprego da renda condicionada a avaliação das prioridades de despesa para a manutenção do lar. Famílias com maior renda tendem a satisfazer mais rapidamente suas condições mínimas de sobrevivência e, assim, partir para a satisfação das demais necessidades, consideradas mais supérfluas. A teoria de Maslow ajuda os profissionais de marketing a entenderem como vários produtos se encaixam nos planos, nos objetivos e na vida dos consumidores (KOTLER, 2000).

Finalmente, conclui-se que a renda é a fonte de recursos financeiros de uma família que pode condicionar e restringir seus padrões de consumo. Por consequência, as decisões de emprego da renda familiar são sensíveis aos efeitos da composição da renda discricionária e não discricionária e resultam em diferenças na composição do orçamento familiar.

### **2.3.2. Decisões de Emprego da Renda: O Orçamento Familiar**

A limitação de recursos econômicos ante o caráter ilimitado das necessidades força as famílias a distribuírem sua receita entre certos consumos e em quantidades determinadas (PINTO *et al.*, 1983). As decisões decorrentes dessa distribuição da renda formam o orçamento familiar. O termo orçamento significa calcular os gastos antecipadamente para a realização de uma determinada atividade. Consumidores organizam seus orçamentos em várias categorias de despesas – por exemplo, classes de despesas como compras domésticas, entretenimento, vestuário ou alimentação. Quando despendem recursos financeiros, eles alocam as despesas em contas apropriadas e periodicamente recalculam a quantia restante de

dinheiro dos seus orçamentos. Quando o orçamento de uma categoria é esgotado, os consumidores resistem a despendem mais em artigos nessa categoria. Assim, existem duas partes principais do processo orçamentário: a organização do orçamento e o ajustamento das despesas que extrapolam o mesmo (HEATH; SOLL, 1996).

Em razão das oportunidades de consumo mudarem constantemente, é improvável que um orçamento pré-definido aloque a quantia exata de recursos para as oportunidades que realmente surjam. Contudo, para que um orçamento seja um efetivo mecanismo de auto-controle, ele deve ser ao menos um pouco inflexível, evitando que o consumidor redistribua recursos de forma errônea e comprometa toda sua situação financeira. Essa inflexibilidade tem um custo: a maximização da satisfação pode não ocorrer frente às oportunidades de consumo (HEATH; SOLL, 1996).

O processo de composição do orçamento é desempenhado pelo consumidor, que faz uma seleção de bens segundo sua renda. A combinação ótima da renda disponível e dos preços dos itens é chamada de situação de equilíbrio. Nessa situação, se não houver variação nas bases de renda e de preços, qualquer outra seleção de bens seria insuficiente, pois proporcionaria um bem-estar geral inferior. No entanto, os indivíduos estão constantemente variando a situação de equilíbrio de seu consumo, tanto pela variação do preço dos produtos quanto pelo aumento da renda. A primeira situação, a variação de preços ante a renda mais ou menos constante, costuma provocar sérios apuros financeiros na família. Nesse caso, os indivíduos deveriam fazer uma análise cuidadosa de sua nova situação de equilíbrio. A segunda situação, o indivíduo dispor de mais recursos, pode levar à demanda de bens não existentes na situação de equilíbrio anterior, ou a aumentar a demanda daqueles antes requeridos muito limitadamente, devido à renda ser, então, inferior (PINTO *et al*, 1983).

Em vista disso, entende-se que o nível de renda pode influenciar a composição do orçamento. Famílias mais pobres investem todos os seus recursos na satisfação das necessidades vitais: comer e, em menor escala, morar e vestir. Quando aumentam os recursos familiares, o consumo de alimentos cresce em quantidade e qualidade, sendo substituídos os produtos mais baratos e volumosos por outros mais selecionados e caros (leite, carnes, frutas etc), até chegar-se a um limite máximo, a partir do qual estabiliza-se o consumo de alimentos. Daí se infere que os grupos mais abastados gastam, em alimento, percentagem cada vez menor de seus recursos. As despesas com moradia também correspondem a percentagens bem altas da distribuição das rendas das famílias de recursos parcos. Entretanto, nas de maior capacidade

econômica, especialmente as proprietárias de imóveis, tais despesas fixam-se em percentagem mais ou menos constante, nos diferentes níveis de renda (PINTO *et al*, 1983). Os gastos em roupas, automóveis e artigos de luxo aumentam bastante com a renda, até que se atinge um limite superior bastante alto. Finalmente, a poupança aumenta dramaticamente com a renda, e nunca declina (SHETH *et al*, 2001). Dessa forma, entende-se que na medida que aumentam os recursos de uma família ampliam-se, progressivamente, os consumos de outras naturezas: diversões, vestuário, cuidados ou serviços pessoais, leitura, educação, viagens, artigos de luxo, entre outros (PINTO *et al*, 1983).

Em última análise, pode-se concluir intuitivamente que o orçamento familiar e o padrão de consumo de uma família são influenciados pelo nível de renda da mesma, constituindo-se o foco principal de estudo desta dissertação.

## **2.4. OUTROS POSSÍVEIS INFLUENCIADORES DO PADRÃO DE CONSUMO FAMILIAR**

A renda familiar é a principal variável de análise desta dissertação. Contudo, outras variáveis podem influenciar o orçamento familiar e o padrão de consumo de uma família. Estas são aplicadas em estudos de segmentação de mercado e podem contribuir para o estabelecimento de cortes de análise da composição do orçamento familiar. Sob o enfoque da teoria do marketing, discute-se a seguir algumas de variáveis identificadas na POF 1995/1996 que podem influenciar o comportamento das categorias de despesa familiar. Objetiva-se com esta discussão respaldar a metodologia, os resultados e as análises apresentados posteriormente.

### **2.4.1. Região Metropolitana**

O porte da cidade ou região metropolitana é uma variável utilizada na segmentação geográfica de mercados. Esta segmentação caracteriza-se pela divisão de um grupo considerando-se os limites divisórios estabelecidos por regiões, centros urbanos, suburbanos ou rurais, cidades, municípios ou estados. O Brasil ocupa uma área de 8.511.965 quilômetros quadrados, abrangendo cerca de 47% do continente sul-americano. Divide-se em cinco grandes regiões naturais e em 27 unidades políticas, compreendendo 26 Estados e um Distrito Federal, sede do governo. Com todo este território, pode-se prever a existência de diferenças regionais de consumo. O clima, traços históricos da colonização, recursos naturais, vegetação e fonte básica da economia são alguns fatores determinantes dessas diferenças (LAS CASAS, 2001).

Muitas vezes, as diferenças geográficas refletem diferenças culturais, que podem traduzir-se em diferenças de comportamento do consumidor em relação a um produto específico (ROCHA; CHRISTENSEN, 1999). Também vale ressaltar a existência de diferenças de padrões de consumo entre as regiões metropolitanas do Brasil. As diferenças no clima podem influenciar os padrões de alimentação, vestuário e moradia das famílias nas diferentes regiões. Já o alto custo de vida de uma região metropolitana pode comprometer mais a renda familiar com despesas básicas como alimentação, transporte e habitação, deixando de lado as despesas supérfluas.

#### **2.4.2. Nível de Instrução (Educação)**

O grau de educação é outra dimensão que influencia o comportamento de compra dos consumidores. Pessoas mais bem educadas são em geral mais bem informadas e mostram maior capacidade em avaliar com profundidade as diferentes alternativas de produtos e de lojas. São mais exigentes quanto à qualidade dos produtos, desenvolvem avaliações mais criteriosas sobre o benefício/custo de diferentes alternativas, e processam com mais discernimento as mensagens das propagandas (PARENTE, 2000).

Dessa forma, o nível de instrução pode influenciar a demanda de produtos de qualidade, livros, revistas, viagens, computador pessoal e serviços relacionados à Internet (KOTLER; ARMSTRONG, 2003). Por exemplo, um professor com nível pós-graduado e um operário metalúrgico com instrução secundária poderão ter salários iguais, entretanto os interesses são diferentes. O professor poderá ter maior atração por eventos culturais, enquanto que o operário poderá ter atração por outras atividades (LAS CASAS, 2001). Conclui-se que o nível educacional pode ser um determinante do comportamento de compra do consumidor.

#### **2.4.3. Ciclo de Vida da Família**

O ciclo de vida de uma família compreende as diversas formas como a família pode estar estruturada ao longo da vida de uma pessoa, e o comportamento de compra que pode ser associado a cada ciclo. Os principais estágios do ciclo de vida são: solteiros e viúvos, casais sem filhos e casais com filhos. Se for considerado o tipo de produto e serviço que cada ciclo consome, é recomendável considerar o fator idade (DIAS *et al*, 2003).

As tipologias de ciclo de vida são conceitos multivariados definidos pela idade, estado civil, situação empregatícia e idade dos filhos e dos pais. Estas tipologias baseiam-se no conceito de

definição de estágios sequenciais através dos quais um indivíduo (ou família) típico avança (MCLEOD; ELLIS *apud* WATSON, 1999). Os estágios são definidos para relacionar as mudanças fundamentais no padrão de desenvolvimento de um indivíduo ou família (NOCK *apud* WATSON, 1999) e, por conseqüência, as mudanças das suas necessidades e preferências. As abordagens de ciclo de vida combinam as tendências da renda e composição familiar com as mudanças nas demandas em função da renda familiar (WAGNER; HANNA *apud* WATSON, 1999). Argumenta-se que os padrões de consumo variam conforme os estágios do ciclo de vida da família e que estas mudanças também podem ser explicadas por meio dos diferentes níveis de renda de uma família (COMMURI; GENTRY, 2000).

Apresentam-se no Quadro 4 os estágios básicos do ciclo de vida familiar, a situação financeira e as características de compra das famílias inseridas em cada ciclo.

**Quadro 4 - Estágios do ciclo de vida familiar**

<b>Estágio</b>	<b>Situação Financeira e Características de Compra</b>
<b>Estágio de Solteiro</b> Jovem, solteiro, vivendo fora da casa dos pais	Poucos encargos financeiros. Orientado para o lazer, férias, entretenimento fora de casa.
<b>Recém-Casado</b> Casais jovens, sem filhos	Com boa situação financeira, dois salários. Compra da casa, alguns bens de consumo duráveis.
<b>Ninho Cheio I</b> Filho mais novo com menos de 6 anos	Ápice da compra de casa. Pressões financeiras cada vez maiores, talvez apenas uma fonte de renda. Compra de “necessidades” domésticas.
<b>Ninho Cheio II</b> Filho mais novo com mais de 6 anos	Situação financeira melhorando, algumas esposas trabalhando.
<b>Ninho Cheio III</b> Casais mais velhos com filhos em casa	Situação financeira ainda melhor. Renovação dos produtos e móveis da casa.
<b>Ninho Vazio I</b> Casais mais velhos sem filhos em casa	Ápice de propriedade residencial. Interesse renovado em viagens e atividades de lazer; compra de itens de luxo.
<b>Ninho Vazio II</b> Casais mais velhos, sem filhos em casa, aposentados	Redução drástica de renda. Compra de serviços médicos.
<b>Sobrevivente Solitário</b> Ainda trabalhando	Renda boa. Propensão a vender a casa.
<b>Sobrevivente Solitário</b> Aposentado	Necessidades de cuidados médicos especiais, afeição e segurança.

FONTE: WELLS e GUBAR (1966) e MURPHY e STAPLES (1979) *apud* HOOLEY *et al*, 2001, p. 189.

Verifica-se que a caracterização de cada ciclo de vida se dá em função da estrutura da família, da renda, da situação empregatícia e da idade tanto dos pais quanto dos filhos. Nota-se também que os padrões de consumo podem ser moldados de acordo com o ciclo de vida da

família. Portanto, o ciclo de vida pode revelar características importantes sobre a composição do orçamento familiar.

#### **2.4.4. Tamanho da Família e Características do Domicílio**

O tamanho da família, duas pessoas, três, quatro, mais de quatro, constitui-se outra maneira de agrupar consumidores e revela que as necessidades destes grupos são diferentes. Uma dona-de-casa com uma família com cinco elementos poderá fazer suas compras em locais onde os preços são mais baratos devido às quantidades compradas, enquanto que uma família menor poderá não ter esta preocupação. Estas variáveis também podem determinar embalagens diferentes. Iogurtes são vendidos em embalagens de 1, 4 e 6 produtos, refrigerantes em garrafas de diferentes tamanhos, frutas em sacos com uma dúzia etc. As características dos produtos podem sofrer alterações. Peruas são carros dirigidos principalmente a consumidores com famílias maiores; apartamentos são oferecidos com 2, 3 e 4 dormitórios para diferentes necessidades e assim por diante (LAS CASAS, 2001).

Conforme foi apresentado anteriormente, uma das maiores transformações verificadas em todo o mundo, e também aqui no Brasil, tem sido a diminuição do número de pessoas por domicílio. Confirma-se isto pelo aumento do número de domicílios sem filhos, de indivíduos que vivem sozinhos, e de casais que vivem juntos sem serem oficialmente casados. A formação de novos domicílios habitados por uma ou duas pessoas oferece muitas novas oportunidades, iniciando pela própria habitação (em geral, apartamentos de pequena área), passando pelos móveis (ajustados aos pequenos apartamentos), eletrodomésticos, e incluindo utensílios domésticos, produtos de limpeza e alimentação (PARENTE, 2000).

As variáveis demográficas que caracterizam o domicílio podem influenciar o comportamento do consumidor. Elas expressam o tipo de domicílio (apartamento ou casa), as condições de abastecimento de água e esgotamento sanitário, os números de cômodos e dormitórios do domicílio e as condições de ocupação domiciliar (casa própria, aluguel etc).

O tipo de residência pode determinar possíveis gastos com jardinagem, condomínio, construção e reforma do lar. As condições de abastecimento de água e esgotamento sanitário bem como os números de cômodos e dormitórios do domicílio podem indicar características do padrão de vida das famílias. Já a condição de ocupação domiciliar influencia o comprometimento do orçamento familiar com despesas de habitação, revelando que famílias

podem estar comprometidas com financiamentos de casa própria ou pagamento de aluguéis, por exemplo.

Estas variáveis podem ser determinantes do comportamento do consumidor e têm potencial para explicar alguns padrões de consumo da família relacionados ao volume de compra de bens e serviços e a prioridade de despesas que compõem o orçamento familiar.

#### **2.4.5. Indicadores do Comportamento de Consumo**

O materialismo é definido como um conjunto de convicções sobre a importância das posses na vida de um indivíduo (RICHINS; DAWSON *apud* RINDFLEISCH *et al*, 1997). Estas convicções são manifestadas pelo grau de importância que as posses materiais representam na satisfação e insatisfação do indivíduo com sua vida (RINDFLEISCH *et al*, 1997). A necessidade de possuir é a característica legítima da sociedade de consumo. Os consumidores querem e esperam uma vida melhor por meio de melhores produtos e serviços (BLACKWELL *et al*, 2001). Tanto a busca do conforto quanto a satisfação de necessidades psicológicas podem direcionar as posses e o padrão de consumo de um indivíduo ou família.

Bens duráveis são bens tangíveis normalmente usados durante um período de tempo, como geladeiras, ferramentas e vestuário (KOTLER, 2000). A posse (inventário) de bens duráveis de uma família demonstra a aplicação da renda familiar em itens que garantam o conforto e os anseios de uma família. Contudo, as prioridades de compra de móveis, eletrodomésticos e veículos sofrem influências do nível de renda da família, do preço do respectivo bem e da sua capacidade de satisfazer necessidades domésticas. Logo, famílias de baixa renda procuram priorizar a aquisição de bens mais básicos como fogão, geladeira e televisão, com preços mais acessíveis e qualidade e marca inferiores; enquanto famílias de alta renda realizam a compra de produtos inovadores e supérfluos (se comparados com os níveis inferiores), caracterizados pela marca reconhecida, alta qualidade e preços elevados.

Outra característica de consumo das famílias de baixa renda é a pretensão de comprar bens novos de empresas varejistas reconhecidas e formais. Todavia, em razão da restrição econômica, isto normalmente não é possível. Conseqüentemente, a aquisição de bens usados em canais informais é uma prática usual em razão da falta de opções de consumo da família (WILLIAMS; WINDEBANK, 2001). Já as famílias de alta renda têm condições de adquirir bens novos em canais formais de varejo.



A condição de pagamento também pode ser um fator de diferenciação do comportamento de consumo. Dada a restrição orçamentária, famílias dos níveis inferiores de renda buscam comprar bens por meio do parcelamento do pagamento a longo prazo. As famílias mais ricas tendem a pagar à vista ou em poucas parcelas seus bens adquiridos.

Portanto, estes indicadores de comportamento de consumo podem revelar distinções na composição do orçamento entre diferentes famílias.

A fundamentação teórica exposta até o momento culmina na elaboração de questões de pesquisa alinhadas aos objetivos propostos nesta dissertação, conforme é apresentado a seguir.

## **2.5. QUESTÕES DE PESQUISA**

O problema de pesquisa consiste em uma questão que mostra uma situação necessitada de discussão, investigação, decisão ou solução. Uma questão é uma sentença interrogativa que geralmente pergunta alguma coisa a respeito das relações entre fenômenos ou variáveis (KERLINGER, 1980).

Logo, com base tanto nos objetivos propostos quanto nas discussões precedentes dos vários raciocínios construídos neste referencial teórico, definem-se as questões de pesquisa que norteiam a metodologia adotada, a apresentação dos resultados e as análises e conclusões desta dissertação. Assim sendo, as questões de pesquisa são:

1. Qual é o efeito da renda familiar na composição do orçamento dos domicílios tratados na POF?
2. Qual é o efeito da renda familiar nas categorias de despesa tratadas na POF?
3. Qual é o padrão de comprometimento da renda das famílias tratadas na POF?
4. Quais outras variáveis da POF podem ser utilizadas na análise do padrão de consumo das famílias?
5. Quais são as possíveis contribuições da POF para o marketing?

Após a apresentação das questões que norteiam esta dissertação, define-se a metodologia adotada para realização das análises e o alcance dos objetivos pretendidos.

### **3. METODOLOGIA DA PESQUISA**

A metodologia da pesquisa para a consecução dos objetivos propostos é apresentada ao longo deste capítulo.

#### **3.1. TIPO DE PESQUISA**

O presente estudo possui caráter quantitativo descritivo. A pesquisa quantitativa procura quantificar os dados e aplica alguma forma da análise estatística (MALHOTRA, 2001). Desse modo, a característica quantitativa desta dissertação origina-se do seu objetivo de analisar estatisticamente as influências da renda domiciliar na composição dos orçamentos familiares e das categorias de despesa (padrões de consumo) da amostra de famílias das onze regiões metropolitanas tratadas na POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares de 1995/1996 do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

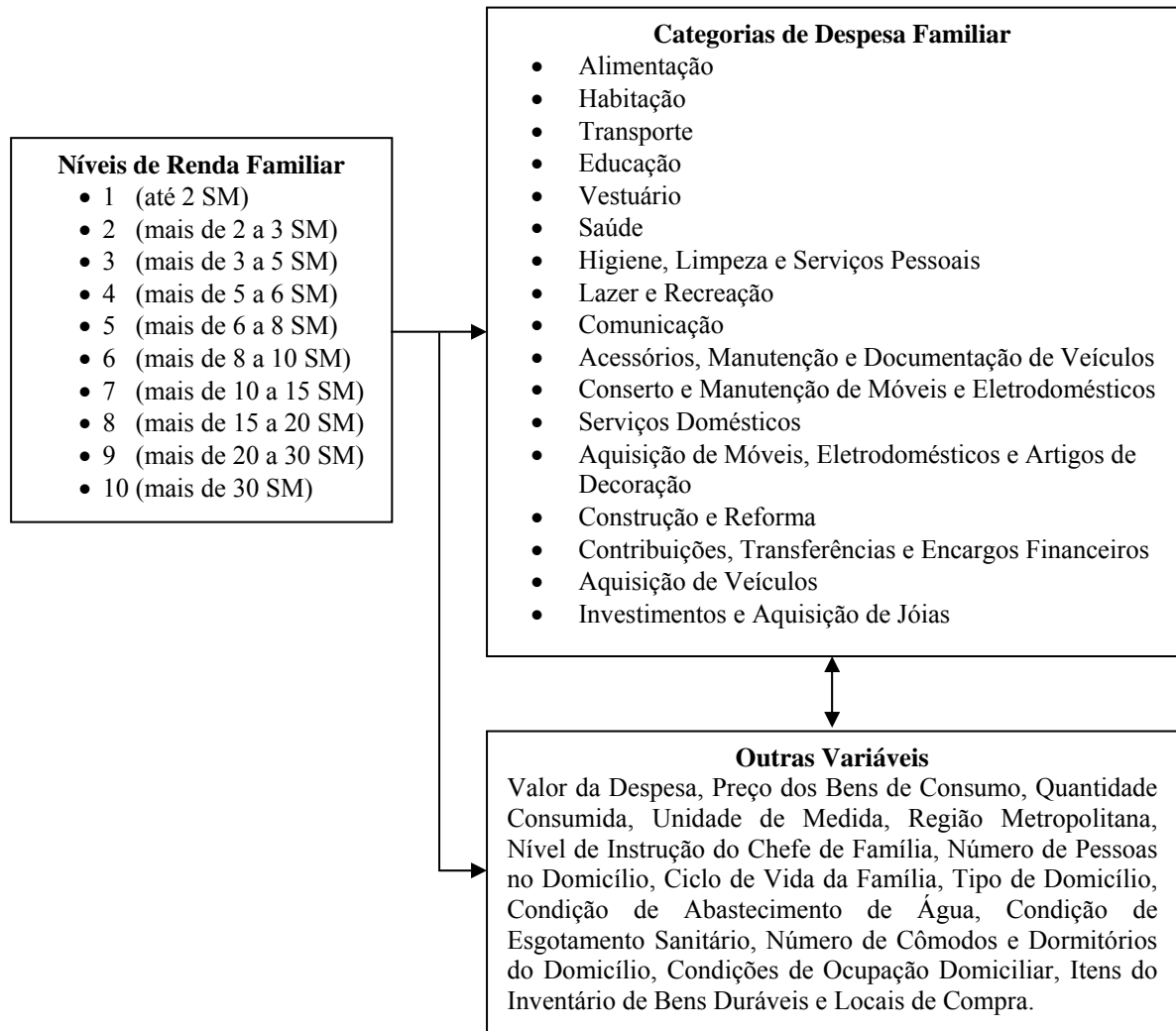
A pesquisa descritiva objetiva conhecer e interpretar a realidade sem nela interferir para modificá-la (CHURCHILL, 1987). Este tipo de pesquisa interessa-se em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los (VIEIRA, 2002). Logo, a abordagem descritiva desta dissertação apóia-se na proposta de descrever e classificar a composição dos orçamentos familiares e categorias de despesa (padrões de consumo) e interpretar os efeitos da renda domiciliar sobre os mesmos. Caracteriza-se por ser um estudo transversal que envolve a coleta de informações de uma dada amostra de elementos de população somente uma vez (MALHOTRA, 2001). São utilizados dados secundários oriundos da POF 1995/1996 do IBGE que resultam da coleta de informações de uma amostra de famílias das onze maiores regiões metropolitanas do Brasil.

#### **3.2. MODELO DA PESQUISA E APRESENTAÇÃO DAS VARIÁVEIS**

##### **3.2.1. Modelo da Pesquisa**

O modelo da pesquisa reflete o levantamento teórico realizado e serve como referência para as etapas desta dissertação. Estabelece-se, portanto, uma relação essencial entre a análise e comparação da teoria do comportamento do consumidor e as informações extraídas da base de dados POF, visando o detalhamento e as conclusões dos efeitos da renda domiciliar sobre os padrões de consumo familiar identificados nas onze regiões metropolitanas tratadas na pesquisa. A Ilustração 5 apresenta a relação entre o nível de renda familiar, as categorias de

despesa (que formam o orçamento familiar) e outras variáveis complementares que compõem o modelo de pesquisa.



**Ilustração 5 - Modelo da pesquisa**

Onde: SM significa Salário Mínimo.

Por meio do modelo de pesquisa, nota-se que o nível de renda familiar pode influenciar as categorias de despesa e, por conseqüência, a composição do orçamento familiar. Logo, o modelo alinha-se ao objetivo geral desta dissertação de estudar a influência da renda no padrão de consumo. Na Ilustração 5 também se apresenta um conjunto denominado de “outras variáveis”. Este conjunto de variáveis pode tanto receber influências do nível de renda familiar como também influenciar as categorias de despesa. Além disso, ele permite a ampliação das possibilidades de análise dos orçamentos familiares dentre os diversos cortes que a POF pode oferecer.

### **3.2.2. Apresentação das Variáveis**

A definição das variáveis decorre do modelo de pesquisa proposto e é um fator muito importante na elaboração desta dissertação. Isto se dá em razão do próprio problema de investigação que objetiva tratar os dados da POF sobre composição dos padrões de consumo e os efeitos da renda sobre os respectivos padrões. Dessa forma, as variáveis tratadas nesse estudo são listadas e explicadas a seguir e resultam da intenção de detalhar o modelo de pesquisa, alicerçado nas definições operacionais que a POF apresenta.

#### **3.2.2.1. Níveis de Renda Familiar**

Os níveis de renda familiar são constituídos a partir da renda líquida média mensal do domicílio. Esta é obtida agregando-se todas as rendas do trabalho, aluguel, aposentadoria e pensão (que no questionário da POF correspondem aos códigos 5300 a 5333), outros recebimentos (códigos 5400 a 5497, com exceção de 5407 - ganhos em jogos e loterias, 5408 - venda de automóvel, 5409 - venda de imóvel, 5416 - venda de terreno, 5444 - venda de consórcio, *carnet* e outros, 5446 - resgate de título de capitalização, 5448 - venda de material de construção, 5449 - venda de veículo de tração animal, 5450 - venda de bicicleta, 5451 - venda de linha telefônica e 5491 - venda de motocicleta); e subtraindo as deduções do imposto de renda e INSS (códigos 5600 a 5733) e outras deduções (códigos 5800 a 5833) para a composição da renda líquida do domicílio.

Para todas estas variáveis utiliza-se o valor deflacionado e anualizado fornecido pela POF para cada item com data base de 15 de setembro de 1996. Após a formação da renda líquida de cada domicílio, divide-se esta em doze meses obtendo-se a renda familiar mensal. Forma-se o nível de renda familiar pela classificação de recebimento familiar proposta pelo IBGE na POF 1995/1996 conforme apresenta a Tabela 4. Assim, atribui-se um número seqüencial classificatório que identifica e diferencia cada nível de renda, partindo da renda mais baixa (código 1) para a mais alta (código 10).

**Tabela 4 - Distribuição das famílias da POF entre os níveis de renda familiar**

<b>Níveis de Renda Familiar</b>	<b>Critério de Classificação dos Níveis de Renda Familiar em Salários Mínimos (SM)</b>	<b>Número de Famílias</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	Até 2 SM	2219	13,9
<b>2</b>	Mais de 2 a 3 SM	1618	10,1
<b>3</b>	Mais de 3 a 5 SM	2740	17,2
<b>4</b>	Mais de 5 a 6 SM	1140	7,1
<b>5</b>	Mais de 6 a 8 SM	1694	10,6
<b>6</b>	Mais de 8 a 10 SM	1175	7,4
<b>7</b>	Mais de 10 a 15 SM	1846	11,6
<b>8</b>	Mais de 15 a 20 SM	1053	6,6
<b>9</b>	Mais de 20 a 30 SM	1069	6,7
<b>10</b>	Mais de 30 SM	1415	8,9
<b>Totais</b>		<b>15969</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir do manual de instrução da POF 1995/1996 do IBGE.

Onde: SM significa Salário Mínimo avaliado em R\$ 112,00 com referência de 15 de setembro de 1996.

Verifica-se na Tabela 4 que existe um número significativo de famílias das onze regiões metropolitanas da POF em cada um dos dez níveis de renda familiar propostos, o que viabiliza a definição dos padrões de consumo familiar para cada uma destas amostras da base de dados. O nível de renda é o primeiro corte explicado na apresentação dos resultados desta dissertação.

### **3.2.2.2. Categorias de Despesa Familiar**

Cada categoria de despesa familiar agrega um conjunto de itens de consumo cujas características são similares. Definem-se dezessete categorias conforme o próprio manual de orientação da base de dados da POF 1995/1996. Trata-se de um conjunto amplo de categorias de despesa que a POF oferece, onde cada uma pode ser desmembrada em subcategorias e itens de despesa, conforme a necessidade do pesquisador. Cada categoria é apresentada a seguir.

#### **3.2.2.2.1. Despesas com Alimentação**

O primeiro agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com alimentação. Este agregado origina-se da caderneta de despesas da base de dados da POF. Essencialmente todas as famílias possuem essa modalidade de gastos diferindo apenas as subcategorias de alimentos. O Quadro 5 apresenta estas subcategorias e seus respectivos códigos de despesa.

**Quadro 5: Subcategorias de despesas de alimentação**

<b>Códigos de Despesa com Alimentação na POF</b>	<b>Subcategorias de Despesas de Alimentação</b>
2401 – 2440	Alimentação Fora de Casa
6301 – 6366 e 6531 – 6562	Cereais e Leguminosas
6401 – 6444	Farinhas, Féculas e Massas
6451 – 6471	Cocos, Castanhas e Nozes
6501 – 6530	Hortaliças
6601 – 6688	Frutas
6701 – 6765	Açúcares e Produtos de Confeitaria
6801 – 6875	Sais e Condimentos
6901 – 6988 e 9251 – 9298	Carnes, Vísceras e Embutidos
7001 – 8515	Pescados
9001 – 9055	Alimento Enlatado, Mistura Industrial e Outros
9101 – 9143	Aves e Ovos
9151 – 9196	Laticínios
9201 – 9245	Panificados
9301 – 9365	Bebidas Não Alcoólicas e Infusões
9401 – 9429	Óleos e Gorduras
9451 – 9482	Alimentos Prontos para Viagem
9591 – 9592	Alimentos para Animais Domésticos
9701 – 9730	Bebidas Alcoólicas
9993 – 9997	Feira, Varejão e Sacolão

FONTE: elaborado a partir do manual de instrução da POF 1995/1996 do IBGE.

#### **3.2.2.2.2. Despesas com Habitação**

O segundo agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com habitação. Estas despesas são os gastos com aluguel e a prestação de imóveis, adicionais de impostos e taxas, condomínio. Estão inseridas no conjunto de despesas de 90 dias e 6 meses na base de dados da POF, entre os códigos 0701 a 0703, 0705 a 0712, 1005 a 1023 e 1201 a 1295 (exceto os códigos 1209, 1210, 1216 e 1218, que são despesas com comunicação).

#### **3.2.2.2.3. Despesas com Transporte**

O terceiro agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com transporte. Estas despesas são os gastos da família com ônibus urbano, trem, táxi, combustível, pedágios, estacionamento e metrô. Estão inseridas no conjunto de despesas individuais na base de dados da POF, entre os códigos 2301 a 2326.

#### **3.2.2.2.4. Despesas com Educação**

O quarto agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com educação. Estas despesas são os gastos da família com cursos escolares, aulas particulares, transporte escolar, uniformes, formaturas, moradias estudantis, creche, alimentação escolar, cursos de música, informática, idiomas, instrumentos musicais, materiais e acessórios escolares, entre outros.

Estão inseridas no conjunto de despesas individuais na base de dados da POF, entre os códigos 3201 a 3213 e 4901 a 4950.

### 3.2.2.2.5. Despesas com Vestuário

O quinto agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com vestuário. Este agregado origina-se do conjunto de despesas individuais da base de dados da POF. O Quadro 6 apresenta estas subcategorias e seus respectivos códigos de despesa.

**Quadro 6 - Subcategorias de despesas com vestuário**

<b>Códigos de Despesa com Vestuário na POF</b>	<b>Subcategorias de Despesas com Vestuário</b>
3401 – 3437	Vestuário Masculino
3501 – 3552	Vestuário Feminino
3601 – 3652	Vestuário Infante-Juvenil (até 14 anos)
3701 – 3726	Artigos de Armarinho, Tecidos e Roupas de Cama, Mesa e Banho
3801 – 3838	Bolsas, Calçados e Cintos

FONTE: elaborado a partir do manual de instrução da POF 1995/1996 do IBGE.

### 3.2.2.2.6. Despesas com Saúde

O sexto agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com saúde. Estas despesas são os gastos da família com produtos farmacêuticos e serviços de assistência médico-hospitalar. Estão inseridas no conjunto de despesas individuais na base de dados da POF, entre os códigos 2901 a 2982 e 4201 a 4234.

### 3.2.2.2.7. Despesas com Higiene, Limpeza e Serviços Pessoais

O sétimo agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com higiene, limpeza e serviços, tanto pessoal como do lar. Este agregado origina-se do conjunto de despesas individuais e da caderneta de despesas da base de dados da POF. O Quadro 7 apresenta estas subcategorias e seus respectivos códigos de despesa.

**Quadro 7 - Subcategorias de despesas com higiene, limpeza e serviços pessoais**

<b>Códigos de Despesa com Higiene, Limpeza e Serviços Pessoais na POF</b>	<b>Subcategorias de Despesas com Higiene, Limpeza e Serviços Pessoais</b>
9501 – 9581	Produtos de Higiene e Limpeza do Lar
9593	Produtos de Higiene e Limpeza de Animais
9601 – 9616	Produtos de Higiene Pessoal
3001 – 3024	Artigos de Toucador
3101 – 3141	Serviços Pessoais

FONTE: elaborado a partir do manual de instrução da POF 1995/1996 do IBGE.

### 3.2.2.2.8. Despesas com Lazer e Recreação

O oitavo agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com lazer e recreação. Este agregado origina-se do conjunto de despesas individuais e despesas de 6 meses da base de dados da POF. O Quadro 8 apresenta estas subcategorias e seus respectivos códigos de despesa.

**Quadro 8 - Subcategorias de despesas com lazer e recreação**

<b>Códigos de Despesa com Lazer e Recreação na POF</b>	<b>Subcategorias de Despesas com Lazer e Recreação</b>
2501 – 2518	Fumo
2601 – 2616	Jogos e Apostas
2701 – 2705	Leitura
2801 – 2854	Diversões e Esportes
3301 – 3321	Brinquedos e Materiais de Recreação
4101 – 4124	Viagens
1304, 1310 – 1313 e 1317 – 1319	Aluguel de Aparelhos e Utensílios de Lazer e Recreação

FONTE: elaborado a partir do manual de instrução da POF 1995/1996 do IBGE.

### 3.2.2.2.9. Despesas com Comunicação

O nono agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com comunicação. Estas despesas são os gastos da família com correio (carta, selo etc), telefone público, telefone residencial e celular. Estão inseridas no conjunto de despesas individuais, outras despesas, despesas de 90 dias e de 6 meses na base de dados da POF, entre os códigos 0704, 0713 a 0715, 2201, 2202, 1209, 1210, 1216, 1218, 1302, 1303, 1305, 1309, 1314, 1638, 1639, 1672, 1673, 1677 e 1697.

### 3.2.2.2.10. Despesas com Acessórios, Manutenção e Documentação de Veículos

O décimo agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com acessórios, manutenção e documentação de veículos. Estas despesas são os gastos com consertos, peças, limpeza, lubrificação e documentação de veículos. Estão inseridas no conjunto de despesas individuais na base de dados da POF, entre os códigos 4301 a 4335 e 5001 a 5012.

### 3.2.2.2.11. Despesas com Conserto e Manutenção de Móveis e Eletrodomésticos

O décimo primeiro agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com conserto e manutenção de móveis e eletrodomésticos. Estas despesas são entendidas como conserto e manutenção de móveis, aparelhos, máquinas e utensílios domésticos. Estão inseridas no conjunto de despesas de 90 dias na base de dados da POF, entre os códigos 0901 a 0977.



### 3.2.2.2.12. Despesas com Serviços Domésticos

O décimo segundo agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com serviços domésticos. Estas despesas são entendidas como os gastos com prestadores de serviços domésticos como empregados, faxineiros, limpadores de piscina, entre outros. Estão inseridas no conjunto de despesas com serviços domésticos na base de dados da POF, entre os códigos 1901 a 1980.

### 3.2.2.2.13. Despesas com Aquisição de Móveis, Eletrodomésticos e Artigos de Decoração para o Lar

O décimo terceiro agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com aquisição de móveis, eletrodomésticos e artigos de decoração para o lar. Estas despesas são os gastos com aquisição de móveis para o lar, aparelhos e máquinas de uso doméstico, instrumentos e acessórios musicais, de fotografia, artigos de decoração e forração, utensílios avulsos e artigos para banheiro, entre outros. Este agregado origina-se do conjunto de despesas individuais e de outras despesas da base de dados da POF. O Quadro 9 apresenta estas subcategorias e seus respectivos códigos de despesa.

**Quadro 9 - Subcategorias de despesas com aquisição de móveis, eletrodomésticos e artigos de decoração para o lar**

<b>Códigos de Despesa com Aquisição de Móveis, Eletrodomésticos e Artigos de Decoração para o Lar na POF</b>	<b>Subcategorias de Despesa com Aquisição de Móveis, Eletrodomésticos e Artigos de Decoração para o Lar</b>
1501 – 1596	Aparelhos e Máquinas de Uso Doméstico
1601 – 1637, 1640 – 1671, 1674 – 1676, 1678 – 1688 e 1690 – 1696	Instrumentos e Acessórios Musicais, Fotografias e Utilidades Domésticas
1701 – 1795	Móveis
1801 – 1895	Artigos de Decoração e Forração
3901 – 3955	Utensílios Avulsos e Artigos de Banheiro
4001 – 4072	Outras Despesas e Utensílios

FONTE: elaborado a partir do manual de instrução da POF 1995/1996 do IBGE.

### 3.2.2.2.14. Despesas com Construção e Reforma

O décimo quarto agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com construção e reforma do domicílio. Estas despesas são entendidas como os gastos com construção, reforma, pequenos reparos de imóveis e jardinagem do domicílio. Estão inseridas no conjunto de despesas de 90 dias na base de dados da POF, entre os códigos 0801 a 0873.

#### **3.2.2.2.15. Despesas com Contribuições, Transferências e Encargos Financeiros**

O décimo quinto agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com contribuições, transferências e encargos financeiros. Estas despesas são entendidas como os gastos com doações para Igrejas e entidades sociais, mesada, empréstimos, seguros, juros e despesas bancárias. Estão inseridas no conjunto de despesas individuais na base de dados da POF, entre os códigos 4801 a 4848.

#### **3.2.2.2.16. Despesas com Aquisição de Veículos**

O décimo sexto agregado das categorias de despesa familiar são as despesas com aquisição de veículos. Estas despesas são entendidas como os gastos com aquisição de automóveis, motos e outros tipos de veículos. Estão inseridas no conjunto de despesas com veículos na base de dados da POF, entre os códigos 5101 a 5151.

#### **3.2.2.2.17. Investimentos e Despesas com Aquisição de Jóias**

O décimo sétimo e último agregado das categorias de despesa familiar são os investimentos e as despesas com aquisição de jóias. Estas despesas são entendidas como os investimentos em poupanças e aplicações financeiras, bem como os gastos com aquisição de jóias (alianças, anéis, relógios etc). Estão inseridas no conjunto de despesas individuais e de outros recebimentos na base de dados da POF, entre os códigos 4601 a 4611 e 5501 a 5504.

#### **3.2.2.3. Outras Variáveis**

Define-se neste momento um conjunto de variáveis utilizado nas análises das categorias de despesa entre os níveis de renda familiar. Suas definições originam-se do manual de instrução da POF 1995/1996, ressaltando que cada variável é conceituada e explicada com maior detalhe no momento da apresentação dos resultados e das análises efetuadas.

##### **3.2.2.3.1. Valor da Despesa**

Trata-se do valor monetário total despendido pela família no item de despesa (bem ou serviço). Utiliza-se o valor deflacionado e anualizado fornecido pela POF para cada item com data base de 15 de setembro de 1996.

### 3.2.2.3.2. Preço dos Bens de Consumo

Trata-se do valor monetário despendido pela família para a aquisição de cada bem de consumo. As dificuldades de cálculo dos preços são apresentadas nos resultados e análises. Utiliza-se o valor deflacionado e anualizado fornecido pela POF para cada item com data base de 15 de setembro de 1996.

### 3.2.2.3.3. Quantidade Consumida

Trata-se da quantidade consumida ou comprada de cada bem de consumo da família. Ela depende da unidade de medida e juntas formam o valor da despesa.

### 3.2.2.3.4. Unidade de Medida

Trata-se da unidade de medida que caracteriza a quantidade consumida ou comprada de cada item de consumo da família.

### 3.2.2.3.5. Região Metropolitana

A POF analisa o orçamento familiar das onze maiores regiões metropolitanas do Brasil. Cada região possui seu código, conforme apresenta o Quadro 10. Ressalva-se que a POF não trata o município de Goiânia e o Distrito Federal (Brasília) como regiões metropolitanas. Todavia, nesta dissertação, generaliza-se este conceito nomeando todas as áreas pesquisadas de regiões metropolitanas.

**Quadro 10 - Regiões metropolitanas da POF**

<b>Códigos da Região Metropolitana</b>	<b>Regiões Metropolitanas</b>
1	Rio Janeiro
2	Porto Alegre
3	Belo Horizonte
4	Recife
5	São Paulo
6	Brasília
7	Belém
8	Fortaleza
9	Salvador
10	Curitiba
11	Goiânia

FONTE: elaborado a partir do manual de instrução da POF 1995/1996 do IBGE.

#### **3.2.2.3.6. Nível de Instrução do Chefe de Família**

Todo morador do domicílio tem identificado seu nível de instrução. Contudo, nesta dissertação, as análises são efetuadas apenas para o chefe de família. O nível de instrução varia de moradores sem instrução, 1º grau, 2º grau e 3º grau, completos ou não e suas respectivas séries, além do Mestrado e Doutorado completos.

#### **3.2.2.3.7. Número de Pessoas no Domicílio**

Trata-se do número de pessoas que vivem no mesmo domicílio e que compartilham da mesma renda familiar, excluindo-se os empregados domésticos e seus parentes.

#### **3.2.2.3.8. Ciclo de Vida da Família**

Esta variável resulta da condição do morador (cônjuge, filho etc) em relação ao chefe de família, da idade do morador e do número de pessoas no domicílio. Trata-se de uma variável codificada de 1 a 17 que define diversas composições de família, como exemplo: famílias com apenas um morador e que possua ou não filhos; ou famílias constituídas de casais com e sem filhos.

#### **3.2.2.3.9. Tipo de Domicílio**

Domicílio é a moradia estruturalmente separada e independente constituída por um ou mais cômodos, e caracterizado pela separação de despesas e independência de acesso (IBGE, 1986). Os possíveis tipos de domicílio que a POF contempla são casas, apartamentos, quartos ou cômodos, caracterizando-se por serem rústicos ou não.

#### **3.2.2.3.10. Condição de Abastecimento de Água**

Define a condição de abastecimento de água do domicílio, podendo ser: rede geral com e sem canalização interna, poço ou nascente com e sem canalização interna, outras formas de abastecimento com e sem canalização interna.

#### **3.2.2.3.11. Condição de Esgotamento Sanitário**

Define a condição de esgotamento sanitário do domicílio, podendo ser: rede geral, fossa séptica, fossa rudimentar, outras formas de esgotamento ou não possui esgotamento.

#### **3.2.2.3.12. Número de Cômodos e Dormitórios do Domicílio**

As duas variáveis indicam o número de cômodos e de dormitórios que o domicílio possui.

### 3.2.2.3.13. Condições de Ocupação Domiciliar

Trata-se da situação de ocupação da família no domicílio. Pode assumir as seguintes características: domicílio próprio já pago, domicílio próprio em aquisição, domicílio alugado, domicílio cedido por empregador, domicílio cedido por particular, e outras condições de ocupação (por exemplo invasões).

### 3.2.2.3.14. Itens do Inventário de Bens Duráveis

Esta variável caracteriza os diversos bens duráveis que uma família pode possuir. A composição destes itens forma o inventário de bens duráveis da família.

### 3.2.2.3.15. Locais de Compra

Trata-se de uma variável que indica os diferentes locais que uma família pode utilizar para a compra de bens e serviços. São apresentados no Quadro 11.

**Quadro 11 - Locais de compra**

Açougue	Escola	Loja de alimentos congelados e frios	Loja de material de construção, vidraçaria etc.	Perfumaria
Agência de Veículos	Estabelecimento especializado	Loja de artigos Agropecuários (produtor rural)	Loja de material esportivo	Quitanda
Agência lotérica	Estabelecimento Filantrópico	Loja de artigos de couro, borracha (exceto calçados)	Loja de peças e reforma de eletrodomésticos	Reembolso postal
Armarinho	Fabricante	Loja de artigos de decoração	Loja de peças, acessórios e equipamentos de veículos	Relojoaria e relojoeiro
Armazém	Farmácia, Drogaria	Loja de artigos de festa, religiosos, etc.	Loja de produtos naturais e macrobióticos	Restaurante
Associação de classe	Feira	Loja de bijuterias	Loja de roupas	Ótica
Atacadista	Feira de Exposição, festa junina, leilão	Loja de brinquedos e diversões	Loja de <i>souvenirs</i>	Sacolão
Aviário	Florista	Loja de clube recreativo	Loja de tecidos, tapeçaria	Sapataria (loja de calçados)
Banca de Jornais	Frutaria	Loja de Conveniência	Mercado, central de abastecimento	Sorveteria
Bar, Lanchonete	Hipermercado	Loja de Departamento	Mercearia	Supermercado
Bazar	Ignorado	Loja de discos	Não aplicável	Tabacaria
Clínica especializada	Importadora e <i>Free Shop</i>	Loja de eletrodomésticos e utilidades	Oficina de veículos	Vendedor Ambulante
Confeitaria, doceria	Joalheria	Loja de Fotografia	Padaria	
Costureira	Lava à jato	Loja de informática	Papelaria	

**Quadro 11 - Locais de compra (continuação)**

Depósito em Geral	Livraria	Loja de instrumentos musicais	Particular (terceiro)	
Domicílio Particular	Locadora de <i>compact disc</i>	Loja de móveis	Peixaria	

FONTE: elaborado a partir do manual de instrução da POF 1995/1996 do IBGE.

Após o detalhamento das variáveis que compõem o modelo de pesquisa, faz-se necessário explicar o método amostral da POF e suas peculiaridades, fundamentando a origem das informações tratadas nesta dissertação.

### **3.3. DESCRIÇÃO DA POF 1995/1996**

O estudo abrange uma amplitude de informações constantes na base de dados POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares de 1995/1996 do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). A seguir são apresentadas as principais características da base de dados alvo desta dissertação.

#### **3.3.1. POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares**

A Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF é uma pesquisa domiciliar, por amostragem, que investiga informações sobre características dos domicílios, famílias e moradores, e também seus respectivos orçamentos, isto é, despesas e recebimentos. Permite, também, conhecer o perfil de consumo de alimentos no domicílio (IBGE, 1996).

O objetivo da pesquisa é a atualização da cesta básica de consumo e obtenção de novas estruturas de ponderação tanto para os índices de preços do IBGE quanto para os índices de outras instituições. Os dados podem ser utilizados também para traçar perfis de consumo das famílias pesquisadas e atender a diversos interesses relacionados às áreas de estudos e de planejamento. Consistiu na obtenção das despesas, recebimentos e outras informações em 16.013 domicílios selecionados, e sua realização teve a duração de 12 meses de coleta no campo, compreendendo o período de 1º de outubro de 1995 a 30 de setembro de 1996. Sua abrangência geográfica corresponde as regiões metropolitanas de Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Porto Alegre, Distrito Federal e Município de Goiânia. Sua periodicidade caracteriza-se por uma pesquisa eventual com proposta de realização quinzenal (IBGE, 1996).

Observa-se que o IBGE conceitua unidade domiciliar como o local onde uma ou mais famílias podem se estabelecer. Diante da problemática de isolar a unidade familiar foram excluídos os domicílios como mais de uma família. Portanto, para fins desta dissertação, dos 16013 domicílios tratados na POF serão considerados para fins de análise 15969, unificando assim o conceito de domicílio e família. Entende-se que a exclusão de 44 domicílios em uma amostra de 16013 não afeta os resultados deste estudo e evita o tratamento individual dessas unidades domiciliares excluídas.

### **3.3.2. Metodologia da POF**

Trata-se de uma pesquisa domiciliar amostral realizada pelas Divisões Regionais do IBGE, por meio da aplicação de questionários sob a forma de entrevista e de registro diário pelo informante, durante nove dias. O plano amostral adotado utiliza um desenho com estágios de seleção (setores e domicílios) e com estratificação das unidades do primeiro estágio de seleção (setores do Censo Demográfico de 1991). As unidades do segundo estágio (domicílios) são selecionadas sem reposição e com equiprobabilidade (IBGE, 1996).

Após a apresentação do modelo de pesquisa, das variáveis envolvidas e da discussão da base de dados POF, é pertinente explicitar as formas de realização da coleta de dados, seus métodos e instrumentos.

## **3.4. TIPO, FONTE E ANÁLISE DE DADOS**

### **3.4.1. Tipo de Dados**

Os dados utilizados nesta dissertação são secundários que, conforme Mattar (2001, p. 48), “já foram coletados, tabulados, ordenados e, às vezes, até analisados e que estão catalogados à disposição dos interessados.” Os dados estão disponíveis na POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares de 1995/1996 preparada pelo IBGE, conforme apresentado anteriormente. Trata-se de dados sobre as características do orçamento familiar que contribuem para a definição de padrões de consumo de amostra de famílias das onze maiores regiões metropolitanas do Brasil.

Para o pesquisador, dados secundários caracterizam-se pela coleta rápida e fácil, a um custo relativamente baixo e em pouco tempo, todavia podem não ser exatos ou podem não estar completamente atualizados ou confiáveis (MALHOTRA, 2001). Ressalta-se, contudo, o

notório prestígio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e seu diligente trabalho de coleta e processamento de informações da Pesquisa de Orçamentos Familiares.

### **3.4.2. Fonte e Análise de Dados**

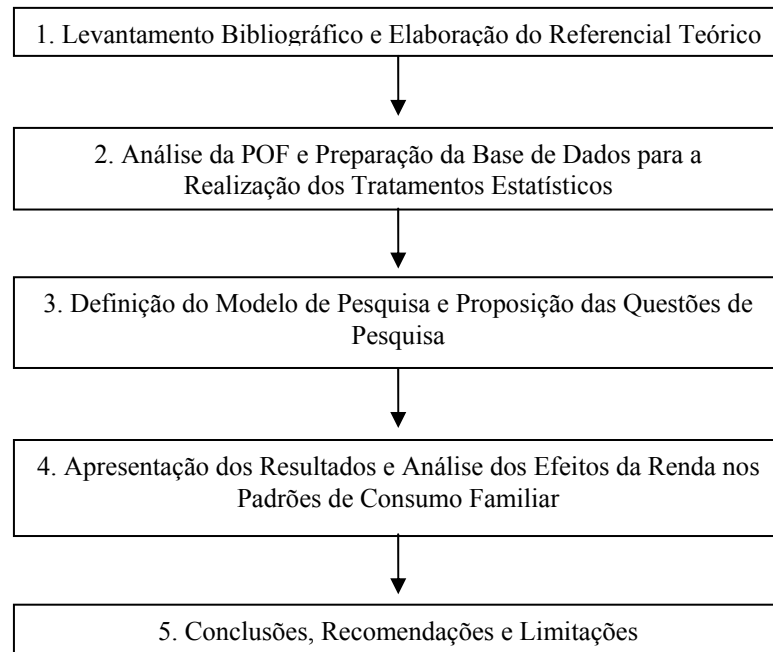
Os dados utilizados nesta dissertação são oriundos do *CD ROM* da base de dados da POF 1995/1996 preparada pelo IBGE. Estes dados carecem de uma organização segundo os objetivos do pesquisador. Mesmo demandando considerável tempo, o planejamento da base de dados constitui-se de um importante fator para o processamento das informações utilizadas neste estudo. Justifica-se este planejamento em razão da complexidade da base de dados da POF, pois possui um conjunto extenso de variáveis dividido em treze diferentes filtros que agregam subconjuntos de variáveis, conforme seguem: 1) parte comum dos registros, (2) domicílios, (3) moradores, (4) despesas de 90 dias da família, (5) despesas de 6 meses da família, (6) inventário de bens duráveis, (7) outras despesas, (8) despesas com serviços domésticos, (9) caderneta de despesas (alimentação, limpeza e higiene), (10) despesas individuais, (11) despesas com veículos, (12) rendimentos e deduções individuais, (13) outros recebimentos e movimentações financeiras individuais. Cada filtro possui informações das amostras de famílias oriundas das onze regiões metropolitanas da POF.

As análises quantitativas foram realizadas pelos softwares estatísticos SPSS e Microsoft Excel visando a elaboração de estatísticas descritivas básicas e univariadas. Os métodos descritivos têm o objetivo de proporcionar informações sumarizadas dos dados contidos no total de elementos da(s) amostra(s) estudada(s). Assim sendo, tanto as medidas de posição, que servem para caracterizar o que é “típico” no grupo, quanto as medidas de dispersão, que servem para medir como os indivíduos estão distribuídos no grupo, são métodos descritivos empregados nesta dissertação, baseando-se em Mattar (2001). Médias, desvios-padrão, frequências e percentagens são as técnicas univariadas empregadas para a definição dos padrões de consumo familiar nos diferentes níveis de renda neste estudo. “As técnicas univariadas são apropriadas para a análise de dados quando há uma medida única de cada elemento na amostra, ou, no caso de haver várias medidas de cada elemento, cada variável é analisada isoladamente.” (MALHOTRA, 2001, p. 388).



### 3.5. ETAPAS DA PESQUISA

Considerando os requisitos propostos desta dissertação, faz-se necessário o estabelecimento de etapas para o satisfatório desenvolvimento da pesquisa. Logo, sinteticamente, apresentam-se as etapas básicas da pesquisa na Ilustração 6.



**Ilustração 6 - Etapas básicas da dissertação**

O detalhamento destas etapas básicas é apresentado a seguir:

1. *Realização do levantamento bibliográfico e elaboração do referencial teórico.* As lacunas no desenvolvimento teórico do tema renda familiar dificultam o levantamento amplo de literatura para o referencial teórico. Contudo, nota-se o esforço desta dissertação de consolidar um conjunto de teorias que fundamentem o tema proposto.
2. *Análise da POF e preparação da base de dados para a realização dos tratamentos estatísticos.* A plena compreensão da base de dados torna-se essencial para a realização dos tratamentos estatísticos de forma confiável. Logo, os manuais de instrução da POF devem ser estudados, objetivando o preparo de uma base de dados ajustada aos objetivos desta dissertação.
3. *Definição do modelo de pesquisa e proposição das questões de pesquisa.* Após a análise e o preparo da POF, pode-se definir o conjunto de variáveis que compõem o modelo de pesquisa, o relacionamento entre estas variáveis segundo os objetivos

pretendidos, e a proposição das questões de pesquisa que a dissertação objetiva responder.

4. *Apresentação dos resultados e análise dos efeitos da renda nos padrões de consumo familiar.* Trata-se da apresentação dos resultados extraídos da POF e das possibilidades de estudo que a mesma pode oferecer para o marketing. A análise dos efeitos da renda nos padrões de consumo familiar é feita em diversos cortes, apresentando-se um conjunto de tabelas, gráficos e quadros que objetivam discutir as influências da renda no orçamento familiar.
5. *Conclusões, recomendações e limitações.* Apresenta-se no final desta dissertação várias conclusões sobre renda e orçamento familiar, aplicação da POF em estudos mercadológicos, recomendações de estudos futuros e limitações da pesquisa realizada.

Apresenta-se a seguir o conjunto de resultados e análises efetuadas conforme os objetivos propostos nesta dissertação.

## 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 4.1. NÍVEIS DE RENDA FAMILIAR

A primeira análise de dados desta dissertação refere-se à composição dos níveis de renda familiar dos domicílios pesquisados na POF 1995/1996. Conforme apresenta-se na discussão da base de dados da POF/IBGE, foram consideradas 15969 famílias da base de dados e seus respectivos orçamentos familiares, organizados conforme o modelo de pesquisa proposto. A divisão em dez níveis de renda familiar orienta-se pelo próprio método empregado pelo IBGE na POF, variando entre níveis mínimos de uma primeira classe até 2 salários mínimos e alcançando a última classe de renda acima de 30 salários mínimos, em ordem crescente, conforme a Tabela 5.

**Tabela 5 - Níveis de renda familiar e suas respectivas rendas e despesas médias mensais familiares**

<b>Níveis de Renda Familiar</b>	<b>Critério de Classificação dos Níveis de Renda Familiar</b>	<b>Número de Famílias</b>	<b>%</b>	<b>Renda Média Mensal Familiar (R\$)</b>	<b>Despesa Média Mensal Familiar (R\$)</b>
<b>1</b>	Até 2 SM	2219	13,9	142,70	248,82
<b>2</b>	Mais de 2 a 3 SM	1618	10,1	281,44	366,06
<b>3</b>	Mais de 3 a 5 SM	2740	17,2	443,32	500,57
<b>4</b>	Mais de 5 a 6 SM	1140	7,1	614,73	607,13
<b>5</b>	Mais de 6 a 8 SM	1694	10,6	778,31	771,87
<b>6</b>	Mais de 8 a 10 SM	1175	7,4	1004,71	937,58
<b>7</b>	Mais de 10 a 15 SM	1846	11,6	1374,28	1266,45
<b>8</b>	Mais de 15 a 20 SM	1053	6,6	1941,83	1781,80
<b>9</b>	Mais de 20 a 30 SM	1069	6,7	2732,21	2410,44
<b>10</b>	Mais de 30 SM	1415	8,9	6333,76	4662,98
<b>Totais</b>		<b>15969</b>	<b>100,0</b>		

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Onde: SM significa Salário Mínimo, avaliado em R\$ 112,00 com referência de 15 de setembro de 1996.

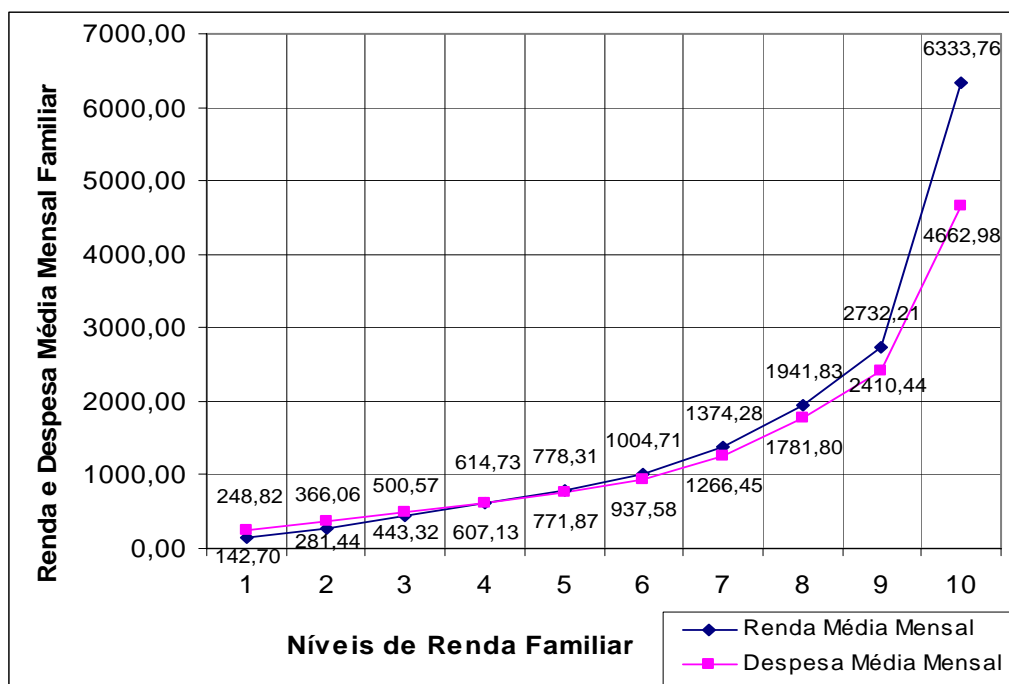
Identifica-se também na Tabela 5 o número de famílias e suas respectivas percentagens em cada nível de renda familiar. Estas percentagens variam entre 6,6% e 13,9% do total de famílias respondentes da POF. Em adição, o Gráfico 1 apresenta o comportamento das curvas de renda e despesa média familiar entre os dez níveis de renda.

Tanto na Tabela 5 quanto no Gráfico 1 constata-se que os três primeiros níveis de renda possuem despesas familiares mensais maiores que as receitas auferidas. Pode-se enumerar algumas possíveis razões que justificam esses resultados entre receitas e despesas:

- a) problemas de integridade das informações por parte dos respondentes da POF;

- b) inconsistência na coleta e conferência das informações por parte dos pesquisadores da POF;
- c) endividamento das famílias destes níveis de renda que, para estabilizar o orçamento familiar, valem-se de compras à fiado e empréstimos que não foram declarados na POF, por conta da omissão pelos respondentes;
- d) omissão da declaração de rendimentos familiares oriundos da economia informal ou de ganhos esporádicos que o informante não se recorda;
- e) recebimento de doações de familiares ou instituições de caridade, religiosas etc.

Outra característica importante do Gráfico 1 é o acompanhamento da curva de receita média mensal pela curva de despesa média mensal. Considerando-se que toda renda familiar é aplicada na aquisição de bens e serviços e que as sobras da renda transformam-se em investimentos e reservas, verifica-se que além das 17 categorias de despesas propostas para a análise do orçamento familiar nesta dissertação, ainda existem outras que poderiam ter sido identificadas e tratadas, e que justificam o desvio do equilíbrio orçamentário (renda  $\neq$  despesa) no gráfico referido.



**Gráfico 1 - Rendas e despesas médias mensais familiares por nível de renda familiar**

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Dessa forma, as categorias de despesa não tratadas nesta pesquisa bem como a falta de rendimentos para manutenção do lar serão agregadas em categorias específicas nomeadas de “outras destinações” (para renda > despesa) ou “outras rendas” (para renda < despesa). Por exemplo, verifica-se no nível de renda 10 que a renda média mensal é de R\$ 6333,76 e a despesa média mensal é de R\$ 4662,98. Consta-se uma diferença de R\$ 1670,78 que será tratada como “outras destinações”, pois as categorias de despesas escolhidas, apesar de relevantes, não abrangem todo o espectro de despesas da base de dados da POF. Assim, principalmente para os níveis de renda superiores, conclui-se que devam existir categorias de despesas que não foram identificadas nesta dissertação.

Conforme exposto anteriormente, até o terceiro nível de renda existe uma diferença negativa entre receitas e despesas (receitas < despesas). À medida que o nível de renda aumenta (a partir do quarto nível), a diferença entre o valor da renda média mensal e a despesa média mensal aumenta, em ordem crescente, o que indica que os níveis de renda superior possuem outras categorias de despesa não identificadas e tratadas nesta dissertação. Acrescenta-se também que o quarto e quinto níveis de renda apresentam pequenas diferenças entre a renda e a despesa média mensal familiar, demonstrando que as categorias de despesas escolhidas aproximam-se do perfil de consumo destes níveis de renda. Consta-se isso na Tabela 6.

**Tabela 6 - Diferenças entre rendas e despesas médias mensais familiares por nível de renda familiar**

<b>Níveis de Renda Familiar</b>	<b>Renda Média Mensal Familiar (R\$)</b>	<b>Despesa Média Mensal Familiar (R\$)</b>	<b>Diferença entre a Renda e a Despesa Média Mensal Familiar (R\$)</b>
<b>1</b>	142,70	248,82	-106,12
<b>2</b>	281,44	366,06	-84,62
<b>3</b>	443,32	500,57	-57,25
<b>4</b>	614,73	607,13	7,60
<b>5</b>	778,31	771,87	6,44
<b>6</b>	1004,71	937,58	67,13
<b>7</b>	1374,28	1266,45	107,83
<b>8</b>	1941,83	1781,80	160,03
<b>9</b>	2732,21	2410,44	321,77
<b>10</b>	6333,76	4662,98	1670,78

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE

Considerando neste ponto apenas a análise da formação da renda familiar, identifica-se na POF onze diferentes fontes para formação da renda bruta e que são apresentadas na Tabela 7 na forma de percentagens entre o valor médio da fonte recebido pelas famílias do nível de renda, dividido pela renda média mensal familiar do nível de renda.

Tabela 7 - Fontes da renda familiar entre os diferentes níveis de renda

Fontes da Renda Familiar	Níveis de Renda									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Emprego Privado</b>	25,2	34,1	37,7	37,4	36,8	36,3	32,4	29,8	28,3	21,1
<b>Emprego Público</b>	1,8	2,7	4,9	7,2	7,9	8,7	13,3	14,4	18,8	19,3
<b>Emprego Doméstico</b>	7,0	4,7	3,7	2,4	1,8	1,1	0,6	0,5	0,2	0,0
<b>Pró-labore / Retirada</b>	0,2	0,4	0,6	1,1	1,7	2,7	3,5	4,9	5,9	11,6
<b>Aposentadoria Pública</b>	19,8	14,3	10,6	9,8	10,4	10,9	11,6	11,9	11,5	12,7
<b>Aposentadoria Privada</b>	1,7	1,3	1,1	0,9	0,8	1,1	1,4	1,0	2,2	1,7
<b>Conta Própria Permanente ou Eventual</b>	29,9	28,9	27,1	26,4	26,0	23,2	21,1	21,8	17,3	14,7
<b>Bolsa de Estudo, Pensão Alimentícia, Mesada e Doação</b>	6,1	4,3	3,1	3,7	2,7	2,9	2,8	3,1	2,1	1,3
<b>Aluguel, Uso ou Exploração de Móveis e Imóveis</b>	1,3	1,3	1,4	1,7	1,8	2,0	2,0	2,3	2,3	4,4
<b>Auxílio Alimentação, Transporte e Combustível</b>	1,8	2,8	3,7	3,7	3,7	3,8	3,6	3,2	2,6	1,1
<b>Outros Recebimentos</b>	5,1	5,2	6,1	5,8	6,5	7,3	7,7	7,3	8,9	12,1
<b>Totais (%)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Onde: Conta Própria Permanente ou Eventual significam os rendimentos oriundos de uma pessoa que, individualmente ou com auxiliares não remunerados, explora uma atividade econômica ou exerce uma profissão ou ofício.

Verifica-se que as principais fontes de renda nos níveis de renda inferior são oriundas da conta própria (emprego informal, profissão, ofício ou trabalho autônomo), do emprego privado, da aposentadoria pública e do emprego doméstico. À medida que o nível de renda familiar aumenta, as fontes de renda mais importantes são as oriundas do emprego privado, do emprego público, da conta própria, da aposentadoria pública e do pró-labore ou retirada no desempenho de atividade econômica. Rendas oriundas do emprego doméstico e da conta própria (informal, profissão ou ofício) decrescem com o progresso do nível de renda. Em contrapartida, rendas do emprego público, do pró-labore (ou retirada) e de aluguéis e exploração de móveis e imóveis aumentam com o progresso da renda.

Após a análise preliminar das características gerais dos níveis de renda familiar propostos e das fontes da renda familiar, faz-se necessária uma discussão sobre as categorias de despesa que compõem o orçamento familiar dos domicílios estudados.

#### 4.2. CATEGORIAS DE DESPESA FAMILIAR

O padrão de consumo é uma estrutura razoavelmente estável de despesas de um indivíduo, uma família ou um conjunto de famílias e que demonstra o emprego da renda familiar para a manutenção ou sobrevivência da unidade consumidora. Esta estrutura de despesas pode ser organizada em categorias conforme a similaridade da natureza dos gastos e, dessa forma, agregam-se todas as despesas com alimentação, transporte, vestuário, como exemplo. O detalhamento de cada categoria de despesa é tratado na parte de definição das variáveis utilizadas nesta dissertação. No Quadro 12 são apresentadas as categorias de despesa familiar escolhidas a título de exemplo para a realização das análises e, conforme observação anterior, constituem-se nas principais categorias da POF, apesar de não cobrirem todo o espectro de despesas.

**Quadro 12 - Categorias de despesa familiar**

<b>Categorias de Despesa Familiar</b>
Alimentação
Habitação
Transporte
Educação
Vestuário
Saúde
Higiene, Limpeza e Serviços Pessoais
Lazer e Recreação
Comunicação
Acessórios, Manutenção e Documentação de Veículos
Conserto e Manutenção de Móveis e Eletrodomésticos
Serviços Domésticos
Aquisição de Móveis, Eletrodomésticos e Artigos de Decoração
Construção e Reforma
Contribuições, Transferências e Encargos Financeiros
Aquisição de Veículos
Investimentos e Aquisição de Jóias

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Entende-se que cada categoria de despesa varia percentualmente de forma diferente conforme a variação do nível de renda familiar. Logo, existem categorias de despesas que crescem enquanto outras decrescem de acordo com a variação do nível de renda analisado.

A percentagem de cada categoria de despesa é obtida pela divisão entre a soma das despesas da categoria e a renda média mensal da família. Esta percentagem reflete o comprometimento

da renda média mensal com a categoria de despesa analisada. Os Gráficos para cada categoria de despesa entre os respectivos níveis de renda familiar são apresentados seqüencialmente a seguir e, posteriormente, são analisados de forma conjunta.

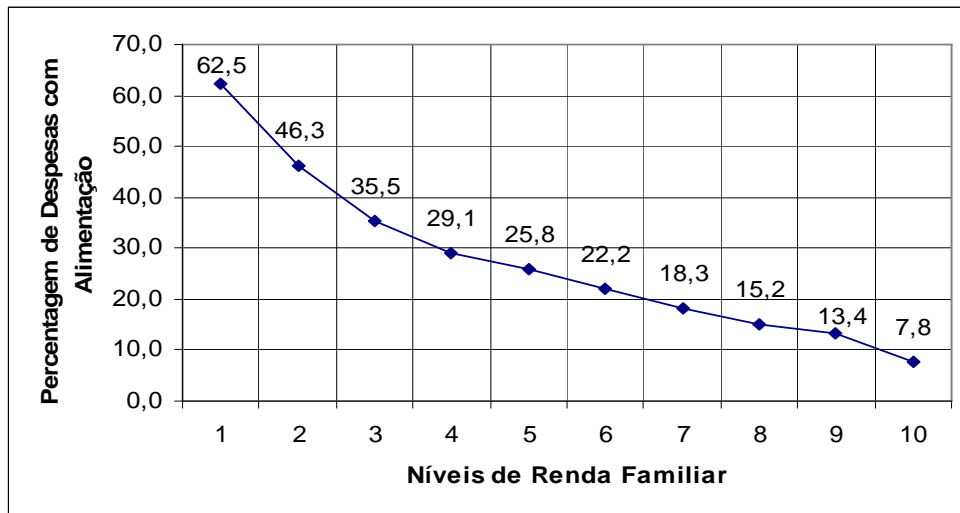


Gráfico 2 - Despesas com alimentação entre os níveis de renda familiar

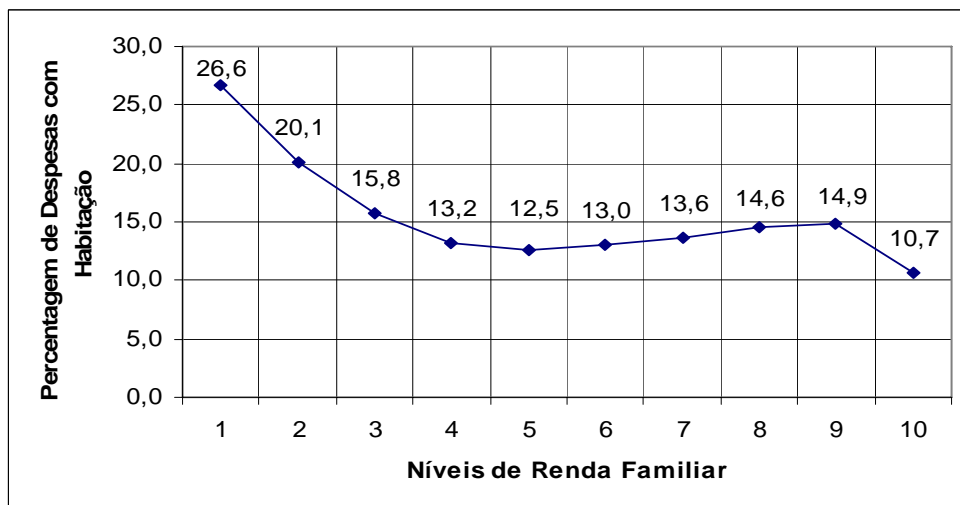


Gráfico 3 - Despesas com habitação entre os níveis de renda familiar



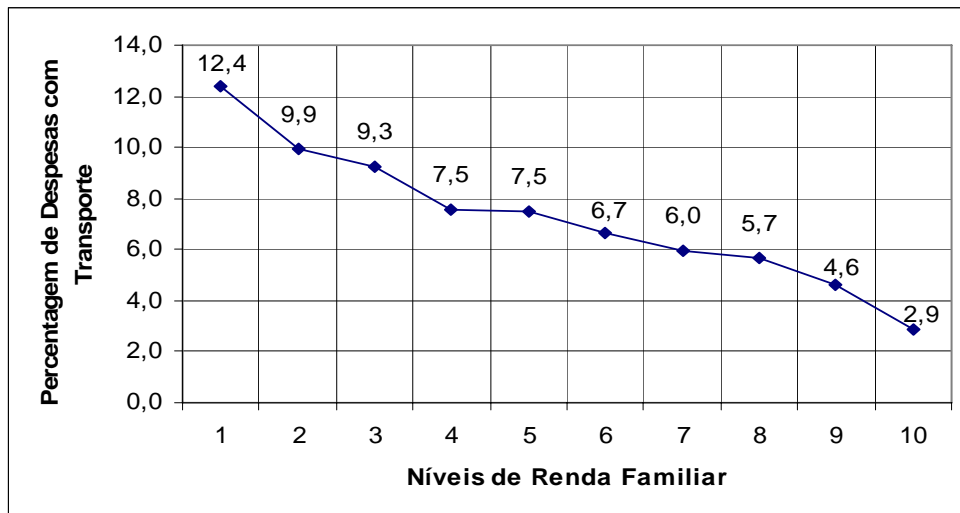


Gráfico 4 - Despesas com transporte entre os níveis de renda familiar

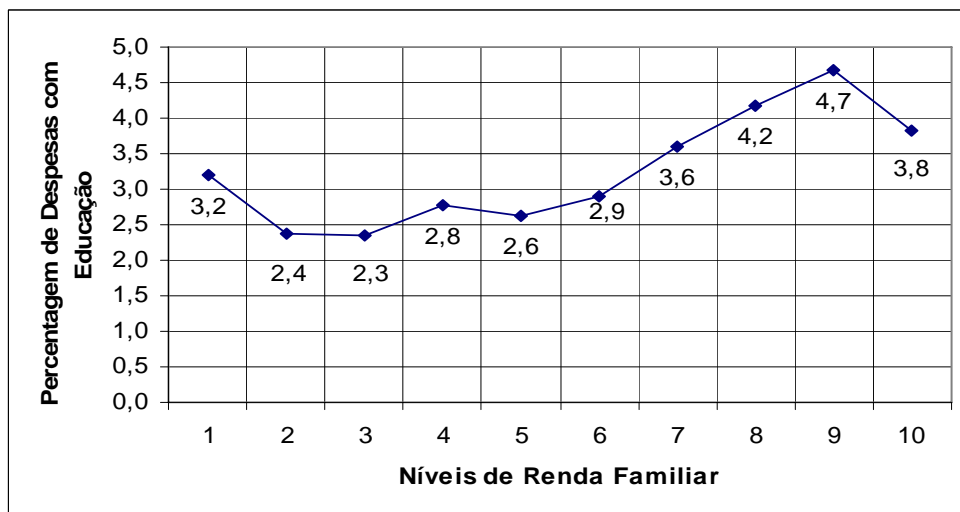


Gráfico 5 - Despesas com educação entre os níveis de renda familiar

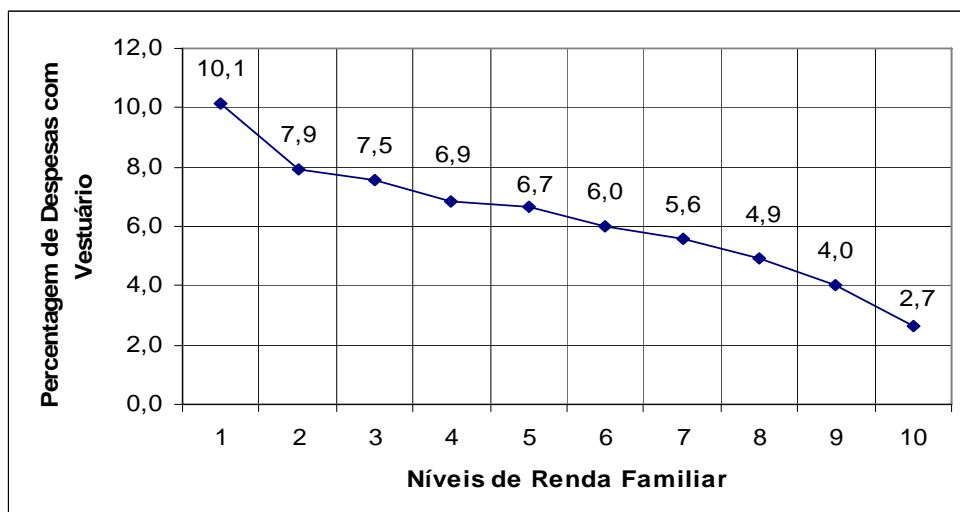


Gráfico 6 - Despesas com vestuário entre os níveis de renda familiar

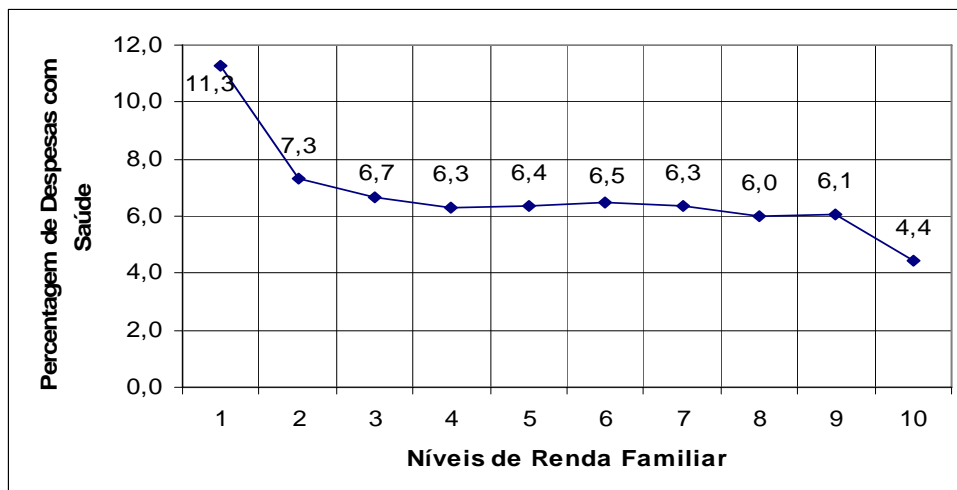


Gráfico 7 - Despesas com saúde entre os níveis de renda familiar

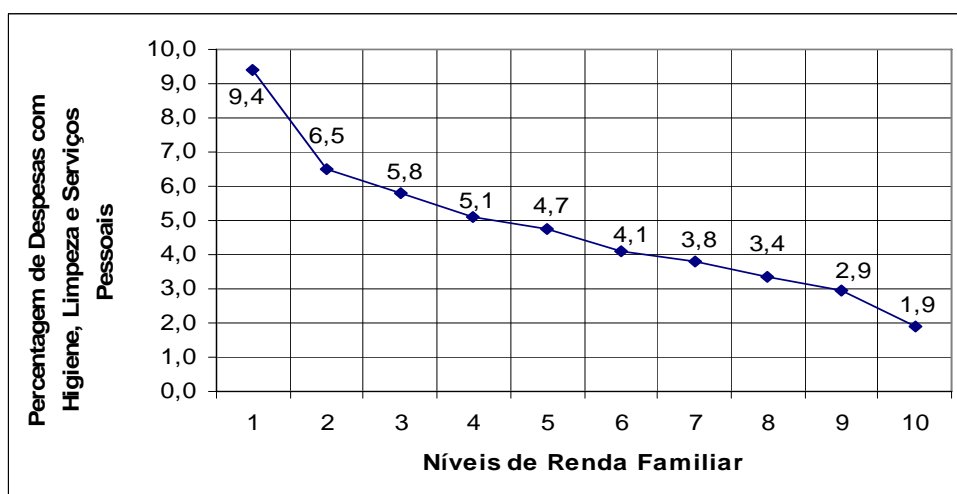


Gráfico 8 - Despesas com higiene, limpeza e serviços pessoais entre os níveis de renda familiar

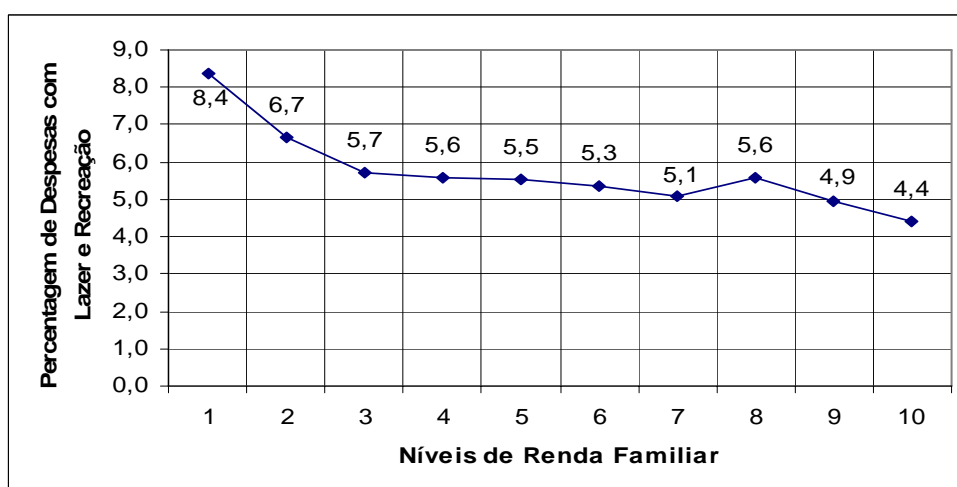


Gráfico 9 - Despesas com lazer e recreação entre os níveis de renda familiar

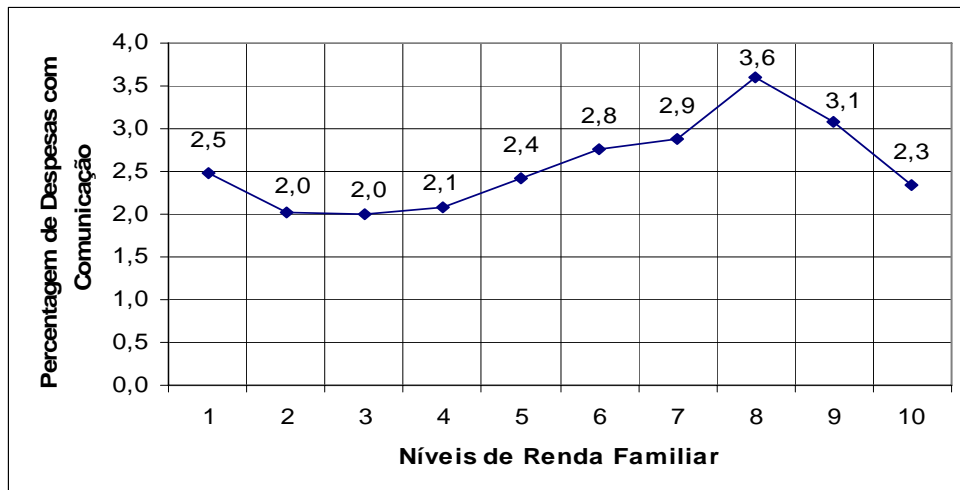


Gráfico 10 - Despesas com comunicação entre os níveis de renda familiar

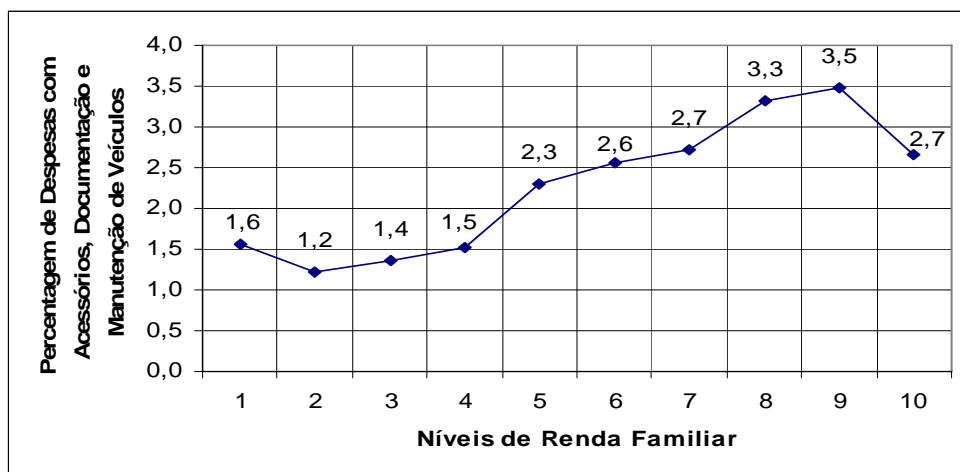


Gráfico 11 - Despesas com acessórios, documentação e manutenção de veículos entre os níveis de renda familiar

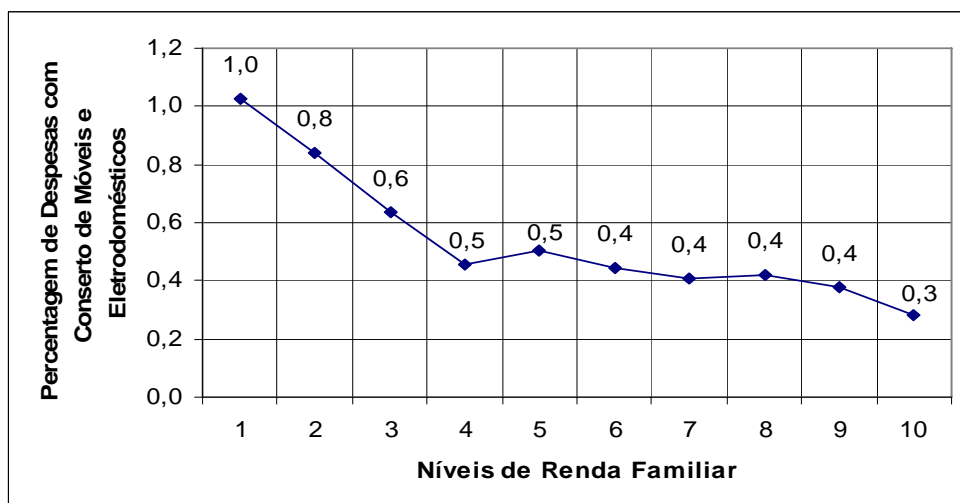


Gráfico 12 - Despesas com conserto de móveis e eletrodomésticos entre os níveis de renda familiar

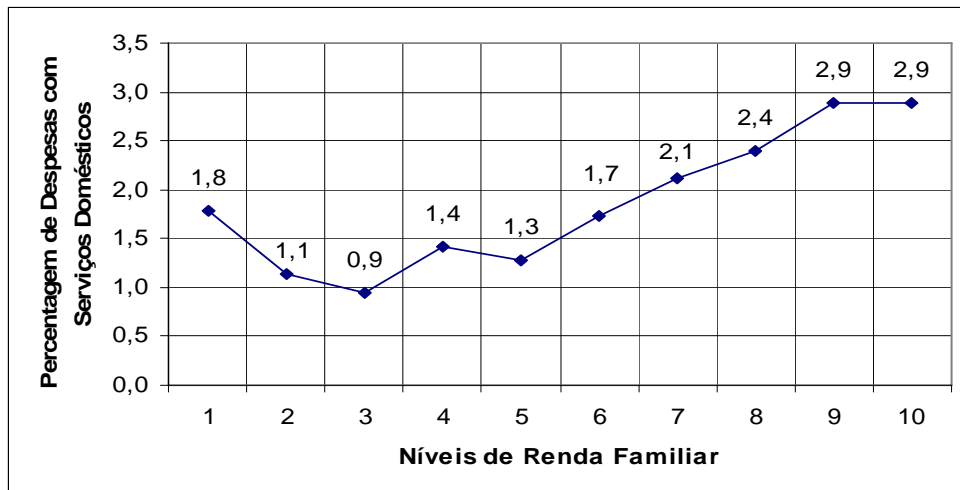


Gráfico 13 - Despesas com serviços domésticos entre os níveis de renda familiar

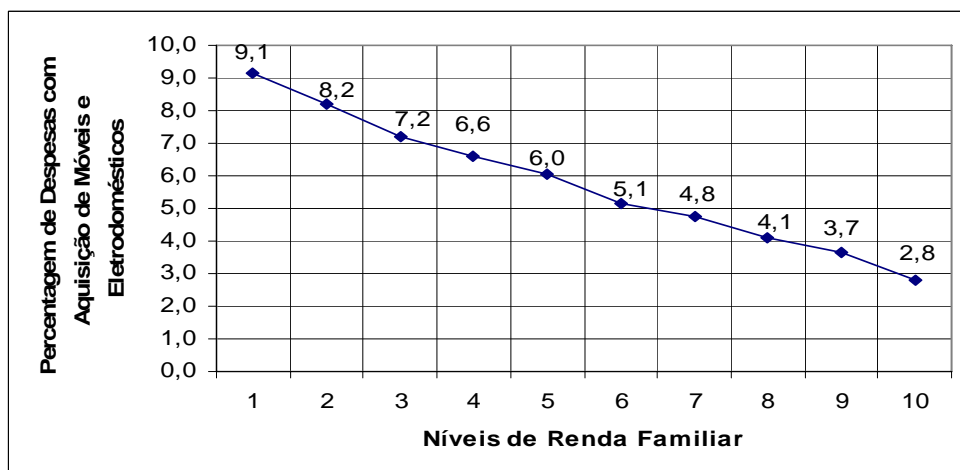


Gráfico 14 - Despesas com aquisição de móveis, eletrodomésticos e artigos de decoração entre os níveis de renda familiar

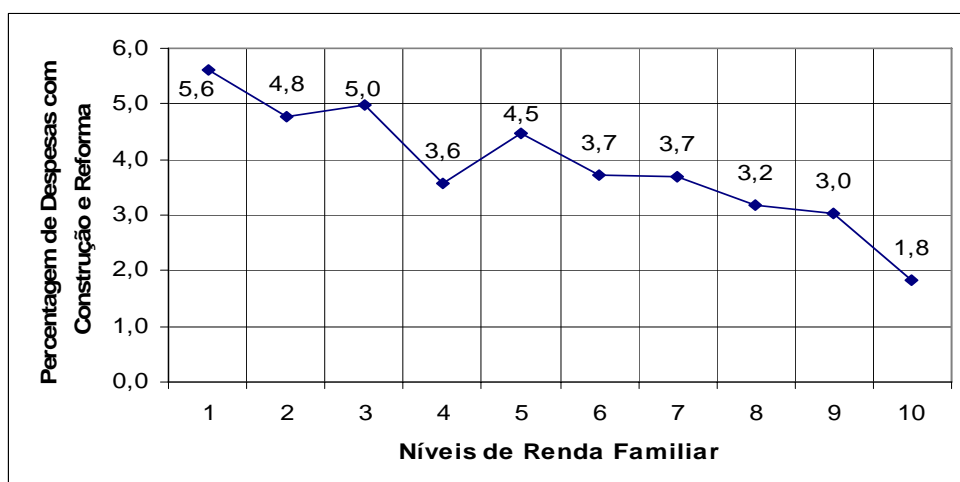


Gráfico 15 - Despesas com construção e reforma entre os níveis de renda familiar

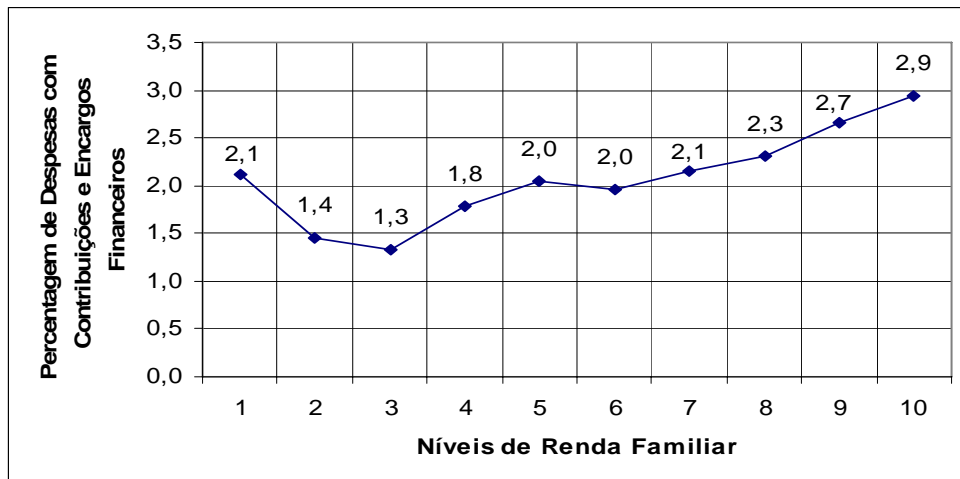


Gráfico 16 - Despesas com contribuições, transferências e encargos financeiros entre os níveis de renda familiar

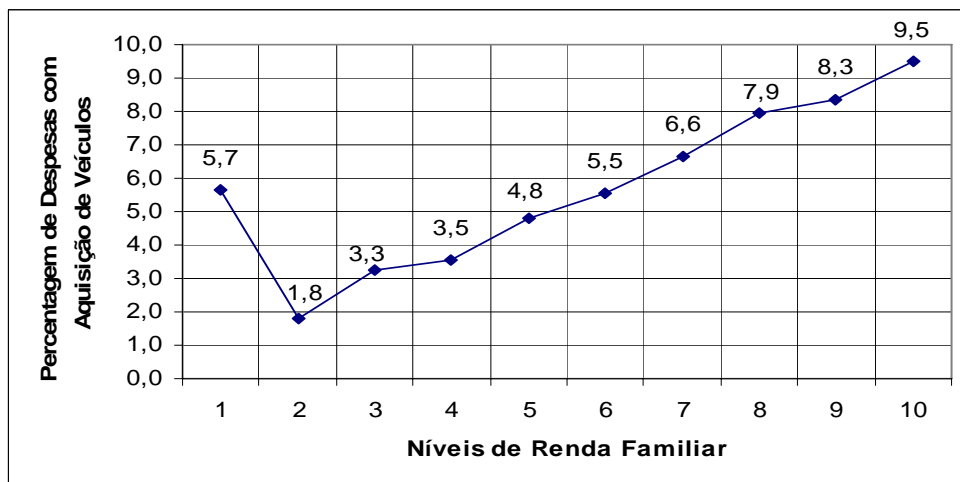


Gráfico 17 - Despesas com aquisição de veículos entre os níveis de renda familiar

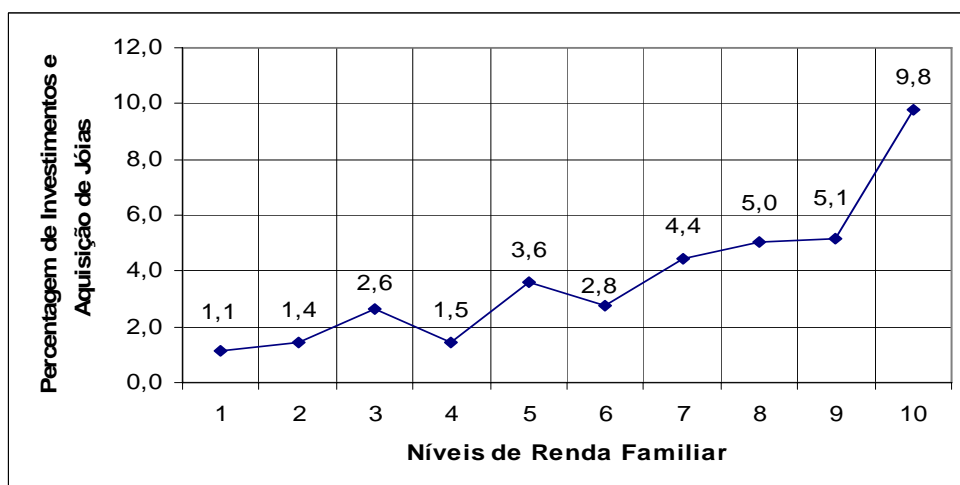


Gráfico 18 - Investimentos e aquisição de jóias entre os níveis de renda familiar

Os Gráficos anteriores foram elaborados pelo autor a partir dos dados da POF 1995/1996. Os três primeiros níveis de renda apresentam despesas médias mensais maiores que as receitas, conforme explicações anteriores, o que resulta em uma elevação drástica das percentagens das categorias de despesas sobre a renda. Logo, uma outra possibilidade de interpretação dos dados anteriores, considerando que a família de alguma forma equilibra seu orçamento ou se endivida, seria a análise da percentagem de despesas com a categoria em relação ao total de despesas familiares ao invés da renda. Valendo-se desta hipótese, exemplifica-se que as percentagens de despesas com alimentação nos três primeiros níveis de renda seriam 35,8%, 35,6% e 31,4% ao invés de 62,5%, 46,3% e 35,5%, respectivamente. Esse tratamento diminuiria a diferença de percentagens entre o primeiro e o último nível de renda em todas as categorias de despesa, todavia a base de cálculo (soma das despesas) não é a mais recomendada, pois nesta dissertação não estão tratadas todas as despesas constantes na POF, mas sim um conjunto de categorias de despesa escolhidas por conveniência.

A análise das categorias de despesa constitui um primeiro corte da POF que pode auxiliar os profissionais de marketing a entenderem a formação do orçamento de uma família e suas prioridades de gastos. Estes dados podem ser aplicados em estudos de segmentação de mercado cuja variável estudada seja o nível de renda familiar. A compreensão da forma como as famílias compõem seu orçamento familiar e sua estrutura de despesas pode auxiliar os profissionais de marketing na definição de estratégias de preço, comunicação, produto e distribuição mais eficazes, pois de acordo com a categoria de despesa e o progresso do nível de renda, as famílias alocam percentuais distintos de seus rendimentos em categorias de gastos para sobrevivência doméstica.

Verifica-se também que as famílias dos níveis de renda mais baixos têm seus orçamentos familiares fortemente comprometidos com despesas mais básicas como alimentação, habitação e transporte. Já as famílias dos níveis de renda superiores têm suas principais despesas nas categorias de habitação, alimentação, saúde, investimentos e aquisição de jóias e veículos. Isto demonstra algumas contingências de despesa para a formação do orçamento familiar conforme o nível de renda. Esta análise é ampliada no tópico que trata da composição dos orçamentos familiares de cada nível de renda, que discute o padrão de comprometimento da renda das famílias estudadas e propõe uma categorização de despesas discricionárias e não-discricionárias.

Os indicadores percentuais de cada curva apresentada podem ser úteis para o cálculo do potencial de demanda de um novo produto ou serviço. Cada percentagem de despesas relaciona-se a um perfil de orçamento familiar de um conjunto de famílias inseridas em um determinado nível de renda. Logo, dependendo da característica do produto, pode-se estimar a demanda do mesmo em relação ao nível de renda que se pleiteia posicionar.

De forma geral, o oitavo e nono níveis de renda sofrem maior influência com despesas de educação, comunicação, acessórios, documentação e manutenção de veículos, do que os demais níveis de renda. Além disso, os níveis de renda superiores tendem a dedicar maior parte dos seus orçamentos para a aquisição de veículos e jóias e aplicações em investimentos. Já os níveis de renda inferiores investem considerável parte dos seus rendimentos na aquisição de móveis e eletrodomésticos e em construção e reforma do lar. Algumas categorias de despesa como conserto de móveis e eletrodomésticos; contribuições, transferências e encargos financeiros; acessórios, documentação e manutenção de veículos; e serviços domésticos têm pequena representatividade percentual sobre o orçamento das famílias. Contudo, ressalva-se que os valores absolutos (em Reais) para cada categoria de despesa podem diferir entre os níveis de renda familiar e, assim, uma pequena percentagem de despesa no décimo nível de renda pode ser um valor financeiro representativo em razão da elevada renda, por exemplo. Todavia, o número total na população de famílias de alta renda é menor do que o número de famílias de baixa renda.

Objetivando o resumo das análises, apresenta-se no Quadro 13 um conjunto de características e peculiaridades de cada curva que representa as categorias de despesa familiar.

**Quadro 13 - Características das categorias de despesa familiar**

<b>Categoria de Despesa Familiar</b>	<b>Características</b>
<b>Alimentação (Gráfico 2)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as subcategorias de alimentos, bebidas, alimentação fora do lar e alimentos para viagem;</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com alimentação na família;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com alimentos por uma família, independente dos preços dos bens consumidos;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com alimentação tende a zero.</li> </ul>
<b>Habitação (Gráfico 3)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com prestações de imóveis, aluguéis, impostos e taxas relacionadas à moradia familiar;</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com habitação na família;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com habitação por uma família;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com habitação tende a zero.</li> </ul>

**Quadro 13 - Características das categorias de despesa familiar (continuação)**

<p><b>Transporte</b> (Gráfico 4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com ônibus urbano, trem, táxi, combustível, pedágios, estacionamento e metrô;</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com transporte na família;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com transporte por uma família;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com transporte tende a zero.</li> </ul>
<p><b>Educação</b> (Gráfico 5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com cursos escolares, aulas particulares, transporte escolar, uniformes, formaturas, moradias estudantis, creche, alimentação escolar, cursos de música, informática, idiomas, instrumentos musicais, além dos materiais e acessórios escolares;</li> <li>• Curva ascendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, aumenta-se a percentagem de despesas com educação na família;</li> <li>• Pequenas diferenças percentuais entre os níveis de renda, mas com diferenças nos valores absolutos nos gastos com educação;</li> <li>• O primeiro nível de renda apresenta uma incoerência em relação às demais percentagens da curva;</li> <li>• Indica a proporção mínima de gastos com educação por uma família.</li> </ul>
<p><b>Vestuário</b> (Gráfico 6)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com vestuário masculino, feminino, infante-juvenil (até 14 anos), artigos de armarinho, tecidos e roupas de cama, mesa e banho, além de bolsas, calçados e cintos;</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com vestuário na família;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com vestuário por uma família;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com vestuário tende a zero.</li> </ul>
<p><b>Saúde</b> (Gráfico 7)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com produtos farmacêuticos e serviços de assistência médico-hospitalar;</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com saúde na família, contudo a curva apresenta poucas diferenças percentuais entre o segundo e nono níveis de renda;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com saúde por uma família;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com saúde tende a zero.</li> </ul>
<p><b>Higiene, Limpeza e Serviços Pessoais</b> (Gráfico 8)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com produtos de higiene e limpeza do lar e de animais, produtos de higiene pessoal, artigos de toucador (escova de cabelo, talco, cremes etc) e serviços pessoais (barbeiro, cabeleireiro etc);</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com higiene e limpeza na família;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com higiene, limpeza e serviços pessoais por uma família;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com higiene e limpeza tende a zero.</li> </ul>
<p><b>Lazer e Recreação</b> (Gráfico 9)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com fumo, jogos e apostas, leitura, diversões e esportes, brinquedos e materiais de recreação, viagens e aluguéis de aparelhos e utensílios de lazer e recreação;</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com lazer e recreação na família, contudo a curva apresenta pequenas diferenças percentuais entre o terceiro e décimo níveis de renda;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com lazer e recreação por uma família;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com lazer e recreação tende a zero.</li> </ul>
<p><b>Comunicação</b> (Gráfico 10)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com correio (carta, selo etc) e telefones público, residencial e celular;</li> <li>• Curva ascendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, aumenta-se a percentagem de despesas com comunicação na família;</li> <li>• Pequenas diferenças percentuais entre os níveis de renda, mas com diferenças nos valores absolutos nos gastos com comunicação;</li> <li>• O primeiro nível de renda apresenta uma pequena incoerência em relação às demais percentagens da curva;</li> <li>• Indica a proporção mínima de gastos com comunicação por uma família.</li> </ul>



**Quadro 13 - Características das categorias de despesa familiar (continuação)**

<b>Acessórios, Manutenção e Documentação de Veículos (Gráfico 11)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com consertos, peças, limpeza, lubrificação e documentação de veículos;</li> <li>• Curva ascendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, aumenta-se a percentagem de despesas com acessórios, manutenção e documentação de veículos na família;</li> <li>• Pequenas diferenças percentuais entre os níveis de renda, mas com diferenças nos valores absolutos nos gastos com acessórios, manutenção e documentação de veículos;</li> <li>• Indica a proporção mínima de gastos com esta categoria de despesa por uma família.</li> </ul>
<b>Conserto e Manutenção de Móveis e Eletrodomésticos (Gráfico 12)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com conserto ou manutenção de móveis, aparelhos, máquinas e utensílios domésticos;</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com conserto e manutenção de móveis e eletrodomésticos na família;</li> <li>• Pequenas diferenças percentuais entre os níveis de renda, mas com diferenças nos valores absolutos nos gastos com conserto e manutenção de móveis e eletrodomésticos;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com esta categoria por uma família;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com esta categoria tende a zero.</li> </ul>
<b>Serviços Domésticos (Gráfico 13)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com prestadores de serviços domésticos como empregados, faxineiros, limpadores de piscina, babás, bem como os encargos trabalhistas envolvidos na contratação destes serviços;</li> <li>• Curva ascendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, aumenta-se a percentagem de despesas com serviços domésticos na família;</li> <li>• O primeiro nível de renda apresenta uma pequena incoerência em relação às demais percentagens da curva;</li> <li>• Indica a proporção mínima de gastos com esta categoria de despesa por uma família.</li> </ul>
<b>Aquisição de Móveis, Eletrodomésticos e Artigos de Decoração (Gráfico 14)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com aquisição de aparelhos e máquinas de uso doméstico, móveis, artigos de decoração e forração, utensílios avulsos e artigos de banheiro;</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com aquisição de móveis, eletrodomésticos e artigos de decoração na família;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com esta categoria por uma família;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com esta categoria tende a zero.</li> </ul>
<b>Construção e Reforma (Gráfico 15)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com construção, reforma e pequenos reparos de imóveis e jardinagem;</li> <li>• Curva descendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, diminui-se a percentagem de despesas com construção e reforma na família;</li> <li>• Indica a proporção máxima de gastos com esta categoria por uma família;</li> <li>• Quando a renda tende ao infinito, a percentagem de despesas com esta categoria tende a zero.</li> </ul>
<b>Contribuições, Transferências e Encargos Financeiros (Gráfico 16)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com doações para Igrejas e entidades sociais, mesadas, empréstimos, seguros, juros e despesas bancárias;</li> <li>• Curva ascendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, aumenta-se a percentagem de despesas com contribuições, transferências e encargos financeiros na família;</li> <li>• O primeiro nível de renda apresenta uma pequena incoerência em relação às demais percentagens da curva;</li> <li>• Indica a proporção mínima de gastos com esta categoria de despesa por uma família.</li> </ul>
<b>Aquisição de Veículos (Gráfico 17)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega as despesas com aquisição de automóveis, motos e outros tipos de veículos;</li> <li>• Curva ascendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, aumenta-se a percentagem de despesas com aquisição de veículos na família;</li> <li>• O primeiro nível de renda apresenta uma incoerência em relação às demais percentagens da curva;</li> <li>• Indica a proporção mínima de gastos com esta categoria de despesa por uma família.</li> </ul>
<b>Investimentos e Aquisição de Jóias (Gráfico 18)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega os investimentos em poupanças e aplicações financeiras, bem como os gastos com aquisição de jóias (alianças, anéis, relógios etc);</li> <li>• Curva ascendente: à medida que aumenta-se o nível de renda, aumenta-se a percentagem de investimentos e aquisição de jóias na família;</li> <li>• Indica a proporção mínima de gastos com esta categoria de despesa por uma família.</li> </ul>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Constata-se que com o aumento do nível de renda diminui a percentagem de despesas das categorias que possuem curvas descendentes (por exemplo, alimentação, habitação e transporte), enquanto que a elevação do nível de renda aumenta a percentagem de despesas das categorias que possuem curvas ascendentes (por exemplo, aquisição de veículos, investimentos e aquisição de jóias). Logo, para as curvas descendentes verificam-se proporções máximas de gastos relacionados à categoria de despesa e para as curvas ascendentes a proporção mínima de gastos, considerando os níveis inferiores de renda familiar.

Outra possível análise é a desagregação de cada categoria de despesas. A POF permite o detalhamento de cada categoria de despesa em subcategorias, cujos itens são relacionados com a natureza da categoria principal. Seguem abaixo dois exemplos de desagregação em subcategorias de alimentação e lazer e recreação, conforme Tabelas 8 e 9. Contudo, ressalta-se o possível desmembramento das demais categorias de despesa estudadas nesta dissertação.

**Tabela 8 - Composição percentual das subcategorias de despesas com alimentação entre os níveis de renda**

Subcategorias de Alimentação	Níveis de Renda									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Cereais e Leguminosas</b>	11,4	11,5	10,3	10,2	9,0	8,5	7,7	6,6	5,8	5,0
<b>Farinhas, Féculas e Massas</b>	5,5	5,5	4,5	4,0	3,6	3,4	3,0	2,7	2,6	2,0
<b>Cocos, Castanhas e Nozes</b>	0,4	0,7	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,3	0,4	0,3
<b>Hortaliças</b>	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9
<b>Frutas</b>	3,8	4,1	4,3	4,5	4,6	4,6	4,9	4,9	6,1	5,8
<b>Açúcares e Produtos de Confeitaria</b>	4,0	3,9	3,7	3,8	3,8	3,8	3,6	3,6	4,0	3,9
<b>Sais e Condimentos</b>	1,8	1,8	1,9	1,9	1,7	1,8	1,7	1,7	1,6	1,4
<b>Carnes, Vísceras e Embutidos</b>	14,1	14,8	14,0	13,8	14,2	14,2	13,7	13,3	12,7	9,6
<b>Pescados</b>	2,2	2,2	2,0	1,5	1,8	1,8	1,6	1,5	1,7	2,2
<b>Alimento Enlatado, Mistura Industrial e Outros</b>	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6	0,8	0,9	0,9	0,9
<b>Aves e Ovos</b>	9,4	8,4	7,6	6,8	6,8	6,1	5,1	4,8	4,5	3,6
<b>Laticínios</b>	11,1	11,1	11,3	11,3	11,5	11,1	11,8	10,8	11,1	10,6
<b>Panificados</b>	12,8	11,5	11,2	11,0	10,4	9,7	9,2	8,4	7,9	7,0
<b>Bebidas Não Alcoólicas e Infusões</b>	5,9	5,6	5,8	5,4	5,9	5,9	5,7	5,4	5,6	5,6
<b>Óleos e Gorduras</b>	1,8	1,5	1,6	1,5	1,5	1,3	1,2	1,2	1,1	0,9
<b>Alimentos Prontos para Viagem</b>	0,9	0,9	0,9	1,0	1,3	1,2	1,4	2,4	2,5	3,2
<b>Alimentos para Animais Domésticos</b>	0,3	0,5	0,5	0,7	0,6	0,6	0,4	0,6	0,8	0,7
<b>Bebidas Alcoólicas</b>	1,2	1,6	1,5	1,6	2,1	2,2	2,9	2,4	2,8	2,6

**Tabela 8 - Composição percentual das subcategorias de despesas com alimentação entre os níveis de renda (continuação)**

<b>Feira, Varejão e Sacolão</b>	0,1	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3
<b>Alimentação Fora de Casa</b>	12,1	13,2	16,7	18,8	19,3	21,5	23,8	27,5	26,6	33,4
<b>Total de Despesas com Alimentação</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

**Tabela 9 - Composição percentual das subcategorias de despesas com lazer e recreação entre os níveis de renda**

Subcategorias de Lazer e Recreação	Níveis de Renda									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Fumo</b>	44,8	43,2	35,1	29,3	27,3	24,8	18,4	13,5	10,5	6,1
<b>Jogos e Apostas</b>	9,3	12,2	11,2	8,6	9,1	6,9	6,9	5,8	5,9	6,5
<b>Leitura</b>	3,4	2,9	3,7	4,8	4,4	5,6	5,5	6,2	6,2	5,1
<b>Diversões e Esportes</b>	15,9	15,2	21,7	23,9	26,4	26,0	31,5	32,4	31,1	30,4
<b>Brinquedos e Materiais de Recreação</b>	9,4	6,9	8,9	10,2	10,5	11,5	9,6	8,4	9,5	7,4
<b>Viagens</b>	17,1	19,6	19,3	23,1	22,2	24,9	27,8	33,0	36,1	43,3
<b>Aluguel de Aparelhos e Utensílios de Lazer e Recreação</b>	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,4	0,3	0,7	0,7	1,2
<b>Total de Despesas com Lazer e Recreação (%)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

A composição percentual de cada subcategoria de despesa foi calculada dividindo-se a soma da subcategoria pela soma das despesas com alimentação ou lazer e recreação. Contudo, pode-se calcular a percentagem da subcategoria em relação à renda familiar mensal, o que demonstraria o comprometimento da renda familiar com a subcategoria de despesa.

A Tabela 8 apresenta a tendência de aumento dos gastos com alimentação fora de casa nas famílias dos níveis de renda superior. A alimentação fora de casa pode contemplar as demais subcategorias de alimentação, agregadas em itens de despesa como almoço e jantar (refeição), bebidas e guloseimas. Analisando os gastos com alimentação em casa, vê-se a grande importância dada ao consumo de laticínios e carnes, vísceras e embutidos em todos os níveis de renda. As famílias de nível de renda inferior dedicam considerável percentagem das despesas com alimentação para o consumo de cereais e leguminosas, aves e ovos, e produtos panificados, enquanto que as famílias de nível de renda superior gastam mais com frutas,

alimentos prontos para viagem, e cereais e leguminosas, pois grande parte das despesas com alimentação ocorre fora do lar. Estas análises podem explicar o padrão de gastos com alimentação de por nível de renda.

A Tabela 9 mostra a composição percentual das despesas com lazer e recreação por nível de renda. Verifica-se a diminuição das percentagens de despesas com fumo, jogos e apostas e o aumento das despesas com viagens, leitura, diversões e esportes à medida que o nível de renda se eleva. Dessa forma, nota-se que os maiores gastos com lazer e recreação (viagens, diversões e esportes) limitam o acesso das famílias de nível de renda inferior. Em suma, estas análises podem definir o padrão de preferências e gastos com lazer e recreação entre os diferentes níveis de renda familiar.

A individualização de um item específico de uma categoria de despesa também pode ser alvo de análise por meio da POF. É uma importante possibilidade de estudo para a determinação do perfil de consumo de uma família e o potencial de mercado de um produto ou serviço. Dessa forma, apresentam-se na Tabela 10 os resultados da percentagem de gastos com cerveja (subcategoria bebida alcoólica) em relação ao total das despesas com alimentação entre os diferentes níveis de renda. Ressalta-se novamente a possibilidade de efetuar essas análises para os demais itens de despesa constantes na POF.

**Tabela 10 - Percentagem de gastos com cerveja em relação ao total de despesas com alimentação entre os níveis de renda**

Percentagem de Despesas com Cerveja (%)	Níveis de Renda									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	0,9	1,2	1,1	1,1	1,6	1,8	2,2	2,0	2,2	1,8

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

A percentagem de gastos com cerveja cresce com o progresso do nível de renda familiar até o nono nível de renda (2,2%), e decresce 0,4% entre o nono e décimo níveis. Logo, pode-se inferir que os gastos com cerveja ganham peso no orçamento familiar à medida que o nível de renda cresce. Este tipo de informação torna-se útil para os fabricantes de cerveja e prestadores de serviços (comércio), no processo de elaboração de estratégias mercadológicas.

A POF também pode oferecer aos profissionais de marketing os preços dos bens de cada item das categorias de despesa, cruzando-os com os níveis de renda e locais de compra. A Tabela 11 apresenta os preços médios pagos por uma garrafa de cerveja (600 ml) entre os diferentes

níveis de renda familiar. A Tabela 12 demonstra os preços médios do mesmo item entre os diferentes locais de compra.

**Tabela 11 - Preço médio pago por uma garrafa de cerveja (600 ml) entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Preço Médio da Cerveja (R\$)	Desvio Padrão (R\$)
1	1,17	0,17
2	1,19	0,19
3	1,21	0,20
4	1,22	0,17
5	1,21	0,19
6	1,15	0,20
7	1,22	0,23
8	1,19	0,23
9	1,20	0,23
10	1,16	0,23
<b>Valor Médio (R\$)</b>	<b>1,20</b>	<b>0,21</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

**Tabela 12 - Preço médio pago por uma garrafa de cerveja (600 ml) entre os locais de compra**

Locais de Compra	Preço Médio da Cerveja (R\$)	Desvio Padrão (R\$)
<b>Restaurante</b>	1,32	0,21
<b>Bar ou Lanchonete</b>	1,29	0,18
<b>Padaria</b>	1,23	0,23
<b>Mercearia</b>	1,22	0,19
<b>Armazém</b>	1,18	0,19
<b>Quitanda</b>	1,16	0,19
<b>Ambulante</b>	1,14	0,12
<b>Supermercado</b>	1,09	0,22
<b>Depósito em Geral</b>	1,02	0,11

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Segundo a Tabela 11, constata-se que não existem grandes diferenças entre os preços médios pagos por uma garrafa de cerveja (600 ml) entre os níveis de renda. Logo, não é possível inferir diferenças de qualidade e marca para este tipo de bem. Todavia, existem diferenças de preços em razão do local de compra, conforme apresenta a Tabela 12. O preço mais alto de aquisição da cerveja se dá em restaurantes (R\$ 1,32) e bares ou lanchonetes (R\$ 1,29) enquanto que os valores mais baixos são praticados em depósitos (R\$ 1,02) e supermercados (R\$ 1,09).

Outro corte pode ser útil por meio do cruzamento entre os diferentes locais de compra e níveis de renda familiar, calculando-se o preço médio de uma garrafa de cerveja (600 ml) em cada situação, conforme demonstra a Tabela 13.

**Tabela 13 - Preço médio pago por uma garrafa de cerveja (600 ml) entre os diferentes locais de compra e níveis de renda**

Locais de Compra	Níveis de Renda e Preços Médios da Cerveja (R\$)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Restaurante</b>	1,31	0,00	1,05	0,00	1,50	1,40	1,33	0,00	1,33	1,50
<b>Bar ou Lanchonete</b>	1,16	1,28	1,32	1,29	1,28	1,27	1,33	1,32	1,30	1,27
<b>Padaria</b>	1,35	1,30	1,18	1,10	1,16	0,98	1,30	1,25	1,15	1,35
<b>Mercearia</b>	1,22	1,21	1,25	1,23	1,29	1,11	1,22	1,33	1,14	1,22
<b>Armazém</b>	1,19	1,12	1,15	1,25	1,18	1,30	1,27	1,06	1,33	0,91
<b>Quitanda</b>	1,18	0,93	1,11	1,50	1,21	0,98	1,16	1,50	1,27	1,18
<b>Ambulante</b>	0,00	1,20	1,20	1,00	1,15	0,00	1,20	1,00	1,08	1,20
<b>Supermercado</b>	1,04	1,20	1,11	1,01	1,10	1,12	1,05	1,06	1,15	1,01
<b>Depósito em Geral</b>	1,02	1,06	1,13	0,95	0,96	0,99	1,03	1,00	1,08	1,03

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Verificam-se pequenas diferenças de preço da cerveja entre os níveis de renda e locais de compra, contudo este tipo de análise pode ser útil para bens ou serviços que se caracterizem por distintos níveis de qualidade, preços e canais de distribuição, inferindo-se assim o preço e a preferência de locais de compra entre os níveis de renda.

Ressalva-se que o preço de um determinado bem ou serviço na POF é difícil de ser calculado, em razão da qualidade das informações constantes na base, da diversidade de unidades de medida e da forma de quantificação das unidades compradas. Aconselha-se relevar estas observações para a individualização do preço de um bem de consumo, tomando os devidos cuidados e consistindo todas as análises. Na verdade, pode-se concluir que a POF não se preocupa com o preço do bem ou serviço, mas sim com o montante total do item de despesa para a ponderação do orçamento familiar.

As análises das categorias, subcategorias e itens de despesa são enriquecidas e ampliadas por meio do tópico a seguir, que estuda e trata da composição do orçamento familiar para cada nível de renda, e discute os conceitos de renda discricionária e não-discricionária no âmbito dos dados disponíveis na POF.

### **4.3. COMPOSIÇÃO DO ORÇAMENTO FAMILIAR**

A composição do orçamento de uma família expressa o emprego da sua renda em categorias de despesas. Em síntese, o orçamento resulta de um conjunto de decisões tomadas pelos membros de uma família sobre o investimento da renda para a sobrevivência e manutenção do lar.

Analisando os orçamentos familiares de cada nível de renda da POF, verificam-se diferenças nas suas composições conforme a progressão da renda familiar. Entende-se, portanto, que o nível de renda influencia a forma como as famílias consomem, ou seja, cada categoria de despesa torna-se mais ou menos relevante na composição do orçamento conforme a progressão da renda familiar.

A seguir são apresentadas e analisadas as composições dos orçamentos familiares (*rankings*) para os dez níveis de renda estudados, confirmando-se a existência de uma influência primária da renda no comportamento do consumidor frente às suas opções de consumo e que estabelece os cortes mais elementares do consumo em razão do poder de compra e, conseqüentemente, da restrição orçamentária.

**Tabela 14 - Ranking das categorias de despesa do primeiro nível de renda familiar**

<b>Ordem da Categoria de Despesa</b>	<b>Categorias de Despesa</b>	<b>Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)</b>	<b>Porcentagem Acumulada (%)</b>
1ª	Alimentação	62,5	62,5
2ª	Habitação	26,6	89,1
3ª	Transporte	12,4	101,5
4ª	Saúde	11,3	112,7
5ª	Vestuário	10,1	122,9
6ª	Higiene e Limpeza	9,4	132,3
7ª	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	9,1	141,4
8ª	Lazer e Recreação	8,4	149,8
9ª	Aquisição de Veículos	5,7	155,5
10ª	Construção e Reforma	5,6	161,1
11ª	Educação	3,2	164,3
12ª	Comunicação	2,5	166,8
13ª	Contribuições e Encargos Financeiros	2,1	168,9
14ª	Serviços Domésticos	1,8	170,7
15ª	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	1,6	172,2
16ª	Investimentos e Jóias	1,1	173,3
17ª	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	1,0	174,4
18ª	Outras Rendas	-74,4	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	

Tabela 15 - *Ranking* das categorias de despesa do segundo nível de renda familiar

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Porcentagem Acumulada (%)
1 <sup>a</sup>	Alimentação	46,3	46,3
2 <sup>a</sup>	Habitação	20,1	66,5
3 <sup>a</sup>	Transporte	9,9	76,4
4 <sup>a</sup>	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	8,2	84,6
5 <sup>a</sup>	Vestuário	7,9	92,5
6 <sup>a</sup>	Saúde	7,3	99,8
7 <sup>a</sup>	Lazer e Recreação	6,7	106,5
8 <sup>a</sup>	Higiene e Limpeza	6,5	113,0
9 <sup>a</sup>	Construção e Reforma	4,8	117,8
10 <sup>a</sup>	Educação	2,4	120,2
11 <sup>a</sup>	Comunicação	2,0	122,2
12 <sup>a</sup>	Aquisição de Veículos	1,8	124,0
13 <sup>a</sup>	Contribuições e Encargos Financeiros	1,4	125,4
14 <sup>a</sup>	Investimentos e Jóias	1,4	126,9
15 <sup>a</sup>	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	1,2	128,1
16 <sup>a</sup>	Serviços Domésticos	1,1	129,2
17 <sup>a</sup>	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,8	130,1
18 <sup>a</sup>	Outras Rendas	-30,1	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	

Tabela 16 - *Ranking* das categorias de despesa do terceiro nível de renda familiar

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Porcentagem Acumulada (%)
1 <sup>a</sup>	Alimentação	35,5	35,5
2 <sup>a</sup>	Habitação	15,8	51,2
3 <sup>a</sup>	Transporte	9,3	60,5
4 <sup>a</sup>	Vestuário	7,5	68,0
5 <sup>a</sup>	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	7,2	75,2
6 <sup>a</sup>	Saúde	6,7	81,9
7 <sup>a</sup>	Higiene e Limpeza	5,8	87,7
8 <sup>a</sup>	Lazer e Recreação	5,7	93,4
9 <sup>a</sup>	Construção e Reforma	5,0	98,4
10 <sup>a</sup>	Aquisição de Veículos	3,3	101,7
11 <sup>a</sup>	Investimentos e Jóias	2,6	104,3
12 <sup>a</sup>	Educação	2,3	106,6
13 <sup>a</sup>	Comunicação	2,0	108,6
14 <sup>a</sup>	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	1,4	110,0
15 <sup>a</sup>	Contribuições e Encargos Financeiros	1,3	111,3
16 <sup>a</sup>	Serviços Domésticos	0,9	112,3
17 <sup>a</sup>	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,6	112,9
18 <sup>a</sup>	Outras Rendas	-12,9	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	



Tabela 17 - *Ranking* das categorias de despesa do quarto nível de renda familiar

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Percentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Percentagem Acumulada (%)
1 <sup>a</sup>	Alimentação	29,1	29,1
2 <sup>a</sup>	Habitação	13,2	42,2
3 <sup>a</sup>	Transporte	7,5	49,8
4 <sup>a</sup>	Vestuário	6,9	56,6
5 <sup>a</sup>	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	6,6	63,2
6 <sup>a</sup>	Saúde	6,3	69,5
7 <sup>a</sup>	Lazer e Recreação	5,6	75,1
8 <sup>a</sup>	Higiene e Limpeza	5,1	80,2
9 <sup>a</sup>	Construção e Reforma	3,6	83,7
10 <sup>a</sup>	Aquisição de Veículos	3,5	87,2
11 <sup>a</sup>	Educação	2,8	90,0
12 <sup>a</sup>	Comunicação	2,1	92,1
13 <sup>a</sup>	Contribuições e Encargos Financeiros	1,8	93,9
14 <sup>a</sup>	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	1,5	95,4
15 <sup>a</sup>	Investimentos e Jóias	1,5	96,9
16 <sup>a</sup>	Serviços Domésticos	1,4	98,3
17 <sup>a</sup>	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,5	98,8
18 <sup>a</sup>	Outras Destinações	1,2	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	

Tabela 18 - *Ranking* das categorias de despesa do quinto nível de renda familiar

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Percentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Percentagem Acumulada (%)
1 <sup>a</sup>	Alimentação	25,8	25,8
2 <sup>a</sup>	Habitação	12,5	38,3
3 <sup>a</sup>	Transporte	7,5	45,8
4 <sup>a</sup>	Vestuário	6,7	52,4
5 <sup>a</sup>	Saúde	6,4	58,8
6 <sup>a</sup>	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	6,0	64,9
7 <sup>a</sup>	Lazer e Recreação	5,5	70,4
8 <sup>a</sup>	Aquisição de Veículos	4,8	75,2
9 <sup>a</sup>	Higiene e Limpeza	4,7	80,0
10 <sup>a</sup>	Construção e Reforma	4,5	84,4
11 <sup>a</sup>	Investimentos e Jóias	3,6	88,0
12 <sup>a</sup>	Educação	2,6	90,6
13 <sup>a</sup>	Comunicação	2,4	93,0
14 <sup>a</sup>	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	2,3	95,3
15 <sup>a</sup>	Contribuições e Encargos Financeiros	2,0	97,4
16 <sup>a</sup>	Serviços Domésticos	1,3	98,7
17 <sup>a</sup>	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,5	99,2
18 <sup>a</sup>	Outras Destinações	0,8	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	

Tabela 19 - Ranking das categorias de despesa do sexto nível de renda familiar

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Porcentagem Acumulada (%)
1ª	Alimentação	22,2	22,2
2ª	Habitação	13,0	35,2
3ª	Transporte	6,7	41,8
4ª	Saúde	6,5	48,3
5ª	Vestuário	6,0	54,3
6ª	Aquisição de Veículos	5,5	59,9
7ª	Lazer e Recreação	5,3	65,2
8ª	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	5,1	70,4
9ª	Higiene e Limpeza	4,1	74,5
10ª	Construção e Reforma	3,7	78,2
11ª	Educação	2,9	81,1
12ª	Investimentos e Jóias	2,8	83,9
13ª	Comunicação	2,8	86,6
14ª	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	2,6	89,2
15ª	Contribuições e Encargos Financeiros	2,0	91,1
16ª	Serviços Domésticos	1,7	92,9
17ª	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,4	93,3
18ª	Outras Destinações	6,7	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	

Tabela 20 - Ranking das categorias de despesa do sétimo nível de renda familiar

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Porcentagem Acumulada (%)
1ª	Alimentação	18,3	18,3
2ª	Habitação	13,6	31,9
3ª	Aquisição de Veículos	6,6	38,6
4ª	Saúde	6,3	44,9
5ª	Transporte	6,0	50,9
6ª	Vestuário	5,6	56,5
7ª	Lazer e Recreação	5,1	61,6
8ª	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	4,8	66,3
9ª	Investimentos e Jóias	4,4	70,8
10ª	Higiene e Limpeza	3,8	74,6
11ª	Construção e Reforma	3,7	78,3
12ª	Educação	3,6	81,9
13ª	Comunicação	2,9	84,8
14ª	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	2,7	87,5
15ª	Contribuições e Encargos Financeiros	2,1	89,6
16ª	Serviços Domésticos	2,1	91,7
17ª	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,4	92,2
18ª	Outras Destinações	7,8	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	

Tabela 21 - *Ranking* das categorias de despesa do oitavo nível de renda familiar

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Porcentagem Acumulada (%)
1 <sup>a</sup>	Alimentação	15,2	15,2
2 <sup>a</sup>	Habitação	14,6	29,7
3 <sup>a</sup>	Aquisição de Veículos	7,9	37,7
4 <sup>a</sup>	Saúde	6,0	43,7
5 <sup>a</sup>	Transporte	5,7	49,3
6 <sup>a</sup>	Lazer e Recreação	5,6	54,9
7 <sup>a</sup>	Investimentos e Jóias	5,0	60,0
8 <sup>a</sup>	Vestuário	4,9	64,9
9 <sup>a</sup>	Educação	4,2	69,1
10 <sup>a</sup>	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	4,1	73,2
11 <sup>a</sup>	Comunicação	3,6	76,8
12 <sup>a</sup>	Higiene e Limpeza	3,4	80,1
13 <sup>a</sup>	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	3,3	83,5
14 <sup>a</sup>	Construção e Reforma	3,2	86,6
15 <sup>a</sup>	Serviços Domésticos	2,4	89,0
16 <sup>a</sup>	Contribuições e Encargos Financeiros	2,3	91,3
17 <sup>a</sup>	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,4	91,8
18 <sup>a</sup>	Outras Destinações	8,2	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	

Tabela 22 - *Ranking* das categorias de despesa do nono nível de renda familiar

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Porcentagem Acumulada (%)
1 <sup>a</sup>	Habitação	14,9	14,9
2 <sup>a</sup>	Alimentação	13,4	28,4
3 <sup>a</sup>	Aquisição de Veículos	8,3	36,7
4 <sup>a</sup>	Saúde	6,1	42,7
5 <sup>a</sup>	Investimentos e Jóias	5,1	47,9
6 <sup>a</sup>	Lazer e Recreação	4,9	52,8
7 <sup>a</sup>	Educação	4,7	57,5
8 <sup>a</sup>	Transporte	4,6	62,1
9 <sup>a</sup>	Vestuário	4,0	66,1
10 <sup>a</sup>	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	3,7	69,8
11 <sup>a</sup>	Acessórios, Docum. E Manut. de Veículos	3,5	73,2
12 <sup>a</sup>	Comunicação	3,1	76,3
13 <sup>a</sup>	Construção e Reforma	3,0	79,3
14 <sup>a</sup>	Higiene e Limpeza	2,9	82,3
15 <sup>a</sup>	Serviços Domésticos	2,9	85,2
16 <sup>a</sup>	Contribuições e Encargos Financeiros	2,7	87,8
17 <sup>a</sup>	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,4	88,2
18 <sup>a</sup>	Outras Destinações	11,8	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	

Tabela 23 - *Ranking* das categorias de despesa do décimo nível de renda familiar

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Porcentagem Acumulada (%)
1 <sup>a</sup>	Habitação	10,7	10,7
2 <sup>a</sup>	Investimentos e Jóias	9,8	20,5
3 <sup>a</sup>	Aquisição de Veículos	9,5	30,0
4 <sup>a</sup>	Alimentação	7,8	37,8
5 <sup>a</sup>	Saúde	4,4	42,2
6 <sup>a</sup>	Lazer e Recreação	4,4	46,6
7 <sup>a</sup>	Educação	3,8	50,5
8 <sup>a</sup>	Contribuições e Encargos Financeiros	2,9	53,4
9 <sup>a</sup>	Serviços Domésticos	2,9	56,3
10 <sup>a</sup>	Transporte	2,9	59,2
11 <sup>a</sup>	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	2,8	61,9
12 <sup>a</sup>	Vestuário	2,7	64,6
13 <sup>a</sup>	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	2,7	67,3
14 <sup>a</sup>	Comunicação	2,3	69,6
15 <sup>a</sup>	Higiene e Limpeza	1,9	71,5
16 <sup>a</sup>	Construção e Reforma	1,8	73,3
17 <sup>a</sup>	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,3	73,6
18 <sup>a</sup>	Outras Destinações	26,4	100,0
	<b>Total (%)</b>	<b>100,0</b>	

As Tabelas anteriores (14 a 23) foram elaboradas pelo autor a partir dos dados da POF 1995/1996. A análise do orçamento familiar pode explicar a forma como uma família toma suas decisões de aplicação da renda e estabelece suas prioridades de despesa. Este tipo de informação é relevante para o cálculo do potencial de mercado de um determinado bem ou serviço, além de orientar os profissionais de marketing na tomada de decisões sobre segmentação de mercado. Na verdade, a renda familiar pode ser considerada uma base de segmentação primária, pois limita ou não o acesso ao consumo familiar de bens e serviços segundo sua essencialidade ou preço. Logo, em um primeiro nível de análise, a renda efetua um corte no mercado consumidor conforme a possibilidade financeira para acesso ao bem ou serviço comparando-se com sua prioridade para a família. Assim, a organização das despesas familiares pode ser influenciada por estes critérios.

A restrição orçamentária impõe um perfil de consumo para as famílias de nível de renda inferior. Essencialmente estas famílias destinam considerável parte dos seus rendimentos em categorias de despesa mais básicas, como alimentação, habitação, transporte, saúde, vestuário e higiene e limpeza. À medida que a renda aumenta, estas famílias passam a investir mais na aquisição de móveis e eletrodomésticos, buscando um maior conforto no lar. A partir do sexto nível de renda, os investimentos direcionam-se para a aquisição de veículos e os investimentos financeiros e aquisição de jóias. As despesas mais básicas cedem lugar para as

despesas mais supérfluas e a prioridade de despesas muda com o progresso da renda. Portanto, conclui-se que o acesso às categorias de despesa mais supérfluas se dá mediante o aumento da renda familiar.

As principais características dos orçamentos familiares de cada nível de renda são apresentadas no Quadro 14, e esclarecem as mudanças de prioridade de despesa ao longo do progresso da renda familiar.

**Quadro 14 - Características dos orçamentos familiares de cada nível de renda**

Níveis de Renda	Características do Orçamento Familiar
<p><b>Primeiro Nível</b> (até 2 SM) (Tabela 14)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias sujeitas ao forte efeito da restrição orçamentária;</li> <li>• Existem outras rendas não declaradas que financiam as despesas do lar;</li> <li>• Preocupação com a sobrevivência: alimentação, habitação e transporte, saúde, vestuário e higiene e limpeza;</li> <li>• Aquisição de móveis e eletrodomésticos é a categoria subsequente às prioridades de sobrevivência;</li> <li>• Valores absolutos (R\$) das despesas com aquisição de veículos e com construção e reforma são pequenos.</li> </ul>
<p><b>Segundo Nível</b> (mais de 2 a 3 SM) (Tabela 15)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias sujeitas ao forte efeito da restrição orçamentária;</li> <li>• Existem outras rendas não declaradas que financiam as despesas do lar;</li> <li>• Preocupação com a sobrevivência: alimentação, habitação e transporte (76,4% do orçamento);</li> <li>• Mesmo sujeito à restrição orçamentária, as despesas com aquisição de móveis e eletrodomésticos assumem a 4ª colocação no <i>ranking</i> do orçamento familiar, seguidas das despesas com vestuário e saúde.</li> <li>• Valores absolutos (R\$) das despesas com aquisição de veículos e com construção e reforma são irrisórios.</li> </ul>
<p><b>Terceiro Nível</b> (mais de 3 a 5 SM) (Tabela 16)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias sujeitas ao forte efeito da restrição orçamentária;</li> <li>• Existem outras rendas não declaradas que financiam as despesas do lar;</li> <li>• 75,2% da renda familiar destinam-se a sobrevivência: alimentação, habitação, transporte e vestuário;</li> <li>• Mesmo sujeito à restrição orçamentária, as despesas com aquisição de móveis e eletrodomésticos assumem a 5ª colocação no <i>ranking</i> do orçamento familiar, seguidas das despesas com saúde e higiene e limpeza;</li> <li>• Composição do orçamento parecida com o segundo nível de renda.</li> </ul>
<p><b>Quarto Nível</b> (mais de 5 a 6 SM) (Tabela 17)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias sujeitas ao efeito da restrição orçamentária;</li> <li>• Proximidade do equilíbrio orçamentário (receitas = despesas), com pequeno percentual da renda para outras destinações (1,2%);</li> <li>• 62,9% da renda familiar destinam-se a despesas básicas para sobrevivência: alimentação, habitação, transporte, vestuário e saúde;</li> <li>• Mesmo sujeito à restrição orçamentária, as despesas com aquisição de móveis e eletrodomésticos permanecem na 5ª colocação no <i>ranking</i> do orçamento familiar, seguidas das despesas com saúde e lazer e recreação;</li> <li>• Prioridade de despesas parecida com o terceiro nível de renda.</li> </ul>
<p><b>Quinto Nível</b> (mais de 6 a 8 SM) (Tabela 18)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias sujeitas ao efeito da restrição orçamentária;</li> <li>• Proximidade do equilíbrio orçamentário (receitas = despesas), com pequeno percentual da renda para outras destinações (0,8%);</li> <li>• 58,8% da renda familiar destinam-se a despesas básicas para sobrevivência: alimentação, habitação, transporte, vestuário e saúde;</li> <li>• As despesas com aquisição de móveis e eletrodomésticos caem para a 6ª colocação no <i>ranking</i> do orçamento familiar, seguidas das despesas com lazer e recreação e aquisição de veículos.</li> </ul>

**Quadro 14 - Características dos orçamentos familiares de cada nível de renda (continuação)**

<p><b>Sexto Nível</b> (mais de 8 a 10 SM) (Tabela 19)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias sujeitas ao efeito da restrição orçamentária, contudo com aumento da discricionariedade da renda;</li> <li>• Existem outras destinações da renda (6,7%) não contempladas nas categorias de despesa analisadas;</li> <li>• 54,3% da renda familiar destinam-se a despesas básicas para sobrevivência: alimentação, habitação, transporte, saúde e vestuário;</li> <li>• As despesas com aquisição de móveis e eletrodomésticos (5,1%) caem para a 8ª colocação no <i>ranking</i> do orçamento familiar, dando lugar para as despesas com aquisição de veículos (5,5%) e lazer e recreação (5,3%).</li> </ul>
<p><b>Sétimo Nível</b> (mais de 10 a 15 SM) (Tabela 20)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias menos sujeitas ao efeito da restrição orçamentária, logo aumenta-se a discricionariedade da renda;</li> <li>• Existem outras destinações (7,8%) da renda não contempladas nas categorias de despesa analisadas;</li> <li>• 49,9% da renda familiar destinam-se a despesas básicas para sobrevivência: alimentação, habitação, saúde, transporte e vestuário;</li> <li>• As despesas com aquisição de veículos assumem a posição das despesas com transporte;</li> <li>• As despesas com aquisição de móveis e eletrodomésticos (4,8%) mantêm-se na 8ª colocação no <i>ranking</i> do orçamento familiar, seguidas dos investimentos e aquisição de jóias (4,4%) que sobem para a 9ª colocação.</li> </ul>
<p><b>Oitavo Nível</b> (mais de 15 a 20 SM) (Tabela 21)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias menos sujeitas ao efeito da restrição orçamentária, e com aumento da discricionariedade da renda;</li> <li>• Existem outras destinações (8,2%) da renda não contempladas nas categorias de despesa analisadas;</li> <li>• 46,3% da renda familiar destinam-se a despesas básicas para sobrevivência: alimentação, habitação, saúde, transporte e vestuário;</li> <li>• Aumentam-se as despesas com aquisição de veículos para 7,9%, com lazer e recreação para 5,6% e com investimentos e jóias para 5,0%;</li> <li>• Despesas com vestuário caem para a 8ª colocação, dando lugar para os investimentos e jóias e as despesas com lazer e recreação;</li> <li>• As despesas com aquisição de móveis e eletrodomésticos (4,1%) caem para a 10ª colocação no <i>ranking</i> do orçamento familiar, dando lugar para os investimentos e jóias e as despesas com educação.</li> </ul>
<p><b>Nono Nível</b> (mais de 20 a 30 SM) (Tabela 22)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias menos sujeitas ao efeito da restrição orçamentária e com razoável discricionariedade da renda;</li> <li>• Existem outras destinações (11,8%) da renda não contempladas nas categorias de despesa analisadas;</li> <li>• 43,0% da renda familiar destinam-se a despesas básicas para sobrevivência: habitação, alimentação, saúde, transporte e vestuário;</li> <li>• As despesas com habitação assumem o 1º lugar no ranking (14,9%), seguidas das despesas com alimentação (13,4%) e com aquisição de veículos (8,3%);</li> <li>• Os investimentos e as aquisições de jóias crescem para 5,1% e assumem o lugar das despesas com transporte na 5ª colocação;</li> <li>• Despesas com educação sobem para a 7ª posição com 4,7%, passando a frente das despesas com transporte e vestuário.</li> </ul>

**Quadro 14 - Características dos orçamentos familiares de cada nível de renda (continuação)**

<p><b>Décimo Nível</b> (mais de 30 SM) (Tabela 23)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famílias que menos sofrem os efeitos da restrição orçamentária e que possuem grande discricionariiedade na aplicação da renda;</li> <li>• Existem outras destinações (26,4%) da renda não contempladas nas categorias de despesa analisadas;</li> <li>• 28,4% da renda familiar destinam-se a despesas básicas para sobrevivência: habitação, alimentação, saúde, transporte e vestuário, logo aumenta-se a discricionariiedade da renda;</li> <li>• As despesas com habitação permanecem no 1º lugar no ranking (10,7%), seguidas dos investimentos e jóias (9,8%) e as despesas com aquisição de veículos (9,5%);</li> <li>• Os investimentos e as aquisições de jóias sobem para a 2ª colocação no ranking, levando as despesas com alimentação e saúde para a 4ª e 5ª colocação, respectivamente;</li> <li>• Despesas com transporte e vestuário descem para a 10ª e 12ª colocações no <i>ranking</i>.</li> </ul>
--	--

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Onde: SM significa Salário Mínimo avaliado em R\$ 112,00 com referência de 15 de setembro de 1996.

Estas análises conduzem ao entendimento mais aprofundado sobre o padrão de comprometimento da renda e a hierarquia de despesas que compõem o orçamento familiar. Assim, a discricionariiedade da renda pode ser discutida por meio da criação de um *ranking* de prioridades de despesas oriundo de todos os níveis de renda, de forma que este *ranking* possa apresentar a essencialidade das categorias na formação do orçamento familiar e, por conseqüência, caracterizar as categorias de despesas como básicas e supérfluas (discricionárias). Este *ranking* foi elaborado segundo a soma das percentagens de cada categoria de despesa nos dez níveis de renda familiar. Portanto, quanto maior o valor da soma das percentagens, maior é a prioridade da categoria de despesa em relação às demais. Este *ranking* de categorias de despesa é apresentado na Tabela 24, nomeada como Padrão de Comprometimento da Renda, e a variável que classifica as despesas chama-se “soma das %” (soma das percentagens de cada categoria de despesa).

Tabela 24 - Padrão de comprometimento da renda

Ordem	Categorias de Despesa	Soma das %	Níveis de Renda																			
			1	% Ac	2	% Ac	3	% Ac	4	% Ac	5	% Ac	6	% Ac	7	% Ac	8	% Ac	9	% Ac	10	% Ac
1ª	Alimentação	275,9	62,5	62,5	46,3	46,3	35,5	35,5	29,1	29,1	25,8	25,8	22,2	22,2	18,3	18,3	15,2	15,2	13,4	13,4	7,8	7,8
2ª	Habitação	155,1	26,6	89,1	20,1	66,5	15,8	51,2	13,2	42,2	12,5	38,3	13,0	35,2	13,6	31,9	14,6	29,7	14,9	28,4	10,7	18,5
3ª	Transporte	72,4	12,4	101,5	9,9	76,4	9,3	60,5	7,5	49,8	7,5	45,8	6,7	41,8	6,0	37,9	5,7	35,4	4,6	33,0	2,9	21,3
4ª	Saúde	67,2	11,3	112,7	7,3	83,7	6,7	67,2	6,3	56,1	6,4	52,2	6,5	48,3	6,3	44,3	6,0	41,4	6,1	39,0	4,4	25,8
5ª	Vestuário	62,3	10,1	122,9	7,9	91,6	7,5	74,7	6,9	62,9	6,7	58,8	6,0	54,3	5,6	49,8	4,9	46,4	4,0	43,0	2,7	28,4
6ª	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	57,6	9,1	132,0	8,2	99,8	7,2	81,9	6,6	69,5	6,0	64,9	5,1	59,5	4,8	54,6	4,1	50,5	3,7	46,7	2,8	31,2
7ª	Lazer e Recreação	57,3	8,4	140,4	6,7	106,5	5,7	87,6	5,6	75,1	5,5	70,4	5,3	64,8	5,1	59,7	5,6	56,0	4,9	51,6	4,4	35,7
8ª	Aquisição de Veículos	57,0	5,7	146,1	1,8	108,3	3,3	90,9	3,5	78,6	4,8	75,2	5,5	70,4	6,6	66,3	7,9	64,0	8,3	60,0	9,5	45,2
9ª	Higiene e Limpeza	47,6	9,4	155,5	6,5	114,8	5,8	96,7	5,1	83,7	4,7	80,0	4,1	74,5	3,8	70,1	3,4	67,3	2,9	62,9	1,9	47,1
10ª	Construção e Reforma	38,8	5,6	161,1	4,8	119,6	5,0	101,7	3,6	87,2	4,5	84,4	3,7	78,2	3,7	73,8	3,2	70,5	3,0	65,9	1,8	48,9
11ª	Investimentos e Jóias	37,4	1,1	162,2	1,4	121,0	2,6	104,3	1,5	88,7	3,6	88,0	2,8	81,0	4,4	78,3	5,0	75,5	5,1	71,1	9,8	58,7
12ª	Educação	32,5	3,2	165,4	2,4	123,4	2,3	106,6	2,8	91,5	2,6	90,6	2,9	83,9	3,6	81,9	4,2	79,7	4,7	75,8	3,8	62,5
13ª	Comunicação	25,7	2,5	167,9	2,0	125,4	2,0	108,6	2,1	93,6	2,4	93,0	2,8	86,6	2,9	84,8	3,6	83,3	3,1	78,8	2,3	64,8
14ª	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	22,7	1,6	169,4	1,2	126,6	1,4	110,0	1,5	95,1	2,3	95,3	2,6	89,2	2,7	87,5	3,3	86,6	3,5	82,3	2,7	67,5
15ª	Contribuições e Encargos Financeiros	20,7	2,1	171,6	1,4	128,1	1,3	111,3	1,8	96,9	2,0	97,4	2,0	91,1	2,1	89,6	2,3	88,9	2,7	85,0	2,9	70,4
16ª	Serviços Domésticos	18,6	1,8	173,3	1,1	129,2	0,9	112,3	1,4	98,3	1,3	98,7	1,7	92,9	2,1	91,7	2,4	91,3	2,9	87,8	2,9	73,3
17ª	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	5,4	1,0	174,4	0,8	130,1	0,6	112,9	0,5	98,8	0,5	99,2	0,4	93,3	0,4	92,2	0,4	91,8	0,4	88,2	0,3	73,6
18ª	Outras Rendas/Destinações		-74,4	100,0	-30,1	100,0	-12,9	100,0	1,2	100,0	0,8	100,0	6,7	100,0	7,8	100,0	8,2	100,0	11,8	100,0	26,4	100,0
	Totais (%)		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0	

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.



Identifica-se na Tabela 24 que as cinco primeiras categorias agregam as despesas mais básicas de uma família. Alimentação, habitação, transporte, saúde e vestuário são categorias que estão presentes em todos os orçamentos familiares e de certa forma representam uma hierarquia de necessidades básicas. Caracterizam-se por curvas descendentes, ou seja, à medida que a renda cresce a percentagem da categoria de despesa decresce. Por isso, a soma das cinco categorias tende a decrescer com o progresso da renda, e isto pode conferir maior discricionariedade da renda para os níveis superiores. Verifica-se a baixa discricionariedade da renda até o terceiro nível de renda familiar, onde a margem de manobra para despesas discricionárias varia de 0% a 25%, aproximadamente. A discricionariedade aumenta entre o quarto e sétimo níveis de renda familiar, onde a margem de manobra varia de 25% a 50%. Já entre o oitavo e nono níveis de renda familiar, a margem varia de 50% a 60%. A maior discricionariedade encontra-se no décimo nível de renda familiar, onde a margem de manobra para as despesas discricionárias está acima de 60%.

As categorias de despesas discricionárias são aquelas que crescem percentualmente com o progresso do nível de renda e caracterizam-se por agregarem as despesas mais supérfluas do orçamento familiar. Estão presentes na Tabela 24 entre a 6ª e 16ª colocações, excetuando-se as despesas com higiene e limpeza e com educação. Vale lembrar que o conceito de luxo ou necessidade de um bem ou serviço pode variar conforme o nível de renda e a interpretação (ou percepção) individual ou familiar sobre cada despesa. Dessa forma, as análises aqui registradas são feitas de forma genérica.

Pelas suas naturezas, as categorias de despesas com aquisição de móveis e eletrodomésticos e com lazer e recreação incluem-se no conjunto de despesas discricionárias, ainda que suas curvas de despesa sejam decrescentes com o progresso da renda. Estas categorias posicionam-se respectivamente na 6ª e 7ª colocação de prioridades de despesa da Tabela 24.

Verifica-se também que a 14ª (acessórios, documentação e manutenção de veículos), a 15ª (contribuições e encargos financeiros), a 16ª (serviços domésticos) e a 17ª (conserto de móveis e eletrodomésticos) categorias de despesa possuem baixa representatividade percentual, mas com valores absolutos (R\$) significativos para os níveis de renda mais elevados. Ressalta-se que a categoria nomeada “outras rendas/destinações” aumenta conforme o progresso da renda e sua composição pode agregar considerável percentagem de despesas discricionárias do orçamento familiar.

Outro importante corte que a POF fornece é a possibilidade de análise do orçamento familiar entre as onze regiões metropolitanas. Algumas indicações da influência da região metropolitana no orçamento familiar são apresentadas a seguir.

#### **4.4. INFLUÊNCIAS DA REGIÃO METROPOLITANA NO ORÇAMENTO FAMILIAR**

Entende-se por região metropolitana um conjunto de municípios contíguos e integrados sócio-economicamente a uma cidade central (IBGE, 1986). A POF possui dados do orçamento familiar de amostras de domicílio das onze principais regiões metropolitanas do Brasil. São elas: Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, São Paulo, Brasília, Belém, Fortaleza, Salvador, Curitiba e Goiânia. Esse tipo de informação pode ser utilizado na identificação de diferentes padrões de consumo entre as regiões metropolitanas. Para fins de apresentação desta possibilidade de análise, escolheu-se os níveis de renda 2 e 9, ou seja, um nível de renda inferior e outro superior, descartando-se os extremos. Portanto, as análises subsequentes discorrem apenas sobre estes dois níveis de renda, mas podem ser ampliadas para os demais.

Uma primeira análise diz respeito às diferenças de renda e despesa entre as onze regiões metropolitanas. Estes dados são importantes para a elaboração das percentagens de cada categoria de despesa em relação a renda familiar e, por consequência, a formação do orçamento familiar. As Tabelas 25 e 26 apresentam a renda líquida e despesa média mensal familiar das regiões metropolitanas dos níveis de renda 2 e 9, respectivamente.

**Tabela 25 - Renda líquida e despesa média mensal do segundo nível de renda entre as diferentes regiões metropolitanas**

<b>Regiões Metropolitanas</b>	<b>Número de Famílias</b>	<b>Renda Líquida Média Mensal (R\$)</b>	<b>Desvio Padrão (R\$)</b>	<b>Despesa Média Mensal (R\$)</b>	<b>Desvio Padrão (R\$)</b>
<b>Rio Janeiro</b>	142	280,53	32,73	308,12	188,01
<b>Porto Alegre</b>	91	284,65	33,26	347,85	227,22
<b>Belo Horizonte</b>	129	286,37	33,80	425,02	288,74
<b>Recife</b>	246	278,85	33,57	355,94	273,71
<b>São Paulo</b>	71	283,98	34,20	376,28	265,82
<b>Brasília</b>	64	287,27	33,05	586,72	895,96
<b>Belém</b>	173	283,29	32,54	380,24	184,43
<b>Fortaleza</b>	292	279,32	33,35	342,76	259,96
<b>Salvador</b>	186	278,25	32,42	373,35	284,21
<b>Curitiba</b>	86	287,57	33,03	353,36	231,86
<b>Goiânia</b>	138	278,93	34,42	322,87	744,12
<b>Total</b>	<b>1618</b>	<b>281,44</b>	<b>33,32</b>	<b>366,08</b>	<b>368,56</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

**Tabela 26 - Renda líquida e despesa média mensal do nono nível de renda entre as diferentes regiões metropolitanas**

<b>Regiões Metropolitanas</b>	<b>Número de Famílias</b>	<b>Renda Líquida Média Mensal (R\$)</b>	<b>Desvio Padrão (R\$)</b>	<b>Despesa Média Mensal (R\$)</b>	<b>Desvio Padrão (R\$)</b>
<b>Rio Janeiro</b>	107	2731,75	324,32	1967,62	1463,04
<b>Porto Alegre</b>	85	2694,20	320,30	2741,42	3938,67
<b>Belo Horizonte</b>	130	2745,61	323,56	3050,96	3781,12
<b>Recife</b>	88	2766,38	342,60	2456,93	1487,07
<b>São Paulo</b>	133	2713,26	332,24	2705,62	2985,93
<b>Brasília</b>	91	2781,96	308,52	2155,21	1301,16
<b>Belém</b>	97	2732,93	323,19	1983,23	904,06
<b>Fortaleza</b>	78	2703,22	316,78	2589,65	3485,64
<b>Salvador</b>	64	2708,33	298,47	2267,83	1115,98
<b>Curitiba</b>	76	2715,86	322,94	2409,53	1348,61
<b>Goiânia</b>	120	2744,59	325,47	2014,63	1171,65
<b>Total</b>	<b>1069</b>	<b>2732,21</b>	<b>322,50</b>	<b>2410,43</b>	<b>2453,65</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

As rendas líquidas mensais não apresentam grandes diferenças de valores (R\$) entre as regiões metropolitanas, pois as famílias estão inseridas em um mesmo nível de renda familiar. Contudo, esta análise não é pertinente para as despesas médias mensais. Verificam-se consideráveis diferenças de valores absolutos (R\$) para o mesmo nível de renda entre as regiões. Pode-se supor que as categorias de despesa escolhidas nesta dissertação não sejam tão relevantes para todas as regiões metropolitanas, ou as amostras sejam pequenas para este tipo de análise ou, por último, a qualidade das informações coletadas não seja confiável.

Analisando-se a Tabela 25, a maior despesa média mensal familiar é a da região metropolitana de Brasília (R\$ 586,72), mas com elevado desvio padrão (R\$ 895,96), o que pode indicar algum dado incoerente na amostra. A segunda maior despesa média é a da região de Belo Horizonte (R\$ 425,02) com desvio padrão de R\$ 288,74. Ambas as despesas médias destoam das demais regiões metropolitanas. A menor despesa média mensal familiar encontra-se na região metropolitana do Rio de Janeiro (R\$ 308,12). Os dados da Tabela 26 colocam as regiões de Belo Horizonte e Porto Alegre como as que possuem maior despesa média mensal familiar no nono nível de renda. Novamente a região do Rio de Janeiro aparece como a menor despesa média. Estes dados também podem significar um maior ou menor custo de vida tanto para o segundo quanto para o nono níveis de renda das regiões metropolitanas analisadas.

Outra possível análise pode ser feita com cada categoria de despesa que compõe o orçamento familiar dos níveis de renda 2 e 9 entre as onze regiões metropolitanas. Os Gráficos para cada categoria de despesa são apresentados a seguir, acompanhados de uma análise geral.

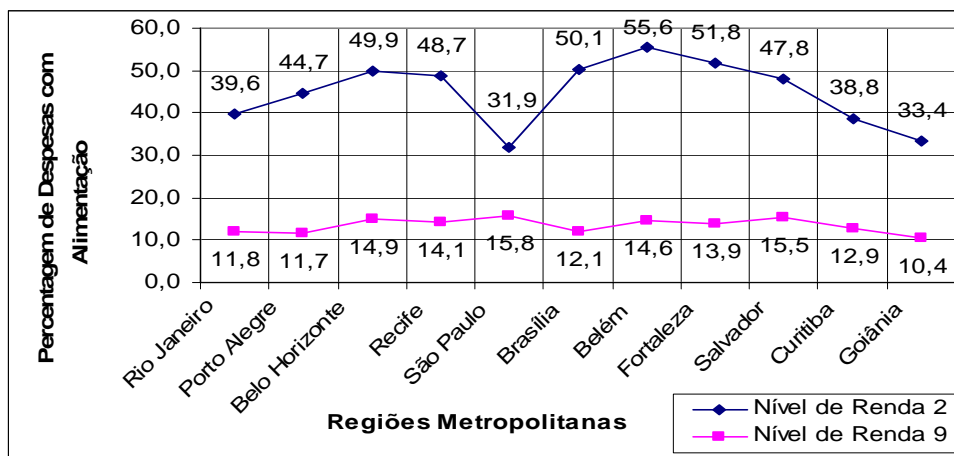


Gráfico 19 - Despesas com alimentação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

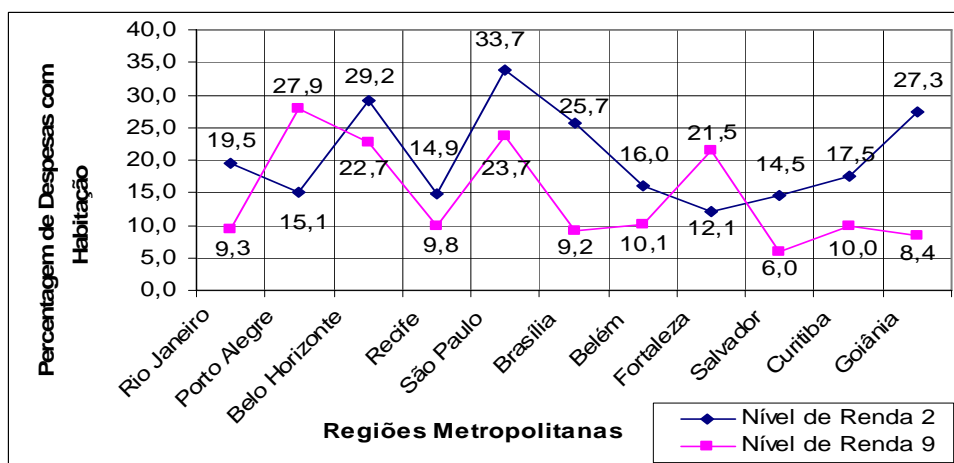


Gráfico 20 - Despesas com habitação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

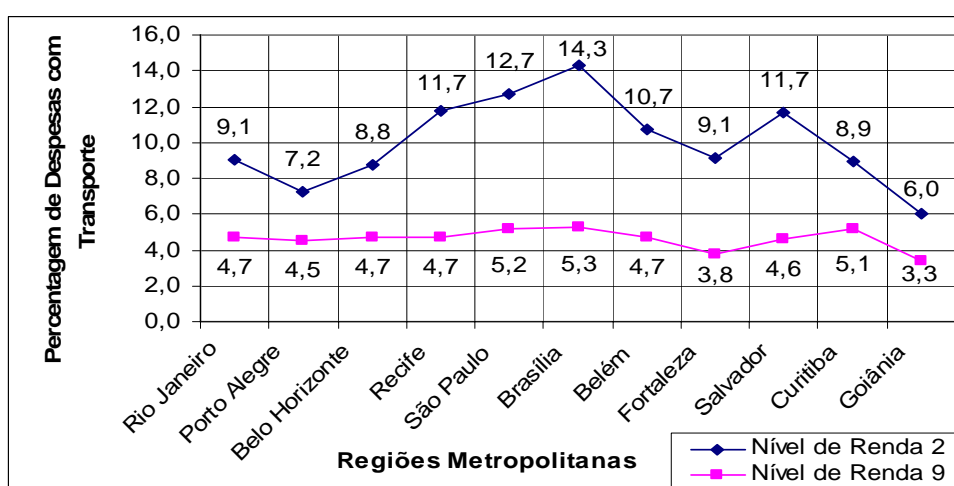


Gráfico 21 - Despesas com transporte dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

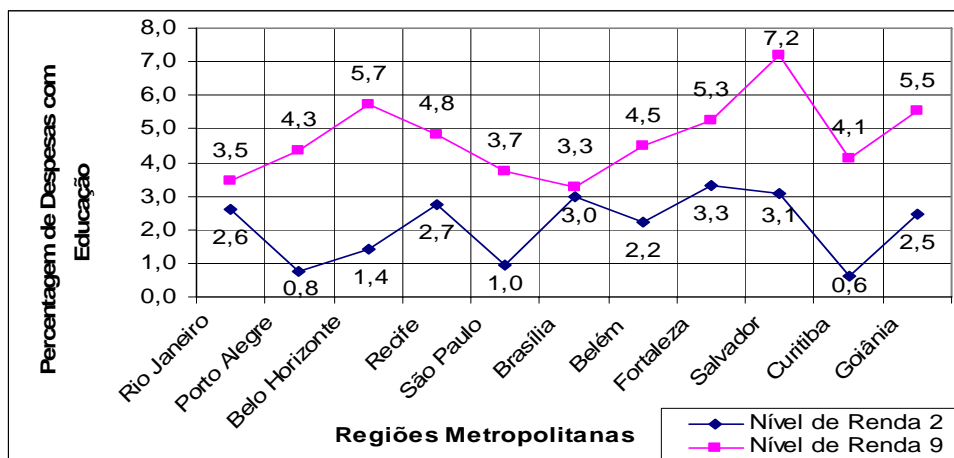


Gráfico 22 - Despesas com educação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

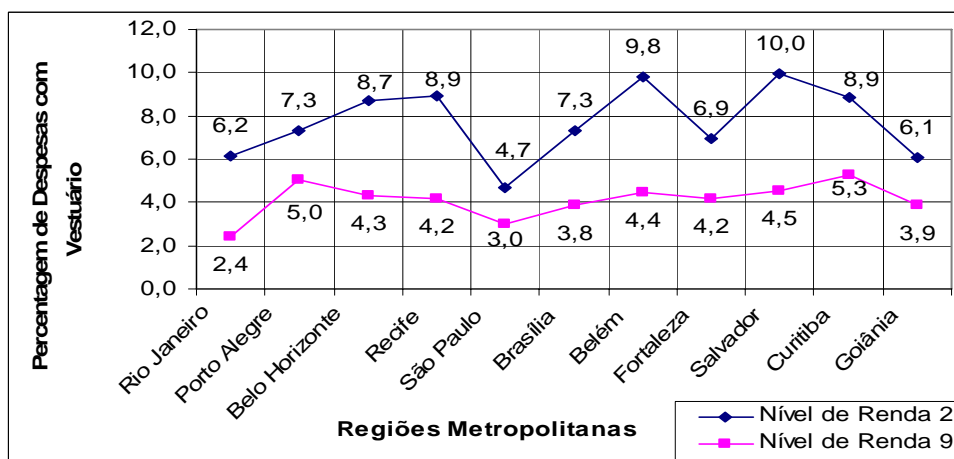


Gráfico 23 - Despesas com vestuário dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

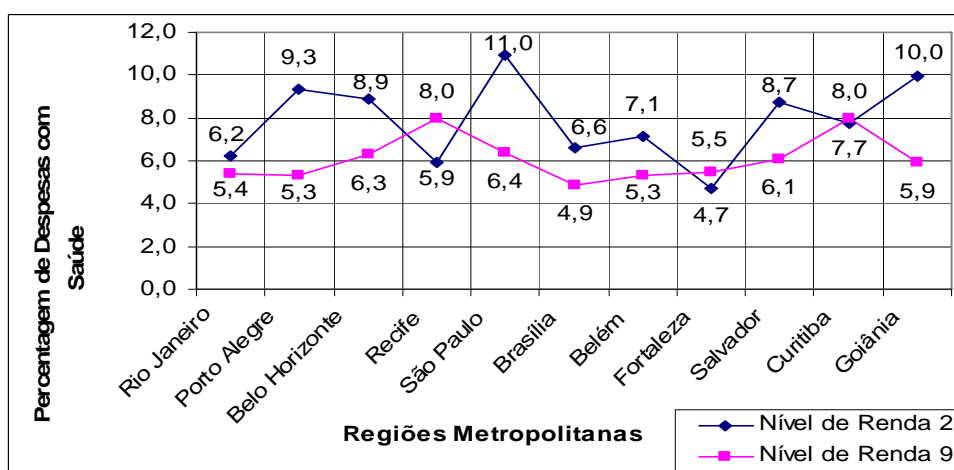


Gráfico 24 - Despesas com saúde dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

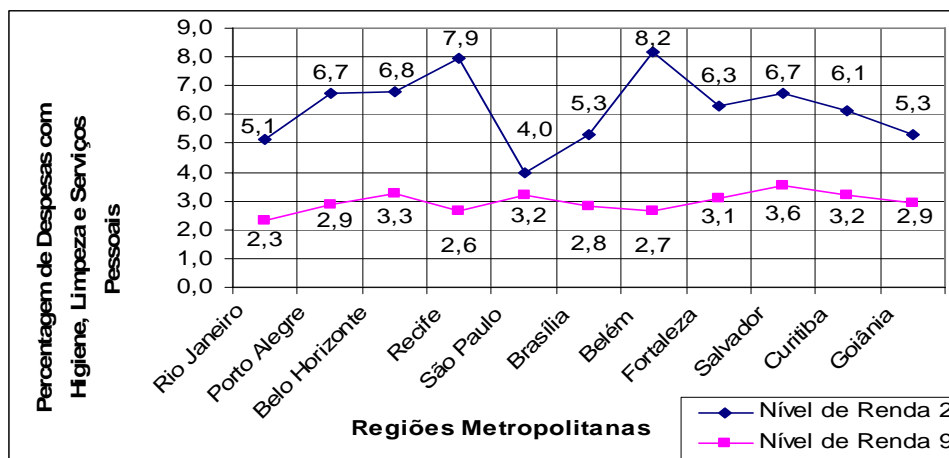


Gráfico 25 - Despesas com higiene, limpeza e serviços pessoais dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

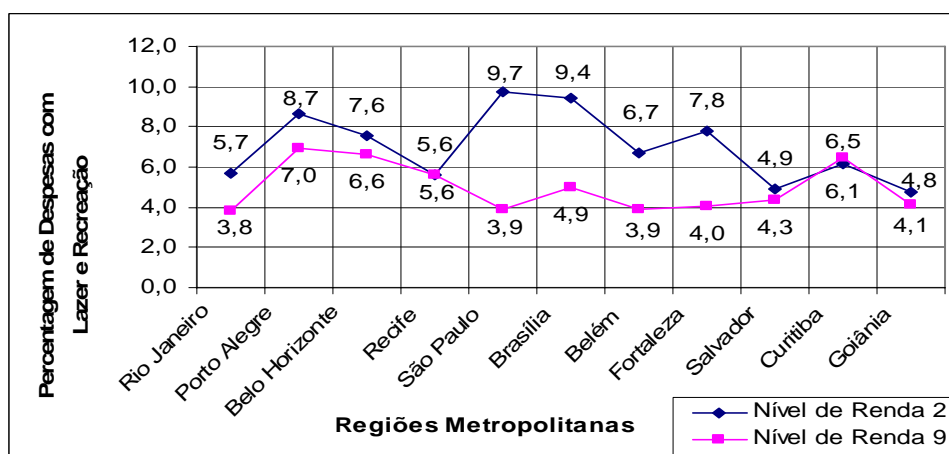


Gráfico 26 - Despesas com lazer e recreação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

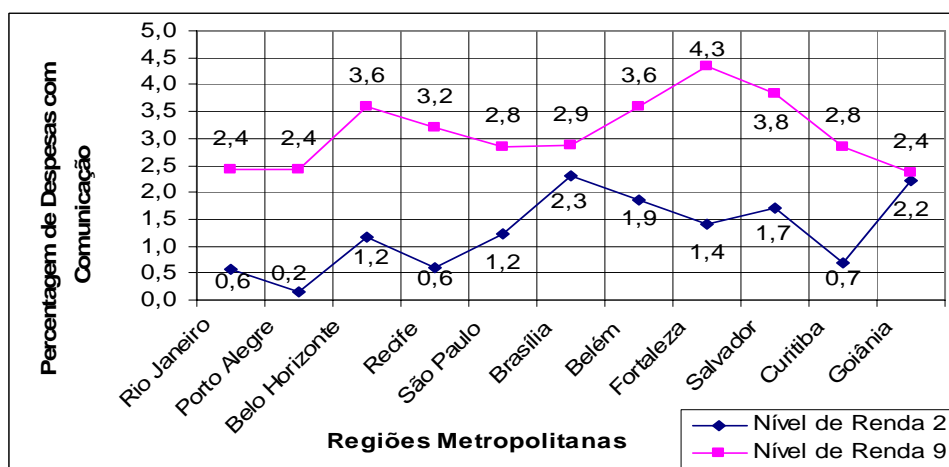


Gráfico 27 - Despesas com comunicação dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

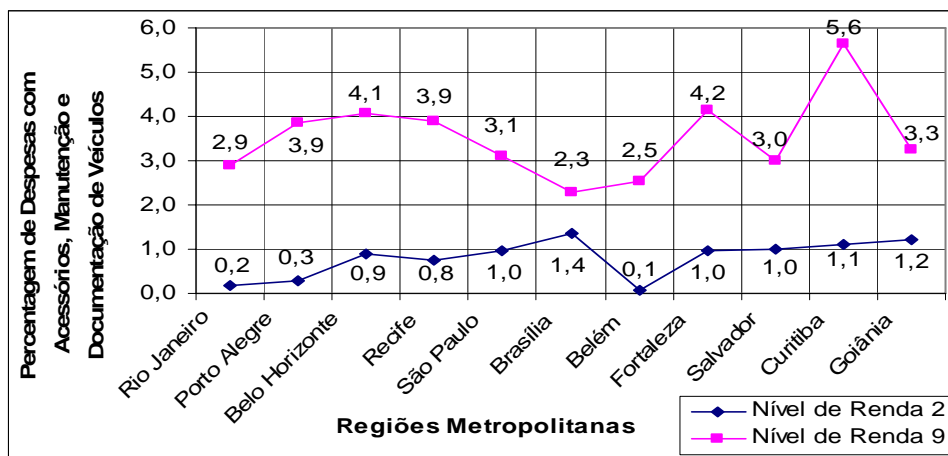


Gráfico 28 - Despesas com acessórios, manutenção e documentação de veículos dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

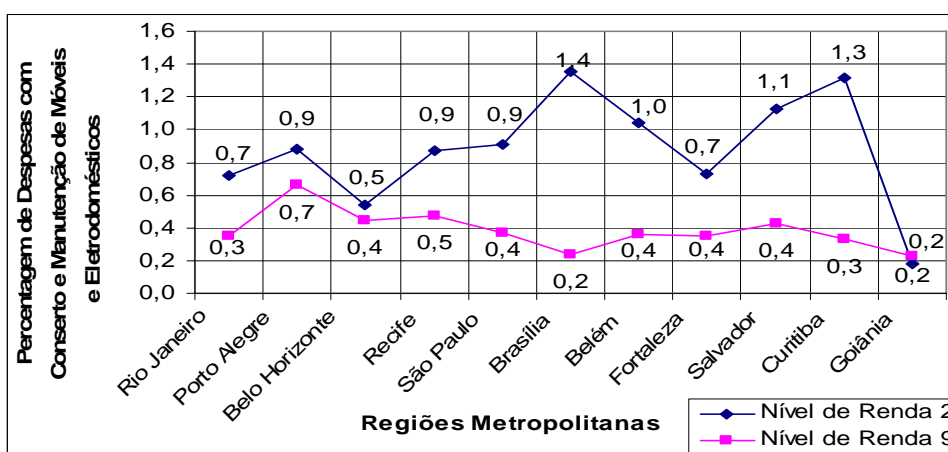


Gráfico 29 - Despesas com conserto e manutenção de móveis e eletrodomésticos dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

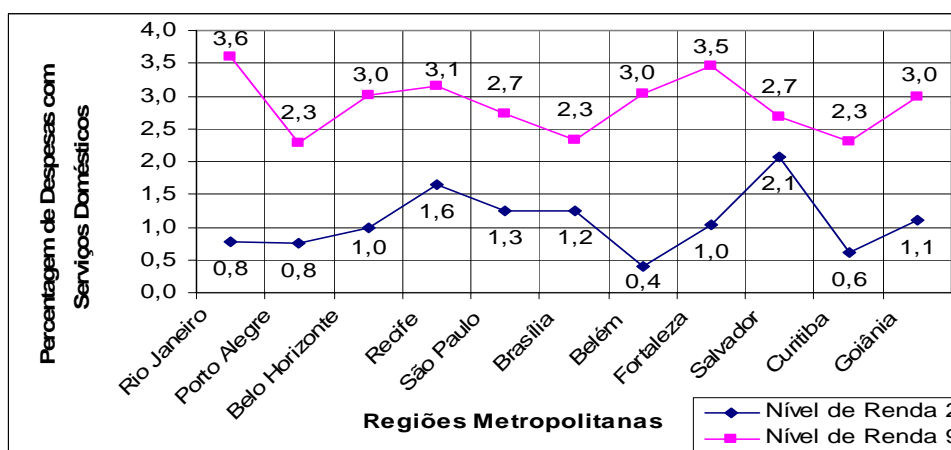


Gráfico 30 - Despesas com serviços domésticos dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

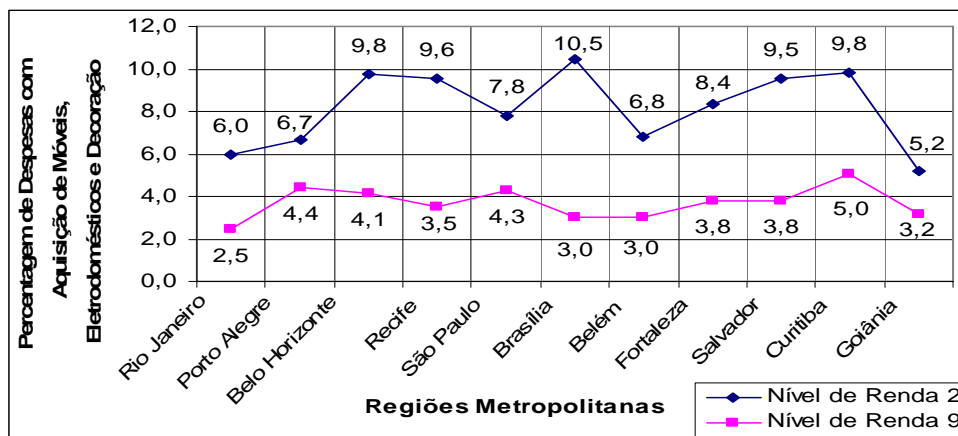


Gráfico 31 - Despesas com aquisição de móveis, eletrodomésticos e artigos de decoração dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

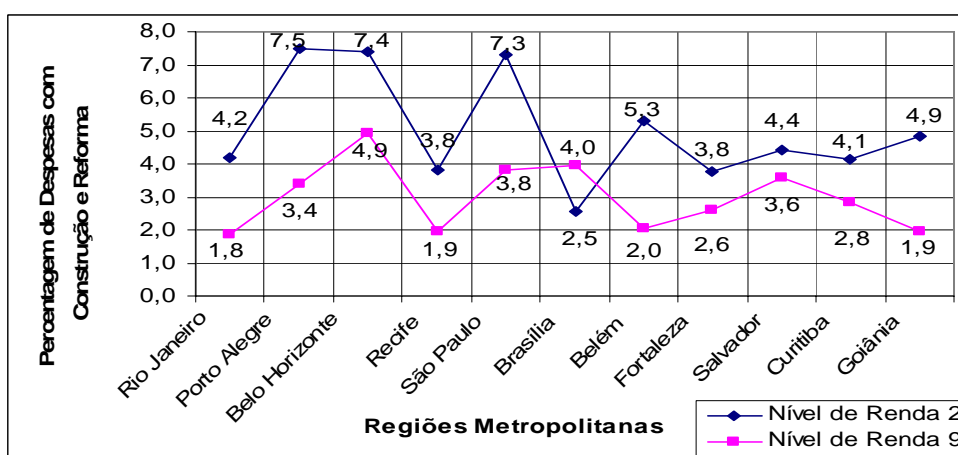


Gráfico 32 - Despesas com construção e reforma dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

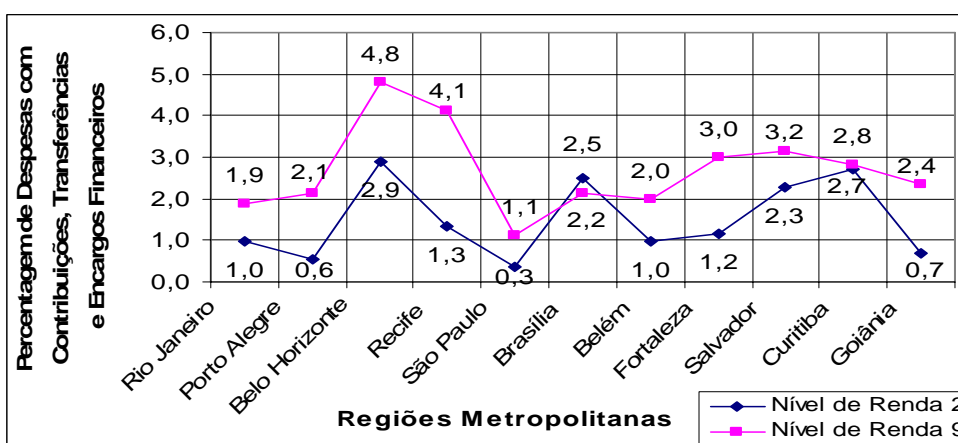


Gráfico 33 - Despesas com contribuições, transferências e encargos financeiros dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas



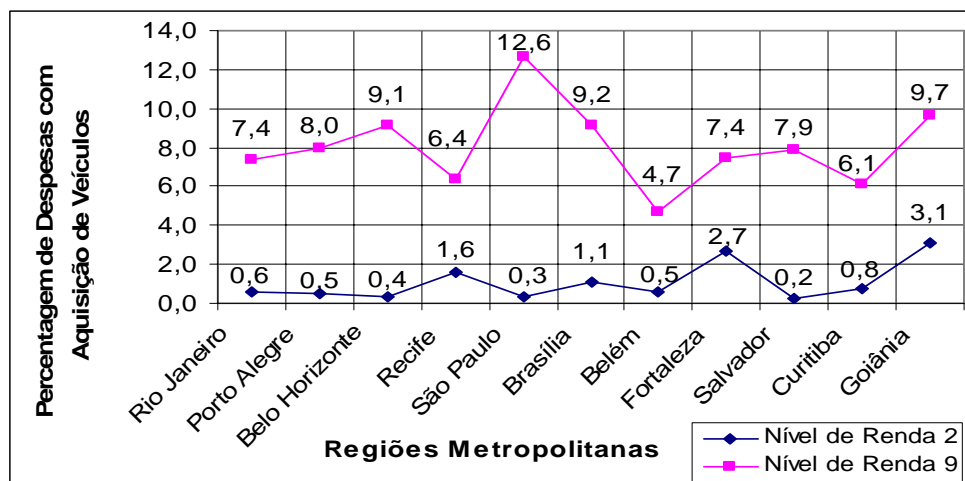


Gráfico 34 - Despesas com aquisição de veículos dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

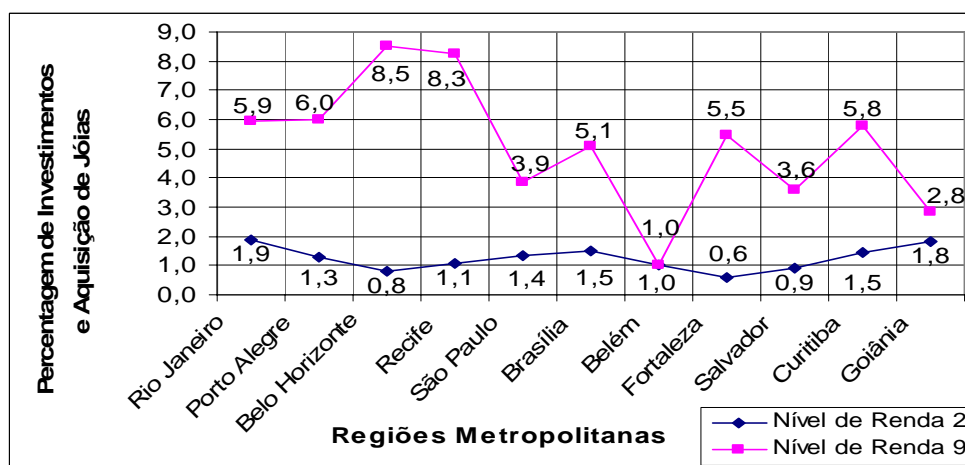


Gráfico 35 - Investimentos e aquisição de jóias dos níveis de renda 2 e 9 entre as diferentes regiões metropolitanas

Os Gráficos anteriores (19 a 35) foram elaborados pelo autor a partir dos dados da POF 1995/1996. A principal conclusão sobre os Gráficos acima é a diferença dos orçamentos familiares para cada região metropolitana. Percebe-se que dentro de um mesmo nível de renda podem existir diferenças percentuais para cada categoria de despesa e, por consequência, distintas composições de orçamentos familiares para cada região. Por exemplo, atentando-se para a categoria de despesas com alimentação no nível de renda 2, verificam-se que as rendas familiares da amostra de domicílios de Belém, Fortaleza e Brasília estão mais comprometidas com esta categoria de despesa na ordem percentual de 55,6%; 51,8% e 50,1%; respectivamente. Todavia, as regiões metropolitanas de São Paulo, de Goiânia e de Curitiba comprometem menos seus recursos na ordem percentual de 31,9%; 33,4% e 38,8%; respectivamente. Considerando-se ainda a categoria de despesas com alimentação, agora no

nível de renda 9, verifica-se que a região metropolitana que mais compromete sua renda com esta despesa é a de São Paulo (15,8%) e a que menos compromete é a de Goiânia (10,4%).

Reforça-se a conclusão acima por meio da análise da categoria de despesas com lazer e recreação entre as regiões metropolitanas. No nível de renda 2, constata-se que as rendas familiares da amostra de domicílios de São Paulo, Brasília e Porto Alegre estão mais comprometidas com esta categoria de despesa na ordem percentual de 9,7%; 9,4% e 8,7%; respectivamente. Todavia, as regiões metropolitanas de Goiânia e de Salvador comprometem menos seus recursos na ordem percentual de 4,8% e 4,9%, respectivamente. Considerando-se ainda a categoria de despesas com lazer e recreação, agora no nível de renda 9, verifica-se que a região metropolitana que mais compromete sua renda com esta despesa é a de Porto Alegre (7,0%) e a que menos compromete é a do Rio de Janeiro (3,8%).

Portanto, as regiões metropolitanas possuem diferentes composições de orçamento familiar, logo identifica-se uma nova possibilidade de análise. O estudo do orçamento familiar para cada região metropolitana pode ser efetuado por meio da elaboração de um *ranking* de categorias de despesa semelhante ao apresentado anteriormente para cada nível de renda familiar. Esta individualização da região metropolitana é exemplificada pelas Tabelas 27 e 28, ambas construídas para as famílias dos níveis de renda 2 e 9 da região de São Paulo.

**Tabela 27 - Ranking das categorias de despesa do segundo nível de renda familiar da região metropolitana de São Paulo**

<b>Ordem da Categoria de Despesa</b>	<b>Categorias de Despesa</b>	<b>Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)</b>	<b>Porcentagem Acumulada (%)</b>
1ª	Habitação	33,7	33,7
2ª	Alimentação	31,9	65,6
3ª	Transporte	12,7	78,3
4ª	Saúde	11,0	89,3
5ª	Lazer e Recreação	9,7	99,0
6ª	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	7,8	106,8
7ª	Construção e Reforma	7,3	114,1
8ª	Vestuário	4,7	118,8
9ª	Higiene e Limpeza	4,0	122,8
10ª	Investimentos e Jóias	1,4	124,2
11ª	Serviços Domésticos	1,3	125,5
12ª	Comunicação	1,2	126,7
13ª	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	1,0	127,7
14ª	Educação	1,0	128,7
15ª	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,9	129,6
16ª	Aquisição de Veículos	0,3	129,9
17ª	Contribuições e Encargos Financeiros	0,3	130,2
18ª	Outras Rendas	-30,2	100,0
	<b>Total</b>	<b>100,0</b>	

**Tabela 28 - Ranking das categorias de despesa do nono nível de renda familiar da região metropolitana de São Paulo**

Ordem da Categoria de Despesa	Categorias de Despesa	Porcentagem da Categoria de Despesa em Relação à Renda Familiar (%)	Porcentagem Acumulada (%)
1 <sup>a</sup>	Habitação	23,7	23,7
2 <sup>a</sup>	Alimentação	15,8	39,5
3 <sup>a</sup>	Aquisição de Veículos	12,6	52,1
4 <sup>a</sup>	Saúde	6,4	58,5
5 <sup>a</sup>	Transporte	5,2	63,7
6 <sup>a</sup>	Aquisição de Móveis e Eletrodomésticos	4,3	68,0
7 <sup>a</sup>	Investimentos e Jóias	3,9	71,9
8 <sup>a</sup>	Lazer e Recreação	3,9	75,8
9 <sup>a</sup>	Construção e Reforma	3,8	79,6
10 <sup>a</sup>	Educação	3,7	83,3
11 <sup>a</sup>	Higiene e Limpeza	3,2	86,5
12 <sup>a</sup>	Acessórios, Docum. e Manut. de Veículos	3,1	89,6
13 <sup>a</sup>	Vestuário	3,0	92,6
14 <sup>a</sup>	Comunicação	2,8	95,4
15 <sup>a</sup>	Serviços Domésticos	2,7	98,1
16 <sup>a</sup>	Contribuições e Encargos Financeiros	1,1	99,2
17 <sup>a</sup>	Conserto de Móveis e Eletrodomésticos	0,4	99,6
18 <sup>a</sup>	Outras Destinações	0,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>100,0</b>	

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Verifica-se na Tabela 27 que as principais categorias de despesa do orçamento familiar do segundo nível de renda são: habitação (33,7%), alimentação (31,9%), transporte (12,7%) e saúde (11,0%). O acúmulo destas categorias de despesa alcança 89,3%, confirmando-se que estas despesas são básicas para as famílias da região metropolitana de São Paulo inclusas neste nível de renda. As principais categorias de despesa de caráter supérfluo são: lazer e recreação (9,7%) e aquisição de móveis e eletrodomésticos (7,8%), que ocupam a 5<sup>a</sup> e 6<sup>a</sup> colocação no *ranking*, respectivamente. Contudo, novamente constata-se que os domicílios podem ser financiados por outras fontes de renda, pois a soma das despesas é maior que a das receitas.

Já a Tabela 28 apresenta as categorias de despesa do nono nível de renda das famílias da região metropolitana de São Paulo. Identifica-se que as principais categorias de despesa são: habitação (23,7%), alimentação (15,8%), aquisição de veículos (12,6%) e saúde (6,4%). As despesas básicas têm seus percentuais reduzidos e as despesas discricionárias aumentam. Curiosamente as despesas com lazer e recreação caem para 3,9% e equiparam-se aos investimentos e aquisição de jóias (que crescem de forma tênue com o progresso da renda). Ressalta-se também a proximidade do equilíbrio orçamentário (receitas = despesas) neste nível de renda, pois as outras destinações agregam apenas 0,4% da renda familiar.

Baseando-se nas análises anteriores, pode-se deduzir que existam diferenças de discricionariedade da renda entre as onze regiões metropolitanas e os diferentes níveis de renda familiar, e que uma análise mais detalhada pode ser alvo de estudos futuros pelos pesquisadores da área de marketing.

Em última instância, conclui-se que o estudo desses *rankings* possibilita verificar as diferenças de prioridades de despesa familiar entre as regiões metropolitanas e efetuar cortes de segmentação de mercado para cada região e nível de renda. Além disso, podem se tornar informações relevantes para a determinação do potencial de mercado de um produto ou serviço.

Além da região metropolitana, existem na POF outras variáveis de caráter demográfico que podem ser estudadas e constituem o objeto da análise a seguir.

#### **4.5. VARIÁVEIS DEMOGRÁFICAS DA POF**

A POF possui um conjunto de variáveis demográficas que caracteriza os domicílios, define o tamanho e a composição da família, apresenta dados demográficos dos moradores, compõe o inventário de bens duráveis do lar e mostra o acesso das famílias a determinados tipos de serviços. Cada variável concede a oportunidade de efetuar cortes na base de dados que mostrem as influências da mesma sobre o orçamento familiar e o padrão de consumo das famílias. As principais variáveis demográficas são apresentadas nos tópicos que seguem.

##### **4.5.1. Nível de Instrução do Chefe de Família**

Trata-se de uma variável demográfica inserida na base de dados de moradores do domicílio. O nível de instrução do chefe de família pode ser tratado como um indicador que influencia a renda média mensal do domicílio e, por consequência, a composição do orçamento familiar. A análise subsequente pode ser ampliada para os demais familiares, pois todos são categorizados quanto ao nível de instrução.

O IBGE (1986), no manual de instrução para o entrevistador da POF, define o chefe de família como o indivíduo do domicílio que satisfaz uma das seguintes condições, na ordem que estão relacionadas:

1. For o responsável pelo aluguel – no caso de domicílio alugado por um dos moradores;

2. For o responsável pelas prestações do imóvel – no caso de domicílio que não esteja totalmente pago, de propriedade de um dos moradores;
3. Nos demais casos, for o responsável por outras despesas de habitação (condomínio, imposto predial, serviços públicos etc).

Contudo, se nenhum membro satisfaz a pelo menos uma das condições, o chefe deverá ser aquele assim considerado ou indicado pelos membros que constituem o domicílio. No caso de dois membros que satisfaçam simultaneamente a uma destas condições, é considerado o chefe aquele que for o mais velho (IBGE, 1986).

Ressalta-se a independência do nível de instrução do chefe de família com a variável sexo e a proveniência da renda familiar, novamente ampliando-se as possibilidades de análise futura. A Tabela 29 apresenta as percentagens de famílias de cada nível de renda condicionadas pelo nível de instrução dos chefes de família, enquanto que a Tabela 30 mostra as diferenças de renda média mensal familiar entre os diferentes níveis de instrução.

**Tabela 29 - Níveis de instrução do chefe de família por nível de renda**

Níveis de Instrução	Níveis de Renda										Totais (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>Sem Instrução</b>	25,7	19,5	12,2	9,2	8,6	5,4	3,8	2,9	1,4	0,8	<b>10,4</b>
<b>1ª Série 1º Grau</b>	7,1	6,0	6,1	5,2	4,2	3,2	2,1	2,1	0,8	0,6	<b>4,2</b>
<b>2ª Série 1º Grau</b>	8,3	7,8	7,3	6,4	4,9	4,8	2,8	2,3	1,8	0,7	<b>5,2</b>
<b>3ª Série 1º Grau</b>	9,3	9,7	8,1	7,3	6,8	5,3	5,0	3,7	2,5	1,4	<b>6,4</b>
<b>4ª Série 1º Grau</b>	16,3	16,3	17,1	17,3	16,6	14,9	14,5	10,7	7,2	3,4	<b>14,1</b>
<b>5ª Série 1º Grau</b>	9,6	11,5	11,2	10,3	8,9	9,6	8,2	5,4	3,3	1,2	<b>8,4</b>
<b>6ª Série 1º Grau</b>	4,9	4,4	4,9	4,1	4,6	4,0	2,7	2,4	1,5	0,2	<b>3,6</b>
<b>7ª Série 1º Grau</b>	3,6	4,5	4,8	4,6	4,7	4,1	3,5	2,3	2,3	1,1	<b>3,7</b>
<b>8ª Série 1º Grau</b>	6,8	8,6	10,1	12,7	13,6	14,7	12,4	12,2	9,0	4,9	<b>10,2</b>
<b>1ª Série 2º Grau</b>	1,4	2,0	2,6	3,0	2,6	2,6	2,8	2,0	2,4	0,8	<b>2,2</b>
<b>2ª Série 2º Grau</b>	1,4	1,8	3,1	3,8	3,5	3,8	3,7	3,5	5,4	2,4	<b>3,1</b>
<b>3ª Série 2º Grau</b>	4,4	6,9	10,0	12,7	16,0	19,2	23,8	27,3	26,7	18,2	<b>15,0</b>
<b>3º Grau Incompleto (superior)</b>	0,8	0,6	1,1	1,3	1,4	3,4	4,5	6,9	8,3	9,5	<b>3,2</b>

Tabela 29 - Níveis de instrução do chefe de família por nível de renda (continuação)

<b>3º Grau Completo (superior)</b>	0,4	0,5	1,4	2,1	3,4	4,8	9,7	15,6	25,2	50,2	<b>9,5</b>
<b>Mestrado e/ou Doutorado Completo</b>					0,1	0,2	0,3	0,7	2,1	4,7	<b>0,7</b>
<b>Totais (%)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Tabela 30 - Renda média mensal familiar por nível de instrução

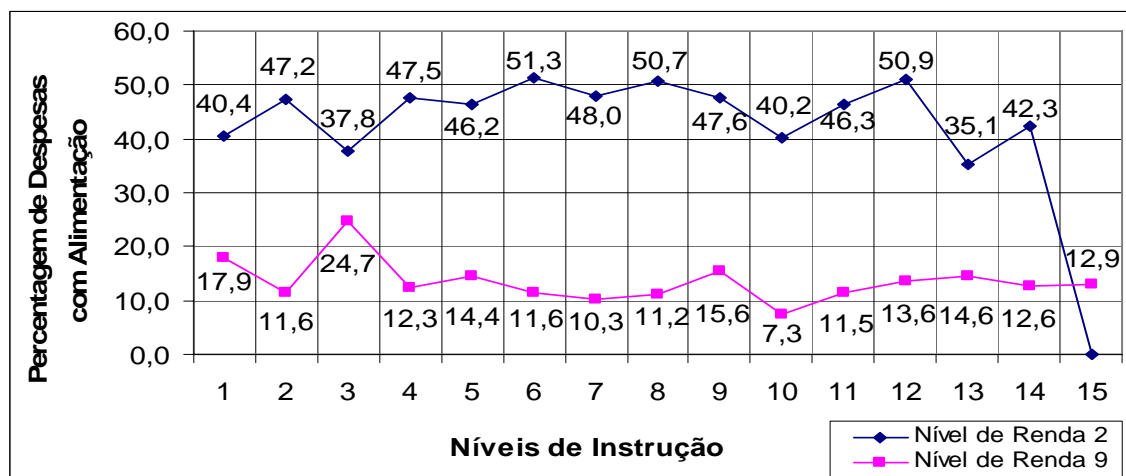
Níveis de Instrução	Renda Média Mensal Familiar (R\$)	Desvio Padrão (R\$)	Percentagem de Famílias (%) *
<b>Sem Instrução</b>	479,70	565,41	10,4
<b>1ª Série 1º Grau</b>	626,14	855,17	4,2
<b>2ª Série 1º Grau</b>	638,98	701,00	5,2
<b>3ª Série 1º Grau</b>	726,07	867,51	6,4
<b>4ª Série 1º Grau</b>	850,04	1074,71	14,1
<b>5ª Série 1º Grau</b>	760,14	773,84	8,4
<b>6ª Série 1º Grau</b>	694,18	642,30	3,6
<b>7ª Série 1º Grau</b>	854,12	908,00	3,7
<b>8ª Série 1º Grau</b>	1095,85	1105,39	10,2
<b>1ª Série 2º Grau</b>	1051,68	1084,49	2,2
<b>2ª Série 2º Grau</b>	1394,73	1517,98	3,1
<b>3ª Série 2º Grau</b>	1751,42	2039,97	15,0
<b>3º Grau Incompleto (superior)</b>	2676,14	2608,90	3,2
<b>3º Grau Completo (superior)</b>	4183,66	4900,33	9,5
<b>Mestrado e/ou Doutorado Completo</b>	5293,21	4078,95	0,7
<b>Totais</b>	<b>1356,96</b>	<b>2246,34</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Obs: \* Percentagem de famílias em relação ao total, segundo o nível de instrução do chefe de família.

A Tabela 29 mostra que as famílias que possuem chefes com maior nível de instrução estão inseridas nos níveis superiores de renda. Em contrapartida, as famílias cujos chefes possuem nível de instrução inferior concentram-se nos níveis de renda inferior. Por consequência, confirma-se que a renda média mensal familiar cresce com o progresso do nível de instrução, conforme demonstra a Tabela 30.

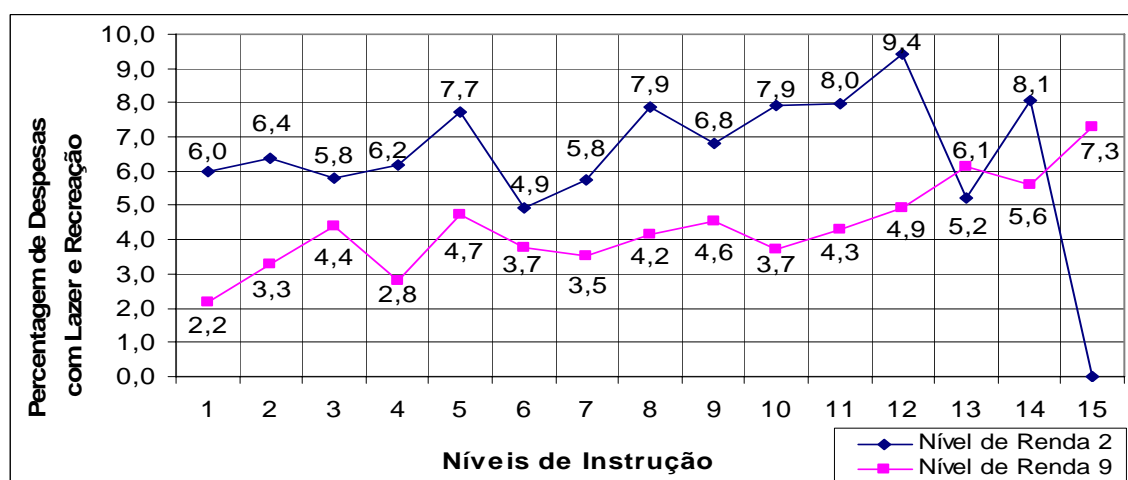
A influência do nível de instrução nas categorias de despesas com alimentação e lazer e recreação das famílias do segundo e nono níveis de renda é apresentada nos Gráficos 36 e 37, respectivamente. Da mesma maneira que as análises efetuadas anteriormente, pode-se analisar todas as categorias de despesa, em todos os níveis de renda e instrução possíveis.



**Gráfico 36 - Despesas com alimentação dos níveis de renda 2 e 9 entre os diferentes níveis de instrução**

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Obs: Níveis de Instrução: (1) Sem instrução; (2) 1ª Série 1º Grau; (3) 2ª Série 1º Grau; (4) 3ª Série 1º Grau; (5) 4ª Série 1º Grau; (6) 5ª Série 1º Grau; (7) 6ª Série 1º Grau; (8) 7ª Série 1º Grau; (9) 8ª Série 1º Grau; (10) 1ª Série 2º Grau; (11) 2ª Série 2º Grau; (12) 3ª Série 2º Grau; (13) 3º Grau Incompleto (superior); (14) 3º Grau Completo (superior); (15) Mestrado e/ou Doutorado Completo.



**Gráfico 37 - Despesas com lazer e recreação dos níveis de renda 2 e 9 entre os diferentes níveis de instrução**

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Obs: Níveis de Instrução: (1) Sem instrução; (2) 1ª Série 1º Grau; (3) 2ª Série 1º Grau; (4) 3ª Série 1º Grau; (5) 4ª Série 1º Grau; (6) 5ª Série 1º Grau; (7) 6ª Série 1º Grau; (8) 7ª Série 1º Grau; (9) 8ª Série 1º Grau; (10) 1ª Série 2º Grau; (11) 2ª Série 2º Grau; (12) 3ª Série 2º Grau; (13) 3º Grau Incompleto (superior); (14) 3º Grau Completo (superior); (15) Mestrado e/ou Doutorado Completo.

Nos Gráficos 36 e 37, as famílias do segundo nível de renda possuem maior incidência de baixa instrução, logo a amostra pode se tornar pequena para a análise dos níveis superiores de instrução no mesmo nível de renda. A situação contrária acontece no nono nível de renda, onde existe maior incidência de famílias nos níveis superiores de instrução. Por conta destas características, pode-se supor que o comportamento das curvas de categorias de despesa em

função dos níveis de instrução seja similar ao comportamento das curvas em função dos níveis de renda.

Dessa forma, analisando-se o Gráfico 36 não é possível supor uma relação entre nível de instrução e despesas com alimentação no segundo e nono níveis de renda. O comportamento da curva não apresenta ascendência ou descendência, logo pode-se supor que não existam grandes diferenças percentuais com esta categoria de despesa, pois a renda familiar condiciona as despesas com alimentação de todas as famílias, independente do nível de instrução. Já o Gráfico 37 apresenta uma pequena ascendência da curva de despesas com lazer e recreação tanto para o segundo como para o nono níveis de renda, mostrando que o nível de instrução pode influenciar esta despesa discricionária. Revela-se, portanto, uma outra possibilidade de estudo da POF que objetive explicar possíveis padrões de consumo em relação ao nível de instrução.

#### 4.5.2. Número de Moradores no Domicílio

A unidade de consumo é constituída por um único morador ou conjunto de moradores que compartilham da mesma fonte de alimentação, isto é, que utilizam um mesmo estoque de alimentos e/ou realizam um conjunto de despesas alimentares comuns (IBGE, 1986). A POF caracteriza o morador segundo seu tipo de relação com o chefe da família, conforme o Quadro 15.

**Quadro 15 - Tipos de relação do morador com o chefe da família**

<b>Tipos de Relação com o Chefe da Família</b>	<b>Caracterização</b>
<b>Cônjuge</b>	Membro que vive conjugalmente com o chefe, existindo ou não vínculo matrimonial.
<b>Filho</b>	Membro que é filho legítimo, adotivo ou de criação do chefe e/ou de seu cônjuge.
<b>Outro Parente</b>	Membro que tiver qualquer grau de parentesco, por consangüinidade (tio, avô etc) ou afinidade (sogra, cunhado etc), com o chefe ou com seu cônjuge, exclusive os relacionados anteriormente.
<b>Agregado</b>	Membro que não é parente do chefe ou de seu cônjuge e que não paga moradia, nem alimentação, nem presta serviços domésticos remunerados a membro da família.
<b>Pensionista</b>	Membro que não é parente do chefe ou de seu cônjuge, morando sozinho no domicílio (sem parentes ou pessoas sob sua dependência doméstica), mediante pagamento ou partilhando despesas.
<b>Convivente</b>	Membro que não é parente do chefe ou de seu cônjuge, que mora no domicílio com seus parentes ou pessoas sob sua dependência doméstica, também denominados conviventes, mediante pagamento ou partilhando despesas.



**Quadro 15 - Tipos de relação do morador com o chefe da família (continuação)**

<b>Empregado Doméstico</b>	Membro que não é parente do chefe ou de seu cônjuge e que presta serviços domésticos remunerados em dinheiro (total ou parcialmente) a um ou mais membros da família.
<b>Parente de Empregado Doméstico</b>	Membro que é parente do empregado doméstico e não presta serviços domésticos remunerados a membro da família.

FONTE: adaptado do Manual de Instrução do Entrevistador da POF 1985/1986 do IBGE.

Calcula-se o número de moradores do domicílio por meio da soma de todas as pessoas nos mais variados tipos de relação com o chefe de família, todavia excluindo-se os empregados domésticos e seus parentes. Justifica-se esta exclusão pela necessidade de identificar o número de moradores que compartilham um mesmo orçamento familiar, situação que não acontece com os empregados domésticos e seus parentes. A Tabela 31 apresenta o número médio de moradores no domicílio divididos entre os dez níveis de renda familiar estudados. A Tabela 32 demonstra a distribuição percentual das famílias agregadas pela quantidade de moradores do domicílio entre os níveis de renda. Em seguida, a Tabela 33 demonstra a possibilidade de comparação do número médio de moradores do domicílio entre as onze regiões metropolitanas e os níveis de renda.

**Tabela 31 - Número médio de moradores no domicílio por nível de renda**

Níveis de Renda	Número Médio de Moradores no Domicílio	Desvio Padrão	Número de Famílias
1	3,19	1,87	2219
2	3,66	1,84	1618
3	3,95	1,95	2740
4	4,02	1,94	1140
5	4,14	1,98	1694
6	4,13	1,99	1175
7	4,06	1,90	1846
8	4,07	1,87	1053
9	4,00	1,91	1069
10	3,81	1,52	1415
<b>Totais</b>	<b>3,86</b>	<b>1,91</b>	<b>15969</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

**Tabela 32 - Percentagem de domicílios versus número de moradores entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Número de Moradores no Domicílio e Percentagem de Domicílios (%)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	Acima 8	Totais
1	22,0	19,0	19,7	17,7	10,9	5,1	3,4	1,0	1,2	<b>100,0</b>
2	8,1	20,8	23,2	21,8	12,5	6,4	3,6	1,9	1,8	<b>100,0</b>
3	6,3	16,5	22,2	22,6	15,0	8,2	5,1	1,8	2,3	<b>100,0</b>
4	5,4	14,8	22,8	25,5	14,6	7,0	4,3	3,1	2,5	<b>100,0</b>
5	4,4	14,5	21,8	24,3	16,4	7,7	5,3	2,8	2,9	<b>100,0</b>
6	4,4	14,7	21,8	24,3	16,8	8,2	4,0	2,0	3,8	<b>100,0</b>
7	5,5	13,9	20,8	25,5	17,3	8,4	3,6	2,2	2,9	<b>100,0</b>
8	4,6	15,4	18,7	27,5	16,8	8,5	3,8	2,7	2,0	<b>100,0</b>
9	6,7	13,9	19,2	26,9	18,2	6,5	4,3	1,9	2,2	<b>100,0</b>

**Tabela 32 - Percentagem de domicílios versus número de moradores entre os níveis de renda (continuação)**

<b>10</b>	5,0	15,5	19,0	31,6	18,4	7,2	1,6	0,8	0,7	<b>100,0</b>
<b>Totais</b>	<b>8,0</b>	<b>16,2</b>	<b>21,0</b>	<b>24,1</b>	<b>15,3</b>	<b>7,3</b>	<b>4,0</b>	<b>1,9</b>	<b>2,2</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

**Tabela 33 - Número médio de moradores entre os níveis de renda e regiões metropolitanas**

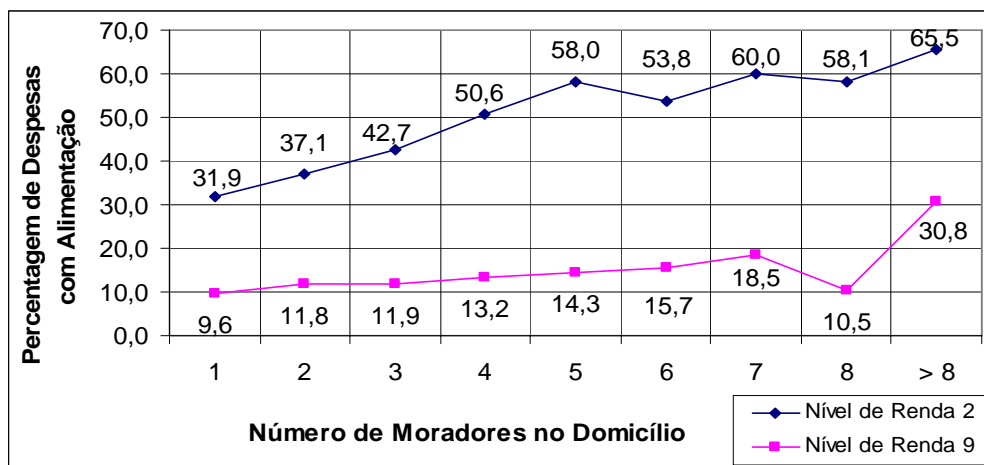
Regiões Metropolitanas	Níveis de Renda										Totais
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>Rio Janeiro</b>	2,48	2,97	3,47	3,65	3,58	3,59	3,71	3,62	3,56	3,22	<b>3,39</b>
<b>Porto Alegre</b>	2,69	2,88	3,20	3,38	3,43	3,77	3,68	3,55	3,35	3,40	<b>3,36</b>
<b>Belo Horizonte</b>	2,60	3,49	3,70	4,00	3,76	3,83	4,32	4,13	4,03	3,74	<b>3,78</b>
<b>Recife</b>	3,53	3,87	4,38	4,21	4,56	4,32	4,27	4,14	4,08	4,14	<b>4,05</b>
<b>São Paulo</b>	2,66	3,15	3,66	3,36	3,77	3,70	3,77	4,01	3,71	3,82	<b>3,64</b>
<b>Brasília</b>	2,94	3,31	3,94	4,17	4,66	3,70	3,92	3,81	4,12	3,83	<b>3,87</b>
<b>Belém</b>	3,22	4,12	4,56	4,39	4,99	5,22	4,94	4,66	5,02	4,37	<b>4,46</b>
<b>Fortaleza</b>	3,56	4,35	4,51	4,94	4,79	4,99	4,63	4,95	4,27	3,95	<b>4,35</b>
<b>Salvador</b>	3,36	3,86	4,15	4,33	4,46	4,53	4,26	4,03	4,14	3,83	<b>3,99</b>
<b>Curitiba</b>	2,55	3,10	3,54	3,67	3,85	3,97	3,76	4,05	4,11	3,90	<b>3,68</b>
<b>Goiânia</b>	2,87	3,08	3,45	3,65	4,04	3,92	3,87	4,10	3,82	3,96	<b>3,62</b>
<b>Totais</b>	<b>3,19</b>	<b>3,66</b>	<b>3,95</b>	<b>4,02</b>	<b>4,14</b>	<b>4,13</b>	<b>4,06</b>	<b>4,07</b>	<b>4,00</b>	<b>3,81</b>	<b>3,86</b>

Fonte: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996.

Verifica-se na Tabela 31 que as menores médias de moradores por domicílio são dos três primeiros níveis de renda, contrariando o senso de que famílias mais pobres possuam maior número de pessoas. Contudo, confirmam-se estas médias na Tabela 32, pois mostra maior concentração de famílias com no máximo três moradores nestes níveis inferiores de renda. Isto pode expressar tanto a preocupação destes níveis com a restrição orçamentária e o controle da natalidade como o reflexo da desestruturação das famílias por conta de separações conjugais.

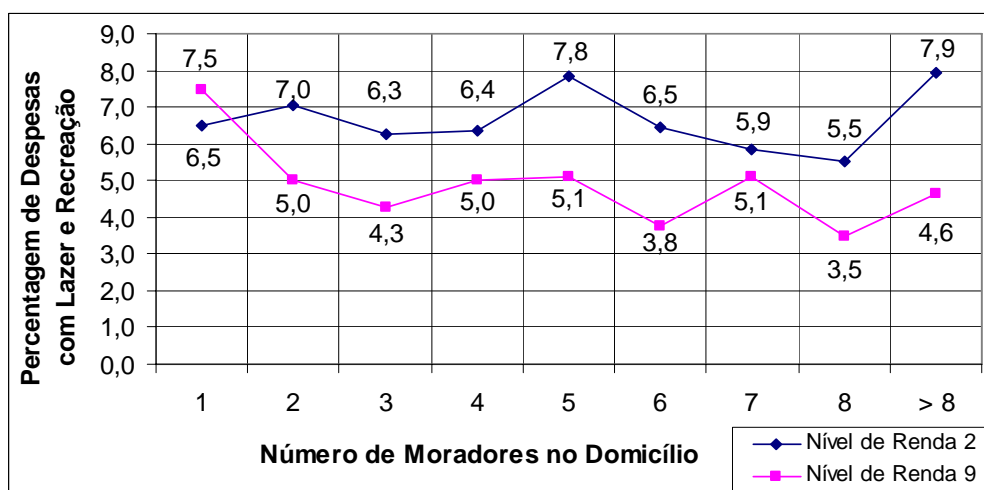
Já a Tabela 33 desponta a possibilidade de efetuar análises comparativas entre as diferentes regiões metropolitanas e níveis de renda. Percebe-se que as maiores médias de moradores por domicílio encontram-se nas quatro principais regiões metropolitanas nordestinas: Belém (4,46), Fortaleza (4,35), Recife (4,05) e Salvador (3,99). Nestas regiões também encontram-se as maiores médias de moradores por domicílio nos níveis inferiores de renda, o que pode sinalizar forte restrição orçamentária, pois um maior número de pessoas precisa compartilhar uma baixa renda familiar.

O efeito do número de moradores sobre o comportamento das curvas de cada categoria de despesa também pode indicar um outro horizonte de análise, conforme demonstra nos Gráficos 38 e 39 que tratam das despesas com alimentação e lazer e recreação no segundo e nono níveis de renda submetidas ao impacto do número de moradores no domicílio.



**Gráfico 38 - Despesas com alimentação dos níveis de renda 2 e 9 conforme o número de moradores do domicílio**

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.



**Gráfico 39 - Despesas com lazer e recreação dos níveis de renda 2 e 9 conforme o número de moradores do domicílio**

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

O Gráfico 38 mostra que o aumento do número de moradores no domicílio faz com que a curva de despesas com alimentação seja ascendente em ambos os níveis de renda, pois trata-se de uma despesa básica e sensível ao aumento do número de moradores. O Gráfico 39 demonstra uma situação diferente para a curva de despesas com lazer e recreação. No segundo nível de renda a curva apresenta-se sem grandes diferenças percentuais, demonstrando que esta despesa discricionária tende a se estacionar sob os efeitos tanto do número de moradores quanto da restrição orçamentária. Analisando o nono nível de renda, constata-se que a pessoa que mora sozinha compromete mais sua renda com lazer e recreação e, à medida que o

número de moradores cresce, esta despesa também tende a estacionar de forma similar ao segundo nível de renda.

Estas análises preliminares indicam perspectivas de estudo sob o ponto de vista de corte pelo número de moradores no domicílio e os possíveis efeitos no comportamento das categorias de despesa e na composição do orçamento familiar. Além disso, podem-se realizar análises sobre renda e despesa familiar *per capita* nos diferentes níveis de renda e regiões metropolitanas.

#### 4.5.3. Ciclo de Vida da Família

A composição da família decorre dos tipos de relação estabelecidos entre o chefe de família e os demais moradores. Esta informação pode ser útil para a identificação de ciclos de vida da família. Na base de dados sobre moradores, a POF detalha o perfil de cada morador com informações sobre sexo, idade, se estuda, nível de instrução, entre outras. Estas informações podem proporcionar diferentes cortes que explicariam, por exemplo, se o chefe de família é mulher e solteira, mãe de três filhos adolescentes que ainda estudam.

Para fins de demonstração de uma possível composição do ciclo de vida da família, propõe-se um exemplo no Quadro 16, resultante das informações sobre número de moradores no domicílio, tipo de relação com o chefe de família e a idade dos moradores. Estes conceitos de ciclo de vida da família podem ser ampliados e ajustados conforme a necessidade do pesquisador. Para complementar a demonstração, a Tabela 34 mostra a distribuição percentual das famílias nos dez níveis de renda conforme os ciclos de vida propostos.

**Quadro 16 - Ciclos de vida da família**

<b>Código do Ciclo de Vida</b>	<b>Ciclo de Vida da Família e suas Características</b>
<b>1</b>	Pessoa solteira ou que mora sozinha, com idade abaixo de 50 anos, inclusive.
<b>2</b>	Pessoa solteira ou que mora sozinha, com idade acima de 50 anos.
<b>3</b>	Pessoa solteira, viúva ou separada com apenas um filho de idade até 10 anos, inclusive.
<b>4</b>	Pessoa solteira, viúva ou separada com apenas um filho de idade acima de 10 e até 22 anos (inclusive).
<b>5</b>	Pessoa solteira, viúva ou separada com apenas um filho de idade acima de 22 anos.
<b>6</b>	Pessoa solteira, viúva ou separada com mais de um filho de média de idade até 10 anos, inclusive.
<b>7</b>	Pessoa solteira, viúva ou separada com mais de um filho de média de idade acima de 10 e até 22 anos (inclusive).
<b>8</b>	Pessoa solteira, viúva ou separada com mais de um filho de média de idade acima de 22 anos.
<b>9</b>	Casal sozinho com idade média abaixo dos 40 anos, inclusive.
<b>10</b>	Casal sozinho com idade média acima dos 40 anos.
<b>11</b>	Casal com apenas um filho de idade até 10 anos, inclusive.
<b>12</b>	Casal com apenas um filho de idade acima de 10 e até 22 anos (inclusive).
<b>13</b>	Casal com apenas um filho de idade acima de 22 anos.

**Quadro 16 - Ciclos de vida da família (continuação)**

<b>14</b>	Casal com mais de um filho de média de idade até 10 anos, inclusive.
<b>15</b>	Casal com mais de um filho de média de idade acima de 10 e até 22 anos (inclusive).
<b>16</b>	Casal com mais de um filho de média de idade acima de 22 anos.
<b>17</b>	Demais Casos.

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

**Tabela 34 - Distribuição percentual das famílias nos diferentes ciclos de vida e níveis de renda**

Ciclos de Vida	Níveis de Renda e Percentagem de Famílias (%)										Totais
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>1</b>	8,4	3,9	3,1	3,6	2,7	2,5	2,9	2,0	3,6	2,5	<b>3,8</b>
<b>2</b>	13,4	4,1	3,1	1,7	1,6	1,7	2,2	2,5	2,5	2,2	<b>4,0</b>
<b>3</b>	3,3	1,2	0,9	1,0	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	<b>1,0</b>
<b>4</b>	2,5	2,9	1,9	1,4	1,2	1,3	1,2	1,7	0,7	1,0	<b>1,7</b>
<b>5</b>	1,6	2,8	1,8	1,4	2,0	1,7	1,6	1,3	1,6	1,1	<b>1,7</b>
<b>6</b>	4,4	2,6	1,2	1,1	0,6	0,4	0,8	0,5	0,2		<b>1,4</b>
<b>7</b>	4,8	6,1	4,5	5,0	3,8	3,1	2,3	2,9	2,2	2,1	<b>3,8</b>
<b>8</b>	0,7	1,0	1,3	1,1	1,4	2,1	1,8	1,6	1,8	0,9	<b>1,3</b>
<b>9</b>	3,7	4,1	4,6	3,7	3,8	5,4	3,3	5,9	5,1	4,5	<b>4,3</b>
<b>10</b>	4,6	6,2	4,3	4,4	4,1	3,2	3,7	3,4	3,5	5,7	<b>4,4</b>
<b>11</b>	7,6	9,8	10,4	10,0	9,4	9,3	8,8	7,5	6,5	5,5	<b>8,7</b>
<b>12</b>	2,7	2,7	3,1	3,1	3,6	3,4	2,7	2,2	3,7	3,1	<b>3,0</b>
<b>13</b>	0,4	1,5	1,4	1,8	2,2	1,6	2,0	2,8	3,1	3,7	<b>1,9</b>
<b>14</b>	16,9	18,7	19,2	16,1	14,0	13,3	12,0	11,2	13,7	10,7	<b>15,1</b>
<b>15</b>	5,9	10,3	13,5	16,8	17,8	17,7	19,2	17,8	18,4	19,9	<b>15,0</b>
<b>16</b>	0,3	1,0	1,1	2,1	1,9	2,5	3,4	4,1	3,1	4,8	<b>2,2</b>
<b>17</b>	18,8	21,1	24,6	25,8	29,5	30,4	31,7	32,5	30,3	32,0	<b>26,9</b>
<b>Totais</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Obs: Os ciclos de vida foram codificados conforme o Quadro 16.

Constata-se na Tabela 34 que 13,4% das famílias do primeiro nível de renda são unidades familiares compostas de pessoas solteiras (ou que moram sozinhas) com idade acima de 50 anos. Isto pode demonstrar um grupo de aposentados com remuneração até dois salários mínimos, por exemplo. Verifica-se também que 30% de todas as famílias são casais com mais de um filho com média de idade até 22 anos (soma dos ciclos 14 e 15) e 8,7% das famílias são casais com filho único até 10 anos de idade. Se cruzados com as informações sobre orçamento familiar, estes dados podem auxiliar os profissionais de marketing na definição de estratégias de segmentação e cálculo do potencial de mercado para determinados bens e serviços.

Os Gráficos 40 e 41 demonstram a possibilidade de análise das categorias de despesa com alimentação e lazer e recreação para as famílias do segundo e nono níveis de renda conforme os diferentes ciclos de vida. Esta análise pode ser ampliada para todos os níveis de renda, categorias de despesa e regiões metropolitanas, em função dos ciclos de vida da família.

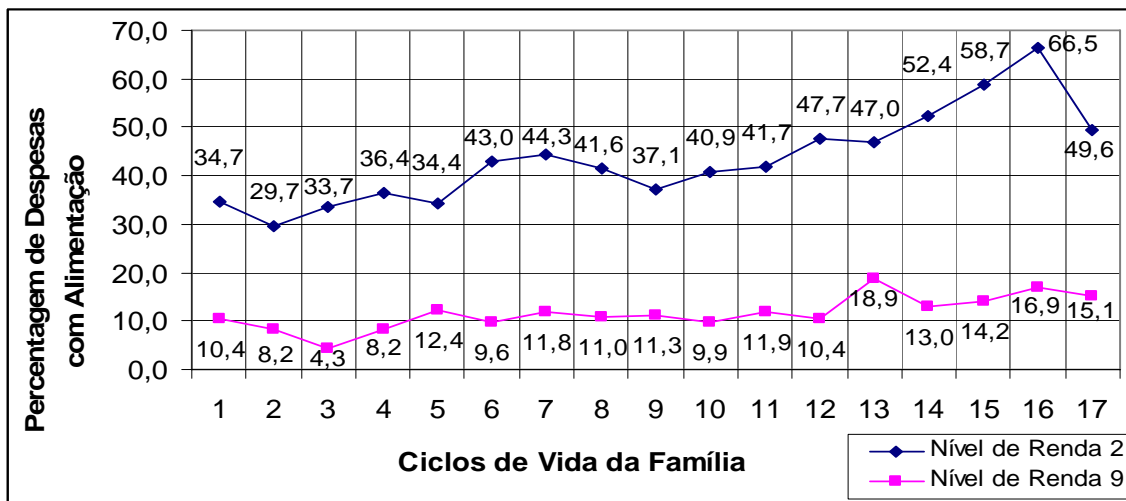


Gráfico 40 - Despesas com alimentação dos níveis de renda 2 e 9 conforme o ciclo de vida da família

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Obs: Os ciclos de vida da família foram codificados conforme o Quadro 16.

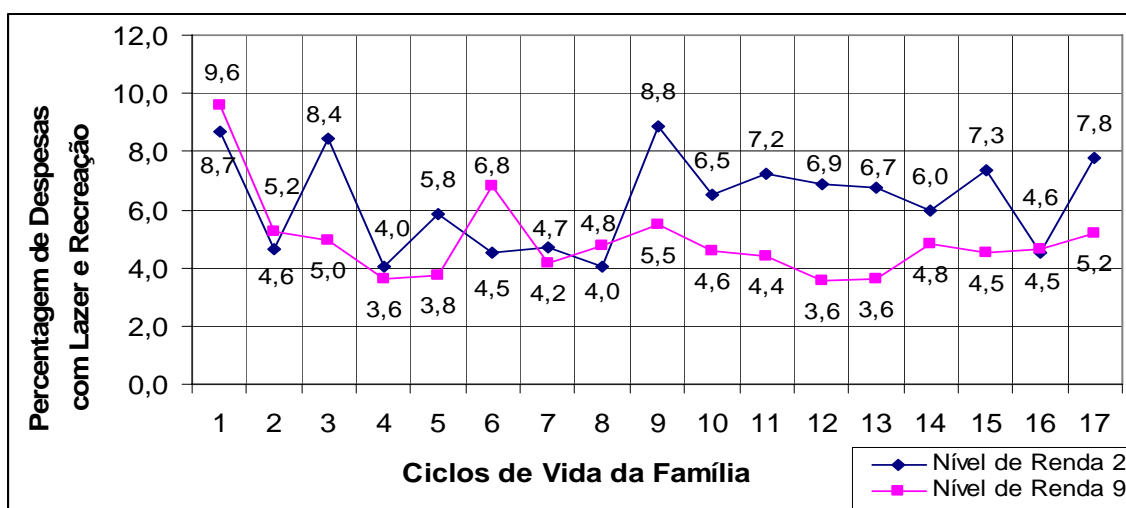


Gráfico 41 - Despesas com lazer e recreação dos níveis de renda 2 e 9 conforme o ciclo de vida da família

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Obs: Os ciclos de vida da família foram codificados conforme o Quadro 16.

O Gráfico 40 mostra os diferentes comprometimentos da renda familiar com despesas de alimentação nos vários ciclos de vida definidos. As comparações devem ser realizadas respeitando-se o número de moradores no domicílio. Dessa forma, analisando-se os ciclos 14, 15 e 16, verifica-se no segundo nível de renda que os casais com mais de um filho comprometem mais o orçamento com despesas de alimentação quando a média de idade dos filhos é maior. O mesmo raciocínio aplica-se às pessoas solteiras com apenas um filho inseridas no nono nível de renda.

O Gráfico 41 apresenta nos ciclos 1 e 2 que pessoas solteiras até 50 anos de idade (inclusive) comprometem mais seus rendimentos com despesas de lazer e recreação do que pessoas solteiras acima de 50 anos, em ambos os níveis de renda. Verifica-se para o ciclo 9 do segundo nível de renda que os casais sozinhos com média de idade até 40 anos (inclusive) comprometem mais seus rendimentos do que os casais com média de idade acima de 40 anos. Entende-se que estratégias mercadológicas mais precisas podem ser definidas com o tratamento destas informações e que outros tipos de cortes e análises podem decorrer do conceito de ciclo de vida da família.

#### 4.5.4. Características do Domicílio e Condição de Ocupação

Outro conjunto importante de variáveis da POF refere-se às características dos domicílios e a condição de ocupação domiciliar das famílias pesquisadas. As principais informações que caracterizam os domicílios são: tipo de domicílio (casa, apartamento etc), condição de abastecimento de água e esgotamento sanitário, número de cômodos e dormitórios, e condição de ocupação (casa própria, alugada etc). O cruzamento destas informações com os níveis de renda podem demonstrar padrões de moradia e diferentes comprometimentos da renda familiar com habitação.

O tipo de domicílio pode assumir as características constantes no Quadro 17. As condições de abastecimento de água e esgotamento sanitário são caracterizadas pelos Quadros 18 e 19, respectivamente.

**Quadro 17 - Tipos de domicílio**

<b>Tipo de Domicílio</b>	<b>Características do Domicílio</b>
<b>Casa</b>	Domicílio que ocupa totalmente um prédio, cuja construção haja predominância de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paredes de: tijolos, adobe, pedra, concreto pré-moldado, concreto aparente, taipa revestida ou madeira aparelhada;</li> <li>• Piso de: tacos, tábuas ou madeira aparelhada, carpete, ladrilhos, mosaicos, lajota, mármore, plástico ou cimento;</li> <li>• Cobertura de: laje de concreto, telha de barro cozido, cimento-amianto, alumínio-madeira, zinco, chapa de ferro galvanizada, ou madeira aparelhada.</li> </ul>
<b>Apartamento</b>	Domicílio que é: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servido por espaços comuns a mais de um domicílio (vestíbulo, escada, corredor, portaria e outras dependências);</li> <li>• Situado em prédio de um ou mais pavimentos com, no mínimo, dois domicílios, cuja construção haja predominância dos materiais usados na construção de uma casa (ver item anterior).</li> </ul> <p>Inclui-se neste item o domicílio localizado em prédio no qual uma ou mais unidades não são utilizadas para fins residenciais.</p>

**Quadro 17 - Tipos de domicílio (continuação)**

<b>Rústico</b>	Domicílio em cuja construção haja predominância de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paredes de: taipa não revestida, madeira aproveitada ou material de vasilhame (lata);</li> <li>• Piso de: terra batida, tijolo de barro cozido ou de adobe, ou de madeira aproveitada;</li> <li>• Cobertura de: madeira aproveitada, palha, sapé, folhas ou cascas de vegetal, ou material de vasilhame (lata).</li> </ul>
<b>Quarto ou Cômodo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uma ou mais peças que sejam parte de casa ou apartamento, ou;</li> <li>• Um cômodo que não possui instalação sanitária, localizado em prédio independente ou de telhado corrido.</li> </ul>

FONTE: adaptado do Manual de Instrução do Entrevistador da POF 1985/1986 do IBGE.

**Quadro 18 - Condição de abastecimento de água**

<b>Condição</b>	<b>Características da Condição de Abastecimento de Água</b>
<b>Rede Geral com Canalização Interna</b>	Quando o domicílio for servido de água canalizada proveniente de rede geral de abastecimento, com distribuição interna para um ou mais cômodos.
<b>Poço ou Nascente com Canalização Interna</b>	Quando o domicílio for servido de água canalizada ligada a poço ou nascente, com distribuição interna para um ou mais cômodos.
<b>Outra Forma com Canalização Interna</b>	Quando o domicílio tiver distribuição interna de água, mas o reservatório ou caixa d'água for abastecido com carro-pipa, coleta de chuva etc.
<b>Rede Geral sem Canalização Interna</b>	Quando o domicílio for servido de água proveniente de uma rede geral canalizada para a propriedade, sem haver distribuição interna.
<b>Poço ou Nascente sem Canalização Interna</b>	Quando o domicílio for servido de água proveniente de poço ou nascente próprios, sem distribuição interna.
<b>Outra Forma sem Canalização Interna</b>	Quando a água utilizada no domicílio for apanhada em fonte pública, poço ou bica localizados fora da propriedade e não houver distribuição interna.

FONTE: adaptado do Manual de Instrução do Entrevistador da POF 1985/1986 do IBGE.

**Quadro 19 - Condição de esgotamento sanitário**

<b>Condição</b>	<b>Características da Condição de Esgotamento Sanitário</b>
<b>Rede Geral</b>	Quando a canalização do aparelho sanitário estiver ligada a uma rede geral de esgoto sanitário.
<b>Fossa Séptica</b>	Quando a canalização do aparelho sanitário estiver ligada à fossa séptica, mesmo que ela seja comum a mais de um domicílio.
<b>Fossa Rudimentar</b>	Quando a instalação sanitária, havendo ou não aparelho, estiver ligada à fossa rústica (fossa negra, poço, buraco etc).
<b>Outra Forma de Esgotamento</b>	Quando a instalação sanitária, havendo ou não aparelho, estiver diretamente ligada a um rio, lago etc.
<b>Não Tem</b>	Quando não houver instalação sanitária.

FONTE: adaptado do Manual de Instrução do Entrevistador da POF 1985/1986 do IBGE.

Após estas definições preliminares, as Tabelas 35, 36 e 37 apresentam respectivamente as distribuições percentuais dos tipos de domicílio, condições de abastecimento de água e de esgotamento sanitário, em cada um dos níveis de renda estudados.



Tabela 35 - Distribuição percentual por tipos de domicílio entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Casa Não Rústica (%)	Casa Rústica (%)	Apartamento (%)	Cômodos (%)	Totais
1	80,3	8,4	5,0	6,4	100,0
2	84,5	6,1	5,0	4,4	100,0
3	84,9	4,9	8,1	2,2	100,0
4	84,8	4,2	10,0	1,0	100,0
5	85,2	2,6	11,6	0,6	100,0
6	78,1	2,5	18,6	0,9	100,0
7	73,8	2,1	23,7	0,3	100,0
8	68,9	1,0	30,0		100,0
9	60,4	1,0	38,5		100,0
10	46,3	1,2	52,5		100,0
<b>Totais</b>	<b>76,4</b>	<b>3,9</b>	<b>17,9</b>	<b>1,9</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Tabela 36 - Distribuição percentual de domicílios por condição de abastecimento de água entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Rede Geral com Canalização Interna (%)	Poço ou Nascente com Canalização Interna (%)	Outra Forma com Canalização Interna (%)	Rede Geral sem Canalização Interna (%)	Poço ou Nascente sem Canalização Interna (%)	Outra Forma sem Canalização Interna (%)	Totais
1	61,2	4,6	1,6	13,7	7,3	11,5	100,0
2	73,1	4,8	0,9	10,0	6,3	5,0	100,0
3	81,5	4,9	1,2	6,4	3,3	2,7	100,0
4	86,2	4,3	1,1	4,0	2,6	1,7	100,0
5	89,8	4,7	0,4	2,6	1,7	0,7	100,0
6	92,6	3,7	0,3	1,9	1,1	0,5	100,0
7	94,3	3,2	0,3	1,4	0,8	0,1	100,0
8	95,2	3,6	0,1	0,8	0,4		100,0
9	96,7	2,8	0,1	0,2	0,1	0,1	100,0
10	96,3	3,3	0,1	0,1	0,1	0,1	100,0
<b>Totais</b>	<b>84,6</b>	<b>4,1</b>	<b>0,7</b>	<b>4,9</b>	<b>2,8</b>	<b>2,8</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Tabela 37 - Distribuição percentual de domicílios por condição de esgotamento sanitário entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Rede Geral (%)	Fossa Rudimentar (%)	Não tem Esgotamento (%)	Fossa Séptica (%)	Outra Forma Esgotamento (%)	Não Identificado (%)	Totais
1	30,9	33,3	13,8	14,6	6,4	0,9	100,0
2	38,4	27,8	7,0	20,3	5,7	0,7	100,0
3	46,3	22,9	4,7	20,7	4,7	0,7	100,0
4	50,1	18,2	2,5	24,3	4,2	0,6	100,0
5	54,5	15,3	1,9	24,1	3,9	0,2	100,0
6	60,9	10,6	1,4	23,7	2,9	0,4	100,0
7	67,4	8,6	0,4	21,5	1,9	0,1	100,0
8	72,5	4,4	0,4	21,3	1,4	0,1	100,0
9	77,8	3,9	0,2	17,5	0,4	0,2	100,0
10	79,9	1,9		17,5	0,6	0,1	100,0
<b>Totais</b>	<b>54,8</b>	<b>16,8</b>	<b>4,0</b>	<b>20,3</b>	<b>3,6</b>	<b>0,5</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Verifica-se na Tabela 35 que as maiores percentagens de domicílios cujas características são rústicas ou cômodos estão nos níveis inferiores de renda. Já as percentagens de domicílios não rústicos decrescem com o progresso do nível de renda e transferem-se para o tipo de domicílio apartamento, cuja percentagem cresce nos níveis superiores de renda.

A Tabela 36 mostra que a falta de canalização interna para abastecimento de água concentra-se nos domicílios dos três primeiros níveis de renda. No que diz respeito a condição de esgotamento sanitário, existe uma grande concentração de famílias nos quatro primeiros níveis de renda que não possuem esgotamento ou utilizam fossa rudimentar, enquanto que nos níveis superiores de renda estas percentagens apresentam-se muito pequenas, conforme apresenta a Tabela 37.

O número de cômodos e dormitórios existentes no domicílio são outras informações que podem ser analisadas na base de dados de domicílios da POF. Considera-se cômodo todo compartimento do domicílio limitado por paredes, inclusive banheiro e cozinha, e aqueles existentes na parte externa do prédio que sejam parte integrante do domicílio. Excluem-se os corredores, alpendres, áreas de serviço e varandas abertas, garagem, depósito e outros compartimentos utilizados para fins não residenciais (IBGE, 1986).

Já a quantidade de dormitórios é contada pelo número de cômodos que estiverem servindo de dormitório aos moradores do domicílio, em caráter permanente. Incluem-se também os cômodos que estejam servindo de dormitório por falta de acomodações adequadas para este fim e aqueles situados na parte externa do prédio que sejam usados, permanentemente, como dormitório, por moradores do domicílio. Todavia, não são considerados dormitórios os cômodos utilizados, somente, como quartos de vestir, de hóspede, de costura, escritório etc (IBGE, 1986).

Os números médios de cômodos e dormitórios do domicílio nos diferentes níveis de renda são apresentados nas Tabelas 38 e 39, respectivamente. Em seguida, mostra-se na Tabela 40 o número médio de moradores que compartilham um mesmo dormitório.

**Tabela 38 - Número médio de cômodos do domicílio entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Número Médio de Cômodos no Domicílio	Desvio Padrão
<b>1</b>	4,01	1,79
<b>2</b>	4,38	1,71
<b>3</b>	4,85	1,70
<b>4</b>	5,18	1,71
<b>5</b>	5,46	1,84
<b>6</b>	5,88	2,07
<b>7</b>	6,28	1,97
<b>8</b>	6,77	2,24
<b>9</b>	7,44	2,57
<b>10</b>	9,07	3,26
<b>Médias Gerais</b>	<b>5,69</b>	<b>2,52</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

**Tabela 39 - Número médio de dormitórios do domicílio entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Número Médio de Cômodos que Servem como Dormitório	Desvio Padrão
<b>1</b>	1,52	0,69
<b>2</b>	1,70	0,78
<b>3</b>	1,83	0,78
<b>4</b>	1,98	0,82
<b>5</b>	2,04	0,79
<b>6</b>	2,14	0,87
<b>7</b>	2,21	0,83
<b>8</b>	2,29	0,89
<b>9</b>	2,41	0,95
<b>10</b>	2,57	0,98
<b>Médias Gerais</b>	<b>2,01</b>	<b>0,88</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

**Tabela 40 - Número de moradores que compartilham dormitórios entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Número Médio de Moradores	Número de Cômodos que Servem como Dormitório	Moradores por Dormitório
<b>1</b>	3,19	1,52	2,10
<b>2</b>	3,66	1,70	2,15
<b>3</b>	3,95	1,83	2,16
<b>4</b>	4,02	1,98	2,03
<b>5</b>	4,14	2,04	2,03
<b>6</b>	4,13	2,14	1,93
<b>7</b>	4,06	2,21	1,84
<b>8</b>	4,07	2,29	1,77
<b>9</b>	4,00	2,41	1,66
<b>10</b>	3,81	2,57	1,48
<b>Médias Gerais</b>	<b>3,86</b>	<b>2,01</b>	<b>1,92</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

As Tabelas 38 e 39 mostram que à medida que o nível de renda cresce, também crescem os números de cômodos e dormitórios no domicílio. Já da Tabela 40 extrai-se que à medida que

o nível de renda cresce, diminui-se a razão de moradores que compartilham um mesmo dormitório do domicílio.

O último conceito da base de dados de domicílios da POF é a condição de ocupação do domicílio. Suas características são apresentadas no Quadro 20, seguidas das distribuições percentuais dos domicílios por condição de ocupação entre os diferentes níveis de renda constantes na Tabela 41.

**Quadro 20 - Condição de ocupação do domicílio**

<b>Condição</b>	<b>Características da Condição de Ocupação do Domicílio</b>
<b>Domicílio Próprio Já Pago</b>	Quando o imóvel estiver totalmente pago e o dono ou co-proprietário nele residir, seja ou não o terreno de sua propriedade.
<b>Domicílio Próprio em Aquisição</b>	Quando ainda não tiver sido pago o valor total do imóvel e o seu dono ou co-proprietário nele residir, seja ou não o terreno de sua propriedade.
<b>Domicílio Cedido por Empregador</b>	Quando o imóvel for cedido gratuitamente a qualquer dos moradores do domicílio por seu empregador (particular ou público). Inclui-se, também, neste item, o domicílio cujo aluguel é pago diretamente pelo empregador do morador do domicílio.
<b>Domicílio Cedido por Particular</b>	Quando o imóvel for cedido gratuitamente a qualquer dos moradores do domicílio, por particular (parente, não parente ou instituição). Inclui-se, também, neste item, o imóvel cujo aluguel é pago, por instituição ou por pessoa não residente no domicílio, diretamente ao locador ou a representante deste.
<b>Domicílio Alugado</b>	Quando o imóvel tiver seu aluguel pago por morador.
<b>Outras Condições de Ocupação</b>	Quando o domicílio for ocupado de forma diferente das anteriormente citadas, por exemplo no caso de invasões.

FONTE: adaptado do Manual de Instrução do Entrevistador da POF 1985/1986 do IBGE.

**Tabela 41 - Distribuição percentual dos domicílios por condição de ocupação entre os níveis de renda**

<b>Níveis de Renda</b>	<b>Condições de Ocupação Domiciliar</b>						<b>Totais (%)</b>
	<b>Domicílio Próprio já Pago (%)</b>	<b>Domicílio Próprio em Aquisição (%)</b>	<b>Domicílio Alugado (%)</b>	<b>Domicílio Cedido por Empregador (%)</b>	<b>Domicílio Cedido por Particular (%)</b>	<b>Outras Condições de Ocupação (%)</b>	
<b>1</b>	61,0	5,1	13,7	2,2	13,5	4,5	<b>100,0</b>
<b>2</b>	62,1	6,4	16,1	2,2	10,3	2,9	<b>100,0</b>
<b>3</b>	60,9	8,0	17,8	1,6	9,6	2,1	<b>100,0</b>
<b>4</b>	64,2	8,2	17,3	1,1	8,2	1,1	<b>100,0</b>
<b>5</b>	60,7	9,7	19,2	1,1	7,4	1,8	<b>100,0</b>
<b>6</b>	59,0	12,0	18,1	1,0	8,4	1,4	<b>100,0</b>
<b>7</b>	60,3	13,8	18,5	0,8	6,0	0,6	<b>100,0</b>
<b>8</b>	59,4	14,2	19,9	0,5	5,6	0,5	<b>100,0</b>
<b>9</b>	59,5	17,4	17,8	0,6	4,4	0,4	<b>100,0</b>
<b>10</b>	60,9	19,7	14,5	1,1	3,2	0,6	<b>100,0</b>
<b>Totais (%)</b>	<b>60,8</b>	<b>10,7</b>	<b>17,1</b>	<b>1,3</b>	<b>8,2</b>	<b>1,8</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Nota-se na Tabela 41 o progresso da percentagem das famílias entre os níveis de renda que encontram-se na condição de domicílio próprio em aquisição. Conforme foi apresentado nos *rankings* de despesa de cada nível de renda, as famílias dos níveis superiores de renda

priorizam a categoria de despesas com habitação nos seus orçamentos familiares, provavelmente em razão dos gastos com aquisição de imóveis.

As percentagens de famílias que habitam em domicílios alugados não apresentam grandes diferenças entre os níveis de renda. Contudo, constata-se grandes percentagens de famílias nos níveis inferiores de renda que têm seus domicílios cedidos por particulares.

Verifica-se também que não existem grandes diferenças percentuais na condição de domicílio próprio já pago entre os níveis de renda. Esta informação deve ser analisada com cuidado, pois tanto uma casa humilde na favela quanto uma mansão em um bairro nobre são tratados sem distinção caso estes imóveis já estejam quitados pelos seus proprietários. Contudo, esta análise pode ser refinada se, por exemplo, forem efetuados os cruzamentos de tipo de domicílio e condição de ocupação entre os níveis de renda, conforme apresenta a Tabela 42.

**Tabela 42 - Distribuição percentual dos domicílios por condição de ocupação e tipos de domicílio entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Tipos de Domicílio **	Condições de Ocupação *						Totais
		1	2	3	4	5	6	
1	1	51,5	3,7	10,4	1,7	10,0	3,0	80,3
	2	5,8	0,1	0,5	0,1	0,8	1,1	8,4
	3	1,4	1,4	1,0	0,1	1,1		5,0
	4	2,3		1,8	0,3	1,6	0,4	6,4
	<b>Totais</b>	<b>61,0</b>	<b>5,1</b>	<b>13,7</b>	<b>2,2</b>	<b>13,5</b>	<b>4,5</b>	<b>100,0</b>
2	1	54,9	4,6	12,4	1,9	8,6	2,0	84,5
	2	4,0	0,1	0,7	0,1	0,6	0,7	6,1
	3	1,9	1,7	0,7	0,1	0,4	0,1	5,0
	4	1,3		2,3	0,1	0,7	0,1	4,4
	<b>Totais</b>	<b>62,1</b>	<b>6,4</b>	<b>16,1</b>	<b>2,2</b>	<b>10,3</b>	<b>2,9</b>	<b>100,0</b>
3	1	54,5	5,7	14,0	1,2	8,2	1,3	84,9
	2	3,2	0,1	0,7		0,3	0,5	4,9
	3	2,8	2,2	1,9	0,3	0,8	0,2	8,1
	4	0,4	0,0	1,1	0,1	0,4	0,1	2,2
	<b>Totais</b>	<b>60,9</b>	<b>8,0</b>	<b>17,8</b>	<b>1,6</b>	<b>9,6</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>
4	1	58,0	5,2	13,8	0,9	6,7	0,4	84,8
	2	2,8		0,5		0,4	0,5	4,2
	3	3,2	3,0	2,2	0,2	1,1	0,3	10,0
	4	0,2		0,8				1,0
	<b>Totais</b>	<b>64,2</b>	<b>8,2</b>	<b>17,3</b>	<b>1,1</b>	<b>8,2</b>	<b>1,1</b>	<b>100,0</b>
5	1	54,9	6,1	15,7	0,9	6,1	1,5	85,2
	2	1,8	0,1	0,5		0,1	0,2	2,6
	3	3,9	3,5	2,7	0,2	1,2	0,1	11,6
	4	0,2		0,4				0,6
	<b>Totais</b>	<b>60,7</b>	<b>9,7</b>	<b>19,2</b>	<b>1,1</b>	<b>7,4</b>	<b>1,8</b>	<b>100,0</b>
6	1	52,2	5,5	12,5	1,0	6,3	0,6	78,1
	2	1,4		0,6		0,3	0,2	2,5
	3	5,3	6,5	4,4		1,8	0,6	18,6
	4	0,2		0,6			0,1	0,9
	<b>Totais</b>	<b>59,0</b>	<b>12,0</b>	<b>18,1</b>	<b>1,0</b>	<b>8,4</b>	<b>1,4</b>	<b>100,0</b>

**Tabela 42 - Distribuição percentual dos domicílios por condição de ocupação e tipos de domicílio entre os níveis de renda (continuação)**

7	1	50,1	6,8	11,7	0,4	4,5	0,3	<b>73,8</b>
	2	1,5		0,4	0,1	0,1		<b>2,1</b>
	3	8,7	6,9	6,2	0,3	1,4	0,3	<b>23,7</b>
	4	0,1		0,2				<b>0,3</b>
	<b>Totais</b>	<b>60,3</b>	<b>13,8</b>	<b>18,5</b>	<b>0,8</b>	<b>6,0</b>	<b>0,6</b>	<b>100,0</b>
8	1	47,1	6,6	11,1	0,3	3,6	0,2	<b>68,9</b>
	2	0,6	0,1	0,3		0,1		<b>1,0</b>
	3	11,7	7,4	8,5	0,2	1,9	0,3	<b>30,0</b>
	<b>Totais</b>	<b>59,4</b>	<b>14,2</b>	<b>19,9</b>	<b>0,5</b>	<b>5,6</b>	<b>0,5</b>	<b>100,0</b>
9	1	42,8	6,1	7,9	0,5	2,9	0,4	<b>60,4</b>
	2	0,8		0,1		0,1		<b>1,0</b>
	3	15,9	11,3	9,8	0,1	1,4		<b>38,5</b>
	<b>Totais</b>	<b>59,5</b>	<b>17,4</b>	<b>17,8</b>	<b>0,6</b>	<b>4,4</b>	<b>0,4</b>	<b>100,0</b>
10	1	33,6	5,2	4,9	0,6	1,6	0,4	<b>46,3</b>
	2	1,0	0,2					<b>1,2</b>
	3	26,3	14,3	9,6	0,5	1,6	0,1	<b>52,5</b>
	<b>Totais</b>	<b>60,9</b>	<b>19,7</b>	<b>14,5</b>	<b>1,1</b>	<b>3,2</b>	<b>0,6</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Legenda: **\*Condições de Ocupação:** (1) Domicílio Próprio Já Pago, (2) Domicílio Próprio em Aquisição, (3) Domicílio Alugado, (4) Domicílio Cedido por Empregador, (5) Domicílio Cedido por Particular e (6) Outras Condições de Ocupação. **\*\*Tipos de Domicílio:** (1) Casa Não Rústica, (2) Casa Rústica, (3) Apartamento e (4) Cômodos.

A Tabela 42 mostra que as famílias dos níveis superiores de renda preferem adquirir apartamentos ao invés de casas, quando utilizam financiamentos. No caso de aluguel de imóvel para moradia, a maioria das famílias do primeiro ao oitavo níveis de renda optam para casas, enquanto que as famílias do nono e décimo níveis preferem apartamentos.

Nota-se também que a maioria das famílias inseridas na condição de domicílio já pago dos níveis inferiores de renda possui moradias não rústicas, assemelhando-se as famílias dos níveis superiores. Os domicílios rústicos e já pagos têm suas maiores percentagens nas famílias dos três primeiros níveis de renda, mesmo assim em pequena proporção. Logo, afirma-se mais uma vez que esta informação deve ser analisada com cautela pelo pesquisador.

Conclui-se que os mais variados cruzamentos podem ser realizados por meio das variáveis relacionadas com as características e condição de ocupação dos domicílios. Isto demonstra o grande potencial da POF para explicar padrões de consumo e de composição do orçamento familiar em diferentes óticas de análise.

#### **4.5.5. Inventário de Bens Duráveis e Acesso a Serviços**

A POF possui uma base de dados específica para o inventário de bens duráveis do domicílio. Já no caso de acesso a serviços pela família, as informações originam-se das demais bases de

dados que constituem a POF. Trata-se, portanto, de um conjunto de variáveis que demonstram as posses da família e seu acesso a determinados tipos de serviços.

O inventário de bens duráveis é composto de eletrodomésticos e meios de locomoção que a família pode possuir. Na POF, existem 29 tipos de eletrodomésticos que compõem o inventário, juntamente com informações sobre a posse de automóveis, motocicletas e bicicletas. Complementam o inventário algumas variáveis como estado da última aquisição do bem (novo ou usado), ano da última aquisição do bem e forma da última aquisição (à vista, a prazo, doação ou presente, e troca).

As posses de uma família são resultados da aplicação da renda familiar (exceto no caso de doações ou presentes) e podem influenciar as prioridades futuras de compra dos bens. Eletrodomésticos mais caros e sofisticados podem ser priorizados pelas famílias de nível de renda superior, enquanto que as famílias de nível de renda inferior tendem a priorizar eletrodomésticos mais básicos para o lar. Entende-se também que quanto maior o nível de renda familiar, maior será o inventário de bens duráveis do domicílio.

Objetivando a demonstração de alguns itens do inventário de bens duráveis do domicílio, as Tabelas 43 até 53 apresentam a distribuição percentual de domicílios que possuem o determinado bem entre os diferentes níveis de renda. Os bens apresentados nas referidas Tabelas são: automóvel, moto, fogão, geladeira, *freezer*, televisor colorido, televisor preto e branco, vídeo cassete, ar condicionado, aspirador de pó e microcomputador.

**Tabela 43 - Distribuição percentual de domicílios que possuem automóvel entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Quantidade de Automóveis no Domicílio								Totais
	0	1	2	3	4	5	6	8	
1	96,4	3,3	0,2						100,0
2	94,5	5,4	0,1						100,0
3	88,4	10,9	0,6	0,1					100,0
4	82,7	16,3	0,7	0,1	0,1	0,1			100,0
5	75,7	22,7	1,6						100,0
6	66,8	30,4	2,3	0,3	0,1		0,1		100,0
7	54,0	41,0	4,6	0,3	0,1				100,0
8	41,4	49,1	8,2	1,0	0,2	0,1			100,0
9	24,4	59,4	13,9	1,9	0,3			0,1	100,0
10	12,4	45,7	32,7	6,9	1,9	0,4			100,0
<b>Totais</b>	<b>68,7</b>	<b>24,7</b>	<b>5,4</b>	<b>0,9</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>			<b>100,0</b>

Tabela 44 - Distribuição percentual de domicílios que possuem moto entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Motos no Domicílio					Totais
	0	1	2	3	4	
1	98,8	1,2				100,0
2	98,5	1,5				100,0
3	98,0	1,9	0,1			100,0
4	96,8	2,8	0,4			100,0
5	96,0	3,8	0,1	0,1	0,1	100,0
6	95,5	4,3	0,2			100,0
7	96,1	3,7	0,2			100,0
8	95,8	3,8	0,4			100,0
9	94,9	4,9	0,2	0,1		100,0
10	94,8	4,5	0,5	0,1	0,1	100,0
<b>Totais</b>	<b>96,8</b>	<b>3,0</b>	<b>0,2</b>			<b>100,0</b>

Tabela 45 - Distribuição percentual de domicílios que possuem fogão entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Fogões no Domicílio					Totais	
	0	1	2	3	4		5
1	4,1	93,3	2,5				100,0
2	1,5	95,0	3,3	0,1		0,1	100,0
3	0,9	95,1	3,8	0,1			100,0
4	0,8	96,0	3,1	0,2			100,0
5	0,3	93,4	6,1	0,2			100,0
6	0,3	94,3	5,2	0,2			100,0
7	0,3	93,9	5,3	0,6			100,0
8	0,9	91,0	7,7	0,4			100,0
9	0,6	92,9	6,0	0,3	0,3		100,0
10	0,8	90,9	8,1	0,2			100,0
<b>Totais</b>	<b>1,2</b>	<b>93,7</b>	<b>4,8</b>	<b>0,2</b>			<b>100,0</b>

Tabela 46 - Distribuição percentual de domicílios que possuem geladeira entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Geladeiras no Domicílio					Totais	
	0	1	2	3	4		5
1	40,5	59,1	0,4				100,0
2	27,8	71,6	0,6				100,0
3	15,1	83,8	1,0				100,0
4	9,3	88,8	1,9				100,0
5	6,4	91,1	2,4	0,1			100,0
6	4,3	92,4	2,8	0,4			100,0
7	2,3	93,8	3,8	0,1			100,0
8	2,6	91,7	5,3	0,4			100,0
9	2,2	90,9	6,4	0,3	0,2	0,1	100,0
10	1,1	85,8	11,7	0,9	0,4	0,1	100,0
<b>Totais</b>	<b>13,4</b>	<b>83,2</b>	<b>3,1</b>	<b>0,2</b>			<b>100,0</b>



Tabela 47 - Distribuição percentual de domicílios que possuem *freezer* entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de <i>Freezers</i> no Domicílio				
	0	1	2	3	Totais
1	97,4	2,5	0,0		100,0
2	96,6	3,2	0,2		100,0
3	92,9	6,9	0,1		100,0
4	91,5	8,4	0,1		100,0
5	86,3	13,1	0,5	0,1	100,0
6	81,9	17,7	0,4		100,0
7	77,2	22,3	0,5		100,0
8	69,7	29,1	1,1	0,1	100,0
9	55,1	43,9	1,0		100,0
10	35,5	60,7	3,7	0,1	100,0
<b>Totais</b>	<b>81,3</b>	<b>18,0</b>	<b>0,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>

Tabela 48 - Distribuição percentual de domicílios que possuem televisor colorido entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Televisores Coloridos no Domicílio									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	Totais
1	61,6	35,4	2,6	0,3						100,0
2	45,3	50,6	3,9	0,2				0,1		100,0
3	29,0	63,6	6,5	0,8		0,1				100,0
4	17,1	70,6	10,8	1,3	0,2					100,0
5	14,2	68,5	15,5	1,6	0,2	0,1				100,0
6	7,3	68,6	20,8	3,1	0,3					100,0
7	5,4	58,9	29,8	5,0	0,5	0,3				100,0
8	2,6	48,7	36,3	11,0	1,3	0,1				100,0
9	2,2	41,1	40,4	13,8	2,2	0,2	0,1			100,0
10	1,5	20,3	38,9	25,9	9,4	2,5	1,1	0,4	0,1	100,0
<b>Totais</b>	<b>22,5</b>	<b>52,9</b>	<b>17,8</b>	<b>5,2</b>	<b>1,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>

Tabela 49 - Distribuição percentual de domicílios que possuem televisor preto e branco entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Televisores Preto e Branco no Domicílio						
	0	1	2	3	4	5	Totais
1	58,1	41,1	0,8				100,0
2	60,2	38,6	1,2				100,0
3	66,5	32,0	1,4				100,0
4	72,6	25,7	1,7				100,0
5	74,3	24,3	1,4	0,1			100,0
6	79,1	19,7	1,2				100,0
7	77,0	21,5	1,5	0,1			100,0
8	81,2	17,2	1,6				100,0
9	81,9	16,9	1,0		0,1		100,0
10	79,4	18,9	1,6	0,1			100,0
<b>Totais</b>	<b>71,2</b>	<b>27,4</b>	<b>1,3</b>				<b>100,0</b>

Tabela 50 - Distribuição percentual de domicílios que possuem vídeo cassete entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Vídeo Cassetes no Domicílio						Totais
	0	1	2	3	4	5	
1	96,0	3,9	0,1				100,0
2	94,1	5,8	0,1				100,0
3	86,4	13,4	0,1				100,0
4	81,8	17,8	0,4				100,0
5	73,1	26,4	0,5				100,0
6	63,9	34,7	1,3		0,1		100,0
7	52,5	45,9	1,4	0,2			100,0
8	39,7	57,5	2,5	0,4			100,0
9	26,3	69,4	3,6	0,6	0,1		100,0
10	14,9	67,3	16,0	1,3	0,4	0,1	100,0
<b>Totais</b>	<b>67,8</b>	<b>29,8</b>	<b>2,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>		<b>100,0</b>

Tabela 51 - Distribuição percentual de domicílios que possuem ar condicionado entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Ar Condicionado no Domicílio								Totais
	0	1	2	3	4	5	6	10	
1	99,0	0,8	0,2						100,0
2	98,6	1,3	0,1		0,1				100,0
3	98,1	1,8	0,1	0,1					100,0
4	96,8	2,7	0,4	0,1	0,1				100,0
5	96,4	3,2	0,4						100,0
6	94,3	4,4	1,0	0,3					100,0
7	90,4	8,2	1,1	0,3					100,0
8	86,2	10,3	3,0	0,5					100,0
9	77,6	17,1	3,6	1,4	0,1	0,1			100,0
10	68,1	14,9	8,6	5,5	2,3	0,4	0,1	0,1	100,0
<b>Totais</b>	<b>92,0</b>	<b>5,5</b>	<b>1,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,2</b>				<b>100,0</b>

Tabela 52 - Distribuição percentual de domicílios que possuem aspirador de pó entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Aspiradores de Pó no Domicílio				Totais
	0	1	2	3	
1	98,5	1,5			100,0
2	98,2	1,7	0,1		100,0
3	96,4	3,6			100,0
4	93,9	6,1			100,0
5	92,1	7,8	0,1		100,0
6	87,8	12,0	0,2		100,0
7	80,0	19,6	0,4		100,0
8	73,0	26,5	0,5		100,0
9	67,2	32,2	0,6	0,1	100,0
10	45,4	52,6	2,0		100,0
<b>Totais</b>	<b>85,7</b>	<b>14,0</b>	<b>0,3</b>		<b>100,0</b>

**Tabela 53 - Distribuição percentual de domicílios que possuem microcomputador entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Quantidade de Microcomputadores no Domicílio					Totais
	0	1	2	3	4	
<b>1</b>	99,6	0,4				<b>100,0</b>
<b>2</b>	99,8	0,2	0,1			<b>100,0</b>
<b>3</b>	99,6	0,4				<b>100,0</b>
<b>4</b>	99,4	0,6				<b>100,0</b>
<b>5</b>	98,9	1,1				<b>100,0</b>
<b>6</b>	98,7	1,3				<b>100,0</b>
<b>7</b>	95,7	4,2	0,1			<b>100,0</b>
<b>8</b>	91,9	7,8	0,3			<b>100,0</b>
<b>9</b>	84,7	15,2	0,2			<b>100,0</b>
<b>10</b>	64,5	32,7	2,5	0,2	0,1	<b>100,0</b>
<b>Totais</b>	<b>94,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,3</b>			<b>100,0</b>

As Tabelas anteriores (43 a 53) foram elaboradas pelo autor a partir dos dados da POF 1995/1996. A Tabela 43 mostra que as famílias dos níveis inferiores de renda não têm acesso a automóveis, enquanto as famílias dos níveis superiores tendem a adquirir o segundo automóvel. A Tabela 44 mostra que a moto não é um meio de locomoção priorizado pelas famílias de todos os níveis de renda.

Em todas as Tabelas, percebe-se, também, que à medida que o nível de renda aumenta, cresce-se a percentagem de famílias que possuem o bem durável analisado, exceto para o caso do televisor preto e branco que sofre a substituição de sua preferência para o televisor colorido.

Estas informações podem explicar a tendência das famílias dos níveis inferiores de renda comprometerem seus orçamentos familiares com a aquisição de eletrodomésticos e os níveis superiores com a aquisição de veículos.

Dessa forma, identifica-se uma outra possibilidade de corte da base pelos níveis de renda, categorias de despesa com aquisição de eletrodomésticos e veículos e os efeitos sobre o orçamento familiar. Considerando-se as Tabelas 43 até 53, é possível elaborar um *ranking* dos bens duráveis constantes na POF que sinalize as prioridades de bens para todos os domicílios. A Tabela 54 demonstra esse possível *ranking* para os onze bens tratados anteriormente.

Tabela 54 - Incidência de bens no inventário das famílias

Ordem de Prioridade	Bem Durável	Porcentagem de Famílias que Possuem o Bem (%)
1º	Fogão	98,8
2º	Geladeira	86,6
3º	Televisor Colorido	77,5
4º	Vídeo Cassete	32,2
5º	Automóvel	31,3
6º	Televisor Preto e Branco	28,8
7º	<i>Freezer</i>	18,7
8º	Aspirador de Pó	14,3
9º	Ar Condicionado	8,0
10º	Microcomputador	5,6
11º	Moto	3,2

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Nota-se que os principais bens duráveis dos domicílios analisados são o fogão (98,8%), a geladeira (86,6%) e o televisor colorido (77,5%). O vídeo cassete ainda era um bem inovador e caro, logo ocupava a quarta colocação. Apesar do alto investimento, o automóvel posiciona-se na quinta colocação do *ranking* com 31,3%. O televisor preto e branco mostra sua tendência de substituição pelo colorido e ocupa a sexta colocação. O *freezer*, o aspirador de pó e o ar condicionado são bens mais supérfluos e caros, por isso ocupam a sétima, oitava e nona colocações, respectivamente. No período de 1995 e 1996, o microcomputador era um artigo inovador e caro para a população brasileira, onde apenas 5,6% das famílias constantes na POF tinham acesso a ele. Por último, apenas 3,2% das famílias possuem moto.

Outra análise pode ser feita pelo cruzamento das percentagens de domicílios nos diferentes níveis de renda e para dois diferentes bens duráveis. As Tabelas 55, 56, 57 e 58 apresentam os seguintes cruzamentos: automóvel e moto, geladeira e fogão, geladeira e freezer, e televisor colorido e vídeo cassete. Estes cruzamentos comparam a importância de dois bens duráveis entre os diferentes níveis de renda.

Tabela 55 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem automóvel e moto entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Motos	Quantidade de Automóveis								Totais
		0	1	2	3	4	5	6	8	
1	0	95,4	3,2	0,2						98,8
	1	1,0	0,2							1,2
	2	0,0								0,0
	<b>Totais</b>	<b>96,4</b>	<b>3,3</b>	<b>0,2</b>						<b>100,0</b>
2	0	93,4	5,0	0,1						98,5
	1	1,1	0,4							1,5
	<b>Totais</b>	<b>94,5</b>	<b>5,4</b>	<b>0,1</b>						<b>100,0</b>
3	0	86,7	10,6	0,6	0,1					98,0
	1	1,6	0,4							1,9
	2	0,1								0,1
	<b>Totais</b>	<b>88,4</b>	<b>10,9</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>					<b>100,0</b>
4	0	80,4	15,7	0,6	0,1		0,1			96,8
	1	2,1	0,5	0,1		0,1				2,8
	2	0,3	0,1							0,4
	<b>Totais</b>	<b>82,7</b>	<b>16,3</b>	<b>0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>			<b>100,0</b>
5	0	73,0	21,7	1,4						96,0
	1	2,7	1,0	0,1						3,8
	2			0,1						0,1
	3	0,1								0,1
	4		0,1							0,1
	<b>Totais</b>	<b>75,7</b>	<b>22,7</b>	<b>1,6</b>						<b>100,0</b>
6	0	64,3	28,8	2,2	0,3					95,5
	1	2,5	1,5	0,1	0,1	0,1		0,1		4,3
	2	0,1	0,1							0,2
	<b>Totais</b>	<b>66,8</b>	<b>30,4</b>	<b>2,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>		<b>0,1</b>		<b>100,0</b>
7	0	52,2	39,5	4,0	0,2	0,1				96,1
	1	1,7	1,3	0,5	0,1					3,7
	2	0,1	0,2							0,2
	<b>Totais</b>	<b>54,0</b>	<b>41,0</b>	<b>4,6</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>				<b>100,0</b>
8	0	40,2	46,7	7,8	0,9	0,2	0,1			95,8
	1	0,9	2,4	0,3	0,2					3,8
	2	0,3		0,1						0,4
	<b>Totais</b>	<b>41,4</b>	<b>49,1</b>	<b>8,2</b>	<b>1,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>			<b>100,0</b>
9	0	23,4	56,2	13,2	1,7	0,3			0,1	94,9
	1	1,0	2,9	0,7	0,2					4,9
	2		0,2							0,2
	3		0,1							0,1
	<b>Totais</b>	<b>24,4</b>	<b>59,4</b>	<b>13,9</b>	<b>1,9</b>	<b>0,3</b>			<b>0,1</b>	<b>100,0</b>
10	0	11,8	43,7	31,0	6,3	1,6	0,4			94,8
	1	0,6	1,8	1,3	0,6	0,3				4,5
	2		0,2	0,1	0,1	0,1				0,5
	3			0,1						0,1
	4			0,1						0,1
	<b>Totais</b>	<b>12,4</b>	<b>45,7</b>	<b>32,7</b>	<b>6,9</b>	<b>1,9</b>	<b>0,4</b>			<b>100,0</b>

Tabela 56 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem geladeira e fogão entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de Fogões	Quantidade de Geladeiras					Totais	
		0	1	2	3	4		5
1	0	3,9	0,1					4,1
	1	35,6	57,5	0,2				93,3
	2	0,9	1,5	0,2				2,5
	3	0,0						0,0
	4	0,0						0,0
	<b>Totais</b>	<b>40,5</b>	<b>59,1</b>	<b>0,4</b>				<b>100,0</b>
2	0	1,5						1,5
	1	25,4	69,2	0,4				95,0
	2	0,8	2,3	0,2				3,3
	3	0,1	0,1					0,1
	5		0,1					0,1
	<b>Totais</b>	<b>27,8</b>	<b>71,6</b>	<b>0,6</b>				<b>100,0</b>
3	0	0,8	0,0	0,0				0,9
	1	13,8	80,5	0,8				95,1
	2	0,5	3,2	0,1	0,0			3,8
	3		0,1					0,1
	<b>Totais</b>	<b>15,1</b>	<b>83,8</b>	<b>1,0</b>	<b>0,0</b>			<b>100,0</b>
4	0	0,5	0,3					0,8
	1	8,6	86,1	1,2				96,0
	2	0,1	2,4	0,6				3,1
	3	0,1		0,1				0,2
	<b>Totais</b>	<b>9,3</b>	<b>88,8</b>	<b>1,9</b>				<b>100,0</b>
5	0	0,2	0,1					0,3
	1	6,0	85,8	1,5	0,1			93,4
	2	0,2	5,1	0,8				6,1
	3		0,2					0,2
	<b>Totais</b>	<b>6,4</b>	<b>91,1</b>	<b>2,4</b>	<b>0,1</b>			<b>100,0</b>
6	0	0,3						0,3
	1	3,8	88,3	2,0	0,2			94,3
	2	0,2	4,1	0,8	0,2			5,2
	3			0,1	0,1			0,2
	<b>Totais</b>	<b>4,3</b>	<b>92,4</b>	<b>2,8</b>	<b>0,4</b>			<b>100,0</b>
7	0	0,2	0,1					0,3
	1	2,0	89,3	2,5	0,1			93,9
	2	0,1	4,0	1,1	0,1			5,3
	3		0,4	0,2				0,6
	<b>Totais</b>	<b>2,3</b>	<b>93,8</b>	<b>3,8</b>	<b>0,1</b>			<b>100,0</b>
8	0	0,7	0,3					0,9
	1	1,7	85,9	2,9	0,4			91,0
	2	0,1	5,2	2,4				7,7
	3	0,1	0,3					0,4
	<b>Totais</b>	<b>2,6</b>	<b>91,7</b>	<b>5,3</b>	<b>0,4</b>			<b>100,0</b>
9	0	0,5	0,1					0,6
	1	1,5	86,2	5,0	0,2			92,9
	2	0,2	4,3	1,3	0,1	0,1		6,0
	3		0,2	0,1				0,3
	4		0,1			0,1	0,1	0,3
	<b>Totais</b>	<b>2,2</b>	<b>90,9</b>	<b>6,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>100,0</b>
10	0	0,3	0,4			0,1		0,8
	1	0,8	80,7	8,7	0,5	0,1	0,1	90,9
	2		4,6	3,0	0,4	0,1		8,1
	3		0,1	0,1				0,2
	<b>Totais</b>	<b>1,1</b>	<b>85,8</b>	<b>11,7</b>	<b>0,9</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>100,0</b>

Tabela 57 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem geladeira e *freezer* entre os níveis de renda

Níveis de Renda	Quantidade de <i>Freezers</i>	Quantidade de Geladeiras						Totais
		0	1	2	3	4	5	
1	0	39,8	57,2	0,4				97,4
	1	0,7	1,8	0,0				2,5
	2		0,0					0,0
	<b>Totais</b>	<b>40,5</b>	<b>59,1</b>	<b>0,4</b>				<b>100,0</b>
2	0	27,1	69,0	0,5				96,6
	1	0,7	2,4	0,1				3,2
	2		0,2					0,2
	<b>Totais</b>	<b>27,8</b>	<b>71,6</b>	<b>0,6</b>				<b>100,0</b>
3	0	14,1	78,0	0,8				92,9
	1	1,1	5,7	0,1				6,9
	2	0,0	0,1	0,0				0,1
	<b>Totais</b>	<b>15,1</b>	<b>83,8</b>	<b>1,0</b>				<b>100,0</b>
4	0	8,4	81,6	1,5				91,5
	1	0,9	7,1	0,4				8,4
	2		0,1					0,1
	<b>Totais</b>	<b>9,3</b>	<b>88,8</b>	<b>1,9</b>				<b>100,0</b>
5	0	5,1	79,3	1,8	0,1			86,3
	1	1,3	11,4	0,4				13,1
	2		0,5	0,1				0,5
	3			0,1				0,1
	<b>Totais</b>	<b>6,4</b>	<b>91,1</b>	<b>2,4</b>	<b>0,1</b>			<b>100,0</b>
6	0	3,1	76,6	2,0	0,2			81,9
	1	1,2	15,6	0,8	0,2			17,7
	2	0,1	0,3		0,1			0,4
	<b>Totais</b>	<b>4,3</b>	<b>92,4</b>	<b>2,8</b>	<b>0,4</b>			<b>100,0</b>
7	0	1,6	72,9	2,7	0,1			77,2
	1	0,7	20,5	1,0	0,1			22,3
	2		0,3	0,2				0,5
	<b>Totais</b>	<b>2,3</b>	<b>93,8</b>	<b>3,8</b>	<b>0,1</b>			<b>100,0</b>
8	0	1,5	63,9	4,0	0,3			69,7
	1	1,0	26,7	1,2	0,1			29,1
	2		1,0	0,1				1,1
	3		0,1					0,1
	<b>Totais</b>	<b>2,6</b>	<b>91,7</b>	<b>5,3</b>	<b>0,4</b>			<b>100,0</b>
9	0	1,0	50,5	3,4	0,1	0,1		55,1
	1	1,1	39,8	2,8	0,1	0,1		43,9
	2		0,7	0,2	0,1		0,1	1,0
	<b>Totais</b>	<b>2,2</b>	<b>90,9</b>	<b>6,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>100,0</b>
10	0	0,6	31,4	3,3	0,1	0,1		35,5
	1	0,5	52,9	6,6	0,6	0,1	0,1	60,7
	2		1,6	1,9	0,1	0,1		3,7
	3				0,1			0,1
	<b>Totais</b>	<b>1,1</b>	<b>85,8</b>	<b>11,7</b>	<b>0,9</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>100,0</b>

**Tabela 58 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem vídeo cassete e televisor colorido entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Quantidade de Vídeos Cassetes	Quantidade de Televisores Coloridos										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	Totais	
1	0	61,6	33,0	1,3	0,0							96,0
	1	0,0	2,4	1,2	0,2							3,9
	2			0,1	0,0							0,1
	<b>Totais</b>	<b>61,6</b>	<b>35,4</b>	<b>2,6</b>	<b>0,3</b>							<b>100,0</b>
2	0	45,2	46,2	2,5					0,1			94,1
	1	0,1	4,3	1,3	0,2							5,8
	2		0,1	0,1								0,1
	<b>Totais</b>	<b>45,3</b>	<b>50,6</b>	<b>3,9</b>	<b>0,2</b>				<b>0,1</b>			<b>100,0</b>
3	0	28,8	54,1	3,2	0,3							86,4
	1	0,2	9,4	3,2	0,5		0,1					13,4
	2		0,0	0,0	0,0		0,0					0,1
	<b>Totais</b>	<b>29,0</b>	<b>63,6</b>	<b>6,5</b>	<b>0,8</b>		<b>0,1</b>					<b>100,0</b>
4	0	17,0	58,1	6,1	0,5	0,1						81,8
	1	0,1	12,4	4,6	0,7	0,1						17,8
	2		0,2	0,1	0,1							0,4
	<b>Totais</b>	<b>17,1</b>	<b>70,6</b>	<b>10,8</b>	<b>1,3</b>	<b>0,2</b>						<b>100,0</b>
5	0	13,9	50,7	8,2	0,3		0,1					73,1
	1	0,3	17,8	7,0	1,1	0,2						26,4
	2			0,3	0,2							0,5
	<b>Totais</b>	<b>14,2</b>	<b>68,5</b>	<b>15,5</b>	<b>1,6</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>					<b>100,0</b>
6	0	6,9	46,8	9,3	0,9							63,9
	1	0,4	21,3	11,1	1,7	0,3						34,7
	2		0,5	0,4	0,3							1,3
	4				0,1							0,1
	<b>Totais</b>	<b>7,3</b>	<b>68,6</b>	<b>20,8</b>	<b>3,1</b>	<b>0,3</b>						<b>100,0</b>
7	0	4,9	35,5	11,1	0,9	0,2	0,1					52,5
	1	0,5	23,1	18,0	3,7	0,3	0,2					45,9
	2		0,2	0,8	0,3	0,1	0,1					1,4
	3		0,1		0,1							0,2
	<b>Totais</b>	<b>5,4</b>	<b>58,9</b>	<b>29,8</b>	<b>5,0</b>	<b>0,5</b>	<b>0,3</b>					<b>100,0</b>
8	0	2,5	25,8	10,0	1,3	0,1						39,7
	1	0,1	22,5	25,4	8,5	0,9						57,5
	2		0,4	0,9	0,9	0,2	0,1					2,5
	3				0,3	0,1						0,4
	<b>Totais</b>	<b>2,6</b>	<b>48,7</b>	<b>36,3</b>	<b>11,0</b>	<b>1,3</b>	<b>0,1</b>					<b>100,0</b>
9	0	2,0	14,3	7,8	2,1	0,2						26,3
	1	0,3	26,5	31,4	10,3	0,9						69,4
	2		0,3	1,0	1,4	0,8	0,1					3,6
	3			0,2	0,1	0,2	0,1					0,6
	4							0,1				0,1
	<b>Totais</b>	<b>2,2</b>	<b>41,1</b>	<b>40,4</b>	<b>13,8</b>	<b>2,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>				<b>100,0</b>
10	0	0,9	5,7	5,9	2,1	0,3		0,1				14,9
	1	0,6	14,1	29,5	17,1	4,7	1,1	0,2				67,3
	2		0,6	3,4	6,4	4,0	1,0	0,4	0,2	0,1		16,0
	3			0,1	0,2	0,4	0,3	0,2				1,3
	4					0,1	0,1	0,1	0,2			0,4
	5							0,1				0,1
	<b>Totais</b>	<b>1,5</b>	<b>20,3</b>	<b>38,9</b>	<b>25,9</b>	<b>9,4</b>	<b>2,5</b>	<b>1,1</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>		<b>100,0</b>



As Tabelas anteriores foram elaboradas pelo autor a partir dos dados da POF 1995/1996. A Tabela 55 mostra o cruzamento dos bens duráveis automóvel e moto. À medida que a renda cresce, aumenta-se a quantidade de automóveis da família. A moto não é um meio de locomoção atrativo para as famílias da amostra. Contudo, verifica-se que a maioria das famílias que investem em moto, possui apenas uma, e também tem no mínimo um automóvel.

A Tabela 56 apresenta o cruzamento dos bens geladeira e fogão. Nota-se que a prioridade na aquisição de eletrodomésticos é para o fogão, pois nos níveis inferiores de renda a percentagem de famílias que possui geladeira é menor que a percentagem de famílias que possui fogão. À medida que o nível de renda cresce, as percentagens de famílias que possuem tanto fogão quanto geladeira tendem a igualar-se. Isto pode explicar a diminuição da percentagem de despesa com aquisição de móveis e eletrodomésticos nos níveis superiores de renda. Estes níveis gastam menos com esta categoria, pois são detentores dos principais eletrodomésticos, e suas compras podem expressar apenas necessidade de inovação destes itens.

A Tabela 57 detalha o cruzamento dos bens geladeira e *freezer*. Com o progresso do nível de renda familiar, nota-se a tendência das famílias adquirirem um *freezer*, caso já possuam uma geladeira.

Por meio da Tabela 58, identifica-se a possibilidade de explicar a complementaridade de alguns bens. No caso os bens analisados são o televisor colorido e o vídeo cassete. Enquanto as famílias dos níveis inferiores de renda preocupam-se com a aquisição do televisor colorido, as famílias dos níveis superiores partem para a aquisição do vídeo cassete e do segundo televisor. No décimo nível de renda, a maioria das famílias possui mais de um televisor e tende a investir no segundo vídeo cassete.

De maneira similar ao inventário de bens duráveis, análises podem ser realizadas sobre o acesso a determinados serviços pelas famílias da POF nos diferentes níveis de renda. As Tabelas 59 e 60 mostram as distribuições percentuais dos domicílios entre os níveis de renda que possuem cartão de crédito e cheque especial, respectivamente. As informações sobre cartão de crédito e cheque especial são oriundas da base de dados de moradores do domicílio, todavia a POF oferece dados sobre outros tipos de serviço como: cabeleireiro, manicuro e pedicuro, esteticista, tinturaria e lavanderia, conserto de móveis e eletrodomésticos, entre outros.

**Tabela 59 - Distribuição percentual de domicílios que possuem cartão de crédito entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Quantidade de Cartões de Crédito no Domicílio												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Acima 10	Totais
<b>1</b>	94,4	3,3	1,1	0,6	0,5	0,0	0,0				0,0	0,0	<b>100,0</b>
<b>2</b>	88,6	6,9	2,5	1,1	0,5	0,2	0,1	0,1				0,1	<b>100,0</b>
<b>3</b>	79,6	10,5	5,0	2,0	1,1	0,8	0,7	0,2	0,0	0,0	0,1	0,0	<b>100,0</b>
<b>4</b>	72,5	13,9	6,1	3,6	1,6	0,8	0,8	0,3	0,5			0,0	<b>100,0</b>
<b>5</b>	67,1	14,4	8,8	3,7	2,5	1,1	0,8	0,6	0,4	0,1	0,4	0,3	<b>100,0</b>
<b>6</b>	59,2	17,0	9,3	5,6	3,3	2,2	1,1	0,9	0,6	0,3	0,3	0,2	<b>100,0</b>
<b>7</b>	48,2	21,2	11,3	6,4	4,1	2,4	1,8	1,2	1,2	0,5	0,7	0,9	<b>100,0</b>
<b>8</b>	38,8	21,4	15,0	7,9	4,7	3,0	2,5	2,2	0,9	0,6	1,6	1,4	<b>100,0</b>
<b>9</b>	28,1	20,9	18,4	12,1	6,5	4,2	2,8	1,2	1,5	0,9	1,2	2,2	<b>100,0</b>
<b>10</b>	16,9	15,8	22,1	13,2	10,1	5,5	4,7	2,7	2,5	1,1	1,9	3,4	<b>100,0</b>
<b>Totais</b>	<b>63,9</b>	<b>13,4</b>	<b>8,8</b>	<b>4,8</b>	<b>3,0</b>	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

**Tabela 60 - Distribuição percentual de domicílios que possuem cheque especial entre os níveis de renda**

Níveis de Renda	Quantidade de Cheques Especiais no Domicílio							Totais
	0	1	2	3	4	5	Acima 5	
<b>1</b>	98,8	0,8	0,4					<b>100,0</b>
<b>2</b>	99,0	0,8	0,2					<b>100,0</b>
<b>3</b>	96,8	2,8	0,4					<b>100,0</b>
<b>4</b>	95,3	4,0	0,7					<b>100,0</b>
<b>5</b>	91,6	6,7	1,5	0,2	0,1	0,1		<b>100,0</b>
<b>6</b>	86,3	11,7	1,4	0,4	0,1		0,1	<b>100,0</b>
<b>7</b>	73,0	20,9	4,9	0,9	0,2	0,1		<b>100,0</b>
<b>8</b>	57,9	30,2	10,3	1,2	0,4			<b>100,0</b>
<b>9</b>	42,3	34,1	18,9	3,6	0,7	0,2	0,1	<b>100,0</b>
<b>10</b>	19,2	30,2	32,2	9,9	5,3	1,6	1,6	<b>100,0</b>
<b>Totais</b>	<b>80,0</b>	<b>11,9</b>	<b>5,8</b>	<b>1,4</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Tanto na Tabela 59 quanto na 60, nota-se que o acesso aos serviços financeiros de cartão de crédito e cheque especial sofre influências do progresso do nível de renda familiar. Pequenas percentagens de famílias do nível de renda inferior têm acesso a estes serviços financeiros. Amplia-se esta perspectiva de análise por meio da Tabela 61, que apresenta o cruzamento de percentagens de domicílios que possuem cartão de crédito e cheque especial entre os níveis de renda.

Tabela 61 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem cartão de crédito e cheque especial entre os níveis de renda

Nível de Renda	Quantidade Cheques Especiais	Quantidade de Cartões de Crédito												Totais	
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Acima 10		
1	0	93,9	3,0	0,9	0,6	0,3									98,8
	1	0,4	0,2	0,1											0,8
	2	0,1		0,1		0,1									0,4
	<b>Totais</b>	<b>94,4</b>	<b>3,3</b>	<b>1,1</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>									<b>100,0</b>
2	0	88,3	6,6	2,3	1,0	0,5	0,2	0,1	0,1				0,1	99,0	
	1	0,3	0,3	0,1	0,1									0,8	
	2			0,2										0,2	
	<b>Totais</b>	<b>88,6</b>	<b>6,9</b>	<b>2,5</b>	<b>1,1</b>	<b>0,5</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>				<b>0,1</b>	<b>100,0</b>	
3	0	78,4	9,5	4,6	1,6	0,9	0,7	0,6	0,2			0,1	96,8		
	1	0,9	0,9	0,3	0,3	0,1	0,1						2,8		
	2	0,2	0,1	0,1	0,1									0,4	
	<b>Totais</b>	<b>79,6</b>	<b>10,5</b>	<b>5,0</b>	<b>2,0</b>	<b>1,1</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>	<b>0,2</b>			<b>0,1</b>		<b>100,0</b>	
4	0	70,6	12,4	5,4	3,3	1,5	0,8	0,6	0,3	0,4			95,3		
	1	1,6	1,4	0,5	0,2	0,1		0,2		0,1			4,0		
	2	0,3	0,2	0,2	0,1									0,7	
	<b>Totais</b>	<b>72,5</b>	<b>13,9</b>	<b>6,1</b>	<b>3,6</b>	<b>1,6</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>				<b>100,0</b>	
5	0	64,5	11,7	7,1	3,1	2,2	0,9	0,7	0,5	0,2	0,1	0,3	91,6		
	1	2,0	2,4	1,3	0,4	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1			6,7		
	2	0,5	0,2	0,4	0,1		0,1	0,1		0,1		0,1	1,5		
	3	0,1	0,1		0,1									0,2	
	4			0,1										0,1	
	5	0,1												0,1	
	<b>Totais</b>	<b>67,1</b>	<b>14,4</b>	<b>8,8</b>	<b>3,7</b>	<b>2,5</b>	<b>1,1</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>	
6	0	55,4	13,6	6,8	4,2	2,6	1,7	0,7	0,4	0,4	0,2	0,2	86,3		
	1	3,5	3,1	2,0	1,3	0,4	0,3	0,2	0,4	0,2	0,1	0,1	11,7		
	2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2		0,1	0,1					1,4	
	3			0,1			0,2	0,2						0,4	
	4	0,1												0,1	
	Acima 4					0,1								0,1	
	<b>Totais</b>	<b>59,2</b>	<b>17,0</b>	<b>9,3</b>	<b>5,6</b>	<b>3,3</b>	<b>2,2</b>	<b>1,1</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>	
7	0	42,4	12,6	6,1	4,1	2,6	1,5	1,0	0,5	0,8	0,3	0,5	73,0		
	1	4,4	7,6	3,6	1,6	1,2	0,5	0,6	0,6	0,4	0,2	0,1	20,9		
	2	1,2	0,8	1,2	0,5	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	4,9		
	3	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1		0,1				0,1	0,9	
	4	0,1		0,1			0,1							0,2	
	Acima 4		0,1											0,1	
	<b>Totais</b>	<b>48,2</b>	<b>21,2</b>	<b>11,3</b>	<b>6,4</b>	<b>4,1</b>	<b>2,4</b>	<b>1,8</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,9</b>	<b>100,0</b>	
8	0	30,3	9,2	5,9	4,0	1,8	1,4	1,5	1,0	0,6	0,4	1,0	57,9		
	1	6,3	10,4	5,9	2,8	1,2	1,1	0,6	0,7	0,3	0,2	0,5	30,2		
	2	1,9	1,3	3,1	0,9	1,5	0,4	0,1	0,4	0,1		0,1	10,3		
	3	0,3	0,4		0,2	0,1	0,1	0,1	0,1					1,2	
	4	0,1		0,1				0,2						0,4	
	<b>Totais</b>	<b>38,8</b>	<b>21,4</b>	<b>15,0</b>	<b>7,9</b>	<b>4,7</b>	<b>3,0</b>	<b>2,5</b>	<b>2,2</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,4</b>	<b>100,0</b>	
9	0	19,2	7,0	6,0	3,5	1,8	1,6	0,6	0,7	0,3	0,4	0,4	42,3		
	1	6,6	9,7	6,0	4,7	2,4	1,4	0,8	0,4	0,7	0,3	0,6	34,1		
	2	1,7	3,6	5,4	3,1	1,8	0,9	1,1	0,1	0,3	0,3	0,2	18,9		
	3	0,6	0,6	0,7	0,7	0,3	0,2	0,3		0,1			0,3	3,6	
	4			0,4	0,1	0,2				0,1				0,7	
	Acima 4						0,1			0,1		0,1		0,3	
	<b>Totais</b>	<b>28,1</b>	<b>20,9</b>	<b>18,4</b>	<b>12,1</b>	<b>6,5</b>	<b>4,2</b>	<b>2,8</b>	<b>1,2</b>	<b>1,5</b>	<b>0,9</b>	<b>1,2</b>	<b>2,2</b>	<b>100,0</b>	

**Tabela 61 - Tabela cruzada de percentagens de domicílios que possuem cartão de crédito e cheque especial entre os níveis de renda (continuação)**

<b>10</b>	<b>0</b>	9,0	3,0	2,8	1,6	1,1	0,5	0,4	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	<b>19,2</b>
	<b>1</b>	4,5	8,1	6,4	4,2	2,4	1,3	1,0	0,3	0,6	0,1	0,8	0,6	<b>30,2</b>
	<b>2</b>	2,5	3,7	10,7	3,8	3,6	1,6	1,8	1,3	0,9	0,4	0,5	1,3	<b>32,2</b>
	<b>3</b>	0,5	0,7	1,3	2,6	1,1	1,1	0,7	0,5	0,4	0,1	0,2	0,6	<b>9,9</b>
	<b>4</b>	0,3	0,3	0,4	0,8	1,3	0,6	0,4	0,3	0,3	0,1	0,2	0,5	<b>5,3</b>
	<b>Acima 4</b>	0,1	0,1	0,6	0,2	0,6	0,4	0,5	0,1	0,1	0,3	0,1	0,2	<b>3,2</b>
	<b>Totais</b>	<b>16,9</b>	<b>15,8</b>	<b>22,1</b>	<b>13,2</b>	<b>10,1</b>	<b>5,5</b>	<b>4,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>1,1</b>	<b>1,9</b>	<b>3,4</b>	<b>100,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Nota-se na Tabela 61 que a percentagem de famílias que possui cartão de crédito é maior que a de famílias que possui cheque especial, em todos os níveis de renda. Também reforça-se a afirmação de que os níveis inferiores de renda estão excluídos do acesso a estes serviços financeiros, possivelmente em razão da renda determinar a capacidade da família de honrar os compromissos e, por consequência, de acessar estes serviços financeiros que concedem crédito. Pode-se concluir que as instituições financeiras usam a variável renda familiar para segmentar seu mercado consumidor e, por consequência, restringem o acesso das famílias de nível inferior de renda a estes serviços.

As informações sobre inventário de bens duráveis e acesso a serviços podem ser úteis tanto para a determinação do potencial de demanda quanto para a elaboração de estratégias de segmentação de empresas que comercializam ou produzem os bens e serviços passíveis desta análise.

Ressalta-se ainda que estes cortes podem ser feitos não apenas sob o cruzamento do nível de renda, mas também por região metropolitana, nível de instrução, número de pessoas no domicílio, ciclo de vida etc. A análise da categoria de despesas com aquisição de veículos e móveis e eletrodomésticos também pode ser sensivelmente ampliada de modo que explique o que as famílias possuem e compram, bem como suas prioridades de bens e seus padrões de consumo.

#### **4.6. INDICADORES DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO**

Algumas informações da POF podem indicar características do comportamento de consumo das famílias entre os diferentes níveis de renda. A condição de pagamento (à vista ou a prazo), o estado da aquisição (novo ou usado) de um bem e as diferenças de preços são informações que constam na POF e contribuem para determinar alguns hábitos de compra de bens de consumo entre os diferentes níveis de renda. Contudo, a disponibilidade destas informações

depende da composição de variáveis da base de dados da POF a ser utilizada pelo pesquisador.

Conforme afirmou-se anteriormente, a POF não se preocupa com o preço total do bem que está sendo adquirido pela família, mas sim com o valor do gasto que influencia a composição do orçamento familiar. Logo, impossibilita-se o cálculo do valor total de um bem financiado, pois a base de dados apenas informa o valor do gasto no período de coleta de informações da pesquisa, todavia não indica o número de parcelas. Apresentada esta restrição, mostram-se nas Tabelas 62, 63 e 64 as diferenças de preços médios de compra de um fogão, uma geladeira e um televisor colorido, cujos pagamentos sejam efetuados à vista e o estado de aquisição dos bens seja novo. Nas mesmas tabelas apresentam-se as percentagens de famílias que adquiriram o bem em cada nível de renda familiar.

**Tabela 62 - Preço médio de compra de um fogão novo (à vista)**

<b>Níveis de Renda</b>	<b>Preço Médio do Fogão Novo (R\$)</b>	<b>Desvio Padrão (R\$)</b>	<b>Percentagem de Famílias *</b>
<b>1</b>	229,30	206,29	2,0
<b>2</b>	300,87	199,93	1,8
<b>3</b>	360,94	239,94	2,6
<b>4</b>	490,41	925,17	2,1
<b>5</b>	500,78	256,28	1,9
<b>6</b>	486,25	308,88	1,6
<b>7</b>	513,48	207,27	2,2
<b>8</b>	528,38	302,62	2,6
<b>9</b>	576,19	293,80	1,7
<b>10</b>	877,18	690,14	3,0
<b>Média Geral</b>	<b>472,14</b>	<b>441,02</b>	<b>2,2</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Obs: \* Percentagem de famílias que compraram um fogão novo (à vista) em relação ao total de famílias do nível de renda.

**Tabela 63 - Preço médio de compra de uma geladeira nova (à vista)**

<b>Níveis de Renda</b>	<b>Preço Médio da Geladeira Nova (R\$)</b>	<b>Desvio Padrão (R\$)</b>	<b>Percentagem de Famílias *</b>
<b>1</b>	748,01	297,18	0,3
<b>2</b>	844,60	380,17	1,0
<b>3</b>	871,86	267,09	1,1
<b>4</b>	961,59	252,21	1,1
<b>5</b>	1131,09	589,65	1,2
<b>6</b>	1157,87	625,80	1,0
<b>7</b>	1150,50	638,71	1,0
<b>8</b>	1286,35	700,61	1,3
<b>9</b>	1643,35	645,62	1,0
<b>10</b>	1680,50	778,11	3,0
<b>Média Geral</b>	<b>1212,51</b>	<b>658,15</b>	<b>1,1</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 do IBGE.

Obs: \* Percentagem de famílias que compraram uma geladeira nova (à vista) em relação ao total de famílias do nível de renda.

**Tabela 64 - Preço médio de compra de um televisor colorido novo (à vista)**

<b>Níveis de Renda</b>	<b>Preço Médio do Televisor Colorido Novo (R\$)</b>	<b>Desvio Padrão (R\$)</b>	<b>Porcentagem de Famílias *</b>
<b>1</b>	661,56	225,08	1,3
<b>2</b>	674,46	147,53	1,9
<b>3</b>	683,01	252,55	1,9
<b>4</b>	701,71	192,81	2,3
<b>5</b>	716,15	183,53	2,3
<b>6</b>	727,45	347,46	2,8
<b>7</b>	766,50	304,99	3,7
<b>8</b>	815,73	324,51	4,6
<b>9</b>	939,37	665,94	4,1
<b>10</b>	1083,94	793,74	7,6
<b>Média Geral</b>	<b>828,00</b>	<b>504,06</b>	<b>3,0</b>

FONTE: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996.

Obs: \* Percentagem de famílias que compraram um televisor colorido novo (à vista) em relação ao total de famílias do nível de renda.

Nota-se na Tabela 62 que à medida que o nível de renda progride, o preço à vista de compra do fogão novo aumenta. Isto pode indicar tanto um comportamento de substituição de eletrodomésticos por itens novos que possuam qualidade ou marca superiores, quanto a aquisição de um segundo fogão dada as necessidades das famílias dos níveis superiores de renda. Este mesmo raciocínio aplica-se na aquisição de geladeira e televisor colorido entre os diferentes níveis de renda, conforme mostram as Tabelas 63 e 64. Supõe-se que o nível de renda pode restringir o acesso das famílias a níveis superiores de qualidade de eletrodomésticos, dado o preço elevado destes bens resultante do seu alto valor agregado.

Estes indicadores de comportamento de consumo podem ser analisados sob a ótica dos distintos cortes que a POF oferece, como região metropolitana, número de moradores, ciclo de vida da família, tipos de domicílio, categorias de despesa etc. Ressalta-se, contudo, a necessidade de atenção por parte do pesquisador aos conceitos e peculiaridades da base de dados POF.

#### **4.7. SÍNTESE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS**

Com o objetivo de sintetizar as análises efetuadas, discorrem-se neste tópico os principais resultados constatados até o momento. Primeiramente, definem-se os dez níveis de renda familiar conforme o método de classificação de recebimento familiar empregado pelo IBGE. Estes níveis constituem o principal corte para as análises subseqüentes.

A **primeira** análise é a da formação da renda bruta do domicílio. Esta pode ser proveniente de onze diferentes fontes de renda. As principais fontes nos níveis de renda inferior são oriundas

da conta própria (emprego informal, profissão ou ofício), do emprego privado, da aposentadoria pública e do emprego doméstico. Já as fontes de renda mais importantes dos níveis superiores são as oriundas do emprego privado, do emprego público, da conta própria, da aposentadoria pública e do pró-labore ou retirada no desempenho de atividade econômica. Verifica-se também que à medida que o nível de renda cresce, decrescem as rendas oriundas do emprego doméstico e da conta própria (informal, profissão ou ofício) e, em contrapartida, as rendas do emprego público, do pró-labore (ou retirada) e de aluguéis e exploração de móveis e imóveis aumentam.

A **segunda** análise refere-se as categorias de despesa familiar constantes na POF. Nota-se que cada categoria de despesa varia percentualmente de forma diferente conforme a variação do nível de renda familiar. Logo, existem categorias de despesas que crescem enquanto outras decrescem de acordo com a variação do nível de renda analisado. Verifica-se que as famílias dos níveis de renda mais baixos têm seus orçamentos familiares fortemente comprometidos com despesas mais básicas como alimentação, habitação e transporte. Já as famílias dos níveis de renda superiores têm suas principais despesas nas categorias de habitação, alimentação, saúde, investimentos e aquisição de jóias e veículos. Isto demonstra algumas diferenças de prioridade de despesa para a formação do orçamento familiar conforme o nível de renda. As análises das categorias de despesa familiar podem ser ampliadas por meio do detalhamento de cada categoria em subcategorias de despesa, chegando-se até mesmo às análises de itens individuais de despesa e seus respectivos preços médios e locais de compra. Em qualquer nível de agregação de despesas identificam-se diferenças percentuais e monetárias por conta da influência do nível de renda nos padrões de consumo das famílias.

A **terceira** análise refere-se à composição dos orçamentos familiares para cada nível de renda proposto. Verifica-se que o nível de renda influencia a forma como as famílias consomem, pois cada categoria de despesa torna-se mais ou menos relevante na composição do orçamento conforme a progressão da renda familiar. Desse modo, a análise do orçamento familiar pode explicar a forma como uma família toma suas decisões de aplicação da renda e estabelece suas prioridades de despesa. Nota-se também que a renda familiar pode ser considerada uma base de segmentação primária, pois limita ou não o acesso ao consumo familiar de bens e serviços segundo sua essencialidade ou preço. Conclui-se que a restrição orçamentária impõe um perfil de consumo para as famílias de nível de renda inferior e o acesso às categorias de despesa mais supérfluas se dá mediante o aumento da renda familiar. Constata-se isso pelo *ranking* de despesas compilado para os dez níveis de renda familiar. As cinco primeiras

categorias agregam as despesas mais básicas de uma família e representam os recursos financeiros não discricionários. Estas categorias são alimentação, habitação, transporte, saúde e vestuário, e estão presentes em todos os orçamentos familiares, principalmente nas famílias de renda inferior. Em contrapartida, as principais categorias de despesa discricionária são as relacionadas à aquisição de móveis e eletrodomésticos, lazer e recreação e aquisição de veículos. Por fim, confirma-se que a discricionariedade da renda aumenta com o progresso entre os níveis de renda.

A **quarta** análise refere-se às influências da região metropolitana no orçamento familiar. Percebe-se que dentro de um mesmo nível de renda podem existir diferenças percentuais para cada categoria de despesa e, por conseqüência, distintas composições de orçamentos familiares em função da região metropolitana. Assim, pode-se deduzir que existam diferenças de discricionariedade da renda entre as onze regiões metropolitanas e os diferentes níveis de renda familiar.

A **quinta** análise refere-se ao conjunto de variáveis demográficas que caracteriza os domicílios, define o tamanho e a composição da família, apresenta dados dos moradores, compõe o inventário de bens duráveis do lar e mostra o acesso das famílias a determinados tipos de serviços.

Nota-se que as famílias que possuem chefes com maior nível de instrução estão inseridas nos níveis superiores de renda e que a percentagem de famílias com esta característica tende a crescer com o progresso do nível de renda. Em contrapartida, as famílias cujos chefes possuam nível de instrução inferior concentram-se nos níveis de renda inferior. Por conta destas características, pode-se supor que o comportamento das curvas de categorias de despesa em função dos níveis de instrução seja similar ao comportamento das curvas em função dos níveis de renda.

O número de moradores no domicílio trata-se de outra variável demográfica passível de análise na POF. Verifica-se que as menores médias de moradores por domicílio são dos três primeiros níveis de renda, contrariando o senso de que famílias mais pobres possuam maior número de pessoas. Análises comparativas entre as diferentes regiões metropolitanas e níveis de renda demonstram que quanto maior o número de pessoas no domicílio, maior a necessidade de compartilhar a renda familiar. O aumento do número de moradores no domicílio faz com que a curva de despesas com alimentação seja ascendente no segundo e



nono níveis de renda, pois trata-se de uma despesa básica e sensível ao aumento do número de moradores. Todavia, analisando-se a curva de despesas com lazer e recreação, nota-se pequenas diferenças percentuais no segundo nível de renda, o que demonstra que esta despesa discricionária tende a se estacionar sob os efeitos tanto do número de moradores quanto da restrição orçamentária. Já no nono nível de renda, constata-se que a pessoa que mora sozinha compromete mais sua renda com lazer e recreação e, à medida que o número de moradores cresce, esta despesa também tende a estacionar de forma similar ao segundo nível de renda. Ressalta-se que estas análises podem ser efetuadas para todas as categorias de despesa tratadas nesta dissertação.

Decorrente do número de moradores do domicílio, da idade e da relação do morador com o chefe de família, propõe-se um conceito de ciclo de vida da família na POF. Os ciclos de vida demonstram diferentes comprometimentos da renda familiar com despesas de alimentação e lazer e recreação. As comparações devem ser realizadas respeitando-se o número de moradores no domicílio. Verifica-se no segundo nível de renda que os casais com mais de um filho comprometem mais o orçamento com despesas de alimentação quando a média de idade dos filhos é maior. O mesmo raciocínio aplica-se às pessoas solteiras com apenas um filho inseridas no nono nível de renda. Já as pessoas solteiras até 50 anos de idade (inclusive) comprometem mais seus rendimentos com despesas de lazer e recreação do que pessoas solteiras acima de 50 anos, em ambos os níveis de renda. Os casais sozinhos com média de idade até 40 anos (inclusive) comprometem mais seus rendimentos do que os casais com média de idade acima de 40 anos. Entende-se que estratégias mercadológicas mais precisas podem ser definidas com o tratamento destas informações e que outros tipos de cortes e análises podem decorrer do conceito de ciclo de vida da família.

Outras variáveis demográficas caracterizam o domicílio conforme o tipo, a condição de abastecimento de água e esgotamento sanitário, os números de cômodos e dormitórios do domicílio e a condição de ocupação domiciliar. Constata-se que as maiores percentagens de domicílios cujas características são rústicas ou cômodos estão nos níveis inferiores de renda. Já as percentagens de casas não rústicas decrescem com o progresso do nível de renda e transferem-se para o tipo de domicílio apartamento, cuja percentagem cresce nos níveis superiores de renda. A falta de canalização interna para abastecimento de água concentra-se nos domicílios dos três primeiros níveis de renda. No que diz respeito a condição de esgotamento sanitário, existe uma grande concentração de famílias nos quatro primeiros níveis de renda que não possuem esgotamento ou utilizam fossa rudimentar, enquanto que nos

níveis superiores de renda estas percentagens apresentam-se muito pequenas. À medida que o nível de renda cresce, aumentam-se os números de cômodos e dormitórios no domicílio e diminui-se a razão de moradores que compartilham um mesmo dormitório. No que se refere a condição de ocupação domiciliar, as famílias dos níveis superiores de renda priorizam a categoria de despesas com habitação nos seus orçamentos familiares, provavelmente em razão dos gastos com aquisição de imóveis. As percentagens de famílias que habitam em domicílios alugados não apresentam grandes diferenças entre os níveis de renda. Nota-se que as famílias dos níveis superiores de renda preferem adquirir apartamentos ao invés de casas, quando utilizam financiamentos. No caso de aluguel de imóvel para moradia, a maioria das famílias do primeiro ao oitavo níveis de renda optam para casas, enquanto que as famílias do nono e décimo níveis preferem apartamentos. Constata-se também que a maioria das famílias inseridas na condição de domicílio já pago dos níveis inferiores de renda possui moradias não rústicas, assemelhando-se as famílias dos níveis superiores.

A **sexta** análise refere-se ao inventário de bens duráveis da família e o acesso a serviços. Nota-se que as famílias dos níveis inferiores de renda não têm acesso a automóveis, enquanto que as famílias dos níveis superiores procuram adquirir o segundo automóvel. A moto não é um meio de locomoção priorizado pelas famílias de todos os níveis de renda. À medida que o nível de renda aumenta, cresce-se a percentagem de famílias que tem acesso aos diversos bens duráveis constantes na POF. Verifica-se também que os principais bens duráveis dos domicílios analisados são o fogão (98,8% da amostra), a geladeira (86,6%) e o televisor colorido (77,5%). Apesar do alto investimento, o automóvel posiciona-se na quinta colocação do *ranking* com 31,3%. De maneira similar ao inventário de bens duráveis, análises podem ser realizadas sobre o acesso a determinados serviços pelas famílias da POF nos diferentes níveis de renda. Nota-se que o acesso aos serviços financeiros de cartão de crédito e cheque especial sofre influências pelo progresso do nível de renda familiar. Pequenas percentagens de famílias dos níveis inferiores de renda têm acesso a estes serviços financeiros, podendo-se concluir que as instituições financeiras usam a variável renda familiar para segmentar seu mercado consumidor e, por conseqüência, restringem o acesso das famílias de nível inferior a estes serviços.

A **sétima** e última análise refere-se ao comportamento de consumo das famílias. Nota-se que à medida que o nível de renda progride, o preço à vista de compra de um fogão novo aumenta. Isto pode indicar tanto um comportamento de substituição de eletrodomésticos por itens novos que possuam qualidade ou marca superiores, quanto a aquisição de um segundo fogão

dada as necessidades das famílias dos níveis superiores de renda. Este mesmo raciocínio aplica-se na aquisição de geladeira e televisor colorido entre os diferentes níveis de renda. Conclui-se que o nível de renda pode restringir o acesso das famílias a níveis superiores de qualidade de eletrodomésticos, dado o preço elevado destes bens resultante do seu alto valor agregado.

Os resultados apresentados demonstram o potencial da POF para a aplicação em estudos mercadológicos, pois possui um conjunto amplo de variáveis e possíveis cortes de análise. Este é o foco do tópico a seguir.

#### **4.8. ALGUMAS APLICAÇÕES DA POF NO MARKETING**

As análises e os resultados demonstram um conjunto amplo de informações que pode ser analisado por meio da POF. Cada variável estudada revela possibilidades de aplicação da POF em diferentes estudos mercadológicos. Confirma-se, portanto, o grande potencial desta base de dados para se constituir como uma ferramenta útil na análise dos padrões de consumo familiar e definição do potencial de mercado de um produto ou serviço.

Buscando uma síntese das principais informações apresentadas nesta dissertação e as relações das mesmas com as grandes áreas de estudo do marketing, apresentam-se no Quadro 21 algumas possíveis aplicações da POF no marketing, todavia isentando-se de qualquer pretensão de identificar todas as variáveis da base de dados ou de relacioná-las com toda a amplitude de áreas do marketing.

**Quadro 21 - Possíveis aplicações da POF no marketing**

<b>Informações da POF</b>	<b>Possíveis Aplicações em Marketing</b>
<b>Renda Familiar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de segmentação demográfica</li> <li>• Definição de estratégias de qualidade e preço de produtos e serviços</li> <li>• Cálculo do potencial total de mercado de bens e serviços</li> <li>• Indicador de classe social</li> <li>• Estudo do comportamento do consumidor</li> <li>• Definição da restrição orçamentária da família</li> <li>• Definição de estratégias de comunicação e distribuição</li> <li>• A circunstância econômica é um fator pessoal que influencia o padrão de consumo de uma pessoa ou família</li> </ul>
<b>Despesa Familiar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conhecimento dos padrões de consumo das famílias</li> <li>• Definição do orçamento familiar</li> <li>• Cálculo do potencial total de mercado de bens e serviços</li> <li>• Indicador de classe social</li> <li>• Definição da prioridade de despesas da família</li> <li>• Classificação de bens e serviços</li> <li>• Pode auxiliar na caracterização de uma sociedade de consumo de massa</li> </ul>
<b>Preço dos Bens de Consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição de estratégias de qualidade e preço de produtos e serviços</li> <li>• Determinação de curvas de demanda</li> <li>• Elasticidade de preço da demanda em diferentes níveis de renda</li> <li>• Utilidade dos bens e serviços</li> <li>• Cálculo do potencial total de mercado de bens e serviços</li> <li>• Indicador de classe social</li> </ul>
<b>Quantidade Consumida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cálculo do volume médio de compra de bens e serviços</li> <li>• Cálculo do potencial total de mercado de bens e serviços</li> <li>• Definição de estratégias mercadológicas varejistas</li> <li>• Definição do comportamento de consumo</li> <li>• Base de segmentação comportamental de compra: índice de utilização de um bem ou serviço</li> </ul>
<b>Unidade de Medida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favorece a segmentação comportamental de compra</li> <li>• Definição do comportamento de consumo</li> </ul>
<b>Condição de Pagamento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favorece a segmentação comportamental de compra</li> <li>• Definição do comportamento de consumo</li> </ul>
<b>Estado de Aquisição do Bem</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favorece a segmentação comportamental de compra</li> <li>• Definição de comportamento de consumo</li> </ul>
<b>Região Metropolitana</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de segmentação geográfica</li> <li>• Cálculo do potencial de mercado de produtos e serviços em regiões específicas</li> <li>• Classificação de diferentes subculturas por região metropolitana</li> <li>• Favorece a segmentação geodemográfica (se cruzar as demais variáveis demográficas com a região metropolitana)</li> </ul>
<b>Nível de Instrução</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de segmentação demográfica</li> <li>• Definição de padrões de consumo</li> <li>• Indicador de classe social</li> <li>• Análise do ambiente de marketing</li> </ul>
<b>Número de Pessoas no Domicílio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de segmentação demográfica</li> <li>• Cálculo do potencial total de mercado de bens e serviços</li> <li>• Análise do ambiente de marketing</li> </ul>
<b>Composição da Família</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo de afinidade primário mais influente no comportamento do consumidor individual</li> <li>• Definição de família de orientação e de procriação</li> <li>• Sexo e idade dos moradores são bases de segmentação demográfica que podem determinar padrões de consumo diferenciados</li> <li>• Análise do ambiente de marketing</li> </ul>

**Quadro 21 - Possíveis aplicações da POF no marketing (continuação)**

<b>Ciclo de Vida da Família</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de segmentação demográfica</li> <li>• Definição de padrões de consumo para as diferentes composições familiares</li> <li>• O estágio do ciclo de vida é um fator pessoal ou familiar que pode determinar padrões de consumo diferenciados</li> <li>• Análise do ambiente de marketing</li> </ul>
<b>Tipo de Domicílio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de segmentação demográfica</li> <li>• Definição do padrão de moradia</li> <li>• Indicador de classe social</li> </ul>
<b>Condição de Abastecimento de Água do Domicílio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de segmentação demográfica</li> <li>• Definição do padrão de moradia</li> <li>• Indicador de classe social</li> </ul>
<b>Condição de Esgotamento Sanitário do Domicílio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de segmentação demográfica</li> <li>• Definição do padrão de moradia</li> <li>• Indicador de classe social</li> </ul>
<b>Número de Cômodos e Dormitórios do Domicílio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de segmentação demográfica</li> <li>• Definição do padrão de moradia</li> <li>• Indicadores de classe social</li> </ul>
<b>Condição de Ocupação Domiciliar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmentação demográfica</li> <li>• Definição do padrão de moradia</li> <li>• Indicador de classe social</li> </ul>
<b>Inventário de Bens Duráveis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cálculo do potencial total de mercado de móveis, eletrodomésticos e veículos</li> <li>• Estabelecimento de prioridades de compra de bens duráveis das famílias</li> <li>• Indicador de classe social</li> <li>• Pode auxiliar na caracterização da sociedade de consumo de massa</li> <li>• Pode auxiliar na definição do ciclo de vida de um produto ou serviço</li> <li>• Pode influenciar as estratégias de comunicação e promoção</li> </ul>
<b>Locais de Compra de Bens e Serviços</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição de canais de distribuição de bens e serviços</li> <li>• Definição de estratégias mercadológicas varejistas</li> <li>• Definição do ambiente de loja e nível de atendimento</li> </ul>

Fonte: elaborado a partir dos dados da POF 1995/1996 e de Kotler (2000).

Nota-se no Quadro 21 o grande potencial da POF para análises de segmentação de mercado, definição do comportamento de consumo das famílias e a determinação do potencial de mercado de produtos e serviços. O uso adequado dessas informações em estudos mercadológicos depende da construção de conceitos que respeitem as características de cada variável da POF. Dessa forma, novamente ressalta-se que a complexidade dessa base de dados deve exigir o máximo cuidado na utilização de quaisquer informações para a pesquisa de marketing.

A apresentação dos resultados e das análises efetuadas encerra-se neste momento. Logo, espera-se que os objetivos propostos nesta dissertação tenham sido alcançados por meio da investigação realizada, empreendida numa seqüência lógica de assuntos inter-relacionados capazes de esclarecer o conjunto de noções e conceitos pertinentes à temática de análise dos efeitos da renda na composição do orçamento das amostras de famílias da base de dados da POF 1995/1996 do IBGE nas onze maiores regiões metropolitanas do Brasil.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA**

Conforme a situação-problema definida, o objetivo geral desta dissertação era analisar os efeitos da renda domiciliar nos padrões de consumo da amostra de famílias de onze regiões metropolitanas do Brasil constantes na POF 1995/1996 do IBGE. Para um melhor direcionamento e detalhamento do objetivo geral, este foi desdobrado em três objetivos específicos. Entende-se que as análises realizadas atingiram cada objetivo específico e, por consequência, o objetivo geral proposto.

O primeiro objetivo específico era a análise da composição do orçamento das famílias das onze regiões metropolitanas. Mediante o estudo preliminar da base de dados da POF, foram compostas as rendas familiares e os níveis de renda, bem como foram definidas e analisadas dezessete categorias de despesas das famílias classificadas pelos respectivos níveis de renda. Concluiu-se que cada categoria de despesa possui um comportamento peculiar dado o progresso do nível de renda familiar. Logo, verificaram-se diferenças nos orçamentos familiares de cada nível.

O segundo e mais relevante objetivo específico da dissertação era a análise dos efeitos da renda domiciliar sobre os padrões de consumo das famílias das onze regiões metropolitanas tratadas na POF. Concluiu-se que a renda familiar pode gerar tanto a restrição orçamentária, para as famílias dos níveis inferiores de renda, quanto maior perspectiva de consumo, para as famílias dos níveis superiores. Notou-se que a renda é um fator fortemente restritivo das opções de consumo das famílias estudadas e influencia a formação do orçamento familiar.

Verificaram-se, também, diferenças nas prioridades de despesa entre os níveis de renda e definiu-se um conceito de padrão de comprometimento da renda familiar. Constatou-se que as despesas não discricionárias comprometiam a maior parte do orçamento das famílias dos níveis inferiores de renda, enquanto que as famílias dos níveis superiores comprometiam menor parcela do orçamento com estas despesas. Assim, concluiu-se que o progresso do nível de renda coloca as famílias em condições de consumo com maior grau de discricionariedade.

Outras variáveis da POF foram identificadas e contribuíram para a explicação dos padrões de consumo das famílias. Estas variáveis possibilitaram vários cortes de análise por região metropolitana, ciclo de vida da família, nível de instrução do chefe de família, número de pessoas no domicílio, características da família e do domicílio, entre outros. Notaram-se

diferenças nos orçamentos familiares dos níveis de renda em razão da influência de cada variável.

O último objetivo específico era sistematizar e apresentar a base de dados da POF aos estudiosos da área de marketing. Por meio da apresentação das variáveis e dos vários cortes de análise realizados, mostraram-se possíveis perspectivas de uso da POF em estudos mercadológicos, principalmente para a definição de padrões de consumo familiar, segmentação de mercado e estabelecimento do potencial total de mercado de bens e serviços. Afirma-se que a POF é uma rica fonte de informações para o desenvolvimento de conhecimentos aplicados no marketing.

Por último, entende-se que o desenvolvimento do referencial teórico apresentado nesta dissertação foi uma modesta contribuição para futuras discussões dos efeitos da renda familiar sobre os padrões de consumo sob o prisma da teoria do marketing.

### **5.1. LIMITAÇÕES DA PESQUISA**

Esta dissertação, como é comum em trabalhos acadêmicos desta natureza, sujeita-se a um conjunto de limitações tanto conceituais quanto metodológicas. As principais limitações identificadas nesta pesquisa são:

- A inexistência de dados mais recentes da POF para a realização de uma análise longitudinal do orçamento do consumidor e dos padrões de consumo é uma limitação das possibilidades de estudo desta dissertação;

- O referencial teórico pode ser ampliado com literatura específica de microeconomia, contudo optou-se pelo levantamento bibliográfico de informações sobre a renda do consumidor em estudos e livros específicos da área de marketing;

- As análises poderiam ser feitas para a população das onze regiões metropolitanas, contudo restringiram-se à amostra de domicílios constantes na POF. O IBGE indica um fator de expansão da amostra para toda população que não foi utilizado nesta dissertação. Justifica-se esta medida em razão da região metropolitana de Belém receber “zero” neste fator, pois o IBGE alega que os dados oriundos desta região não são confiáveis para a ampliação da amostra para toda a população. Dessa forma, o fator de expansão da amostra não foi utilizado, pois excluiria os dados amostrais da referida região;

- O emprego de estatística descritiva tem por objetivo descrever e analisar a amostra de famílias da POF sem a pretensão de propor conclusões de caráter mais genérico. Logo, não foram realizadas análises utilizando-se a inferência estatística, que objetiva inferir, induzir ou estimar leis de comportamento de consumo de toda a população;

- Os cálculos de preços dos bens de consumo são dificultados pelo objetivo da POF de analisar apenas as categorias de despesa, sem preocupar-se de forma consistente com o preço, as quantidades e a unidade de medida do bem adquirido pela família;

- O estudo poderia realizar de forma mais aprofundada as análises do efeito da renda familiar no padrão de consumo, valendo-se de técnicas de análise multivariada para enriquecimento dos resultados e das conclusões.

## **5.2. RECOMENDAÇÕES DE ESTUDOS FUTUROS**

Por meio das análises e resultados apresentados nesta dissertação, entende-se que a base de dados POF pode ser mais explorada em estudos mercadológicos. Seu amplo conjunto de informações sobre orçamento familiar pode ser alvo de sistemáticos estudos que objetivem explicar com maior profundidade as influências da renda familiar e da restrição orçamentária nas decisões de compra e nos padrões de consumo de uma família. Dessa forma, seguem abaixo algumas propostas de estudos futuros que poderão orientar os pesquisadores da área de marketing neste caminho a ser perseguido:

- Investigar com maior profundidade a influência da renda familiar no comportamento de compra do consumidor;

- Propor um modelo de pesquisa ajustado que trate melhor o problema da renda e do orçamento familiar;

- Ampliar e consolidar a literatura que trata da renda do consumidor;

- Aprofundar as discussões de despesa discricionária e não discricionária de uma família;

- Estudar possíveis relações existentes entre o inventário de bens duráveis e as despesas com aquisição de móveis e eletrodomésticos da família;

- Analisar a sazonalidade das despesas familiares;

- Estudar a relação existente entre o orçamento familiar e as variáveis demográficas da POF;



- Estudar os padrões de consumo das famílias brasileiras, valendo-se do cruzamento de dados da PNAD (Pesquisa Nacional de Amostragem Domiciliar) com a POF;
- Estudar a evolução dos padrões de consumo por meio da comparação deste estudo com a nova POF (2002/2003) que está sendo preparada pelo IBGE.

## REFERÊNCIAS

Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT. **NBR 6023** – informação e documentação - referências - elaborações. Rio de Janeiro, ago. 2002.

Associação Nacional de Empresas de Pesquisa - ANEP. **Critério de classificação econômica Brasil**. Disponível em <<http://www.anep.org.br/codigosguias/CCEB.pdf>>. Acesso em: 21/07/2004.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução de Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos Ed.; Lisboa: Edições 70, 1995.

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. **Consumer behavior**. 9th ed. Ohio: South-Western, 2001.

BONE, Paula F. *Identifying mature segments*. **The Journal of Consumer Marketing**. vol. 8, n. 4; ABI/INFORM Global, p. 19-31, Fall 1991.

BUENO, Francisco da Silveira. **Dicionário escolar da língua portuguesa**. 11. ed. 9ª tiragem. Rio de Janeiro: FAE, 1985.

CHURCHILL, G. A. **Marketing research: methodological foundations**. Chicago: The Dryden Press, 1987.

COBRA, Marcos H. N. **Administração de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

COMMURI, Suraj; GENTRY, James W. *Opportunities for family research in marketing*. **Academy of Marketing Science Review**. vol. 2000, n. 8; Disponível em <<http://www.amsreview.org/articles/commuri08-2000.pdf>>. Acesso em: 23/07/2004.

DIAS, Sérgio R. (Org.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.

EASTMAN, Jacqueline K.; GOLDSMITH, Ronald E.; FLYNN, Leisa R. *Status consumption in consumer behavior: scale development and validation*. **Journal of Marketing Theory and Practice**. p. 41-50, Summer 1999.

ENGEL, James F; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. **Consumer behavior**. 8th ed. The Dryden Press, 1995.

**FOLHA de São Paulo:** Ranking 2003 (em US\$ bilhões). Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u74486.shtml>>. Acesso em: 21/07/2004.

GALVES, Carlos. **Manual de economia política atual**. 8. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1983.

HEATH, Chip; SOLL, Jack B. *Mental budgeting and consumer decisions*. **Journal of Consumer Research**. vol. 23; p. 40-52, June 1996.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. Tradução técnica: Arão Sapiro. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **Censo demográfico 2000 – resultados do universo**. Disponível em <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>. Acesso em: 11/06/2003.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de orçamentos familiares 1995-1996 - POF**. Rio de Janeiro, 15 set. 1996. CD-ROM.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de orçamentos familiares 1985-1986: instruções para o entrevistador**. Rio de Janeiro, 1986.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**. Tradutora: Helena Mendes Rotundo. São Paulo: EPU, 1980.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

\_\_\_\_\_. **Princípios de marketing**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 1993.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

\_\_\_\_\_. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 1980.

LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MACHADO, Antonio. Consumo inicia recuperação, mas falta força para arrancar. **Cidade Biz**. Disponível em <<http://ultimosegundo.ig.com.br/useg/cidadebiz>>. Acesso em: 03/09/2003.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARTINS, Gilberto de Andrade (Org.). **Manual do mestrando e doutorando da FEA**. Disponível em <[www.eac.fea.usp.br](http://www.eac.fea.usp.br)>. Acesso em 29/07/2004.

MATSUYAMA, Kiminori. *The rise of mass consumption societies*. **Journal of Political Economy**, Chicago, v. 110, n. 5, 2002.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de marketing - edição compacta**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

\_\_\_\_\_. Por que os métodos de classificação socioeconômicos utilizados no Brasil não funcionam. **Anais do 20º ENANPAD 1996**. Disponível em <<http://fauze.com.br/artigo07.htm>>. Acesso em: 24/05/2003.

MOWEN, John C.; MINOR, Michael S. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

O'SHAUGHNESSY, John; O'SHAUGHNESSY, Nicholas J. *Marketing, the consumer society and hedonism*. **European Journal of Marketing**, v. 36: 524-547, n. 5/6, 2002.

PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000.

PINTO, Aníbal; FREDES, Carlos; MARINHO, Luiz C. **Curso de economia - elementos de teoria econômica**. Rio de Janeiro: Unilivros, 1983.

RAU, Pradeep; SAMIEE, Saeed. *Models of consumer behavior: the state of the art*. **Journal of the of Marketing Science**. vol. 9, n. 3, p. 300-316, Summer 1981.

REDMOND, Willian H. *Exploring limits to material desire: the influence of preferences vs. plans on consumption spending*. **Journal of Economic Issues**. vol. 35, 3; ABI/INFORM Global, p. 575, Sep. 2001.

RINDFLEISCH, Aric; BURROUGHS, James E.; DENTON, Frank. *Family structure, materialism, and compulsive consumption*. **Journal of Consumer Research**. vol. 23, n. 4; ABI/INFORM Global, p. 312, March 1997.

ROCHA, Angela da; CHRISTENSEN, Carl. **Marketing: teoria e prática no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROCHA, Edgar A. **Princípios de economia**. 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.

ROSSETTI, José P. **Introdução à economia**. 15. ed. rev. atual. ampl. São Paulo: Atlas, 1991.

SHETH, Jagdish N.; MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I. **Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.

VIEIRA, Valter A. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **Revista FAE**, v. 5, p. 61-70, n. 1, jan./abr. 2002.

WATSON, John J. *A cross-cultural comparison of the explanatory power of materialism and life cycle stage for important possessions*, 1999. Disponível em <<http://marketing.byu.edu/htmlpages/ccrs/proceedings99/watson.htm>>. Acesso em: 22/07/2004.

WILLIAMS, Colin C.; WINDEBANK, Jan. *Acquiring goods and services in lower income populations: an evaluation of consumer behaviour and preferences*. **International Journal of Retail & Distribution Management**. vol. 29, n. 1; p. 16, Bradford: 2001.