

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO

FRANCISCO ILSON SARAIVA JUNIOR

**SEGMENTAÇÃO DE MERCADOS PELO ESTÁGIO NO CICLO DE VIDA FAMILIAR:
O MODELO BRASILEIRO**

SÃO PAULO
2010

FRANCISCO ILSO N SARAIVA JUNIOR

**SEGMENTAÇÃO DE MERCADOS PELO ESTÁGIO NO CICLO DE VIDA FAMILIAR:
O MODELO BRASILEIRO**

Tese apresentada à Escola de
Administração de Empresas de São
Paulo da Fundação Getúlio Vargas,
como requisito para obtenção do título
de Doutor em Administração de
Empresas

Campo de conhecimento:
Gestão do Lazer e Turismo

SÃO PAULO
2010

FRANCISCO ILSON SARAIVA JUNIOR

**SEGMENTAÇÃO DE MERCADOS PELO ESTÁGIO NO CICLO DE VIDA FAMILIAR:
O MODELO BRASILEIRO**

Tese apresentada à Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, como requisito para obtenção do título de Doutor em Administração de Empresas

Campo de conhecimento:
Gestão do Lazer e Turismo

Data de aprovação:

___/___/___

Banca Examinadora

Profa. Dra. Gisela B. Taschner (orientadora)
FGV-EAESP

Prof. Dr. Luís Henrique Pereira
FGV-EAESP

Prof. Dr. Marcos Henrique Nogueira Cobra
FGV-EAESP

Prof. Dr. Eduardo André Teixeira Ayrosa
EBAPE-FGV

Prof. Dr. George Bedinelli Rossi
USP Leste

Dedico este trabalho

Aos meus pais Francisco e Clemencia,
pelo apoio e exemplo.

À minha irmã, pelo companheirismo e
amizade.

Aos pequenos João Pedro e Lucas pelos
momentos de alegria e descontração.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho representou uma grande conquista pessoal atingida com muito empenho, esforço e apoio de inúmeras pessoas. Certamente, palavras não poderão retribuir o incentivo, ajuda e as contribuições de cada um, mas de qualquer forma gostaria de formalizar meus agradecimentos

À minha orientadora, professora Gisela Black Taschner pela valiosa e imprescindível orientação e paciência.

Ao professor Wilton Bussab, pelo tempo e sabedoria dedicados às orientações estatísticas e pela contribuições que ajudaram a aprimorar este trabalho.

Minha gratidão a todos os professores que tive durante a fase monográfica e a todos os funcionários da Escola, principalmente ao Sr. Osvaldo, da biblioteca e a Eliane e prof. Parente, do departamento de Mercadologia.

Também tiveram uma grande contribuição para este trabalho a professora Tânia M. V. Limeira e o professor Luís Henrique Pereira, membros da minha banca de qualificação e que providenciaram preciosas indicações de formas de aprimoramento deste trabalho.

Ao professor Marcos Cobra não tenho como expressar meu respeito e admiração por este grande mestre. Seu cavalheirismo e sabedoria ficarão para sempre como fonte inspiração.

Agradeço também aos professores membros da banca de avaliação pela disposição em dedicar algumas horas para a apreciação deste trabalho.

Seguramente, muito do trabalho escrito aqui não teria sido possível sem a colaboração destes mestres.

Gostaria de agradecer à Fundação Getulio Vargas pelo apoio financeiro proporcionado durante o curso.

Obrigado também aos meus empregadores durante o curso, que foram compreensíveis em relação os horários dedicados às aulas. À TV Globo, ao Ricardo Esturaro e Dirce Arcoverde, e à FutureBrand, na figura da Ana Moura e Susan Bétts.

À todos meus amigos gostaria de agradecer pelo apoio e companheirismo. Cada um de vocês sabe da importância que tem na minha vida. Julio, JP, Rodrigo, Pat, Alice, Carlão, Letícia, Vi, Cris, Julio e Fabio. O universo conspira a nosso favor. Amo vocês!

Por fim, meu mais profundo agradecimento àqueles que sempre estiveram do meu lado me apoiando e que são o verdadeiro motivo das minhas conquistas: minha família. Este trabalho é para vocês, espero que se orgulhem dele tanto quanto eu.

Aos meus tios (as), em especial à Rita, primos (as), em especial à Ju e Dani, avós, cunhado e demais parentes obrigado por fazerem parte da minha vida. Ao vovô Prata, vô Tião, tio Ges e meu padrinho Cid, eu espero que se orgulhem deste trabalho “aí de cima”.

Um agradecimento singular à minha vó Lola pelo exemplo de força de vida e garra, meu eterno carinho e admiração. Aos meus pais, Francisco e Clemencia, agradeço pela formação e por todos os princípios transmitidos que me auxiliam a escolher o melhor caminho a trilhar. À minha irmã, Ana Claudia, pelo companheirismo, amor e pelos dois presentes que amo demais, o pequeno Lucas e meu afilhado João Pedro. Essa conquista é nossa!

E acima de tudo meu agradecimento a Deus. Obrigado por tudo querido Pai!

"O que os homens realmente querem não são
conhecimentos, mas certezas."

Bertrand Russel

RESUMO

Apesar de toda discussão sobre a crise na instituição família em função das amplas mudanças ocorridas na sociedade contemporânea, tais como o aumento dos domicílios unipessoais, das famílias chefiadas por mulheres, da média de idade ao se casar, de casais que convivem no mesmo domicílio sem necessariamente estarem casados, da participação da mulher no mercado de trabalho e do crescente poder de compra dos domicílios, o conceito “família” vem se flexibilizando para refletir as transições da rígida estrutura familiar nuclear para novos modelos familiares e os estilos de vida associados a eles.

O desafio passa a ser um olhar minucioso para as necessidades específicas desta diversidade de arranjos familiares para uma melhor compreensão dos seus desejos e motivações, bem como as mudanças no decorrer dos vários estágios do ciclo de vida.

O presente estudo apresenta o construto ciclo de vida familiar como uma importante ferramenta de segmentação, a partir da definição de padrões de consumo de acordo com os principais eventos da vida do indivíduo e da família.

Este trabalho traz uma revisão dos principais modelos de ciclo de vida para posteriormente apresentar e validar um modelo específico para o ambiente brasileiro a partir dos microdados de uma pesquisa feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em 2002 e 2003.

Um das grandes contribuições deste trabalho é o esforço em desenvolver uma teoria de Marketing, em especial na área de segmentação de mercados, adaptada à realidade brasileira, ao invés de simplesmente copiar modelos desenvolvidos em outros países.

ABSTRACT

In spite of all discussion about the crisis in family as a institution due to the widespread changes which contemporary society has been undergoing such as the increase of single-person households, single-parent families headed by the mother, the older age for marrying for the first time, the growing number of unmarried couples cohabiting, the rise in the number of women in the job market and the growth in purchasing power of households, family has become a flexible concept term, which reflects the transitions from the rigid structure of the nuclear family to an addition of family forms and lifestyles.

So the challenge is to look closer at the needs of diverse family structures and arrangements to better understand their needs and desires through various life events.

This present study has explored the family life cycle as an important segmentation criteria, as it establishes consumption patterns over the life span.

This paper reviews the family life cycle models which have been most referred in the literature in order to validate a model adapted to the particular characteristics of Brazil environment by considering the micro data of an empirical research made by Brazilian Institute for Geography and Statistics in 2002 and 2003.

This article contributes to the fact that Brazil is endeavoring to find its own way to market its goods and services, with especial attention being given to market segmentation, instead of passively using foreign models.

LISTA DE ESQUEMAS

Esquema 1 – O processo de segmentação de mercado	38
Esquema 2 – O modelo de ciclo de vida familiar de Rowntree	41
Esquema 3 – O modelo de ciclo de vida familiar de Wells e Gubar	59
Esquema 4 – O modelo de ciclo de vida familiar de Murphy e Staples	64
Esquema 5 – O modelo de ciclo de vida familiar de Murphy e Staples, com destaque para os fluxos alternativos	65
Esquema 6 – O modelo de ciclo de vida familiar de Murphy e Staples, com destaque para os fluxos reciclados	66
Esquema 7 – O modelo de ciclo de vida familiar de Gilly e Enis	72
Esquema 8 – O modelo de ciclo de vida familiar de Redondo-Bellon, Royo-Vela e Aldás-Manzano	76
Esquema 9 – O modelo de ciclo de vida familiar de Du e Kamakura	83
Esquema 10 – O modelo de ciclo de vida familiar brasileiro	113
Esquema 11 – Diagrama de agrupamento que mostra a variação entre e dentro agrupamento	117
Esquema 12 – O construto ciclo de vida familiar	122

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Distribuição percentual dos arranjos familiares residentes em domicílios particulares, segundo o tipo – Brasil – 2007	88
Gráfico 2 – Número de pessoas por domicílio por região – Brasil – 2007	90
Gráfico 3 – Número de moradores por domicílio – Brasil – 2007/2008	90
Gráfico 4 – Arranjos familiares residentes em domicílios particulares, em distribuição percentual, segundo os tipos de arranjos– Brasil – 2007	91
Gráfico 5 – Distribuição das famílias residentes em domicílios particulares, segundo o tipo de arranjo familiar - Brasil – 1970 / 2007	93
Gráfico 6 – Taxa de nupcialidade legal – Brasil – 1998/2008	94
Gráfico 7 – Proporção de casamentos entre solteiros e recasamentos – Brasil – 1998/2008	94
Gráfico 8 – Taxa geral de divórcios – Brasil – 1998/2008	95
Gráfico 9 – Distribuição percentual dos arranjos familiares, por sexo da pessoa de referência – Brasil – 2007	96
Gráfico 10 – Esperança de vida ao nascer por gênero – Brasil – 1998/2008	98
Gráfico 11 – Pirâmide etária absoluta – Brasil – 1990	99
Gráfico 12 – Pirâmide etária absoluta – Brasil – 2010	100
Gráfico 13 – Pirâmide etária absoluta – Brasil – 2020	100
Gráfico 14 – Pirâmide etária absoluta – Brasil – 2050	101
Gráfico 15 – Taxa de atividade por gênero - Brasil – 1993/2003	103
Gráfico 16 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com brinquedos e recreação, modelo 1	130
Gráfico 17 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com brinquedos e recreação, modelo 1	130
Gráfico 18 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com brinquedos e recreação, modelo 1.	131
Gráfico 19 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com brinquedos e recreação, modelo 2	133

Gráfico 20 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com brinquedos e recreação, modelo 2	134
Gráfico 21 – Diagrama de dispersão da variável dependente - despesas com brinquedos e recreação, modelo 2	134
Gráfico 22 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com viagens, modelo 3	136
Gráfico 23 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com viagens, modelo 3	137
Gráfico 24 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com viagens, modelo 3	137
Gráfico 25 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com viagens, modelo 4	139
Gráfico 26 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com viagens, modelo 4	140
Gráfico 27 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com viagens, modelo 4	140
Gráfico 28 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com diversões e esporte, modelo 5	143
Gráfico 29 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com diversões e esporte, modelo 5	143
Gráfico 30 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com diversões e esporte, modelo 5	144
Gráfico 31 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com diversões e esporte, modelo 6	146
Gráfico 32 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com diversões e esporte, modelo 6	147
Gráfico 33 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com diversões e esporte, modelo 6	147
Gráfico 34 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com alimentação fora, modelo 7	150

Gráfico 35 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com alimentação fora, modelo 7	150
Gráfico 36 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com alimentação fora, modelo	151
Gráfico 37 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com alimentação fora, modelo 8	153
Gráfico 38 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com alimentação fora, modelo 8	154
Gráfico 39 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com alimentação fora, modelo 8	154
Gráfico 40 - Média de gastos com diversões e esportes por estágio no ciclo de vida	157
Gráfico 41 – Média de gastos com viagens por estágio no ciclo de vida	158
Gráfico 42 – Média de gastos com diversões e esportes por estágio no ciclo de vida	158
Gráfico 43 – Média de gastos com alimentação fora por estágio no ciclo de vida	159

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Definições de segmentação de mercado por ordem cronológica	32
Quadro 2 – Tipo de lazer de acordo com o período familiar	46
Quadro 3 – Percentual de famílias horas gastas por semana em atividades de recreação fora do domicílio	48
Quadro 4 – Visões Alternativas do Ciclo de Vida Familiar	54
Quadro 5 – Os modelos de ciclo de vida familiar e sua contribuição teórica	56
Quadro 6 – Categorias de consumos testadas por Redondo-Bellon, Royo-Vela e Aldás-Manzano	78
Quadro 7 – Categorias de consumo analisadas	118
Quadro 8 – Resumo dos resultados do teste Scheffe	121
Quadro 9 – Codificação dummy da variável estágio no ciclo de vida familiar	124
Quadro 10 – Regras práticas sobre o valor de coeficiente de correlação	125

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Comparação das variáveis Idade e Ciclo de Vida Familiar	60
Tabela 2 - Comparação dos modelos de ciclo de vida familiar - Wells e Gubar (1966), Murphy e Staples (1979) e Gilly e Enis (1982)	68
Tabela 3 - Estado inicial estimado (π) e probabilidades de transição entre os estágios de ciclo de vida familiar (a)	84
Tabela 4 - Percentual de domicílios por categoria de gastos e investimentos, por estágio no ciclo de vida familiar	85
Tabela 5 - Número de famílias e média de pessoas por família – Brasil - 1970/2007	89
Tabela 6 - Distribuição de pessoas que vivem sozinhas, por gênero e faixas etárias, Brasil – 2007	97
Tabela 7 - Unidades domésticas, em domicílios particulares, segundo o tipo de arranjo familiar	117
Tabela 8 - Resultados teste ANOVA por categoria de consumo	120
Tabela 9 - Resumo do modelo para despesas com brinquedos e recreação, sem o ciclo de vida familiar	129
Tabela 10 - Resumo do modelo para despesas com brinquedos e recreação, com o ciclo de vida familiar	133
Tabela 11 - Resumo do modelo para despesas com viagens, sem o ciclo de vida familiar	136
Tabela 12 - Resumo do modelo para despesas com viagens, com o ciclo de vida familiar	139
Tabela 13 - Resumo do modelo para despesas com diversões e esporte, sem o ciclo de vida familiar	142
Tabela 14 - Resumo do modelo para despesas com diversões e esporte, com o ciclo de vida familiar	146
Tabela 15 - Resumo do modelo para despesas com alimentação fora, sem o ciclo de vida familiar	149

Tabela 16 - Resumo do modelo para despesas com alimentação fora, com o ciclo de vida familiar	153
Tabela 17 - Comparação geral dos modelos de regressão, com e sem o ciclo de vida familiar	156

LISTA DE SIGLAS

AMA.....	American Marketing Association
DINC.....	Double Income and No Children
IBGE.....	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
NOMADS.....	Núcleo de Estudos Habitares Interativos
PNAD.....	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PNDS.....	Pesquisa Nacional de Demografia e Saúde
POF.....	Pesquisa de Orçamentos Familiares

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	21
1.1	Apresentação do tema	22
1.2	Formulação do problema	23
1.3	Objetivos	24
1.4	Justificativa teórica	25
1.5	Estrutura da tese	28
2	SEGMENTAÇÃO DE MERCADO	30
2.1	Requisitos à segmentação de mercado	33
2.2	Bases de segmentação de mercado	35
2.3	Vantagens da segmentação de mercado	36
2.4	O processo de segmentação de mercado	37
3	O CONCEITO DE CICLO DE VIDA FAMILIAR	40
3.1	Ciclos de vida familiar e atividades de lazer	43
3.2	Críticas ao conceito ciclo de vida familiar	49
4	MODELOS DE CICLO DE VIDA FAMILIAR	53
4.1	O modelo de Wells e Gubar (1966)	57
4.2	O modelo de Murphy e Staples (1979)	62
4.3	O modelo de Gilly e Enis (1982)	69
4.4	O modelo de Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldás-Manzano (2001)	73
4.5	O modelo de Du e Kamakura (2006)	80
4.6	Considerações acerca dos modelos apresentados	86
5	A FAMÍLIA BRASILEIRA HOJE	87
5.1	Os arranjos familiares	89
5.2	O envelhecimento da população	98
5.3	A participação feminina no mercado de trabalho	102

5.4	Crise na instituição “família”?	104
6	O MODELO DE CICLO DE VIDA FAMILIAR PARA O BRASIL	106
6.1	Aspectos metodológicos	106
6.2	O modelo brasileiro de ciclo de vida familiar	109
7	RESULTADOS	114
7.1	Validação da abrangência do modelo proposto	114
7.2	Validação das diferenças entre os agrupamentos	116
7.3	Validação da utilidade do construto ciclo de vida familiar	121
	7.3.1 Despesas com brinquedos e recreação	127
	7.3.2 Despesas com viagens	134
	7.3.3 Despesas com diversões e esportes	140
	7.3.4 Despesas com alimentação fora	147
	7.3.5 Comparação dos modelos avaliados	155
7.4	Comportamento de consumo por estágio no ciclo de vida familiar	157
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	160
4.1	Conclusões gerais	160
4.2	Limitações do Estudo	162
4.3	Sugestões para Pesquisa Futuras	162
	REFERÊNCIAS	164
	APÊNDICE	178
	APÊNDICE A – Exame dos resíduos para a simulação de regressão múltipla para variáveis sem a transformação logarítmica - despesas com diversões e esportes	178
	APÊNDICE B – Exame dos resíduos para a simulação de regressão múltipla para variáveis sem a transformação logarítmica - despesas com diversões e esportes	180

APÊNDICE C – Exame dos resíduos para a simulação de regressão múltipla para variáveis sem a transformação logarítmica - despesas com diversões e esportes	182
APÊNDICE D – Exame dos resíduos para a simulação de regressão múltipla para variáveis sem a transformação logarítmica - despesas com diversões e esportes	184
ANEXOS	186
ANEXO A – NOTAS TÉCNICAS IBGE	186

1. Introdução

O projeto desta tese começou a ser desenhado no início de 2004 ao ingressar no Mestrado em Administração de Empresas na linha de pesquisa Gestão do Lazer e Turismo.

Naquela ocasião, surgiu a idéia de avaliar como os estilos de vida associados às atividades de lazer variam de acordo com os novos papéis assumidos pelo indivíduo por causa das grandes transições na estrutura familiar, tais como casamento, nascimento dos filhos, morte de um dos cônjuges entre outros.

Afinal, ainda que a ocupação e o status social, enquanto determinantes do nível de renda e da bagagem cultural adquirida, influenciem nas escolhas das atividades de lazer, estes não são fatores exclusivamente determinantes, pois o contexto das escolhas das atividades de lazer está mais relacionado à família do que à atividade profissional e ao status (KELLY, 1975).

O ponto inicial para este projeto era a escolha de um modelo de ciclo de vida familiar pronto para ser aplicado no Brasil. Entretanto, ao iniciar a pesquisa pelos modelos existentes pude constatar que alguns destes ou eram muito antigos e, portanto, não consideravam as mudanças sócio-demográficas que caracterizam a sociedade contemporânea, ou foram desenvolvidos em culturas diferentes da brasileira.

Então, o ponto de dúvida era saber se estes modelos poderiam ser aplicados diretamente no Brasil sem a necessidade de alguma adaptação.

No projeto de mestrado iniciei esta busca por um modelo brasileiro e o resultado foi a comprovação estatística de que existiam diferenças significativas para gastos em atividades no lazer para cada estágio do ciclo de vida da família.

Entretanto, para realmente validar um modelo brasileiro não basta apenas comprovar estatisticamente as diferenças entre os grupos. É necessário também verificar a representatividade do modelo na sociedade brasileira e a utilidade do construto ciclo de vida familiar como variável capaz de prever os gastos relacionados a cada estágio para atividades de lazer.

Assim, a necessidade e urgência de um modelo foram se constituindo o escopo principal deste trabalho e se sobrepondo à idéia inicial de avaliar o significado do lazer e os fatores determinantes para as escolhas das atividades.

1.1 Apresentação do tema

Inúmeras discussões vêm ocorrendo sobre a crise na instituição 'família' em virtude do declínio do casamento, da banalização do divórcio, do crescimento da concubinação e das famílias unipessoais e monoparentais. Entretanto, o que se observa é uma transição de uma estrutura rígida de família nuclear para o surgimento de uma pluralidade de novos modelos familiares (PEIXOTO; SINGLY; CICHELLI, 2000).

Yankelovich (1981) atribui o crescimento dos domicílios não-tradicionais ao fortalecimento dos valores individuais, das aspirações de realizações pessoais, das novas normas das posturas sexuais e da orientação da mulher para o mercado de trabalho.

Esta rápida transformação da realidade sócio-demográfica implica em novas metodologias e instrumentos de análise que incorporem as relações estruturais da família brasileira e possam ajudar o entendimento das práticas de consumo destas famílias.

Novos estilos de vida surgem com os novos arranjos familiares. Como contrapartida a essa diversidade de estruturas familiares está se desenvolvendo um amplo e variado conjunto de demandas.

O ciclo de vida familiar atua como uma variável capaz de sumarizar os efeitos combinados da situação econômica, idade e importantes acontecimentos da vida, tais como casamento, nascimento e independência dos filhos, aposentadoria e morte.

Entretanto, trabalhos recentes sobre a produção acadêmica nacional em relação à segmentação de mercado (Mattar, 1994; Santos; Rimoli, 1995) demonstram que, de modo geral, as variáveis sócio-demográficas ainda não têm sido devidamente incorporadas nos estudos de Marketing no país.

Portanto, a pesquisa realizada nesta tese serve a dois propósitos principais:

- Avançar nos estudos acadêmicos relacionados ao tema Segmentação de Mercados, ampliando modelos já testados por outros autores e validando um modelo teórico para a realidade brasileira; e
- Orientar ações dos profissionais de marketing no setor público e privado, em especial no que tange às necessidades e desejos da família brasileira contemporânea nas decisões sobre as atividades de lazer.

1.2 Formulação do problema

A partir da temática mencionada anteriormente, chega-se a algumas questões que esta tese tem por objetivo responder, a saber:

- As mudanças sócio-demográficas presenciadas no Brasil nos últimos 30 anos reforçam a necessidade de rever conceitos sobre a instituição “família”?

- Os padrões de consumo no lazer diferem em função do estágio de ciclo de vida familiar?
- Há necessidade de formular um modelo brasileiro para prever as alterações de comportamento no lazer ou é possível replicar algum modelo desenvolvido fora do Brasil?
- Grande parte dos domicílios brasileiros está representada neste modelo proposto?
- Este modelo proposto, além de abrangente, é relevante para prever os gastos em atividades de lazer?
- É possível aplicar os modelos norte-americanos sem nenhuma adaptação à realidade brasileira?

Tais perguntas serão respondidas com base na rejeição ou não rejeição das hipóteses que serão apresentadas no sexto e sétimo capítulos.

1.3 Objetivos

O objetivo geral desta tese é: desenvolver e validar um modelo teórico aplicado à realidade brasileira que integre as alterações nos padrões de consumo nas atividades de lazer em função das mudanças nos estágios de ciclo de vida da família.

1.4 Justificativa teórica

Até meados da década de 1950, a mulher brasileira de classe média urbana, aos seus quinze anos de idade, almejava alcançar uma trajetória de vida familiar vista como ideal, que consistia em casar, ter filhos e permanecer casada até o final da sua vida, que era por volta dos cinquenta anos (GOLDANI, 1993). Assim como sua mãe, ela fora educada para ser dona de casa e se realizar por meio das realizações dos filhos e do marido (DYCHTOWALD, 2003).

Em 2000, esta mulher aos vinte e quatro anos pode estar ou não casada e, talvez, nem deseje casar. Pode estar iniciando uma sólida carreira profissional, ou nem ter decidido sua profissão. Talvez ela more fora de seu país por algum tempo ou volte a estudar. Quanto aos filhos, pode tê-los em dez ou vinte anos com um parceiro estável, com mais de um parceiro ou por meio de uma inseminação artificial. (DYCHTOWALD, 2003).

O modelo clássico de família, formado pelo pai provedor, a mãe dona de casa e os filhos, vem cedendo espaço para um novo padrão domiciliar com o aumento proporcional de novos arranjos.

No passado, os ciclos de vida eram mais previsíveis. Hoje, não é mais possível pensar em uma trajetória de vida linear e padronizada com um fluxo tradicional de nascimento, educação, trabalho, casamento, família, aposentadoria e morte.

Portanto, não é possível mais pensar apenas na idade ou renda como um indicador de quem somos ou do que fazemos, a que grupo pertencemos ou quais são as nossas necessidades de produtos e serviços.

Apesar de a sociedade brasileira apresentar grandes disparidades sociais, tornando o rendimento médio familiar uma variável de extrema relevância na determinação do perfil e nível de consumo familiar de bens e serviços, outras variáveis como o ciclo vital da

família e seu tamanho também contribuem para modelar os padrões de despesas familiares.

Wilkes (1995) destaca que Wells e Gubar (1966) foram pioneiros ao utilizar os dados do censo norte-americano para segmentar indivíduos pela idade ou pelo ciclo de vida e comprovar que, para algumas categorias, o ciclo de vida tem um poder discriminatório melhor que a idade. Por exemplo, a presença da esposa era mais determinante para a posse de uma casa própria do que a idade ou a renda (WELLS; GUBAR, 1966).

Ao incorporar estilo de vida, renda e os diferentes padrões de gastos, de acordo com as transições na estrutura familiar, o conceito de ciclo de vida familiar é uma ferramenta útil para explicar o comportamento do consumidor (SCHANINGER; DANKO, 1993).

“A utilização do conceito de ciclo de vida permite apreender a dinâmica interna do núcleo familiar como uma estratégia voltada para a busca de equilíbrio entre os recursos disponíveis em cada fase e as necessidades a serem satisfeitas.” (BRUSCHINI, 1990, p.44).

O ciclo de vida familiar envolve não apenas as mudanças na distribuição de recursos e no poder de compra associados às transições familiares, mas também as necessidades e desejos para gastar tais recursos.

As pesquisas relacionadas aos estágios do ciclo de vida de uma família têm origem na Sociologia, mas rapidamente foram se espalhando para outras áreas do conhecimento, como a Psicologia, nos estudos sobre disfunções familiares; Economia, nas análises sobre renda e composição familiar; Arquitetura, no planejamento urbano e imobiliário; e Marketing, em especial nos estudos sobre comportamento do consumidor e segmentação de mercado.

A segmentação de mercado torna-se uma das decisões mais estratégicas de uma empresa (KOTLER, 1997; MC DONALD, 1995) em uma sociedade caracterizada pela crescente individualização e saturada de símbolos e imagens, abrindo espaço para a

expressão pessoal e demanda individual de uma variedade de produtos e serviços (FEATHERSTONE, 1995).

A segmentação é baseada no suposto de que os consumidores são diferentes e podem ser agrupados de acordo com preferências pessoais, necessidades de compra e padrões de comportamento. Assim, as empresas podem desenvolver planos de marketing específicos e conseguir uma efetividade maior do que trabalhando com um mercado padrão (BEANE; ENNIS, 1987; ROBERTS, 1963; TOLEDO, 1972).

Diferentes padrões de consumo, de acordo com o estágio do ciclo de vida, têm sido objeto de pesquisa nos últimos anos em diversos países (DU; KAMAKURA, 2006; ISO-AHOLA; JACKSON; DUNN, 1994; REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001; SCHANINGER; DANKO, 1993; WAGNER; HANNA, 1983; entre outros).

Apesar do entendimento de que os eventos que marcam as transições dos ciclos de vida (casamento, filhos, separação e aposentadoria) são universais, um enfoque cultural é necessário a fim de lidarmos com as diferenças nos tipos e formas dos relacionamentos dentro do ambiente familiar de cada país (FERBER, 1979; HOWARD; SHETH, 1969; WHEELLOCK; OUGHTON, 1996), ainda mais quando as atividades de lazer, objeto de estudo deste trabalho, são cada vez mais mediadas pelo consumo (TASCHNER, 2000).

Para Featherstone (1995, p.122) “o consumo, portanto, não deve ser compreendido apenas como consumo de valores de uso, de utilidades materiais, mas primordialmente como o consumo de signos”.

“Dentro do tempo e do espaço disponíveis, o indivíduo usa o consumo para dizer alguma coisa sobre si mesmo, sua família, sua localidade, seja na cidade ou no campo, nas férias ou em casa” (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2004, p.16)

Portanto, quando se estuda o comportamento de consumo e os modelos de ciclo de vida em diferentes países é importante não menosprezar a cultura, entendida no presente trabalho nos termos de Geertz (1978), como um sistema simbólico de significados compartilhados por membros de uma sociedade.

Além dos aspectos culturais, mudanças drásticas presenciadas na sociedade contemporânea devem ser consideradas também, tais como: queda do número médio de pessoas por domicílio, aumento das famílias unipessoais, monoparentais chefiadas por mulheres e dos casais que moram junto sem necessariamente estarem casados (BELLO; GONZÁLEZ, 2002; REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001; PEIXOTO, SINGLY; CICHELLI, 2000; entre outros).

Outro ponto que reforça a necessidade da formulação de um modelo brasileiro é que apesar da reconhecida utilidade do construto ciclo de vida familiar na área de Marketing, há um considerável desacordo sobre os principais tipos de domicílio para uma população em específico e a seqüência percorrida por meio dos vários estágios (DU; KAMAKURA, 2006)

Para ser ter uma idéia dessa discrepância, Wells e Gubar (1966) propuseram um modelo com nove estágios, Murphy e Staples (1979) com treze, Gilly e Enis (1982) com treze e Redondo-Béllon, Royo-Vela e Aldàs-Manzano (2001) com 11 estágios.

O objetivo desse trabalho não é formular mais um modelo adaptado, após uma revisão dos já existentes, mas validar um modelo de acordo com a realidade sócio-demográfica brasileira e suas mudanças na estrutura familiar.

1.5 Estrutura da tese

Esta tese está dividida em sete capítulos, sendo o primeiro deles esta introdução, apresentação do tema e do problema a ser resolvido, bem como os objetivos gerais e a justificativa teórica desta pesquisa.

No segundo e terceiro capítulos, é apresentada a fundamentação teórica, a partir de uma revisão da literatura dos temas Segmentação de Mercado e Ciclo de Vida Familiar, respectivamente. Trato também da relação entre ciclo de vida familiar e as atividades de lazer, pois são os gastos nestas categorias que foram escolhidos para a validação do modelo.

No quarto capítulo são revistos os principais modelos já propostos de segmentação por estágio no ciclo de vida familiar, desde os modelos iniciais, que datam da década de 1960, até os mais recentemente publicados.

Já o quinto capítulo traz a evolução dos principais indicadores da família brasileira, mostrando o florescimento dos fluxos alternativos de ciclo de vida e de arranjos familiares.

No sexto capítulo, são apresentados os procedimentos metodológicos necessários para a realização dos testes estatísticos, bem como o modelo brasileiro de ciclo de vida familiar proposto para este trabalho.

O capítulo 7 traz a validação do modelo apresentado no capítulo 6, com a apresentação das análises e resultados da pesquisa empírica.

A tese é finalizada no capítulo 8, que apresenta as considerações finais deste estudo, os principais resultados, implicações teóricas e práticas, bem como as limitações da pesquisa e sugestões para pesquisas futuras.

2. Segmentação de mercado

Neste trabalho, mercado é definido pela atitude das pessoas, ou agentes econômicos, que além de serem consumidoras e desenvolverem muitos outros afazeres, priorizam a ação econômica como sua principal atividade, pela aquisição de bens através da troca ou da sua produção (SCHUMPETER, 1961).

A segmentação de mercados é um dos conceitos mais adotados e elementares da área de marketing. Baseia-se no suposto de que para sobreviver em mercados cada vez mais competitivos e obter um desempenho financeiro superior, as empresas necessitam diferenciar suas ofertas e, desta forma, satisfazer mais eficientemente necessidades distintas de grupos de consumidores (HUNT; ARNETT, 2004)

Na área acadêmica, a publicação do artigo de Smith (1956) é tida como o ponto de partida para o desenvolvimento da teoria a respeito de segmentação de mercados.

Neste artigo, é defendida a idéia de que a segmentação representa um ajuste mais racional e preciso do produto e dos esforços de marketing às exigências dos consumidores. Essa diferenciação da oferta de produtos baseia-se na premissa de que o mercado era formado por grupos de consumidores, os segmentos, com necessidades e desejos específicos, diferentes de outros segmentos (SMITH, 1956).

A segmentação é definida por Smith (1956) como:

“uma maneira de ver um mercado heterogêneo (caracterizado por demanda divergente) como um conjunto de mercados homogêneos menores que respondem a diferentes preferências por produtos entre importantes segmentos de mercado. É atribuído aos desejos de consumidores ou usuários por mais precisa satisfação de suas diferentes necessidades” (SMITH, 1956, p.6)

Na revisão da literatura sobre o conceito segmentação de mercado, sintetizada no quadro 1, sem ter a intenção de listar todas as definições sobre o tema, verifica-se que

a maioria das contribuições conceituais mantém sua bases nos escritos de Smith (1956).

Autores e ano de publicação	Definição
Brandt (1966, p.22)	"é um processo consciente de divisão do mercado para um produto ou linha de produtos em pedaços menores – pedaços que podem ser identificados em termos de localização e características, analisados em termos de necessidades e poder de compra e cultivados de uma maneira proporcional ao seu potencial de lucro"
Dickson; Ginter (1987, p.5)	"é um estado de heterogeneidade da demanda de modo que a demanda total de mercado possa ser desagregada em segmentos com diferentes funções de demanda"
Porter (1989, p.213)	"a segmentação de mercado diz respeito à identificação de diferenças nas necessidades do comprador e no seu comportamento de compra, permitindo a uma empresa atender segmentos que se equiparam às suas capacidades com programas de marketing distintos".
Boyd Jr.; Walker Jr. (1990, p.182)	"[...] é o processo de dividir um mercado em distintos subgrupos de consumidores. Cada segmento consiste de pessoas com necessidades e características similares que as leva a responder similarmente a um particular produto ofertado e programa de marketing".
Richers (1991, p.16)	"a concentração consciente e planejada de uma empresa em parcelas específicas de seu mercado"
Cravens (1994, p.183)	"segmentação de mercado é um processo para examinar diferenças entre compradores, em um produto-mercado, com características semelhantes de resposta".
Weinstein (1995, p.18)	"é o processo de dividir mercados em grupos de consumidores potenciais com necessidades e/ou características semelhantes que provavelmente exibirão

	comportamentos de compra semelhantes”
McCarthy; Perreault, Jr. (1997, p. 67)	“[...] é um processo de duas etapas: (1) nomear mercados-produtos amplos e (2) segmentar esses mercados-produtos amplos para selecionar mercados-alvo e desenvolver compostos de marketing adequados”.
Rocha; Christensen (1999, p. 36)	“o processo de segmentação de mercado consiste em separar os consumidores em grupos, de tal forma que a necessidade genérica a ser atendida tenha características específicas, que sejam semelhantes para os que pertencem ao mesmo grupo e diferentes dos demais grupos”.
Lambin (2000, p. 235)	“[...] implica uma repartição inicial do mercado total em subconjuntos, designados por segmentos de mercado, homogêneos do ponto de vista das necessidades, dos comportamentos, das motivações de compra, e suscetíveis de constituírem mercados potenciais distintos”.
Sheth; Mittal; Newman (2001, p. 412)	“[...] é um processo de identificação de subgrupos de clientes cujas necessidades, desejos e/ou recursos são diferentes, de maneira que os fazem responder de forma diferente a um dado composto de marketing”.
American Marketing Association (2009)	"processo de subdividir o mercado em distintos subgrupos de consumidores que se comportam de forma similar ou que tem necessidades similares. Cada subsegmento pode ser escolhido como um mercado-alvo para ser atingido por uma específica estratégia de marketing".

Quadro 1 – Definições de segmentação de mercado por ordem cronológica
 Fonte: elaboração do autor

Até mesmo a definição mais recente da American Marketing Association - AMA (2009), ver quadro 1, é muito próxima da conceituação do Smith (1956).

Para os propósitos desta tese, optou-se pela definição da AMA (2009), ver quadro 1.

Apesar da proximidade das definições conceituais, para Galvão (1989) é possível identificar algumas fases distintas sobre a aplicação da segmentação de mercado.

A primeira delas envolve o período de 1956, com a introdução do conceito por Smith, e vai até 1967, com a publicação do livro de Phillip Kotler (1967). Essa fase foi denominada corrente inicial por tratar do tema de forma mais genérica (GALVÃO, 1989).

A segunda fase é caracterizada principalmente pelo uso de diversas técnicas quantitativas, em especial as multivariadas, no processo de segmentação. Denominada corrente quantitativa, essa fase vai do período de 1968, com a publicação do artigo de Frank (1962) até aproximadamente 1983.

Por fim, a corrente psicográfica, que começa a tomar corpo com o artigo de SCHWEITZER (1977), e estudava os diferentes estilos de vida das pessoas de um grupo para dividi-lo em segmentos menores. Essa corrente se utiliza tanto da abordagem quantitativa, como qualitativa (GALVÃO, 1989).

No Brasil, um dos pioneiros a tratar o assunto foi o professor da Fundação Getúlio Vargas, Raimar Richers, com a publicação em 1991 do livro “Segmentação: opções estratégicas para o mercado brasileiro”, com grande enfoque para casos e exemplos da realidade brasileira.

2.1 Requisitos à segmentação de mercado

A revisão teórica resultou em uma série de requisitos listados por diversos autores e que são necessários para uma boa estratégia de segmentação de mercados.

Resumindo, os segmentos devem ser:

- Diferenciáveis: os indivíduos que compõem os segmentos devem responder de forma única a cada programa de marketing (CRAVENS, 1994; KOTLER, 1997). As variáveis utilizadas para diferenciar os segmentos devem maximizar as diferenças entre os segmentos, enquanto minimizam as diferenças entre os indivíduos do mesmo segmento (AMA, 2009; BOYD, JR.; WALKER JR., 1990).
- Mensuráveis: existência de variáveis que possam propiciar a obtenção de informações sobre os segmentos, tais como tamanho e poder de compra (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2005; LAMBIN, 2000).
- Acessíveis: possibilidade de alcançar e desenvolver um plano de ação com estratégias de marketing para cada segmento (CRAVENS, 1994; WILSON; GILLIGAN, 2001). Pequenos segmentos podem ser desprezíveis se o esforço de marketing para atingi-los for elevado (SARAIVA JUNIOR, 2008).
- Substanciais: segmentos devem ser grandes o suficiente para que a empresa possa atendê-lo por meio de um programa de marketing específico e obter lucro (KOTLER; KELLER, 2006; LAMBIN, 2000)
- Estáveis: necessidade de tempo suficiente para que as empresas possam entender as necessidades dos segmentos, atendê-los e obter os resultados esperados (CRAVENS, 1994; DAY, 2001)

Além disso, o próprio processo de segmentação deve ser contínuo e revisado na medida em que procura identificar as necessidades, valores e atitudes dos clientes associadas às variações do mercado (SARAIVA JUNIOR, 2008).

Para Richers (1991), o Brasil possui algumas condições muito favoráveis e vantajosas à prática da segmentação:

- A grande extensão territorial do país que faz com que os custos de distribuição e transporte sejam crescentes.
- As grandes diferenças de poder aquisitivo da população, não apenas de classe social, mas também de acesso à educação.
- Há inúmeras diferenças regionais nos hábitos e valores do povo brasileiro. Um item consumido em larga escala em uma região do país pode ser totalmente desconhecido em outra.
- Os altos custos publicitários para qualquer tipo de divulgação em revistas ou televisão em âmbito nacional
- A existência de nichos de mercado não atendidos ou mal cobertos pelos concorrentes

2.2 Bases de segmentação de mercado

Em pesquisa realizada em 26 obras por Tomanari (2003), não foi possível encontrar um consenso sobre as bases de segmentação, mas ainda assim foi possível agrupar as diversas bases em cinco tipos de segmentação:

- Segmentação geográfica: divisão do mercado em diferentes unidades geográficas, como localização e densidade populacional
- Segmentação demográfica e sócio-econômica: divisão do mercado de acordo com as características de uma determinada população, tais como: idade, gênero, ciclo de vida da família, renda, classe social entre outros.

- Segmentação psicográfica: divisão do mercado mais subjetiva com base no modo como as pessoas sentem e levam suas vidas. Estilo de vida, valores, atitude e personalidade são alguns dos exemplos de variáveis psicográficas.
- Segmentação por benefício: divisão do mercado com base em benefícios comuns procurados por indivíduos em uma categoria de produtos ou serviços
- Segmentação comportamental: divisão do mercado em indivíduos segundo seus conhecimentos, grau de lealdade, hábitos de consumo em relação a uma determinada categoria de produto ou serviço. Separar os indivíduos em de acordo com a frequência de compra é uma das formas de segmentar com base no comportamento.

2.3 Vantagens da segmentação de mercado

Para Dias (2005) as vantagens da segmentação são inúmeras, com destaque para:

- Maior proximidade: ao conhecer melhor seu consumidor, a empresa poderá de servi-lo melhor.
- Maior identificação: sabendo quem são os clientes, é possível quantificar o potencial de mercado.
- Melhor sistema de distribuição: o conhecimento de onde estão localizados os clientes leva a disponibilidade de pontos de venda adequados.
- Melhor comunicação: o conhecimento dos hábitos de consumo de mídia leva a uma comunicação mais eficiente

Richers (1991) destaca também a possibilidade da oferta de produtos e serviços a preços competitivos devido à oferta mais eficaz às necessidades de cada grupo de consumidores. Entretanto, Weinstein (1995) alerta para a possibilidade de um efeito contrário por causa do aumento de custos, já que as empresas abrem mão da padronização para diferenciar sua oferta.

Hooley, Saunders e Piercy (2001) lembram que a segmentação é especialmente útil para a pequena empresa, na identificação de alguma necessidade não satisfeita de um pequeno segmento, um nicho de mercado. Além de auxiliar na identificação de segmentos de mercados maduros ou em declínio.

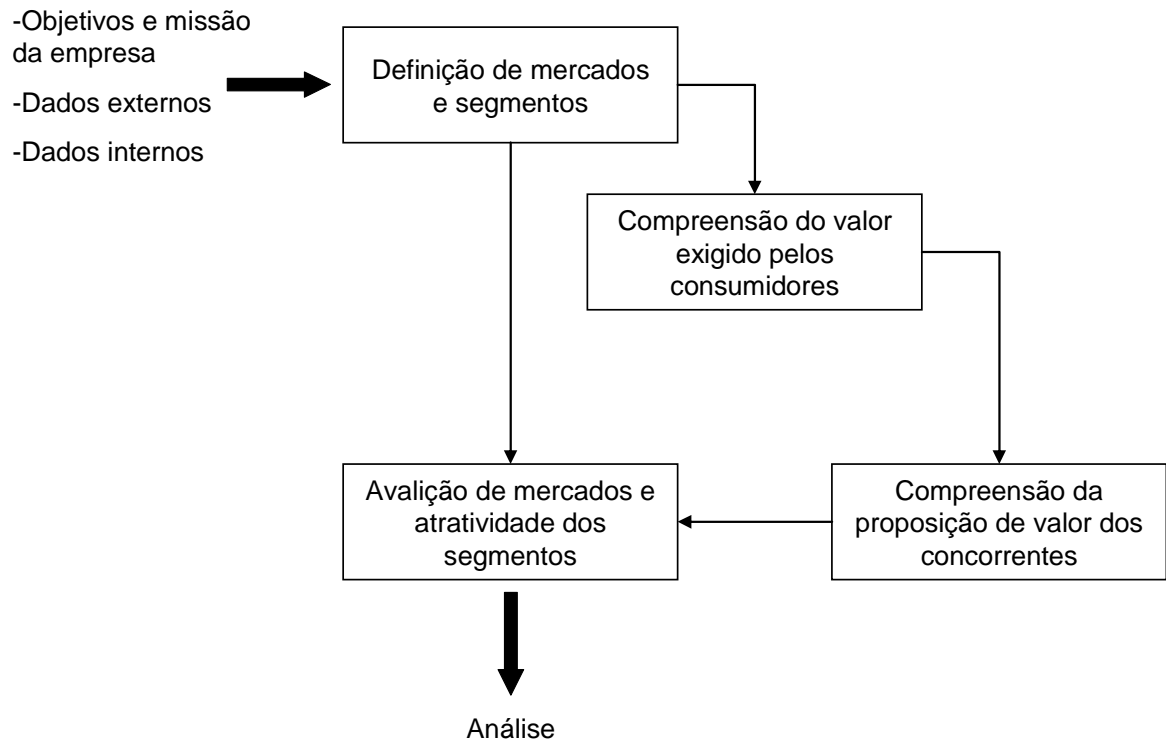
2.4 O processo de segmentação de mercado

McDonald e Dunbar (2004) definem o processo de segmentação de mercado em quatro sub-processos (ver esquema 1). O primeiro deles é identificar os mercados que a empresa gostaria de atuar e dividir estes mercados em segmentos de consumidores com necessidades comuns.

Depois, é necessário compreender qual a correta proposição de valor para cada segmento. A proposição de valor é entendida como o que o consumidor está disposto a ceder, sacrifícios, em favor da obtenção dos benefícios de um produto ou serviço.

Sabendo o que os segmentos esperam receber, o próximo passo é mapear como os a empresa e seus concorrentes já entregam o valor a eles. Assim, é possível avaliar a atratividade de cada segmento de acordo com o plano de marketing necessário para atendê-lo.

O resultado final desse processo é uma análise que definirá se a empresa deve ou não atender esse mercado e seus segmentos de forma rentável.



Esquema 1 – O processo de segmentação de mercado
 Fonte: McDONALD; DUNBAR, 2004, 2004, p.22.

Ainda em relação ao processo, segundo Simpson (2001) a segmentação pode ser *a priori* ou *post hoc*. Uma segmentação *a priori* ocorre quando as variáveis são selecionadas e depois os indivíduos são classificados de acordo com elas. Por exemplo, decide-se por uma variável sócio-demográfica como renda ou idade e classificam-se os indivíduos de acordo com ela.

Já na segmentação *post hoc* os dados disponíveis sobre os indivíduos são analisados para então classificá-los de acordo com a semelhança das variáveis. Por exemplo, o uso de variáveis como uso do produto, grau de lealdade ou hábitos de consumo só é possível após a formação de um histórico de transações dos clientes (SIMPSON, 2001).

Neste trabalho, o ciclo de vida familiar caracteriza-se por uma segmentação a priori, pois a partir de dados sócio-demográficos será possível classificar os domicílios, independente de algum tipo de histórico de informações a respeito dele.

3. O conceito ciclo de vida familiar

O conceito ciclo de vida familiar tem se mostrado uma valiosa ferramenta para segmentação de mercados e estudos de comportamento do consumidor, pois descrevem como os padrões de consumo se alteram em função das mudanças provocadas por acontecimentos como casamento, nascimento dos filhos, divórcio, morte de um dos cônjuges, entre outros. (REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001; WAGNER; HANNA, 1983; WELLS; GUBAR, 1966).

A premissa básica é que todas as famílias passam por diversos estágios durante sua existência, cada uma com características comportamentais próprias e necessidades específicas (DERRICK; LEHELD, 1980; DU; KAMAKURA, 2006; HAWKINS; BEST; COONEY, 2001).

Em cada estágio do ciclo de vida da família novos membros são incorporados seja por algum tipo de união consensual, nascimento ou até mesmo adoção e membros deixam de existir, pela saída do domicílio ou pela morte de algum membro.

Assim, obrigações sociais e papéis distintos passam a existir e a ser desempenhados pelos membros da família, de acordo com as transições pelos estágios do ciclo de vida da família. Esses ajustes e adaptações dos membros ocorrem tanto individualmente quanto em relação aos demais membros da família e até mesmo da sociedade (ARNDT, 1979)

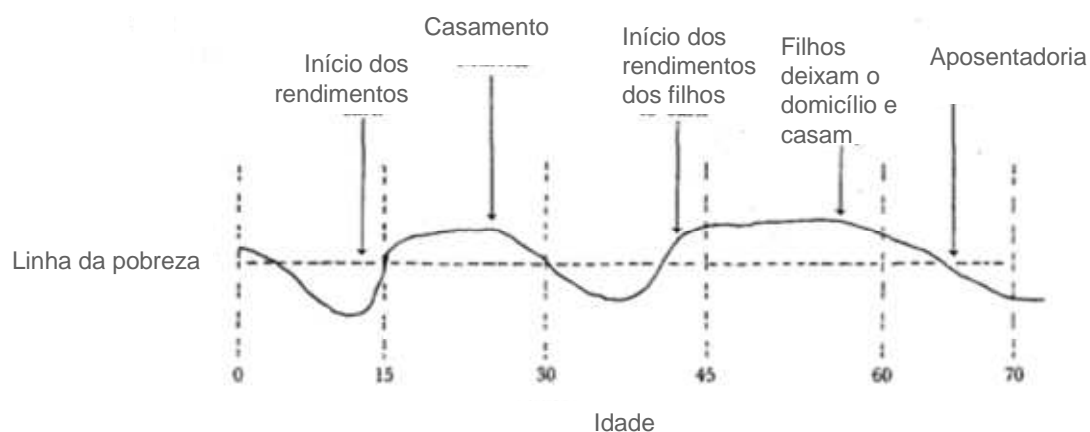
“A utilização do conceito de ciclo de vida permite apreender a dinâmica interna do núcleo familiar como uma estratégia voltada para a busca de equilíbrio entre os recursos disponíveis em cada fase e as necessidades a serem satisfeitas.” (BRUSCHINI, 1990, p.44).

O ciclo de vida familiar envolve não apenas as mudanças na distribuição de recursos e no poder de compra associados às transições familiares, mas também as necessidades e desejos para gastar tais recursos.

Diversos autores já atestaram a importância dos estudos em relação às alterações ocorridas na composição das estruturas familiares e a determinação das transferências de tempo, recursos monetários entre os moradores e até mesmo na participação no mercado de trabalho (ATTEWELL, 1999; BRUSCHINI; LOMBARDI, 1996; LOPEZ; GOTTSCHALK, 1990).

O ciclo de vida familiar é uma abordagem interdisciplinar para o estudo da família que tem sido empregado em diversas áreas tais como Arquitetura, Psicologia, Sociologia, Economia e Marketing (HILL, 1970; STAMPFL, 1978)

A idéia original do conceito é atribuída a Rowntree em uma publicação datada de 1903. O autor foi o primeiro a estabelecer uma relação direta entre renda e necessidades financeiras da família de acordo com cada estágio no ciclo de vida, estabelecendo períodos de excesso ou escassez de recursos (ver esquema 2).



Esquema 2 – O modelo de ciclo de vida familiar de Rowntree

Fonte: adaptado de ROWNTREE, 1903, p.12

Nota: tradução nossa

Entretanto, segundo Murphy e Staples (1979), o conceito só começou a ser usado sistematicamente a partir da década de 1930, com o uso primeiramente na Sociologia, exemplificado pelas publicações de Sorokin, Zimmerman e Galpin (1931) e Loomis (1936).

Na área de Marketing, o conceito vem sendo aplicado há aproximadamente 55 anos, pois a primeira utilização em estudos sobre comportamento do consumidor aconteceu em uma conferência sediada em Michigan, em 1954, nomeada “O Ciclo de Vida e o Comportamento do Consumidor”

Nesta ocasião, Lansing e Morgan (1955) apresentam estudos comprovando relação entre a situação financeira das famílias e o estágio no ciclo de vida com a compra de itens duráveis e itens domésticos.

O padrão de renda de acordo com o ciclo de vida familiar segue um formato de um U invertido: a renda aumenta de acordo a progressão no ciclo de vida, atingindo seu pico quando há filhos dependentes no domicílio, e passa a cair quando os filhos saem de casa até a aposentadoria do chefe do domicílio (LANSING e MORGAN, 1955).

Assim como Lansing e Morgan, Barton (1955) no mesmo evento descreve como o comportamento de compra de itens não-duráveis se altera em função das mudanças no estágio familiar. Segundo o autor, enquanto os bens duráveis podem permanecer nas transições do ciclo de vida familiar, os não-duráveis são mais sensíveis a estas mudanças.

Mulheres recém-casadas tendem a comprar produtos em tamanhos e embalagens menores e são mais sensíveis à sedução da propaganda. Já as mulheres com casamentos mais longos e famílias maiores por causa dos filhos, compram embalagens maiores, aproveitando descontos, e são mais resistentes à propaganda por serem mais experientes (BARTON, 1955).

Barton (1955) conclui afirmando que o padrão de compra de bens não-duráveis parece ser resultado de, principalmente, dois fatores. Primeiramente, a experiência acumulada de fazer compras das pessoas mais velhas, que as torna mais resistentes à propaganda e menos interessadas em adquirir novidades. Em segundo lugar, a necessidade de alguns produtos específicos está diretamente relacionada com o estágio de ciclo de vida da família.

Desde então o conceito de que as famílias passam por fases distintas permanece o mesmo. Entretanto, os modelos propostos de ciclo de vida familiar foram se alterando, com a finalidade de abarcar formas não tradicionais de famílias que aumentavam sua participação em comparação com os arranjos tradicionais (SCHANINGER; DANKO, 1993).

Em 1994, Wilkie propõe substituir o termo ciclo de vida familiar por ciclo de vida domiciliar, pois os domicílios podem conter pessoas sem relação de parentesco e os arranjos domiciliares podem incluir diversos arranjos familiares.

Apesar de esta alteração ter sido aceita por inúmeros autores (DU; KAMAURA, 2006; REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001; WILKES, 1995), para o presente trabalho esta diferenciação é indiferente, pois a definição de família adotada aqui inclui arranjos com membros sem parentesco e o domicílio se restringe ao espaço físico ocupado pelas famílias. Esta conceituação será detalhada na descrição dos aspectos metodológicos, no capítulo 6.

3.1 Ciclos de vida familiar e atividades de lazer

A utilização do conceito ciclo de vida familiar para prever padrões de comportamento nas atividades de lazer tem sido empregada com êxito em estudos de diversos autores (CUTLER; HENDRICKS, 1990; DOUTHITT; FEDYK, 1990; GIGLIO, 2006; KELLY,

1975; MONTEIRO, 2006; SARAIVA JUNIOR, 2006; SCHANINGER; DANKO, 1993 entre outros)

O ciclo de vida familiar tem um excelente potencial para explicar as atividades de lazer, pois é um construto multidimensional, ao agregar diversas variáveis sócio-demográficas, e dinâmico, ao incorporar as necessidades da família de acordo com sua transições (LANDON; LOCANDER, 1979).

Além disso, a escolha para aplicação desse conceito nesse trabalho aconteceu, pois a família é a base da formação do comportamento no lazer e influencia os indivíduos por toda a vida (PESTLE; ARRINGTON; CARD, 1989).

Neste trabalho, o lazer é entendido como:

“o conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, divertir-se, recrear-se e entreter-se ou ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais”
(DUMAZEDIER, 1962, p.29)

A dimensão central do lazer está relacionada à escolha, a algo que não somos obrigados a fazer. Portanto, é no lazer que expressamos nossa individualidade. (KELLY, 1972)

A busca por novas experiências de lazer cresce rapidamente da infância para a fase adulta, onde atinge seu pico, para depois começar a declinar, ainda na fase adulta. Então, é esperado que a proporção de pessoas que continuam engajadas nas mesmas atividades de lazer cresça com o envelhecimento das pessoas (ISO-AHOLA, 1980)

As pessoas iniciam novas atividades de lazer e deixam de fazer outras com o envelhecimento, quando se tornam pais ou se mudam para outras regiões (KELLY, 1972).

Atualmente, é possível verificar a dimensão do consumo crescendo cada vez mais dentro do tempo de lazer, pois a maioria das atividades de lazer é mediada pelo consumo. Embora ainda exista muita gente excluída do lazer e de outras formas de consumo por pertencer a camadas de baixa renda ou estar desempregada, os laços entre lazer e consumo estão cada vez mais estreitos (TASCHNER, 2000)

Grande parte das atividades de lazer de um adulto não é iniciada na infância, o que comprova que foram aprendidas em um período posterior da vida, de acordo com as novas oportunidades e novos papéis assumidos pelas pessoas (KELLY, 1975; ISO-AHOLA, JACKSON e DUNN, 1994)

Kelly (1975) ressalta que grande parte das pesquisas que tentaram relacionar as escolhas de atividades de lazer com variáveis isoladas como renda, gênero, idade, nível educacional, foram inconclusivas ou tiveram resultados desapontadores.

A falta de sucesso desses pesquisadores acontece, pois as pessoas escolhem suas atividades e desenvolvem seu estilo de lazer em virtude da proximidade com outras pessoas e em um contexto específico de tempo e lugar.

Para entender os diferentes estilos de lazer, Kelly (1975) em uma pesquisa realizada na cidade de Oregon, Estados Unidos, em 1975, classifica as 10 atividades selecionadas como mais importantes pelos entrevistados, de acordo com sua orientação social, em:

- Lazer incondicional: atividades escolhidas pela satisfação e pelos valores do indivíduo, livre dos constrangimentos do trabalho, da família e da comunidade;
- Lazer coordenado: atividades que parecem um trabalho na sua forma, mas são de livre escolha e sem penalidades na sua não-realização. Por exemplo, um professor que lê nas horas vagas por prazer; e

- Lazer complementar: atividades escolhidas em relação às expectativas do trabalho, da família e da comunidade. Apesar de não serem formalmente exigidas, se não realizadas provocam constrangimentos.

A paternidade é o contexto que produz as maiores mudanças nas orientações para o lazer, pois, por causa da presença dos filhos, grande parte das atividades que eram incondicionais passam a ser complementares (ver quadro 2), já que a paternidade reduz a liberdade e o tempo livre dos pais, além de uma redução na renda do domicílio no caso da mulher que deixa de trabalhar. Além disso, mais de 70% das atividades eram compartilhadas com outros membros da família (KELLY, 1975).

	Tipo de lazer		
	Incondicional	Coordenado	Complementar
Pré-paternidade	55%	4%	31%
Paternidade	37%	7%	53%
Pós-paternidade	44%	8%	42%

Quadro 2 – Tipo de lazer de acordo com o período familiar
 Fonte: adaptado de KELLY, 1975
 Nota: tradução nossa

Outros estudos trouxeram também contribuições interessantes nesta linha de preocupações. DOUTHITT e FEDYK (1988) mostram que a presença dos filhos envolve um repensar sobre a distribuição de tempo, recursos financeiros e comprometimentos para satisfazer as necessidades das crianças.

O tempo destinado ao lazer dos pais, em especial das mães, é inversamente associado com o tempo gasto em cuidados com as crianças (BROWN et al, 2001; HIGGINS; DUSBURY; LEE, 1994)

Kelly (1975) sugere que a presença dos filhos produz um “pacote de paternidade”, com um estilo de lazer com as seguintes atividades em ordem decrescente de importância:

- Interações pessoais com cônjuge e filhos;
- Atividades familiares: recreação ou viagens;
- Atividades culturais: leituras, televisão etc;
- Recreação: atividades esportivas e externas;
- Atividades de manutenção da casa
- Atividades incondicionais, de satisfação individual

Os casais com filhos possuem valores mais tradicionais e são mais orientados para a família dada a negociação e resolução de conflitos que é feita no âmbito familiar (SCANZONI, 1982).

Já os adultos casados, mas que ainda não são pais, engajam-se em atividades de lazer que tragam satisfação mútua para o casal. Buscam também as atividades educacionais com o objetivo de melhorar o desempenho no trabalho. Quando comparados aos casais com filhos, apresentam maiores gastos per capita de consumo de bens culturais (SILVA, ARAÚJO e SOUZA, 2007). Esse tipo de arranjo familiar, em especial entre os casais mais novos, apresenta elevada taxa de inserção no mercado de trabalho, não apenas do chefe de família, mas também do cônjuge, supõe-se que isso decorre da ausência de filhos e dos cuidados e atenção exigidos (CIOFFI, 1998).

Kelly (1975) finaliza o artigo com as considerações sobre os adultos solteiros. Estes têm predominância de um estilo de lazer incondicional, orientado para as satisfações pessoais e engajados em atividades de recreação e educação, visando o desenvolvimento profissional (Kelly, 1975).

Esses adultos são os que têm menor nível de conflito e obrigações em relação a um parceiro ou uma criança (HIGGINS; DUSBURY; LEE, 1994).

Reforçando a idéia discutida até aqui, da influência da composição familiar no comportamento das pessoas no lazer, Landon e Locander (1979) apresentam estudo relacionando a quantidade de horas de recreação efetuada fora do ambiente familiar, de acordo com o estágio no ciclo de vida familiar (ver quadro 3).

	Horas por semana					
	0	0-2	2-5	5-10	10 ou +	Total
Solteiro	7	9	9	35	40	100
Recém-casado	15	17	13	23	32	100
Ninho cheio I - filhos mais novo em idade pré-escolar	10	20	28	26	16	100
Ninho cheio I (b) - filhos mais novo em idade escolar	14	15	22	33	16	100
Ninho cheio II - filho com mais de 14 anos, ainda dependente	25	29	24	14	8	100
Ninho vazio - chefe do domicílio ainda trabalhando	34	18	17	17	14	100
Ninho vazio - chefe do domicílio aposentado	33	15	13	20	19	100
Sobreviventes Solitários	33	16	17	18	16	100

Quadro 3 – Percentual de famílias horas gastas por semana em atividades de recreação fora do domicílio

Fonte: adaptado de LANDON; LOCANDER, 1979, p.135

Nota: tradução nossa

Os solteiros são os que gastam maior tempo em recreação fora de casa, com 75% das domicílios com mais de cinco horas por semana em atividades de lazer realizadas fora do domicílio.

Por outro lado, os casais com filhos com mais de 14 anos, Ninho Cheio II, tem mais de 50% de famílias que tiveram menos de duas horas de atividades de lazer externas. Se comparado com os demais casais com filhos, Ninho Cheio I, esse percentual cai consideravelmente. Isso indica que à medida que os filhos ficam mais velhos, eles ficam responsáveis pelas suas atividades de lazer e influenciam menos os pais a praticar atividades de lazer externas (LANDON; LOCANDER, 1979)

Concluindo, o contexto das decisões sobre o lazer parece ser mais situacional do que determinado pela posição social, pois o lazer é algo escolhemos para fazer em um contexto social da família e de outros papéis não relacionados ao trabalho (KELLY, 1975).

3.2 Críticas ao conceito ciclo de vida familiar

Desde o início da sua utilização na área de Marketing (LANSING; MORGAN, 1955) até as publicações mais atuais (DU; KAMAKURA, 2006; REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001), o conceito ciclo de vida familiar sempre foi colocado à prova como uma variável de segmentação eficaz, quando comparada com demais variáveis sócio-demográficas isoladas (DERRICK; LEHFELD, 1981; WAGNER; HANNA, 1983).

Já em 1966, Wells e Gubar, ao proporem um dos primeiros modelos de ciclo de vida familiar utilizam dados do censo dos Estados Unidos de 1960 para testar a efetividade do construto ciclo de vida familiar, comparado com a idade do chefe do domicílio para algumas categorias de consumo doméstico.

Em 1979, dois artigos considerados clássicos questionam se a utilização de variáveis isoladas, como idade do chefe do domicílio, tempo do casamento ou a simples presença de crianças no domicílio, não seriam suficientes para prever gastos e padrões de consumo do domicílio ao invés de utilizar o conceito do conceito ciclo de vida familiar

(NOCK, 1979; SPANIER, SAUER; LARZELERE, 1979). Isso porque muito do efeito do estágio no ciclo de vida familiar está associada com essas variáveis.

Nock (1979) e Spanier, Sauer e Larzelere (1979) demonstram que a relação entre o estágio no ciclo de familiar e algumas variáveis dependentes desaparece ou é muito reduzida quando controladas pelas variáveis idade e tempo de casamento.

Em 2003, Kapinus e Johnson retomam a discussão sobre a utilidade do conceito ciclo de vida familiar, argumentando principalmente contra as premissas dos artigos clássicos de Nock (1979) e Spanier, Sauer e Larzelere (1979).

Para Kapinus e Johnson (2003), os dois artigos de 1979 na argumentação contra a utilização do construto ciclo de vida familiar, optam por lidar com variáveis dependentes escolhidas mais por questões de conveniência e praticidade do que pelo real interesse do tema família pelos teóricos.

A escolha das variáveis está mais relacionada a padrões de comportamento individuais do que propriamente ao estágio no ciclo de vida. Por exemplo, Spanier (1979) ao utilizar a idade como variável explicativa do nível econômico comete um equívoco, pois o aumento da renda está diretamente relacionado ao nível de escolaridade e experiência. Já se espera uma alta correlação entre essas variáveis, pois as duas se relacionam com o decorrer do tempo, independentemente da presença ou não de crianças no domicílio (KAPINUS e JOHNSON, 2003).

Portanto, para Kapinus e Johnson (2003) os estudos realizados por Nock (1979) e Spanier (1979) não testam adequadamente a validade empírica do construto ciclo de vida familiar e, portanto, suas críticas em relação ao conceito podem ser refutadas.

Além disso, com o crescente número de famílias que seguem um fluxo alternativo de ciclo de vida, as informações sobre a composição familiar sempre serão relevantes para prever as demandas específicas de cada família (KAPINUS e JOHNSON, 2003).

Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldas-Manzano (2001) preocupados com a validação empírica do modelo proposto trazem uma comparação direta da utilização como variável independente do ciclo de vida familiar com uma série de outras variáveis sócio-demográficas, utilizando modelos de regressão.

A conclusão dos autores é de que quando o construto ciclo de vida familiar é incorporado ao modelo, a capacidade preditiva é sempre melhorada para todas as categorias de consumo testadas (REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001).

Outra crítica comum aos modelos de ciclo de vida familiar, principalmente aos anteriores a década de 1970, é que o aumento do número de divórcios, o postergamento da decisão de casar e ter filhos e até mesmo de casais que decidem não ter filhos resulta em um número maior de famílias excluídas dos estágios tradicionais (WAGNER; HANNA, 1983).

Para lidar com esse problema, diversos autores (GILLY; ENIS, 1982, MURPHY; STAPLES, 1979) propuseram modernizar os modelos existentes por meio da criação de novos estágios de ciclo de vida familiar e passaram a testar a sua eficiência utilizando dados do censo para verificar o número de domicílios que não haviam sido classificados.

Gilly e Enis (1982) conseguem reduzir o percentual de domicílios classificados como “outros” para 2,8% da população norte-americana. Esse percentual era de 23,3% no modelo de Wells e Gubar (1966). Portanto, quanto menor o percentual de domicílios na categoria “outros”, melhor a eficiência do modelo em acomodar os arranjos não tradicionais.

Por fim, Derrick e Lehfeld (1980) e Du e Kamakura (2006) criticam a falta de um consenso entre pesquisadores para a definição dos estágios do ciclo de vida familiar e, conseqüentemente, de um modelo único aceito e testado empiricamente.

Apesar de não existir um único modelo aceito pela comunidade acadêmica que pudesse ser replicado a todos os países e condições sócio-demográficas, a validação empírica do conceito como uma importante ferramenta para análise de padrões de comportamento de consumo é comprovada por Wilkes (1995).

À medida que os domicílios fazem as transições de um estágio para outro, há sempre uma realocação de recursos para acomodar as novas circunstâncias e demandas (WILKES, 1995).

4. Modelos de ciclo de vida familiar

Em 1979, Murphy e Staples classificam os modelos de ciclo de vida familiar existentes até aquele momento em três períodos distintos (ver quadro 4), com a finalidade de demonstrar a evolução do pensamento acerca do assunto.

O primeiro período, que compreende a década de 1930, é denominado de “*foundation era*”, pois foi nesta época que o conceito passou a ser sistematicamente utilizado e as suas bases foram estabelecidas.

Surgem os primeiros modelos de ciclo de vida familiar, todos eles com um número reduzido de estágios, em geral quatro, e arranjos familiares simples, tais como os modelos de Sorokin, Zimmerman e Galpin (1931), Kirkpatrick, Cowles e Tough (1934) e Loomis (1936).

O período posterior, “*expansion era*”, ocorrido entre as décadas de 1940 e 50, caracterizou-se por modelos com um número maior de estágios de ciclos de vida do que a fase anterior. Bigelow (1942), Glick (1947) e Duvall e Hill (1948) apresentaram ciclos com sete estágios diferentes, divididos pela presença dos filhos, sua idade ou estágio escolar e pela morte de um dos cônjuges.

Por fim, o período com início na década de 1960, “*refinement era*”, no qual os autores se preocuparam em representar nos modelos o maior número de domicílios e de novos arranjos familiares, com a finalidade de excluir o menor número possível de domicílios.

O modelo de Wells e Gubar (1966), com nove estágios, quebrados de acordo com a idade dos pais e filhos e se o pai trabalhava ou não, passou a ser um dos mais referenciados e aceitos por pesquisadores (MURPHY e STAPLES, 1979)

Autor(es) / estágios	Autor(es) / estágios	Autor(es) / estágios
Foundation Era		
Sorokin, Zimmerman e Galpin (1931) 1. Casais iniciando sua independência econômica 2. Casais com um ou mais filhos 3. Casais com um ou mais filhos adultos e independentes 4. Casais envelhecendo	Kirkpatrick, Cowles e Tough (1934) 1. Família pré-escolar 2. Família escolar 3. Família ginásial 4. Família adulta	Loomis (1936) 1. Casais sem filhos 2. Famílias com filhos (mais velhos com menos de 14 anos) 3. Famílias com filhos (mais velho entre 14 e 36 anos) 4. Famílias velhas
Expasion Era		
Bigelow (1942) 1. Formação 2. Período da gravidez e pré-escolar 3. Período Escolar elementar 4. Período Ginásial 5. Faculdade 6. Recuperação 7. Aposentadoria	Glick (1947) 1. Primeiro Casamento 2. Nascimento do primeiro filho 3. Nascimento do último filho 4. Casamento do primeiro filho 5. Casamento do último filho 6. Morte de um dos cônjuges 7. Morte do outro cônjuge	Duvall e Hill (1948) 1. Casais sem filhos 2. Expansão (nascimento dos filhos) 3. Idade Escolar 4. Estável 5. Contração (saída dos filhos) 6. Tempo do casal 7. Morte de um dos cônjuges
Refinement Era		
Rodgers (1962) 1. Casais sem filhos 2. Famílias com todos os filhos com menos de 36 meses 3. Famílias Pré-escolares a. Filho mais velho de 3 a 6 anos e mais novo com menos de 36 meses b. todas as crianças de 3 a 6 anos 4. Famílias com idade escolar a. Filho mais velho de 6 a 13 anos e mais novo com menos de 36 meses b. Filho mais velho de 6 a 13 anos e mais novo de 3 a 6 anos c. todas as crianças de 6 a 13 anos 5. Famílias com adolescentes a. Filho mais velho de 13 a 20 anos e mais novo com menos de 36 meses b. Filho mais velho de 13 a 20 anos e mais novo de 3 a 6 anos c. Filho mais velho de 13 a 20 anos e mais novo de 6 a 13 anos d. todas as crianças de 13 a 20 anos 6. Família com jovens adultos a. Filho mais velho acima de 20 anos e mais novo com menos de 36 meses b. Filho mais velho acima de 20 anos e mais novo de 3 a 6 anos c. Filho mais velho de 13 a 20 anos e mais novo de 6 a 13 anos d. Filho mais velho acima de 20 anos e mais novo de 6 a 13 anos e. todas as crianças acima de 20 anos	Rodgers (1962) continuação 7. Famílias com filhos saindo de casa a. Filho mais velho sai de casa e mais novo com menos de 36 meses b. Filho mais velho sai de casa e mais novo de 3 a 6 anos c. Filho mais velho sai de casa e mais novo de 6 a 13 anos d. Filho mais velho sai de casa e mais novo de 13 a 20 anos e. Filho mais velho sai de casa e mais novo acima de 20 anos 8. Meia-idade todos os filhos saem de casa 9. Envelhecimento do casal aposentadoria e morte de um conjuge 10. Viuvez da morte de um dos cônjuges à morte do outro	Wells a Gubar (1966) 1. Jovem Solteiro 2. Recem-casado sem filhos 3. Ninho Cheio I (filho mais novo com menos de 6 anos) 4. Ninho Cheio II (filho mais novo com mais de 6 anos) 5. Ninho Cheio III (chefe da casa com mais 45 anos e com filhos dependentes) 6. Ninho Vazio I: (chefe da casa com mais 45 anos e sem filhos dependentes) 7. Ninho Vazio II: chefe da casa aposentado 8. Solitário ainda trabalhando 9. Solitário aposentado Duvall (1971) 1. Casais sem filhos 2. Famílias com filho mais velho com menos de 30 meses 3. Famílias com filho mais velho com idade entre 2,5 e 6 anos 4. Famílias com filho mais velho com idade entre 6 e 13 anos 5. Famílias com filho mais velho com idade entre 13 e 20 anos 6. Famílias com filhos saindo de casa 7. Pais com meia-idade 8. Pais envelhecendo (aposentadoria até morte dos conjuges)

Quadro 4 – Visões Alternativas do Ciclo de Vida Familiar

Fonte: adaptado de MURPY; STAPLES, 1979, p.13

Nota: tradução nossa

Entretanto, na década de 1970 ocorreu uma série de mudanças sociais e demográficas, que causaram o aumento dos domicílios não tradicionais (SCHANINGER; DANKO, 1993).

Esse período é marcado pelo surgimento de diversos outros modelos (DU; KAMAKURA, 2006; GILLY; ENIS, 1982; REDONDO-BELLON; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001; WILKES, 1995), com uma preocupação comum, agrupar os novos arranjos familiares, ou arranjos antigos, que cresciam em frequência de ocorrência.

Outra forma de classificação dos modelos de ciclo de vida familiar foi proposta por Schaninger e Danko (1993), utilizando os critérios: tradicionais ou modernizados.

Os ciclos de vida tradicionais não incorporam as principais mudanças demográficas iniciadas na década de 1970 e podem ser exemplificados através dos modelos de Duvall (1957) e Wells e Gubar (1966) entre outros.

Já os modelos modernizados incorporam formas familiares não-tradicionais, como pais divorciados, casais sem filhos, entre outras. Murphy e Staples (1979) e Gilly e Ennis (1982) são alguns dos exemplos de modelos modernizados.

Nesta seção, serão apresentados alguns dos modelos de ciclo de vida familiar de maior destaque na literatura. O motivo da inclusão de cada modelo nesse estudo está intimamente ligado com a contribuição deles para o desenvolvimento do conceito ao longo do tempo (ver quadro 5).

A compreensão detalhada dos modelos escolhidos permite analisar não apenas a evolução histórica do conceito, mas também as mudanças na sua estrutura desde o período que ele passou a ser sistematicamente utilizado até os modelos mais recentes.

Autores e ano de publicação	Título	País	Número de estágios	Contribuição para a desenvolvimento teórico do conceito Ciclo de Vida Familiar
Wells e Gubar (1966)	Life cycle concept in Marketing Research	Estados Unidos	9	É considerado por diversos autores o mais compreensivo e também um marco dentre os modelos tradicionais de ciclo de vida familiar (GILLY; ENNIS, 1982; MURPHY; STAPLES, 1979).
Murphy e Staples (1979)	A modernized family life cycle	Estados Unidos	13	Esse modelo foi resultado da modernização do modelo de Wells e Gubar (1966). Fez referência as mudanças sócio-demográficas da década de 1970. tais como o aumento da taxa de divorcio, queda da fertilidade e uso de contraceptivos. É também considerado por Gilly e Enis (1982) o modelo mais conhecido.
Gilly e Enis (1982)	Recycling the family life cycle: a proposal for redefinition	Estados Unidos	13	Reconhecido por diversos autores (LIU; PUTLER, 2001; REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001; SCHANINGER; DANKO, 1993) como a contribuição mais significativa para a redefinição dos caminhos tradicionais, representando melhor a sociedade contemporânea e seus fluxos alternativos de ciclo de vida.
Redondo-Béllon, Royo-Vela e Aldàs-Manzano (2001)	A family life cycle model adapted to the Spanish environment	Espanha	11	Modelo alerta para uma abordagem que considere as especificidades sociais e culturais de cada país. Reforça a necessidade do desenvolvimento de uma teoria em Marketing além do escopo da sociedade norte-americana.
Du e Kamakura (2006)	Household life cycles and lifestyles in the United States	Estados Unidos	13	Modelo testado empiricamente com dados de um painel longitudinal dos Estados Unidos no período de 1968 até 2001. Além de classificar um domicílio em um estágio, o modelo é capaz de fazer projeções de como serão as suas transições e assim prever quais itens serão consumidos no futuro.

Quadro 5 – Os modelos de ciclo de vida familiar e sua contribuição teórica

Fonte: elaboração do autor

4.1 O modelo de Wells e Gubar (1966)

Em 1966, Wells e Gubar apresentam um modelo de nove estágios consecutivos que os indivíduos percorrerão durante sua vida (ver esquema 3). Esses estágios estão divididos de acordo com os seguintes critérios:

- Idade do chefe do domicílio
 - até 44 anos; e
 - acima de 44 anos
- Idade do filho mais novo
 - até 6 anos; e
 - acima de 6 anos
- Estado civil do chefe do domicílio
- Vínculo empregatício do chefe do domicílio

Para testar a utilidade do modelo proposto, os autores fazem uma comparação direta entre estágio no ciclo de vida e faixa etária do chefe do domicílio em relação a renda média, posse de casa própria, percentual gastos com viagens, percentual de despesas e média de gastos em itens duráveis.

Os resultados (ver tabela 1) comprovam as observações feitas por Lansing e Morgan em 1955: analisando apenas a faixa etária, percebe-se um crescimento da renda média nos domicílios até a idade de pouco mais de 50 anos, renda média de \$7.120, seguida de um declínio gradual.

Já as informações sobre ciclo de vida demonstram outra tendência, o crescimento na renda média não é contínuo, pois há uma queda suave na renda quando a esposa larga o trabalho para cuidar dos filhos - a renda média cai de \$7.070 para \$6.720 - e outra queda brusca com a aposentadoria.

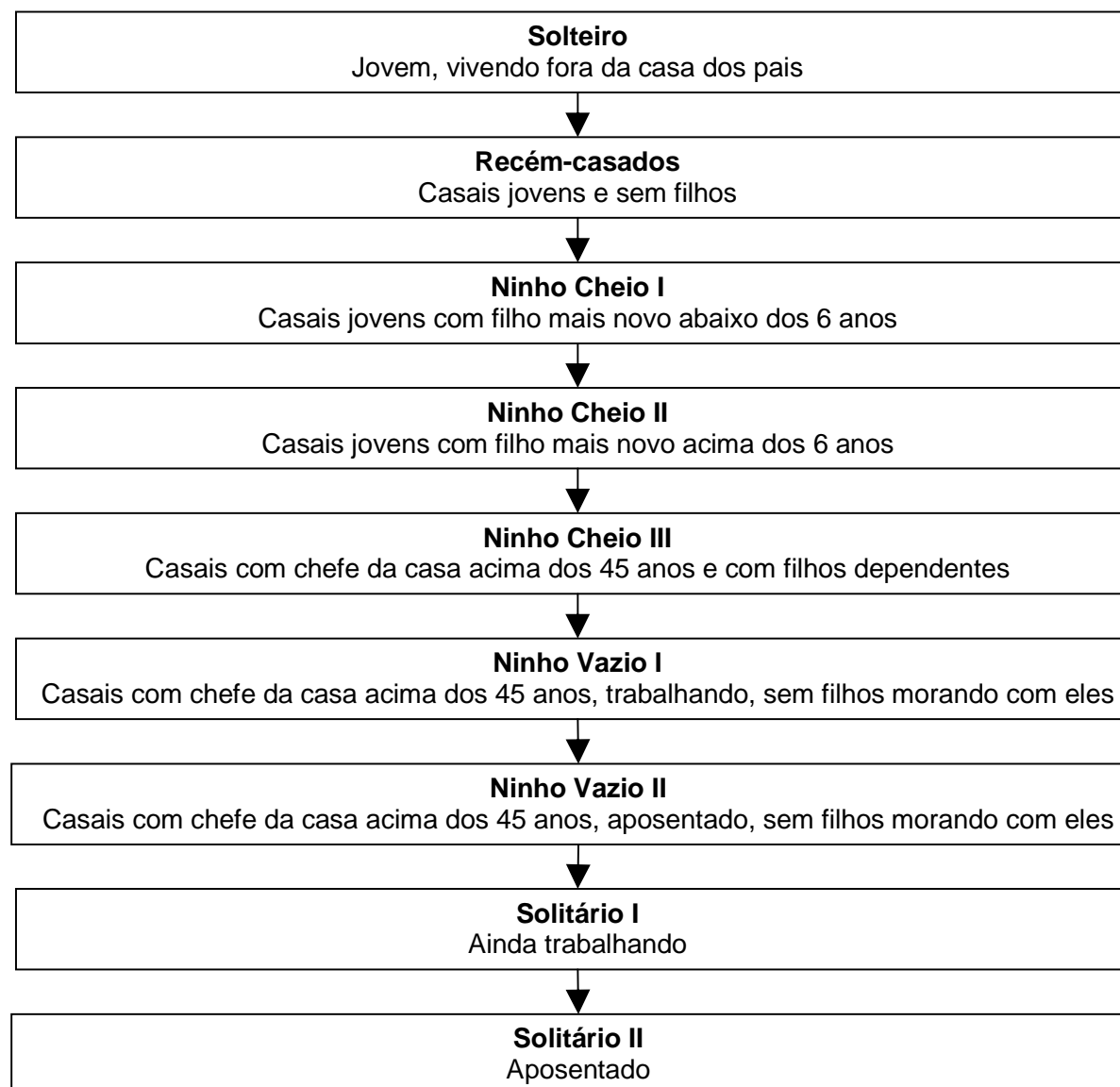
Outra conclusão possível apenas com a quebra por estágio no ciclo de vida é que quando o chefe do domicílio tem mais de 45 anos, está casado e ainda trabalha, o percentual de posse de casa própria é muito alto, mesmo quando os filhos já saíram de casa.

Por outro lado, quando chefe do domicílio tem mais de 45 anos, trabalha, mas mora sozinho, a posse de casa própria é baixa, ainda que a renda não tenha diminuído tanto.

Wells e Gubar (1966) concluem que quando as pessoas envelhecem, a presença de uma companhia é mais relevante para determinar a posse de domicílio próprio do que a presença de crianças ou a perda de renda decorrente da aposentadoria.

Outra constatação interessante é que na quebra por idade o maior percentual com gastos em viagens ocorre na faixa de 45 a 54 anos, que é também a de maior renda média. Entretanto, na mesma análise, mas com a quebra pelo estágio no ciclo de vida da família, o maior percentual com viagens ocorre no estágio “casais sem filhos”, principalmente os com menos de 45 anos.

Além da base de dados de Michigan, outra fonte de dados utilizada pelos autores para testar a sensibilidade do ciclo de vida como variável preditora de consumo foi a base do “*Expenditure Patterns of the American Family*” de 1965, que traz dados adicionais, pois cobre os gastos em produtos duráveis e não duráveis, assim como em serviços.



Esquema 3 – O modelo de ciclo de vida familiar de Wells e Gubar
Fonte: adaptado de WELLS e GUBAR, 1966, p.355
Nota: tradução nossa

Tabela 1 - Comparação das variáveis Idade e Ciclo de Vida Familiar

	Renda média	Status Casa			% de gastos em itens duráveis	gasto médio em itens duráveis	% de gastos com viagens ¹
		própria	alugada	outros			
Idade							
abaixo de 25	\$ 3300	15%	60%	25%	58%	\$ 900	35%
25-34	6100	47	45	8	69	980	43
35-44	6820	71	26	3	64	980	41
45-54	7120	72	24	4	59	1070	46
55-64	4720	63	30	7	42	930	37
acima de 65	2510	72	25	3	26	870	25
Ciclo de Vida Familiar							
abaixo de 45 anos							
solteiro, sem filhos	3850	17	38	45	44	880	24
casado, sem filhos	7070	39	55	6	77	1346	49
casado, filhos mais novo abaixo de 6 anos	6720	57	39	4	76	874	30
casado, filhos mais novo acima de 6 anos	7500	75	23	2	67	946	36
acima de 45 anos							
casado com filhos	7430	71	25	4	56	1042	31
casado sem filhos							
ainda trabalhando	7300	77	20	3	46	968	41
aposentado	2710	75	24	1	46	968	21
sozinho, sem filhos							
ainda trabalhando	4410	46	38	16	26	930	28
aposentado	1850	61	32	7	26	930	15

Fonte: adaptado de WELLS e GUBAR, 1966, p. 359. Base de dados da *Michigan Survey of Consumer Finances*

Nota: tradução nossa; ¹ custo acima de \$100

A conclusão é que para metade dos produtos e serviços não foram encontradas diferenças significativas utilizando idade ou estágio no ciclo de vida como indicador de consumo. Entretanto, para os 231 itens em que as diferenças foram significativas, quase 77% indicaram o estágio no ciclo de vida familiar como variável com melhor poder de explicação de consumo (WELLS; GUBAR, 1966).

Dentre os produtos e serviços para os quais a idade tem melhor poder discriminatório, destacam-se aqueles com relação direta com o envelhecimento, tais como despesas com remédios, enfermeiras residenciais e serviços correlatos.

Já as categorias para as quais a variável ciclo de vida representa melhor o consumo, temos: refrigeradores, máquinas de lavar, secadoras de roupas, aspiradores, detergentes, sabonetes, jogos, bicicletas, brinquedos, e alguns alimentos, tais como: margarina, cereais, leite, batata, sorvete, geléias, macarrão entre outros. (WELLS; GUBAR, 1966).

Ainda no próprio artigo, Wells e Gubar (1966) reconhecem algumas limitações já decorrentes de mudanças nas estruturas familiares ainda não previstas no modelo, tais como: famílias chefiadas por viúvos com filhos pequenos, casais jovens com pais dependentes no mesmo domicílio e pessoas idosas que moram sozinhas.

De acordo com Schaninger e Danko (1993), nesse modelo 27,9% de todos os domicílios norte-americanos não são classificados. Isso porque além das famílias que foram excluídas e previstas pelos autores, outros tipos de famílias, tais como famílias monoparentais, casais sem filhos, solteiros acima de 44 anos, viúvos com menos de 44 anos não eram representados no modelo proposto por Wells e Gubar (1966).

O modelo de Wells e Gubar é considerado por diversos autores (GILLY; ENIS, 1982; MURPHY; STAPLES, 1979) um marco dentre os modelos tradicionais de ciclo de vida familiar, mas foi criticado por outros autores (DERRICK e LEHDFELD, 1980; WAGNER; HANNA, 1983) por considerar apenas um fluxo tradicional e sucessivo de todas as

famílias: casamento, nascimento dos filhos, independência dos filhos e morte dos cônjuges.

4.2 O modelo de Murphy e Staples (1979)

Treze anos após a publicação do modelo de Wells e Gubar (1966), Murphy e Staples (1979) alertaram para a existência de alguns fenômenos ocorridos na década de 1970 que atingiram a sociedade norte-americana e, conseqüentemente, sua estrutura familiar e estilo de vida, os quais justificavam a revisão dos modelos de ciclo de vida familiar existentes até então.

Dentre eles os autores (MURPHY; STAPLES, 1979) destacam o declínio da taxa de fertilidade e do tamanho médio das famílias, de forma que os estágios caracterizados pela presença das crianças em casa tendem a durar menos; o aumento das taxas de divórcio e diminuição do número de casamentos levam a um número maior de pessoas mais velhas sozinhas ou somente com filhos; e o aumento na média de idade das pessoas que se casam pela primeira vez, fato que impacta diretamente a duração do estágio solteiro.

Em função dessas mudanças, Murphy e Staples (1979) propõem um modelo de ciclo de vida que eles nomearam como modernizado, pois, quando comparado com o modelo de Wells e Gubar (1966), abrange formas familiares não-tradicionais, como por exemplo, divorciados e não prevê apenas um único fluxo seqüencial do curso da família.

Tal modelo é composto por cinco estágios principais e treze subcategorias (ver esquema 4), com o seguinte critério de classificação (MURPHY; STAPLES, 1979):

- Idade do chefe da casa

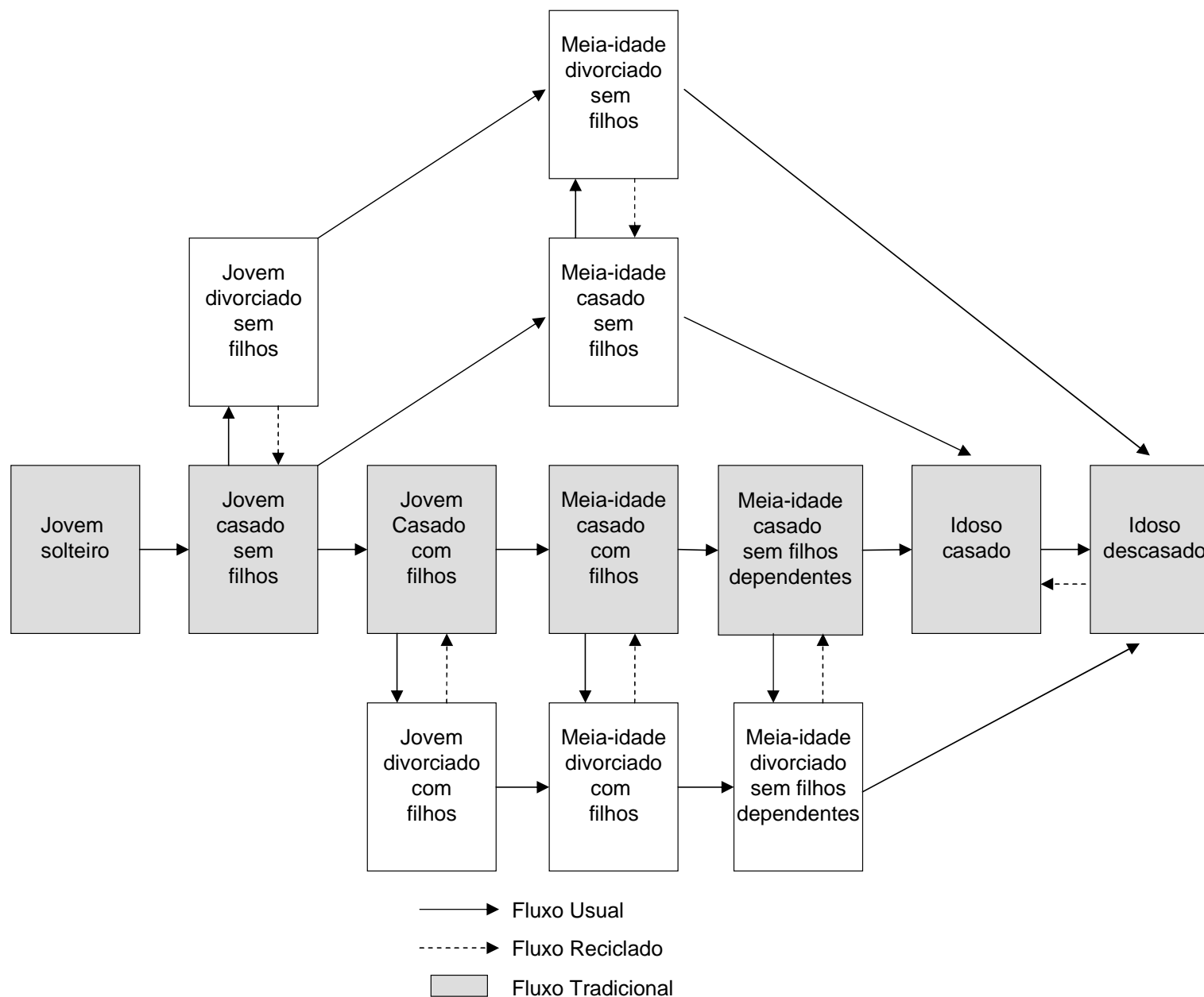
- abaixo de 35 anos, que são nomeados de jovens
- entre 35 e 64 anos, meia-idade
- acima de 64 anos, idosos
- Idade dos filhos
 - abaixo de 4 anos
 - entre 4 e 12 anos
 - entre 13 e 18 anos

Conforme esquema 4, há um fluxo pelo qual toda a família tradicional passa: o jovem solteiro se casa, tem filhos, o casal envelhece e os filhos saem de casa, um dos cônjuges morre e o outro permanece viúvo até a morte.

Entretanto, considera-se também a possibilidade de um fluxo alternativo que pressupõe pessoas que se divorciaram, com ou sem filhos. O esquema 5 destaca esta situação.

Além disso, o modelo de Murphy e Staples (1979) prevê a possibilidade de “reciclagem”, o retorno a uma categoria do ciclo tradicional. Isso ocorre quando de um novo casamento após o divórcio. O esquema 6 destaca esta situação.

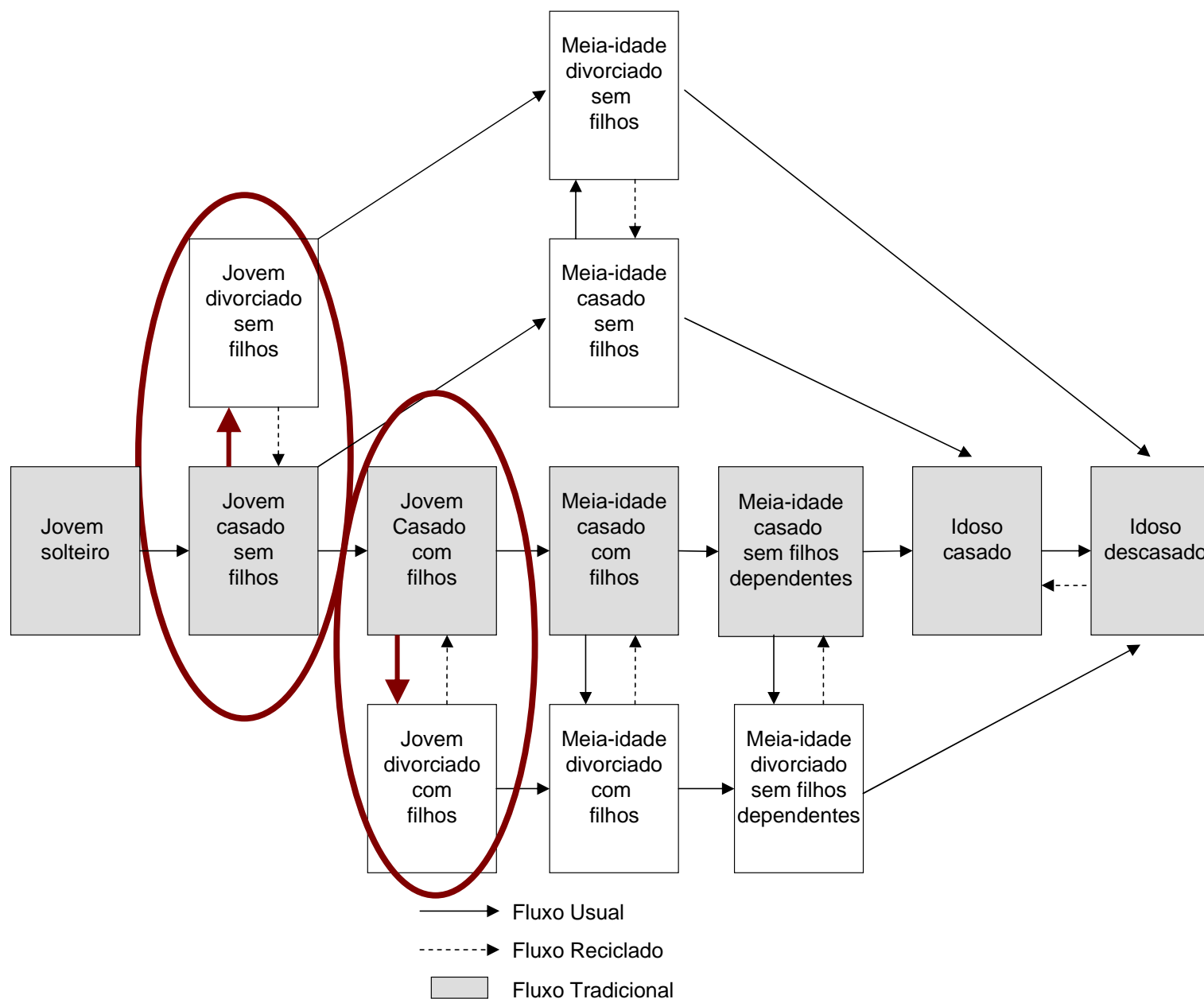
Para testar a viabilidade do modelo, Murphy e Staples (1979), utilizando os dados do censo dos Estados Unidos de 1970, comparam o número de famílias em cada estágio com o modelo proposto por Wells e Gubar (1966) e concluem que quase 12 milhões de famílias (tabela 2) foram incluídas no modelo, apenas com a inclusão das famílias compostas por pessoas divorciadas e casais de meia-idade sem filhos.



Esquema 4 – O modelo de ciclo de vida familiar de Murphy e Staples

Fonte: adaptado de MURPHY; STAPLES, 1979, p.17

Nota: tradução nossa



Esquema 5 – O modelo de ciclo de vida familiar de Murphy e Staples, com destaque para os fluxos alternativos

Fonte: adaptado de MURPHY; STAPLES, 1979, p.17

Nota: tradução nossa



Fonte: adaptado de MURPHY; STAPLES, 1979, p.17

Nota: tradução nossa

Murphy e Staples (1979) justificam a ausência de alguns arranjos familiares no modelo pela baixa frequência de ocorrência. Os autores não reconhecem a existência de casais que moram juntos sem estarem casados, pois estes representam menos de 1% da população e excluíram também as mulheres que nunca foram casadas, mas que tem filhos, indivíduos que permanecem solteiros a vida toda e viúvos com menos de 64 anos.

Entretanto, há ainda alguns estágios que não são contemplados e não são mencionados pelos autores. Por exemplo, domicílios com filhos com mais de 18 anos, monoparentais com pais não divorciados, pessoas solteiras acima de 35 anos e viúvos com menos de 65 anos.

Gilly e Enis (1982) alertam para o fato de que Murphy e Staples (1979) reconhecem domicílios compostos por pessoas divorciadas, com ou sem filhos mas não o fazem para viúvos ou pais e mães solteiras com filhos. A princípio não há uma justificativa que diferencie os padrões de consumo de uma pessoa viúva com filhos de outra divorciada com filhos.

No modelo de Murphy e Staples (1979), a categoria “outros” representa 17,2% de domicílios não classificados, já no modelo de Wells e Gubar (1966) esse valor chega a 23,3% do total de domicílios, (ver tabela 2). Portanto, o modelo de Murphy e Staples exclui uma parcela menor da população.

Tabela 2 - Comparação dos modelos de ciclo de vida familiar - Wells e Gubar (1966), Murphy e Staples (1979) e Gilly e Enis (1982)

Wells e Gubar (1966)			Murphy e Staples (1979)			Gilly e Enis (1982)		
	Número de famílias ¹	% em relação à população dos EUA		Número de famílias ¹	% em relação à população dos EUA		Número de famílias ¹	% em relação à população dos EUA
Solteiro	16.626	8,2	Jovem solteiro	16.626	8,2	Solitário I	16.626	8,2
Recém-casados	2.958	2,9	Jovem casado sem filhos	2.958	2,9	Recém-casados	2.958	2,9
Ninho cheio I	6.547	24,2	Jovem divorciado sem filhos	277	0,1	Ninho cheio I	8.085	18,3
Ninho cheio II	6.955	13,2	Jovem casado com filhos	8.082	17,1	Ninho cheio II	4.230	9
Ninho cheio III	5.627	14,7	Jovem divorciado com filhos	1.144	1,9	Monoparental I	677	0,3
Ninho vazio I	5.627	5,5	Meia-idade casado sem filhos	4.815	4,7	Monoparental II	292	0,1
Ninho vazio II	5.318	5,2	Meia-idade divorciado sem filhos	593	0,3	Solitário II	5.327	2,6
Solitário I	428	0,2	Meia-idade casado com filhos	15.574	33	Casal sem filhos	10.442	10,3
Solitário II	3.510	2	Meia-idade divorciado com filhos	1.080	1,8	Ninho cheio tardio	638	1,4
Outros	46.738	23,3	Meia-idade casado sem filhos dependentes	5.627	5,5	Ninho cheio III	14.913	31,6
			Meia-idade divorciado sem filhos dependentes	284	0,1	Monoparental III	2.295	1,1
			Idoso casado	5.318	5,2	Solitário III	12.464	6,1
			Idoso descasado	3.510	2	Ninho vazio	5.318	5,2
			Outros	34.952	17,2	Outros	5.742	2,8

Fonte: adaptado de GILLY e ENIS, 1982, p. 275. Base de dados do censo norte-americano

Nota: tradução nossa; ¹ (000)

4.3 O modelo de Gilly e Enis (1982)

Para Gilly e Enis (1982) os modelos de ciclo de vida familiar existentes falhavam em não reconhecer os caminhos alternativos do ciclo de vida familiar. Por esse motivo, os autores defendem um modelo sem uma seqüência única composto por 13 estágios.

Os autores defendem um modelo com caminhos alternativos de ciclo de vida, composto por um modelo de 13 estágios, desenhado para prever os eventos que mudam o fluxo tradicional defendido pelos demais autores, tais como adiamento da decisão de casar e ter filhos, domicílios sem filhos, casamentos pela segunda vez, crescimento de relações consensuais e divórcios e pessoas que nunca se casaram

Gilly e Enis (1982) identificam três importantes motivos que justificavam a necessidade da redefinição dos modelos existentes até aquele momento. O primeiro deles é o número crescente de mulheres que postergavam ou, até mesmo, evitavam a maternidade.

Para os autores, as decisões de casar, ter o primeiro filho estão intimamente relacionadas com a nova perspectiva da mulher na sociedade em especial no mercado de trabalho, pois tornando-se cada vez mais independente ela redefini as prioridades dos papéis assumidos pela mulher, muitas vezes acompanhado de uma perda espaço para o papel de mãe.

O segundo motivo identificado pelos autores é o crescimento dos domicílios monoparentais. Enquanto os demais modelos simplesmente não reconheciam a existência desse tipo de arranjo familiar, Gilly e Enis (1982) pesquisaram mais de 8 milhões de domicílios nos Estados Unidos composto do chefe de família e ao menos um filho, em 90% do casos esse domicílios são chefiados por mulheres.

E, por fim, os autores defendem a idéia de que como a presença dos filhos é determinante para os padrões de consumo da família, a idade das mulheres,

independente dela ser ou não a chefe da família, é determinante para determinar o estágio no ciclo de vida. Os autores defendem que uma mulher com mais de 35 anos tem grandes chances de ter algum problema com a gravidez.

Portanto, os estágios do ciclo de vida da família devem ser segmentados de acordo com:

- Idade da mulher, quando há uma
 - Jovem: abaixo de 35 anos
 - Meia-idade: de 35 a 64 anos
 - Idosa: acima de 64 anos
- Estado civil
- Presença ou não de filhos e suas idades
 - sem filhos
 - filho mais novo abaixo dos 6 anos
 - filho mais novo acima dos 6 anos

Um diferencial do modelo de Gilly e Enis (1982) em relação aos modelos citados anteriormente refere-se ao estado civil, com o reconhecimento como casais de duas pessoas morando juntas com a intenção de manter um relacionamento de longo prazo, independentemente de estarem formalmente casados. Ainda sobre este conceito, os autores não fazem diferença em relação ao gênero, ou seja, eles reconhecem a existência de casais homossexuais, desde que caracterizada a estabilidade da união.

A idade dos filhos também é importante, pois representa uma maior liberdade para as mães trabalharem. Acima dos 6 anos eles já estão na escola e, portanto, se tornam menos dependentes da mãe.

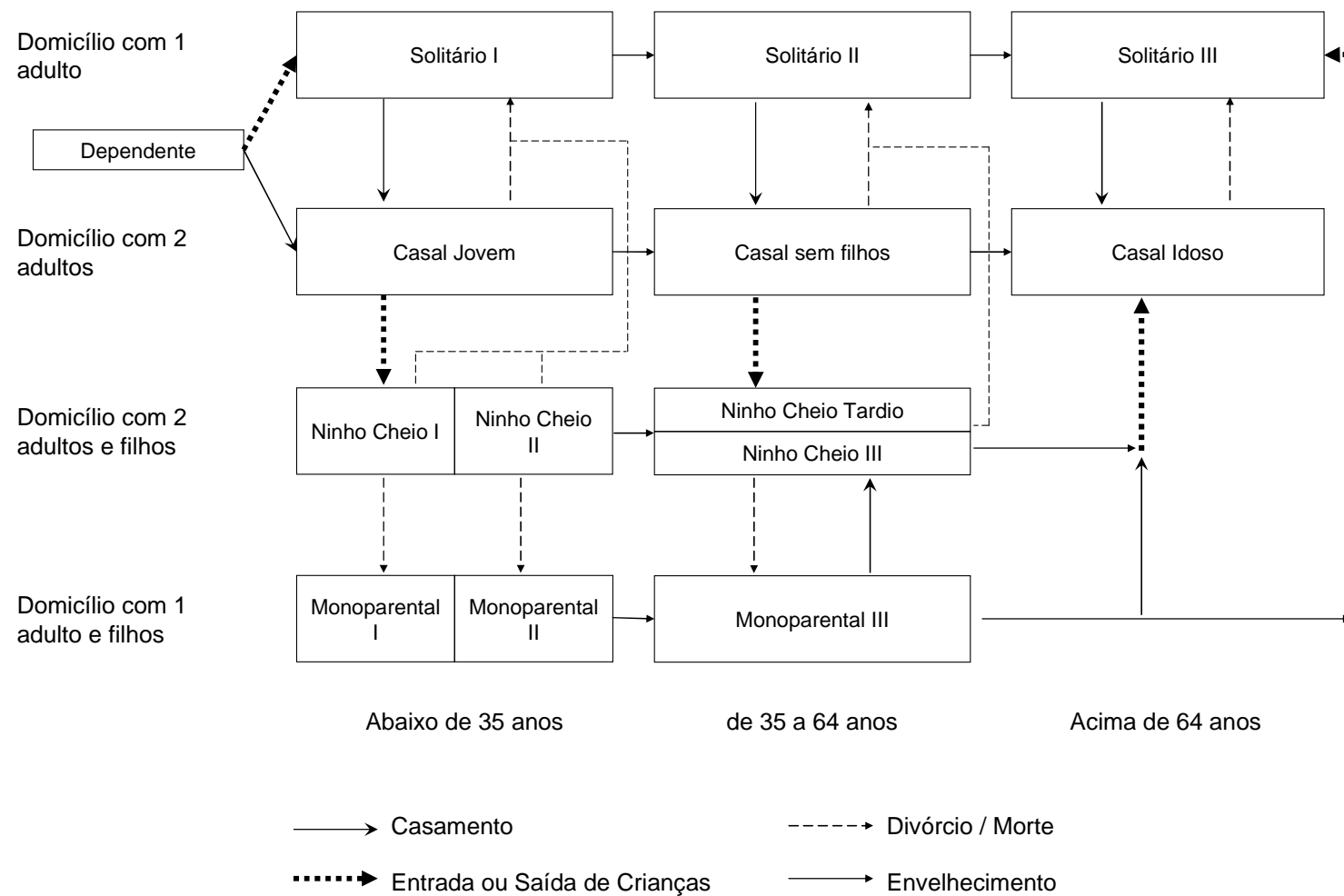
O esquema 7 apresenta o modelo de ciclo de vida familiar composto por 13 categorias criado por Gilly e Enis (1982).

No grupo com idade abaixo dos 35 anos, os domicílios com dois adultos e filhos são divididos em Ninho Cheio I (filho mais novo com menos de 6 anos) e Ninho Cheio II (filho mais novo acima de 6 anos). Essa divisão também se aplica aos domicílios com um adulto e filhos.

No grupo com idade entre 35 e 64 anos, os domicílios com dois adultos e filhos são divididos em Ninho Cheio Tardio (filho mais novo com menos de 6 anos) e Ninho Cheio III (todos os filhos com mais de 6 anos). Para os domicílios com um adulto e filhos, existe somente a categoria Pais Solteiros III (todos os filhos acima de 6 anos).

Para os autores, no grupo com idade acima de 64 anos, a tendência é que os filhos já tenham saído de casa, portanto os domicílios com um ou dois adultos com mais de 64 anos e com filhos não é representativo. Isso faz sentido, pois neste modelo, apenas 0,5% dos domicílios norte-americanos ficaram sem classificação (SCHANINGER; DANKO, 1983).

Gilly e Enis (1982) não fazem nenhum teste empírico do modelo, mas ao compará-lo com o de Wells e Gubar (1966) e de Murphy e Staples (1979) com base em dados censitários, concluem que o seu modelo é o de maior abrangência. A categoria "outros" é reduzida para apenas 2,8% da população, enquanto no WG é de 23,3% e MS, 17,2% (ver tabela 2) .



Esquema 7 – O modelo de ciclo de vida familiar de Gilly e Enis

Fonte: adaptado de GILLY e ENIS, 1982, p.274

Nota: tradução nossa

O modelo proposto por Gilly e Enis (1982) caracteriza-se pela sua simplicidade, mas algumas vezes também por ser simplista. Por exemplo, quando os autores definem os parâmetros da idade da mulher como uma escolha arbitrária, justificam como uma decisão feita em outros modelos.

Outra falha na validação do modelo é a falta de alguma evidência estatística que comprove as diferenças entre os padrões de consumo dos estágios propostos.

Entretanto, diversos autores (LIU; PUTLER, 2001; REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001; SCHANINGER; DANKO, 1993) reconhecem o modelo como a contribuição mais significativa para a redefinição dos caminhos tradicionais, representando melhor a sociedade contemporânea e seus fluxos alternativos de ciclo de vida.

4.4 O modelo de Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldás-Manzano (2001)

Para Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldás-Manzano (2001), a formulação de modelos de ciclo de vida familiar, sua aplicabilidade e testes empíricos ocorreram de forma quase que exclusiva considerando a típica família norte-americana, ainda que tenham evoluído a fim de se adaptar às modificações na estrutura familiar, à entrada da mulher no mercado de trabalho e às novas formas de união.

Assim, um dos primeiros questionamentos dos autores é se as diferenças sociais e culturais entre a Espanha e os Estados Unidos são suficientes para justificar uma adaptação nos modelos existentes ou se é possível, sim, replicar esses modelos para os outros países do Ocidente.

Apesar de as distâncias atuais serem menores que no passado, a sociedade espanhola tem algumas diferenças marcantes em relação à norte-americana, tais como: conceito

de casamento mais vinculado aos preceitos da Igreja Católica, laços familiares mais fortes, mercado de trabalho menos flexível, menor velocidade de incorporação da mulher no mercado de trabalho (REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001).

Uma das mais importantes constatações dos autores que corrobora a necessidade de se considerar a influência cultural nas formações das estruturas familiares é que os modelos propostos até então excluía um tradicional arranjo familiar muito comum nos países europeus mediterrâneos – as famílias extensas, que se caracterizam pela convivência em um mesmo domicílio de outras pessoas além da família nuclear (pai, mãe e filhos solteiros). Este tipo de família corresponde a 9% dos domicílios espanhóis e, portanto, não podem ser ignorado (REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001).

Outras diferenças substanciais apresentadas pelos autores para justificar a necessidade de um modelo próprio foram o número de divórcios (menor na Espanha do que nos Estados Unidos); a idade média com que os filhos deixam a casa dos pais (na Espanha é com 25 anos e nos Estados Unidos a emancipação dos filhos ocorre geralmente com 18 anos); e a distribuição do número de pessoas por domicílios (a frequência de famílias numerosas na Espanha é quase o dobro da encontrada nos Estados Unidos).

Conseqüentemente, o modelo proposto por Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldás-Manzano (2001), apesar de muito parecido com o modelo de Gilly e Enis (1982), considera a possibilidade de outras pessoas, além dos filhos, viverem com o casal e define o chefe da casa como a pessoa que mais contribui para a renda familiar.

O modelo (ver esquema 8) é composto de 11 categorias e segmenta as categorias, de acordo com 2 dimensões :

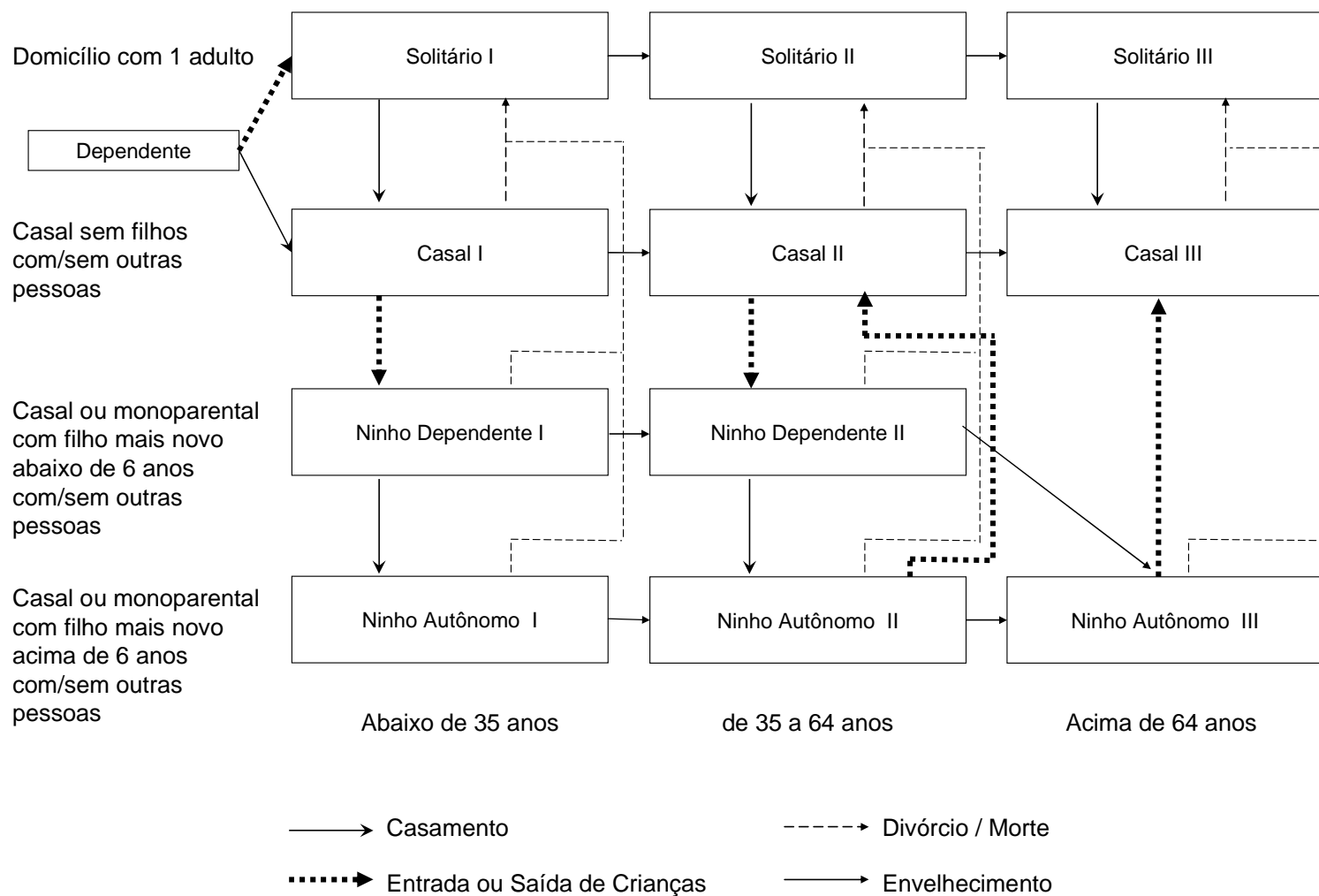
- Idade da pessoa com maior renda no domicílio, pois é a recomendação da Sociedade Europeia de Pesquisa de Marketing.

- ☐ abaixo de 35 anos
- ☐ de 35 a 64 anos
- ☐ acima de 64 anos
- Presença de filhos e suas idades
 - ☐ ausência de filhos
 - ☐ filho mais novo abaixo dos 6 anos
 - ☐ filho mais novo acima dos 6 anos

A diferença para os modelos norte-americanos é que o modelo prevê independentemente da existência de crianças, que outras pessoas podem viver no mesmo domicílio que um casal ou um dos pais.

No caso dos domicílios com filhos - ninhos - estes são classificados como Dependentes ou Autônomos de acordo com a idade do filho mais novo, abaixo de seis anos e acima, respectivamente.

A categoria Ninho Dependente III, composta por pessoa de referência acima de 64 anos com filho mais novo abaixo de seis anos, foi excluída por ser pouco representativa.



Esquema 8 – O modelo de ciclo de vida familiar de Redondo-Bellon, Royo-Vela e Aldás-Manzano

Fonte: adaptado de REDONDO-BELLON, ROYO-VELA e ALDÁS-MANZANO, 2001, p.623

Nota: tradução nossa

Assim como Gilly e Enis (1982), Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldás-Manzano (2001) consideram como casal quaisquer pessoas que morem conjuntamente com a finalidade de manter uma união estável, independentemente de gênero.

Posteriormente à adaptação do modelo de ciclo de vida ao ambiente espanhol para que comportasse o maior número de domicílios, foi necessário verificar sua utilidade e a sua capacidade preditiva. Para isso, quatro hipóteses foram testadas:

H₁: o modelo de ciclo de vida familiar espanhol tem melhor capacidade explicativa do que os modelos norte-americanos para os gastos domiciliares na Espanha.

H₂: o modelo espanhol proposto tem melhor capacidade explicativa do que se cada uma das variáveis sócio-econômicas fosse avaliada sozinha: idade, tamanho do domicílio, renda, nível educacional do pessoa de referência e tamanho do município. Similarmente, tem menor capacidade se todas estas variáveis fossem utilizadas conjuntamente.

H₃: quando o estágio do ciclo de vida familiar é incorporado ao modelo como mais uma das variáveis dependentes mencionadas na segunda hipótese, a capacidade preditiva do modelo melhora significativamente.

H₄: as onze categorias propostas no modelo Espanhol diferem entre si em relação a padrões de consumo e gastos.

Para realizar os testes de hipótese, Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldas-Manzano (2001) estimaram modelos de previsão por meio técnicas de regressão para 14 categorias de consumo ver quadro 6, como variáveis dependentes e utilizando como variáveis independentes o estágio no ciclo de vida e outras variáveis socioeconômicas, como renda, tamanho do domicílio, nível educacional e idade da pessoa de maior renda

do domicílio. Isso foi feito para o modelo espanhol e para os modelos de Wells e Gubar (1966), Murphy e Staples (1979) e Gilly e Enis (1982).

Área	Categorias dos gastos
Lazer	1. Cinema
	2. Aluguel de vídeos
	3. Livros
	4. Almoços e jantares
	5. Viagens
Roupas	6. Masculina
	7. Feminina
	8. Crianças
	9. Bebês
Gastos domiciliares	10. Móveis para a sala de jantar
	11. Móveis para o quarto
	12. Utensílios domésticos
	13. Pequenos aparelhos de utilidade doméstica (microondas, liquidificador entre outros)
	14. Grandes aparelhos de utilidade doméstica (refrigeradores, lavadora de roupas, secadoras entre outros)

Quadro 6 – Categorias de consumos testadas por Redondo-Bellon, Royo-Vela e Aldás-Manzano
 Fonte: adaptado de REDONDO-BELLON, ROYO-VELA e ALDÁS-MANZANO, 2001, p.627
 Nota: tradução nossa

Para comparar os resultados de cada modelo de regressão, os autores utilizaram o coeficiente de determinação, R^2 , como medida do poder de predição.

Os resultados demonstram que o modelo proposto por Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldas-Manzano (2001) tem poder explicativo maior para nove das catorze categorias testadas do que os modelos norte-americanos citados anteriormente. Tem o mesmo R^2 que os modelos de Gilly e Enis (1982) para despesas com móveis para o quarto, mas demonstra um poder explicativo menor que o modelo de Murphy e Staples (1979) para despesas com roupas de bebês e crianças, móveis para a sala de jantar e grandes utensílios domésticos, como refrigerador, máquina de lavar, ar-condicionado e secadora de roupa.

Portanto, a hipótese 1 foi parcialmente refutada em 4 das 14 categorias testadas. E, como a diferença nas categorias refutadas é pequena, os autores confirmaram a

hipótese de que o modelo proposto tem maior capacidade explicativa para a maioria dos produtos e serviços do que os modelos norte-americanos.

Quanto à hipótese 2, a primeira parte, que trata da comparação par a par do construto ciclo de vida familiar com outras variáveis socioeconômicas sozinhas, não pode ser confirmada. Em categorias como vestuário, a renda tinha um poder de explicação maior que o ciclo de vida familiar, mas para gastos em cinema, aluguel de filmes e roupas para bebês ocorria justamente o contrário.

A segunda parte da hipótese 2 foi confirmada, se as demais variáveis fossem utilizadas conjuntamente em um modelo de regressão múltipla, ao comparar com outro modelo que utilizasse apenas o ciclo de vida familiar, o primeiro modelo teria melhor capacidade explicativa para todas as catorze categorias testadas (ver quadro 6).

A terceira hipótese foi confirmada sem qualquer observação. Portanto, o ciclo de vida familiar, utilizado como única variável independente pode, em alguns casos, ter uma capacidade preditiva inferior a outras variáveis independentes testadas na segunda hipótese, mas quando incorporado a um modelo com estas mesmas variáveis, há sempre uma melhoria na capacidade preditiva do modelo.

Para a última hipótese, os autores utilizaram a estatística ANOVA para verificar se as diferenças entre os grupos eram significativas e, portanto, se havia padrões de consumo diferentes de para cada estágio. Essa hipótese foi confirmada sem objeções.

Após a validação do modelo, Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldas-Manzano (2001) concluem, citando como limitação do estudo o uso de informações de apenas uma das pesquisas de orçamentos da Espanha, sem fazer uma análise longitudinal da composição e gastos familiares, de forma que não é possível acompanhar as transições de uma mesma família e assim mensurar o impacto do casamento, do nascimento dos filhos e outras mudanças.

4.5 O modelo de Du e Kamakura (2006)

Du e Kamakura (2006) levantam os dois principais pontos críticos para a operacionalização do conceito ciclo de vida familiar que é a causa para a falta de consenso entre os acadêmicos. O primeiro deles diz respeito aos principais tipos de domicílios de uma determinada população e os critérios para segmentá-los.

O outro ponto crítico é a falta de identificação da sequência percorrida pelos domicílios.

Para resolver esse impasse, Du e Kamakura (2006), diferentemente dos demais autores listados nessa revisão teórica, utilizam um painel longitudinal para rastrear as transições nos estágios de ciclo de vida de 6.887 famílias no período de 1968 até 2001.

Dessa forma, Du e Kamakura (2006) são capazes não apenas de identificar os estágios do ciclo de vida (esquema 9) procurando de forma empírica o melhor esquema de representação da realidade, sem partir de um modelo pré-definido, mas também identificar a seqüências típicas seguidas pelas famílias.

Cada seta no esquema 9 representa o percentual de domicílios que se movem pelos estágios.

Du e Kamakura (2006) segmentam os domicílios de acordo com dez variáveis:

- Estado civil do chefe do domicílio
 - Casado
 - Solteiro
 - Viúvo

- ☐ Divorciado
- ☐ Separado
- Idade do chefe do domicílio
- Vínculo empregatício do chefe do domicílio
 - ☐ Empregado
 - ☐ Desempregado
 - ☐ Aposentado
 - ☐ Inválido
 - ☐ Estudante
- Vínculo empregatício do cônjuge
- Numero de outros adultos
- Presença de crianças abaixo de 7 anos
- Presença de crianças abaixo de 7 a 14 anos
- Presença de crianças abaixo de 15 a 18 anos
- Presença de crianças na faculdade
- Quantidade de pessoas no domicílio

Além da definição dos estágios, Du e Kamakura (2006) mensuram as probabilidades de transição entre eles (tabela 3). Para isso, os autores partem da premissa que há uma seqüência natural entre os estágios e que não é possível voltar a um estágio anterior.

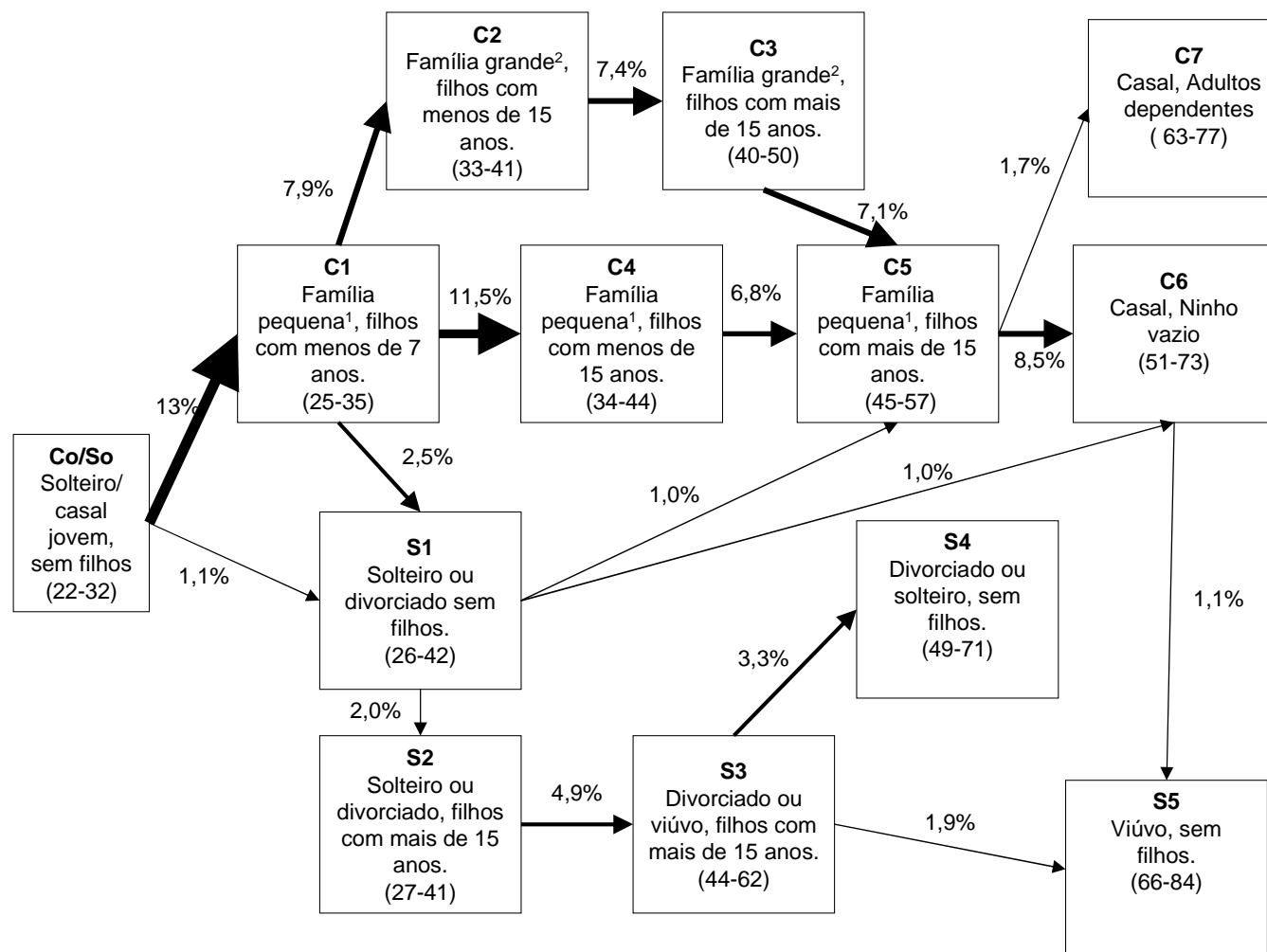
Concluindo, os autores realmente projetam a idéia de que nem todos os domicílios passam por todos os estágios, seguindo as mesmas trajetórias.

Como o painel longitudinal utilizado para identificar os estágios não contém informações sobre a alocação dos recursos financeiros, os autores utilizam outras bases de dados sobre gastos familiares para estabelecer o perfil de consumo e estilo de vida de cada um dos treze estágios propostos.

Assim, Du e Kamakura (2006) traçam um perfil de gastos para cada domicílio para categorias como Educação, Lazer, Roupas, Impostos, Saúde entre outras, (ver tabela 4).

Por exemplo, os gastos médios com seguro saúde são menores para os solteiros e jovens, e maiores para casais mais velhos e viúvos sem filhos.

O resultado é um modelo criado empiricamente que representa os mais comuns tipos de domicílios nos Estados Unidos nos últimos 30 anos, com o perfil de gastos de cada estágio. Além de classificar um domicílio em um estágio, o modelo é capaz de fazer projeções de como serão as suas transições e assim prever quais itens serão consumidos no futuro.



Esquema 9 – O modelo de ciclo de vida familiar de Du e Kamakura

Fonte: adaptado de DU; KAMAKURA, 2006, p.126

Nota: tradução nossa; ¹ em geral, até 4 membros; ² em geral, acima de 5 membros. Os números entre parêntesis representam a faixa etária do chefe do domicílio

Tabela 3 -Estado inicial estimado (π) e probabilidades de transição entre os estágios de ciclo de vida familiar (a)

π_i	30%	12%	6%	5%	4%	10%	6%	6%	8%	6%	7%	2%	0%
a_i	Co/So (%)	C1 (%)	C2 (%)	C3 (%)	C4 (%)	S1 (%)	C5 (%)	C6 (%)	S2 (%)	S3 (%)	S5 (%)	S4 (%)	C7 (%)
Co/So	46	47	0	0	1	3	0	2	0	0	0	0	0
C1		44	19	0	32	4	0	0	1	0	0	0	0
C2			42	51	2	3	0	0	1	0	0	0	0
C3				44	2	1	49	1	0	2	0	1	0
C4					56	3	38	1	0	1	0	0	0
S1						77	6	6	6	3	0	3	0
C5							55	37	0	1	0	1	6
C6								93	0	0	4	1	2
S2									75	22	0	3	0
S3										70	10	18	1
S5											90	0	2
S4												98	2
C7													100

Fonte: adaptado de DU; KAMAKURA (2006)

Nota: tradução nossa. Números em negrito indicam as transições entre estágios de ciclos de vida mais comuns

Tabela 4 - Percentual de domicílios por categoria de gastos e investimentos, por estágio no ciclo de vida familiar

	Estágio no ciclo de vida familiar												
	Co/So (%)	C1 (%)	C2 (%)	C3 (%)	C4 (%)	S1 (%)	C5 (%)	C6 (%)	S2 (%)	S3 (%)	S5 (%)	S4 (%)	C7 (%)
Gastos/Investimentos													
Seguro saúde	52	58	58	64	61	45	69	84	39	72	98	74	98
Seguro de vida	60	72	73	66	78	47	73	66	50	59	45	46	68
Automóvel novo	33	33	33	45	30	20	43	21	27	32	7	13	25
Passagens aéreas	32	20	19	25	22	42	29	34	21	30	31	33	30
Livros	74	75	82	77	85	71	69	56	71	59	33	48	55
Educação superior	37	28	44	58	51	27	48	15	34	30	6	13	21
Educação primária	1	47	40	21	29	2	8	1	28	6	1	1	5
Parcelamento de automóveis	60	54	50	55	52	35	57	28	35	45	8	19	33
Pagamento de juros	67	66	65	64	67	59	58	34	45	50	16	31	36
Pagamento de hipoteca	49	74	77	79	84	49	78	80	49	69	69	59	81
Manutenção da casa	45	67	68	67	73	42	67	76	42	61	66	54	79
Pagamento de pensão	23	24	23	20	31	34	32	23	18	25	3	26	10

Fonte: adaptado de DU; KAMAKURA (2006)

Nota: tradução nossa. Números em negrito indicam os valores extremos

4.6 Considerações acerca dos modelos apresentados

Apesar das diferenças nos modelos listados a seguir, a idéia central é a mesma: cada família passa por estágios ou ciclos distintos, desde a sua formação até a sua dissolução, ou início de outra.

Essas transições são acompanhadas por uma realocação dos recursos a fim de acomodar as mudanças nas demandas e necessidades (WILKES, 1995).

A análise dos modelos apresentados nos permite compreender a necessidade de incorporar novos estágios, de acordo com as mudanças históricas na estrutura familiar.

Estágios que eram pouco representativos no modelo de Wells e Gubar (1966), o de pais solteiros, por exemplo, ganharam representatividade e passaram a compor os modelos de Gilly e Enis (1982), Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldás-Manzano (2001) e Du e Kamakura (2006).

Os autores listados sempre começam seus trabalhos identificando os motivos para uma redefinição. Esses motivos podem ser desde mudanças sócio-demográficas (MURPHY; STAPLES, 1979) ou caráter cultural de cada país (REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001) até a redefinição do papel da mulher na sociedade contemporânea (GILLY; ENIS, 1982).

Apesar de nem todos os modelos mencionados terem sido validados empiricamente, Wilkes (1995) legitimou o conceito ciclo de vida familiar como uma valiosa ferramenta de análise no campo de Comportamento do Consumidor.

Analisando os modelos citados percebe-se que a necessidade de atualização e proposição de um novo modelo estava fortemente vinculada à idéia das transformações sociais de cada período.

No próximo capítulo, a análise dos indicadores demográficos do Brasil nos permitirá verificar a extensão dessas mudanças no país.

5. A família brasileira hoje

A escolha da família como unidade de análise ocorreu por se tratar de um espaço no qual os seus membros se relacionam e constroem os seus valores, assim como um ponto de apoio para que homens, mulheres e crianças se organizem em torno da realização de projetos comuns (NASCIMENTO, 2006).

A dinâmica do processo decisório que acontece no âmbito familiar e as interações entre os seus membros foram definidos por diversos autores como ponto fundamental para o avanço nos estudos sobre comportamento do consumidor (ASSAEL, 1987; EKSTROM, 2004; HAMILTON, 2009; O'MALLEY; PROTERO, 2007).

Como outros grupos sociais, o ambiente familiar é ao mesmo tempo um espaço de conflito cooperativo entre indivíduos, buscando-se a valorização da vida pessoal e opções de seus membros, e um espaço determinante do respeito e bem-estar coletivo por meio da distribuição de recursos e busca de objetivos comuns (COSER, 1976).

Sarti (1996. p.1) coloca como:

“questão estrutural da família moderna o conflito entre, de um lado a afirmação da individualidade – uma possibilidade do mundo moderno, em que a tradição vem sendo abandonada como em nenhuma outra época da história, transformando a intimidade (Giddens, 1993) e, de outro, o respeito às obrigações e às responsabilidades próprias dos vínculos familiares”.

Singly (2000) compreende os laços familiares como uma tensão entre dois pólos: relacional e individualista. Uma união de membros caracterizada por um forte sentimento de união, troca e respeito, mas ao mesmo tempo com uma forte generalização do individualismo, no qual o elemento central são os membros que compõem o grupo.

Portanto, ao optar por pela família como objeto de análise, nós a vemos como espaço privado e de convívio entre os membros, no qual as decisões de consumo são tomadas e as táticas de sobrevivência definidas, superando as escolhas individuais.

Nesse estudo, a família é entendida como um grupo de indivíduos ligados por elos de sangue, de adoção ou de aliança socialmente reconhecidos e organizados em núcleos de reprodução social (BRUSCHINI, 1989).

Essa conceituação permite estudar desde estruturas familiares clássicas como a família nuclear composta de pai, mãe e filhos e até mesmo grupo de pessoas sem laços sanguíneos que convivem em um mesmo domicílio (GOLDANI, 1984), ainda que a consangüinidade seja o eixo principal de união das pessoas que vivem juntas, com 88,6% dos arranjos são de pessoas com parentesco (PNAD, 2007), gráfico 1.

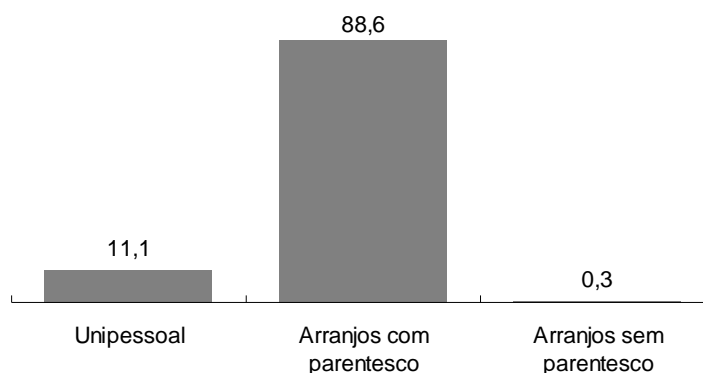


Gráfico 1 – Distribuição percentual dos arranjos familiares residentes em domicílios particulares, segundo o tipo – Brasil – 2007

Fonte: adaptado de IBGE, SÍNTESE DE INDICADORES SOCIAIS, 2008, p.88.

Segundo Peixoto, Singly e Cichelli (2000), tem-se falado muito sobre a crise e enfraquecimento da instituição família por causa da queda na taxa de fecundidade e mortalidade, aumento da esperança de vida, das separações e divórcios e das uniões consensuais, assim como outras mudanças nos padrões de relacionamentos entre os seus participantes e no papel da mulher no âmbito familiar e fora dele.

Entretanto, como será demonstrado nesse capítulo, o que caracteriza esse processo é o surgimento de novas estruturas familiares, de novas relações entre os gêneros,

numa perspectiva mais igualitária, principalmente por causa da crescente participação da mulher no mercado de trabalho.

Uma vez que as transformações no modo de vida e consumo estão intimamente relacionadas às transformações nos estágios do ciclo de vida, é preciso entender as profundas mudanças pelas quais vêm passando as estruturas familiares brasileiras.

5.1 Os arranjos familiares

Segundo dados do IBGE, no período de 1970 a 2007, o número absoluto de arranjos familiares residentes em domicílios particulares apresentou um crescimento de mais de 220%, saltando de 18,5 milhões para pouco mais de 60 milhões (tabela 5).

Tabela 5 - Número de famílias e média de pessoas por família - Brasil - 1970/2007

Ano	Número de famílias (em milhões)	Pessoas por família
1970	18,5	4,98
1980	26,8	4,44
1991	37,5	3,92
2000	48,2	3,52
2007	60,1	3,10

Fonte: elaboração própria, IBGE, CENSOS DEMOGRÁFICOS, 1970/2000 e PNAD, 2007

Nota: para o ano de 2007, foram considerados os dados da PNAD, para os demais anos, o Censo, ambos realizados pelo IBGE

Este aumento foi acompanhado pela diminuição do tamanho das famílias. Segundo o Censo do IBGE em 1991 cada família tinha em média 3,92 pessoas, passando para 3,1 em 2007.

Pela pesquisa do Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, PNAD, de 2007 também realizada pelo IBGE (gráfico 2), a média nacional é de 3,1.

Conforme o gráfico 2, nas regiões com as maiores desigualdades sociais e econômicas, Norte e Nordeste, o número médio de pessoas por domicílio é um pouco maior que a média nacional. Já na região Sul, o número de 2,9 pessoas por família é menor que a família nuclear composta por 3 pessoas - pai, mãe e um filho.

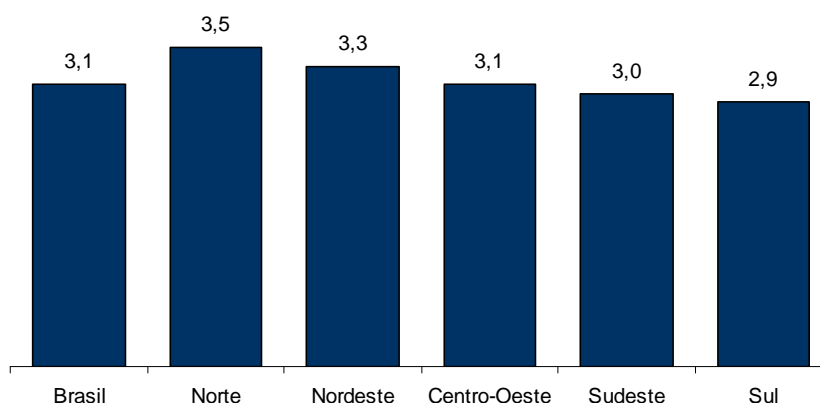


Gráfico 2 – Número de pessoas por domicílio por região – Brasil – 2007
 Fonte: elaboração do autor, IBGE, SÍNTESE DE INDICADORES SOCIAIS, 2008

Tramontano (1998) atribui a redução do número de filhos à disseminação dos métodos contraceptivos, em especial a pílula anticoncepcional, à crescente probabilidade de separação dos casais, aos investimentos na escolarização dos filhos e a participação da mulher na divisão social do trabalho.

Conforme gráfico 3, comparando-se o número de pessoas por domicílio, verifica-se que cresceram os domicílios com uma ou duas pessoas, praticamente se mantiveram estáveis aqueles com três pessoas e que, a partir de quatro pessoas, há uma queda generalizada.

























Número de moradores	% em 2007	Variação em pontos percentuais		% em 2008	Número de moradores
	11,5		 0,5	12,0	
	21,1		 1,1	22,2	
	24,7		 0,1	24,8	
	22,3	-0,3 		22,0	
	11,4	-0,6 		10,8	
	4,9	-0,5 		4,4	
	2,2	-0,3 		1,9	
	2,0	-0,2 		1,8	

Gráfico 3 – Número de moradores por domicílio – Brasil – 2007/2008
 Fonte: elaboração do autor, IBGE, SÍNTESE DE INDICADORES SOCIAIS, 2008

Se, por um lado, os núcleos familiares estão se tornando mais semelhantes em relação ao tamanho, com o número médio de filhos reduzindo-se gradativamente, por outro, é cada vez maior a participação e variedade de outros arranjos familiares que não o casal com filhos.

A Síntese de Indicadores Sociais de 2008, publicação do IBGE que traz a fotografia mais atual dos arranjos familiares, demonstra que a família típica brasileira, aquela com maior frequência de ocorrência, é a composta pelo casal com filhos, com uma participação relativa bem superior às demais, quase 50%, seguida pelos domicílios formados pela pessoa de referência e os filhos, com 19,7% e casal sem filhos, com 16%, gráfico 4.

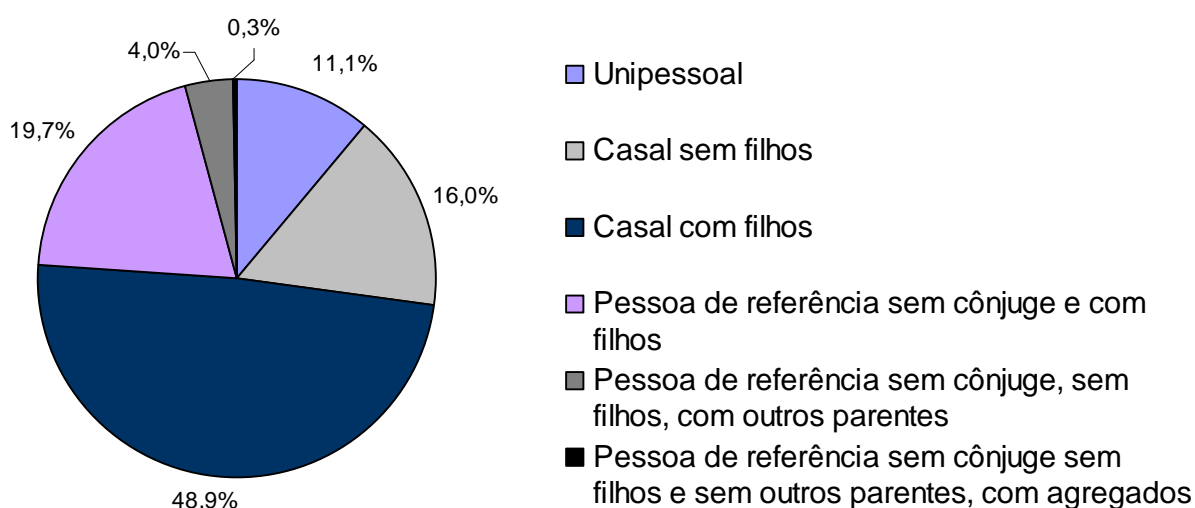


Gráfico 4 – Arranjos familiares residentes em domicílios particulares, em distribuição percentual, segundo os tipos de arranjos– Brasil – 2007

Fonte: elaboração do autor, SÍNTESE DE INDICADORES SOCIAIS, 2008

O modelo composto pelo casal com filhos, cujos valores passam pela monogamia, poder paterno e indissolubilidade das uniões, foi historicamente estimulado como referência pela sociedade brasileira, Igreja Católica e pelo estado (GOLDANI, 1993)

Entretanto, por meio da comparação dos dados da Síntese dos Indicadores Sociais de 2008 do IBGE com os dados do Censo, também publicado pelo IBGE, no período de 1970 a 2000, (gráfico 5), é possível constatar que o modelo nuclear composto por pais com filhos vem apresentando tendências a diminuir seu peso relativo, com uma

queda de quase 20 pontos percentuais nos últimos 40 anos, em virtude principalmente da maior incidência de outros arranjos.

Segundo relatório publicado em 2007 pelo Núcleo de Estudos Habitares Interativos (NOMADS), da Universidade de São Paulo, é a partir de década de 1960 que cai a porcentagem de famílias nucleares composta por pais e filhos em relação aos demais arranjos. Esse processo envolve ainda o enfraquecimento da autoridade do pai em contraposição à maior autonomia dos seus membros.

Pelo gráfico, observa-se que a redução no tipo de família constituída por casal com filhos, de 71,7% em 1970, para 61,2% em 2000 e 48,9% em 2007 é acompanhada pelo crescimento do número de famílias monoparentais, de 11,1% em 1970, para 19,7% em 2007, e também dos casais sem filhos, crescimento de mais de 300% no período de 1970 a 2007.

Uma família é chamada monoparental quando a pessoa de referência - pessoa responsável pelas despesas aluguel, prestação do imóvel ou outras despesas de habitação - encontra-se sozinha e vive com uma ou várias crianças no mesmo domicílio.

A situação monoparental acontece com homens e mulheres após uma ruptura de uma união estável, como ocorre nos casos de separação, divórcio e viuvez ou quando estes decidem criar uma criança sem a presença de um companheiro, filhos biológicos ou adotados.

Para Goldani (1993), o crescimento das famílias monoparentais em especial aquelas compostas pela mulher e filhos é atribuída a uma maior instabilidade do vínculo conjugal.

É verdade que o número de casamentos no Brasil tem sido crescente, em termos absolutos e relativos. Segundo as Estatísticas do Registro Civil de 2008 publicada pelo IBGE, o total de casamento registrados no Brasil foi de 959.901, um crescimento de 34,8% quando comparado ao ano de 1998.

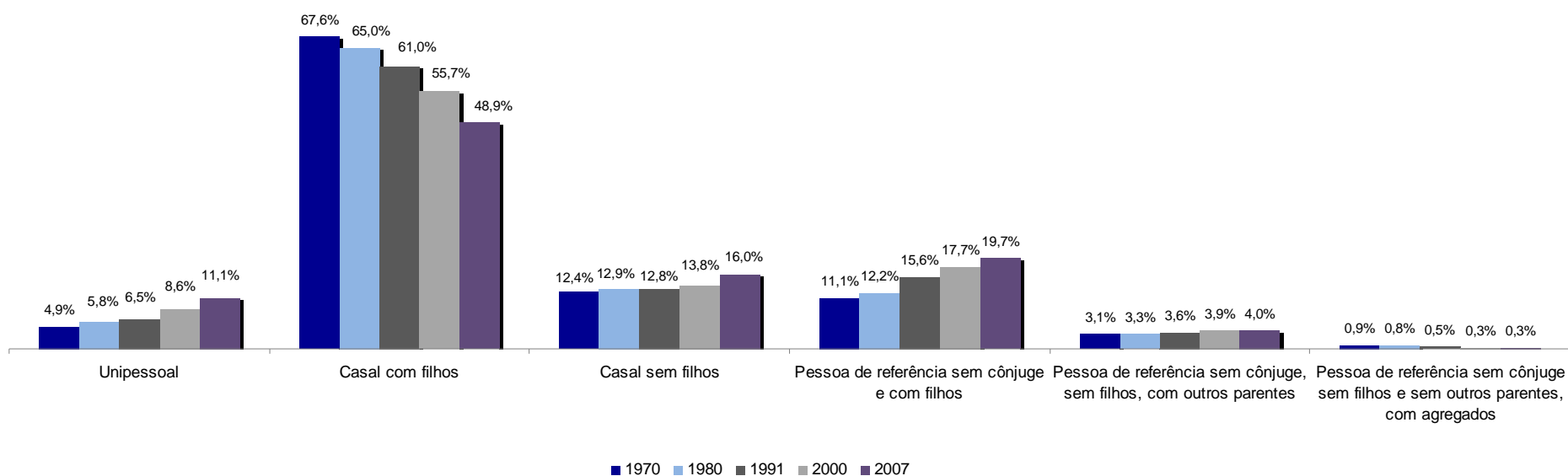


Gráfico 5 – Distribuição das famílias residentes em domicílios particulares, segundo o tipo de arranjo familiar - Brasil – 1970 / 2007

Fonte: elaboração do autor, IBGE, CENSOS DEMOGRÁFICOS 1970/2000 e SÍNTESE DE INDICADORES SOCIAIS, 2008

Nota: para o ano de 2007, foram considerados os dados da Síntese de Indicadores Sociais, para os demais anos, o Censo, ambos realizados pelo IBGE

A taxa de nupcialidade, obtida pela divisão do número de casamentos pelo de habitantes e multiplicando-se o resultado por 1.000, de 6,7% em 2008, é a maior dos últimos 10 anos, gráfico 6.

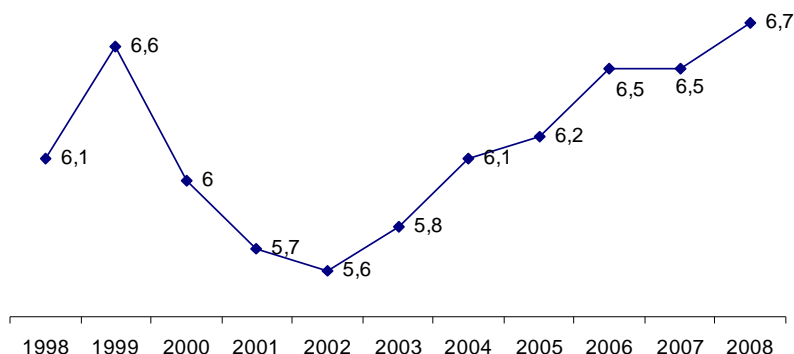


Gráfico 6 – Taxa de nupcialidade legal – Brasil – 1998/2008
Fonte: adaptado de IBGE, ESTATÍSTICAS DO REGISTRO CIVIL, 2008

Esse crescimento é atribuído à realização de casamentos coletivos e ao incentivo do código civil de 2002 para que um número maior de casais oficializem sua uniões consensuais.

As Estatísticas do Registro Civil de 2008 mostram ainda o crescimento do número de uniões nas quais pelo menos um dos cônjuges tinha o estado civil viúvo ou divorciado, os recasamentos, ver gráfico 7. Esse tipo de união representou 17,1% do total de uniões formalizadas em 2008.

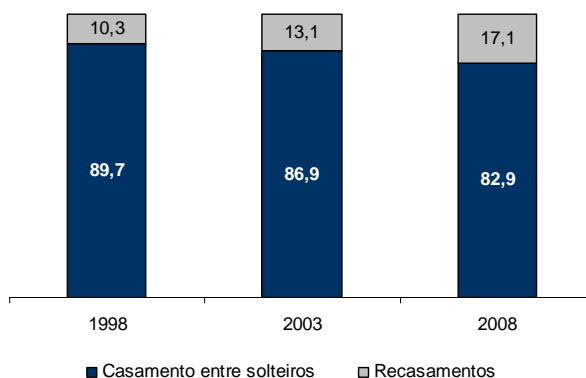


Gráfico 7 – Proporção de casamentos entre solteiros e recasamentos – Brasil – 1998/2008
Fonte: adaptado de IBGE, ESTATÍSTICAS DO REGISTRO CIVIL, 2008

Entretanto, a taxa geral de divórcios, obtida pela divisão do número de divórcios concedidos ou escriturados pela população e multiplicando-se o resultado por 1.000, de 1,5% em 2008 foi a maior dos últimos 10 anos (gráfico 8). Esse aumento é explicado pela redução e desburocratização nos trâmites judiciais (IBGE, Estatísticas do Registro Civil, 2008).

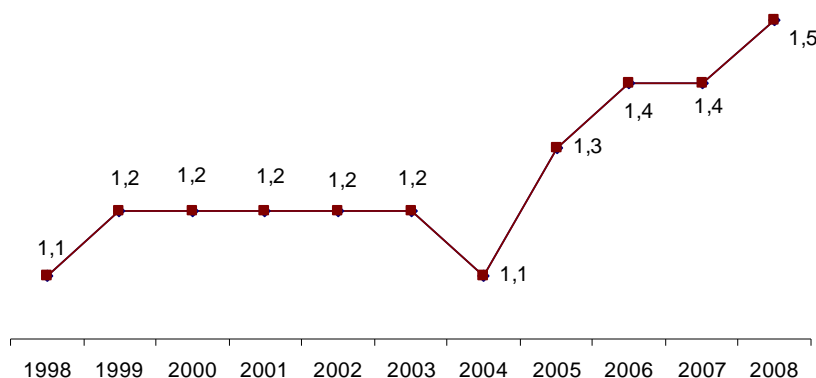


Gráfico 8 – Taxa geral de divórcios – Brasil – 1998/2008
 Fonte: adaptado de IBGE, ESTATÍSTICAS DO REGISTRO CIVIL, 2008

Outra explicação para a instabilidade da família moderna é a crescente individualização das sociedades ocidentais e, conseqüentemente, a não aceitação de maus relacionamentos como um comprometimento para toda a vida. Para Peixoto, Singly e Cichelli (2000, p. 15), “os cônjuges só ficam juntos sob a condição de se amarem”.

Em 2008, 88,7% dos divórcios concedidos no Brasil tiveram a responsabilidade pelos filhos concedida às mulheres (IBGE, Estatísticas do Registro Civil, 2008). Esse elevado percentual pode explicar as diferenças quando a mulher é a pessoa de referência: o arranjo familiar típico é do tipo monoparental, inversamente proporcional no caso dos homens, com apenas 3,3% de ocorrência, ver gráfico 9.

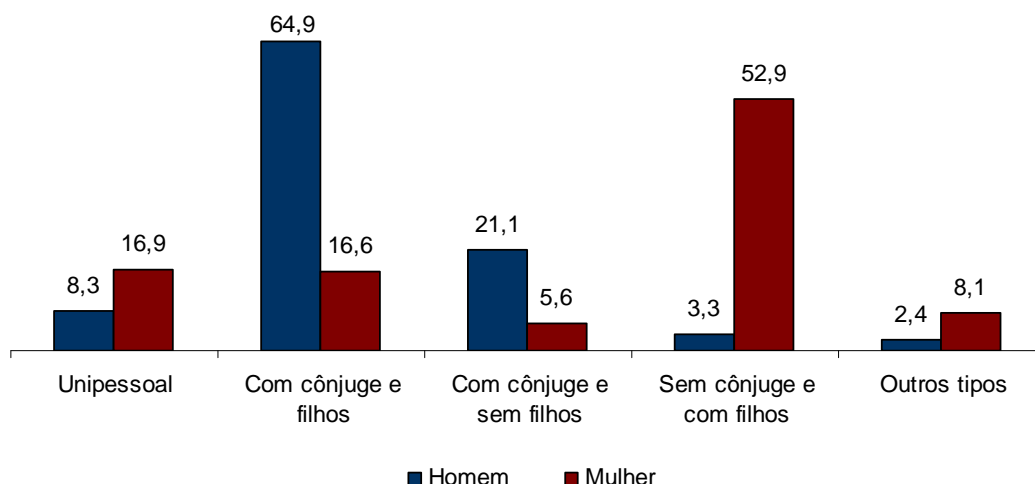


Gráfico 9 – Distribuição percentual dos arranjos familiares, por sexo da pessoa de referência – Brasil – 2007

Fonte: adaptado de IBGE, SÍNTESE DE INDICADORES SOCIAIS, 2008

Já os casais sem filhos constituem, em geral, um arranjo familiar bastante urbano, freqüentemente com dupla ocupação profissional e, portanto, duplo rendimento (PNAD, 2007). Nesse percentual de 16% de participação de casais sem filhos, encontram-se casais cujos filhos já saíram de casa (Ninho Vazio) e casais que nunca tiveram filhos nem mesmo adotaram.

Esse tipo de arranjo composto por casais que nunca tiveram filhos é comumente intitulado de DINC – *Double Income and No Children*, traduzido para Dupla Renda, Sem Filhos. O casal DINC é um fenômeno recente, típico da sociedade pós-moderna, e com força suficiente para não ser apenas algo passageiro (BARROS; ALVES; CAVENAGHI, 2008).

Ainda que pequeno em número quantitativos - quase dois milhões de casais (PNAD, 2007) - esse tipo de arranjo ganha atenção dos profissionais de Marketing pois, pelo fato de não ter filhos o casal pode dedicar mais recursos ao trabalho e ao lazer.

A renda mensal domiciliar dos casais do tipo DINC é, em média, mais de 50% maior que a dos demais arranjos. Em 2008, a média de renda domiciliar dos DINC's foi de R\$ 2.530,00 e a nacional foi de R\$ 1.671,00 (BARROS; ALVES; CAVENAGHI, 2008).

Ao olhar o gráfico 5, é impressionante o crescimento de mais de 643% no período de 1970 a 2007 das famílias unipessoais. Esse crescimento é resultado principalmente do processo de envelhecimento da população, do retardamento da idade do primeiro casamento, do aumento da esperança de vida, do aumento de divórcios e dos intensos processos de emancipação da mulher e de urbanização. (BERQUÓ; CAVENAGHI, 1988; TRAMONTANO, 1998; SABÓIA; CAILLAUX, 2003).

Em 2007, o Brasil tinha 6,7 milhões de pessoas morando sozinhas e 41% delas eram idosas (PNAD, 2007). Enquanto homens que vivem sozinhos estão mais presentes entre as idades mais jovens, as mulheres apresentam forte concentração nas faixas etárias mais avançadas: 54% das mulheres que vivem sozinhas possuem 60 anos ou mais de idade, entre os homens este percentual é de 29%, (ver tabela 6) Portanto, boa parte das pessoas que moram sozinhas é formada por mulheres idosas.

Esse aumento dos arranjos unipessoais entre idosos é explicado pelo aumento na esperança de vida, melhores condições de saúde e difusão de práticas esportivas e culturais na terceira idade (NOMADS, 2007)

Tabela 6 - Distribuição de pessoas que vivem sozinhas, por gênero e faixas etárias, Brasil - 2007

Faixa Etária	Homens	Mulheres	Total
10 a 19	1%	1%	1%
20 a 29	14%	7%	11%
30 a 39	19%	8%	14%
40 a 49	20%	11%	16%
50 a 59	17%	19%	18%
60 ou mais	29%	54%	40%
Total	100%	100%	100%

Fonte: IBGE, PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS, 2007

Nota: dados trabalhados pelo autor

Essa desproporção na concentração de mulheres com mais de 60 anos, tabela 6, também sugere que os homens viúvos recasam-se mais que as mulheres. (NOMADS, 2007)

Já os domicílios compostos pela pessoa de referência com outros parentes que não filhos e cônjuge teve um pequeno crescimento nos últimos anos, de 3,1% em 1970, para 4,0% em 2007.

5.2 O envelhecimento da população

O brasileiro vive mais. Se, em 1940, a vida média de um brasileiro sequer atingia os 50 anos de idade, em 2008, graças aos avanços da medicina e às melhorias nas condições gerais de vida da população brasileira, esse indicador elevou-se em 27,36 anos, resultando em uma expectativa de vida - número médio de anos que um indivíduo pode esperar viver - de 72,86 anos (IBGE, 2008).

Conforme gráfico 10, apesar do ganho na esperança de vida ser bem próximo para homens e mulheres - aproximadamente 3 anos - a expectativa média de vida das mulheres é 7,6 anos maior que a dos homens (IBGE, 2008).

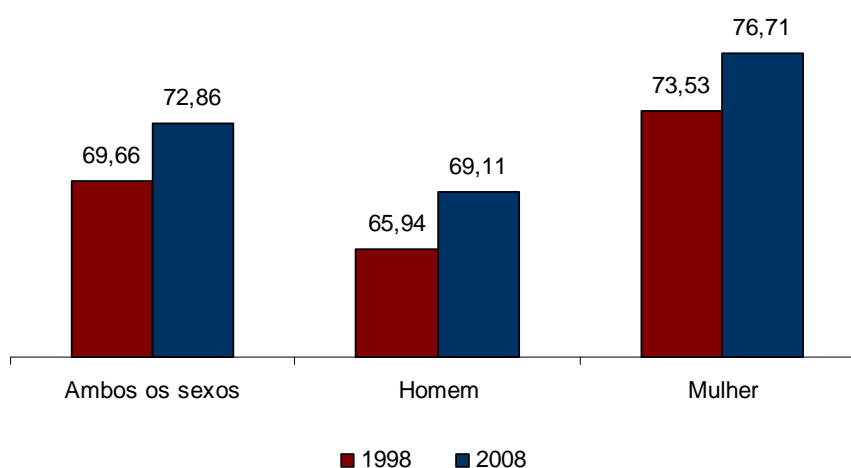


Gráfico 10 – Esperança de vida ao nascer por gênero – Brasil – 1998/2008
Fonte: adaptado de IBGE, TÁBUA DE VIDA, 2008

A consequência do aumento na esperança de vida é o aumento absoluto e relativo da população idosa no Brasil. Em 1970, a participação da população com 65 anos ou mais de idade sobre a população total era de 3,1%; em 2050 a expectativa é de

que esse número atinja aproximadamente 19% (CARVALHO; RODRÍGUEZ-WONG, 2008).

Assim, o formato da estrutura etária de característica piramidal, com a base alargada, está desaparecendo e cedendo espaço a uma pirâmide populacional típica de um país em processo de envelhecimento, com uma perspectiva de uma distribuição retangular no futuro (ver gráficos 11, 12, 13 e 14).

A população jovem, representada pela base da pirâmide, perderá representatividade e os maiores de 65 anos apresentarão peso relativo crescente durante toda a primeira metade deste século.

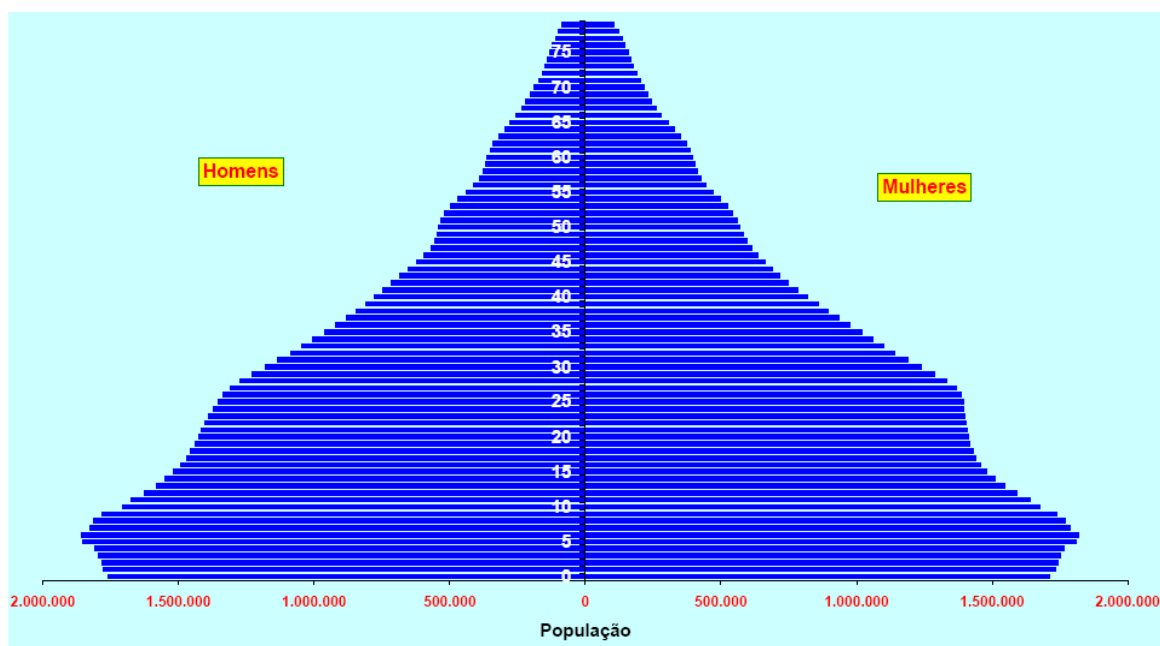
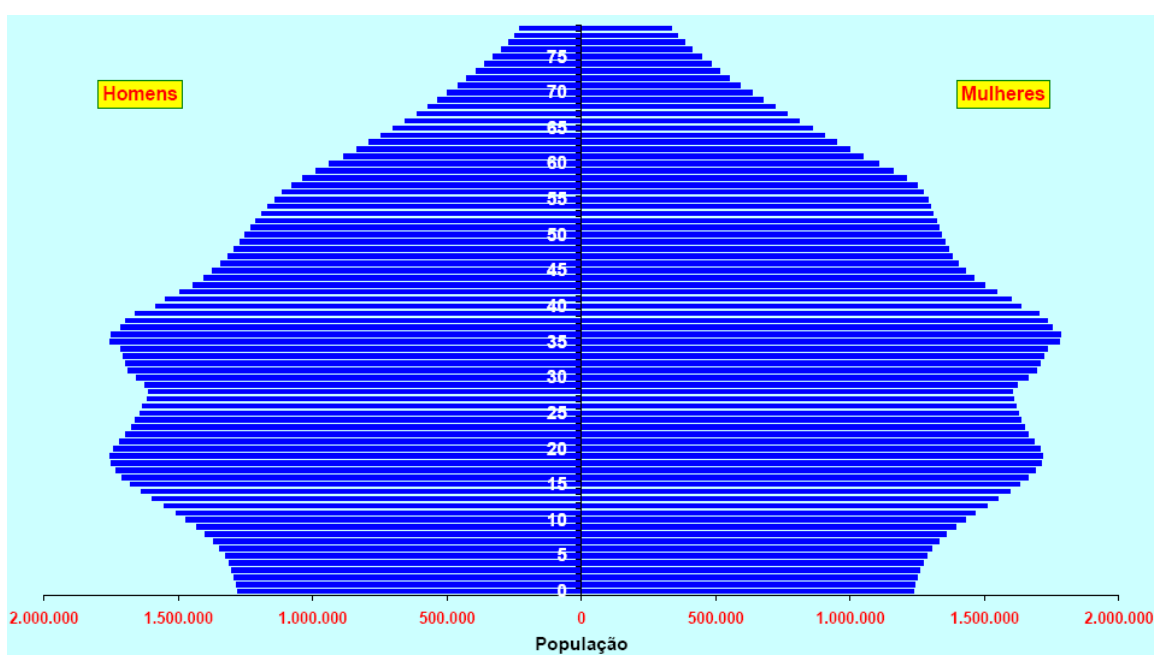
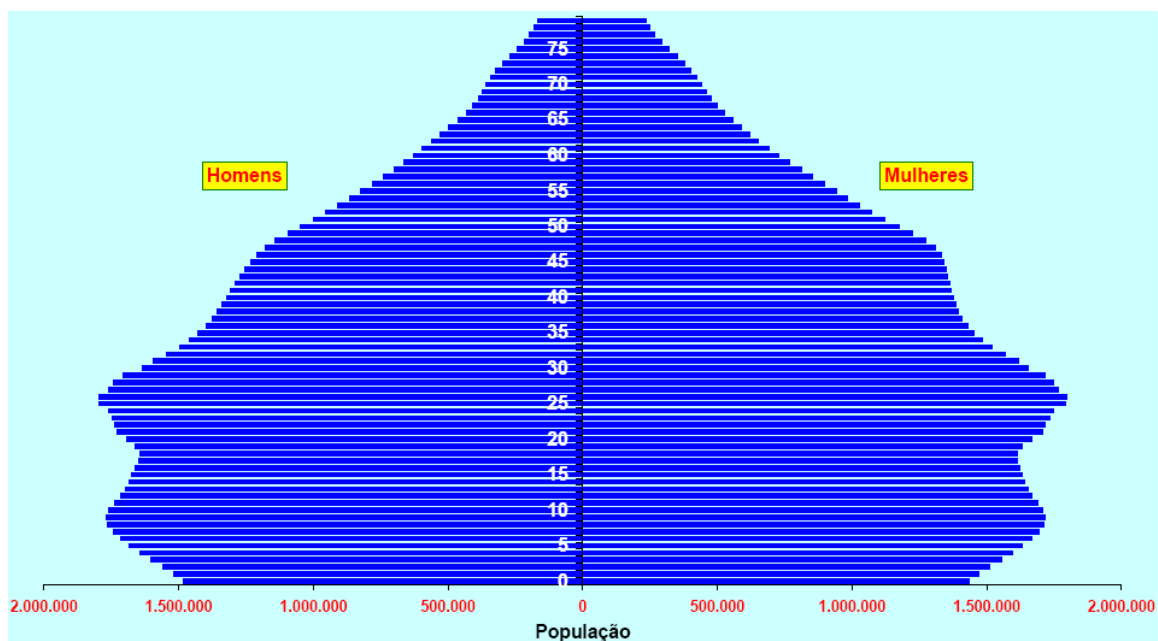


Gráfico 11 – Pirâmide etária absoluta – Brasil – 1990
Fonte: IBGE, TÁBUA DE VIDA, 2008, p.12



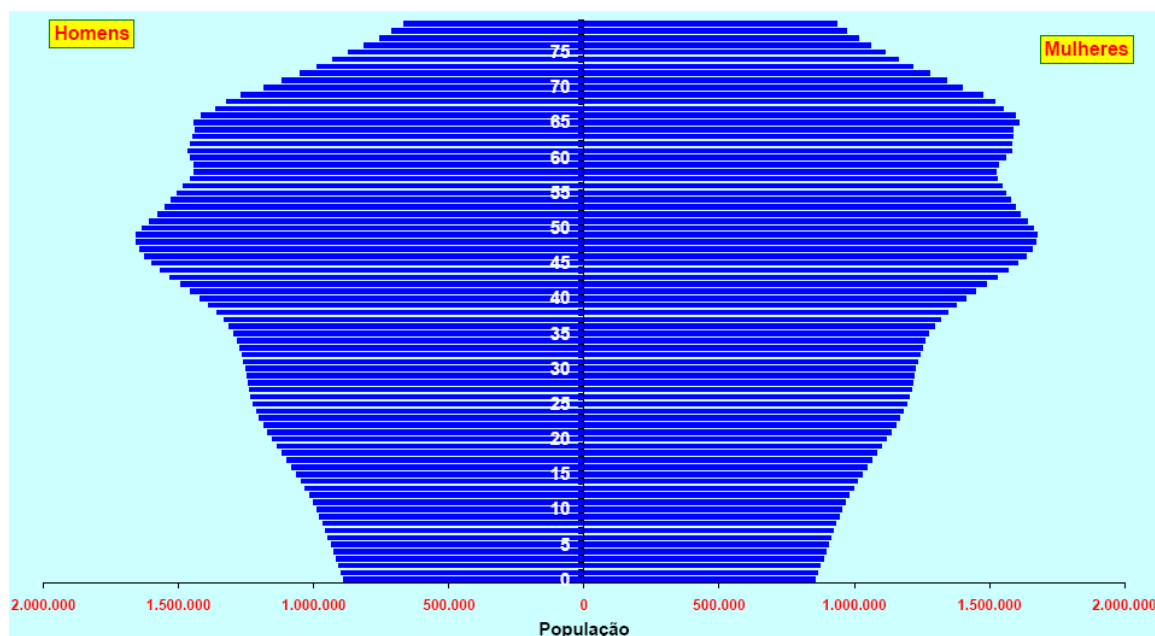


Gráfico 14 – Pirâmide etária absoluta – Brasil – 2050

Fonte: IBGE, TÁBUA DE VIDA, 2008, p.13

Outro fenômeno que contribui para esse envelhecimento da população são as baixas taxas de fecundidade e natalidade (BERCOVICH e PEREIRA, 2003).

A taxa de fecundidade, que mede o número médio de filhos que uma mulher teria ao final do seu período fértil, é a grande responsável pela mudança na composição etária no Brasil (CARVALHO, 2004).

A redução na fecundidade iniciou-se no final de década de 1960, a média nacional era algo em torno de 6,2 filhos por mulher na década de 1950 e 1960, caiu para 4,3 no período de 1975 e chegando em 2,5 filhos por mulher em 1995 e 2,1 filhos em 2005 (IBGE, 2008).

Segundo a Pesquisa Nacional de Demografia e Saúde da Criança e da Mulher (PNDS, 2006), feita pelo Ministério da Saúde em 2006, a taxa de fecundidade no Brasil é de 1,8 em 2006. Camarano e Kano (2009) alerta que essa taxa está abaixo da taxa de reposição e a partir de 2030 a população do Brasil deve começar a diminuir em termos absolutos.

Esse fenômeno típico do século XX e caracterizado pela redução nas taxas de natalidade e no ritmo de crescimento da população é chamado de Transição Demográfica, e leva os gestores públicos a repensar as políticas de educação, mercado de trabalho, saúde e previdência (CARVALHO, 2004)

Concluindo, em decorrência das mudanças nas condições de reprodução da população, nas melhores condições de vida e saúde e, conseqüentemente, no aumento da esperança de vida, o Brasil vem passando por um processo de envelhecimento populacional e deixando de ser um país com uma população muito jovem.

Segundo Dytchwald (2003), um tempo maior de vida não implica na manutenção de um fluxo de vida linear e previsível: nascimento, educação, trabalho, casamento, filhos, aposentadoria e morte. Pelo contrário, estas convenções sociais não têm mais o tempo ideal para acontecer, tendo impacto direto sobre a duração e as características de cada um dos ciclos de vida.

5. 3 A participação feminina no mercado de trabalho

Apesar de todas as mudanças na estrutura familiar atribuídas às relações de trabalho, poder aquisitivo e legislação, as mulheres foram as principais protagonistas pelas mudanças ocorridas na família nas últimas décadas do século XX (NASCIMENTO, 2006).

É a partir da década de 1970 que a mulher deixa para trás apenas o papel de esposa e mãe para mergulhar no mercado de trabalho, reflexo principalmente da queda na taxa de fecundidade e do aumento do nível educacional da população feminina (PROBST, 2008).

Segundo dados do PNAD de 2007, 32% das mulheres com 10 anos ou mais de idade possuíam então 11 anos ou mais de estudo, e na população ocupada esse percentual sobe para 45,7%; de forma que a escolaridade parece ser fator decisivo para a entrada da mulher no mercado de trabalho.

O aumento da participação da mulher no mercado de trabalho é comprovado pela taxa de atividade total das mulheres, percentagem das pessoas economicamente ativas, em relação às pessoas de 10 ou mais anos de idade, que subiu de 13,6% em 1950, para 26,9% em 1980 e 44,1% em 2000 (IBGE, 2000)

A participação das mulheres no mercado de trabalho pode ser comprovada pela taxa de atividade, percentagem das pessoas economicamente ativas, em relação às pessoas de 10 ou mais anos, que teve um crescimento relativo entre os anos de 1993 e 2003 de 7,9%, enquanto os homens registraram um decréscimo de 4,1% no mesmo período, (gráfico 15).

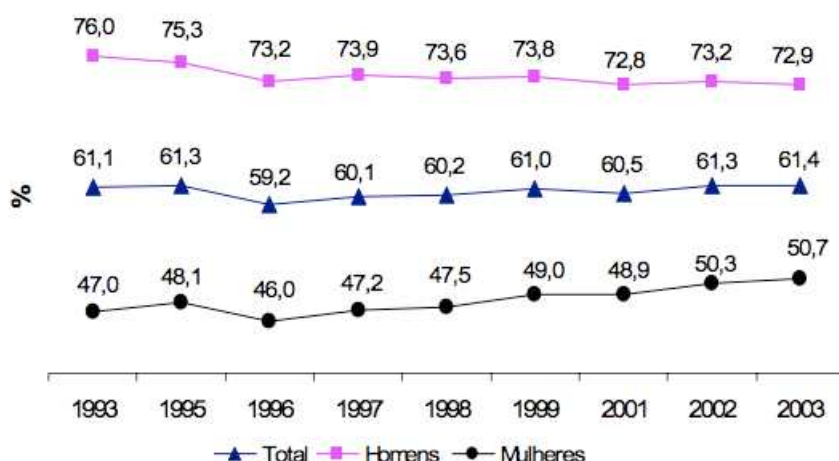


Gráfico 15 – Taxa de atividade por gênero - Brasil – 1993/2003
Fonte: adaptado de IBGE, PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS, 2003

Essa taxa já foi muito mais baixa para mulheres, 13,6% em 1950 para 26,9% em 1980, 44,1% em 2000 (IBGE, 2000)

Entretanto, segundo dados da Síntese de Indicadores Sociais de 2008, a taxa de atividade das mulheres, 52,2%, está bem abaixo da dos homens, 72,4%, o que demonstra que desigualdades profissionais entre os gêneros ainda existem.

Com a maior inserção no mercado de trabalho, a mulher deixa de servir apenas ao ambiente doméstico e às funções familiares, para zelar pelo bem-estar da família também pela via do trabalho remunerado, o que leva a uma sobrecarga de funções da figura feminina (Goldani, 1993).

Goldani (1993) conclui ainda que a maior proporção de mulheres com trabalho remunerado é encontrada entre as famílias formadas pela mulher como pessoa de referência, sem o cônjuge e com filhos, pois há um esforço maior para se manter o nível de rendimento do domicílio.

5.4 Crise na instituição “família”?

Atualmente, o modelo clássico de família, formado pelo pai provedor, a mãe dona de casa e os filhos, vem cedendo espaço para um novo padrão domiciliar com o aumento proporcional de novos arranjos.

Há, por exemplo, mães solteiras com seus filhos; pais com filhos adotivos; famílias formadas por casais que já tiveram outros casamentos com filhos e decidiram ter outros filhos dessa união e, também, o solteiro adulto que vive sozinho.

Se entendermos como modelo tradicional aquele de maior frequência, é possível verificar nos indicadores sócio-demográficos das famílias brasileiras, a tendência de que cada vez mais as famílias vão se expressar por múltiplas formas, além do modelo clássico composto pelo casal com filhos.

Esse florescimento de fluxos alternativos de ciclo de vida e de arranjos familiares não implica dizer que a instituição família esteja fadada ao fracasso, mas sim, repensar suas regras de constituição, até a pouco bastante conhecidas.

Prado (1981) já destacava quatro tipos de arranjos familiares que apresentam características diferentes das estruturas conhecidas até então.

a) A família criada em torno a um casamento dito “de participação” – trata-se aí de ultrapassar os papéis sexuais tradicionais. b) O casamento dito “experimental” – que consiste na coabitação durante algum tempo, só legalizando essa situação após o nascimento do primeiro filho. c) Outra forma de família seria aquela baseada na “união livre”. d) A família homossexual, quando duas pessoas de mesmo sexo vivem juntas, com crianças adotivas ou resultantes de uniões anteriores, ou, no caso de duas mulheres, com filhos por inseminação artificial. (PRADO, 1981, p. 19-22).

Até mesmo a legislação brasileira redefiniu o conceito de família. Pelo Código Civil de 1916, a definição da família, de cunho patriarcal, era aquela protegida juridicamente, constituída pelo casamento e cujo modelo hierárquico priorizava o poder do marido/pai.

Já a Constituição de 1988 traz um novo conceito de família, ao não exigir a existência do casamento civil e trazendo as dimensões de pluralidade familiar e igualdade entre gêneros. Família é derivada da união estável entre homem e mulher ou qualquer dos pais e seus descendentes.

Assim, qualquer associação de mães e filhos ou pai e filhos também é considerada uma família e não mais se exige a existência dos filhos para que haja união estável entre um homem e uma mulher.

Essas mudanças na estrutura familiar sinalizam desafios para as estratégias de atuação pública e privada, tendo como pano de fundo as discussões sobre o futuro da instituição família, seus valores e sua evolução perante um processo de individualização cada vez maior.

Mudaram as condições de vida e reprodução da população, os padrões de relacionamento entre os membros da família, as formas de relação entre gêneros e entre gerações e as estruturas de poder e autoridade no âmbito familiar. Mesmo com tantas transformações, a família permanece viva.

6. O modelo de ciclo de vida familiar para o Brasil

Feita a revisão bibliográfica e apontadas as principais tendências demográficas verificadas no Brasil, a parte final deste trabalho objetiva apresentar o modelo de ciclo de vida familiar brasileiro.

6.1 Aspectos metodológicos

A amostra utilizada neste estudo provém dos microdados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

A Pesquisa de Orçamentos Familiares traz uma investigação do orçamento, hábitos de consumo e perfil dos dispêndios das famílias, por classe de rendimentos e características demográficas e educacionais. Além disso, fornece valiosas informações sobre o padrão dos recebimentos e evolução do endividamento.

Em virtude da abrangência territorial, a POF utiliza um plano amostral conglomerado com estratificação geográfica dos setores da base geográfica do Censo Demográfico de 2000, garantindo a participação na amostra das partes do território brasileiro, e estratificação socioeconômica, com base na média de anos de estudo do responsável pelo domicílio (POF, 2002-2003).

A coleta dos dados foi realizada em todo o território brasileiro no período de julho de 2002 a junho de 2003 e a amostra composta de 48.470 domicílios entrevistados (ver Anexo 1).

É importante apresentar alguns conceitos e definições utilizadas pelo IBGE (2002-2003) que são fundamentais para o entendimento deste trabalho

“Domicílio é unidade amostral da pesquisa [...] moradia estruturalmente separada e independente constituída por um ou mais cômodos [...] a condição de separação é atendida quando o local de moradia é limitado por paredes, muros,

cercas, e outros, é coberto por um teto, permite que seus moradores se isolem [...] a independência é atendida quando o local de moradia tem acesso direto, permitindo que seus moradores possam entrar e sair sem passar por local de moradia de outras pessoas.” (POF notas técnicas, 2002-2003 p.2)

“Unidade de Consumo é a unidade básica de investigação e análise dos orçamentos [...] o termo família é considerado equivalente à Unidade de Consumo [...] compreende um único morador ou conjunto de moradores que compartilham da mesma fonte de alimentação, isto é, utilizam um mesmo estoque de alimentos e/ou realizam um conjunto de despesas alimentares comum. Nos casos onde não existia estoque de alimentos nem despesas alimentares comuns a identificação ocorreu através das despesas com moradia.” (POF notas técnicas, 2002-2003 p.3)

“Família: pessoas ligadas por laços de parentesco, dependência doméstica ou normas de convivência, sem referência explícita ao consumo ou despesas” (POF notas técnicas, 2002-2003 p.3)

Portanto, é possível encontrar um domicílio com mais de uma unidade de consumo, desde que cada família deste domicílio apresente despesas alimentares ou moradias independentes. Entretanto, segundo relatório do POF (2002-2003), na existência desta situação, a unidade de consumo responsável pelas despesas de moradia foi classificada como principal e a outra como secundária. Se essas despesas forem compartilhadas igualmente, a principal foi aquela indicada pelos moradores do domicílio.

“Pessoa Moradora: pessoa que tinha o domicílio como residência única ou principal [...] A pessoa é moradora ausente se, por ocasião da coleta, estava afastada temporariamente, por período não superior a 12 meses.” (POF notas técnicas, 2002-2003, p.4)

“Pessoa de referência da Unidade de Consumo: pessoa responsável por uma das seguintes despesas: aluguel, prestação do imóvel ou outras despesas de habitação [...] No caso em que nenhum morador satisfaz a pelo menos uma das condições acima, a pessoa de referência foi aquela assim considerada pelos moradores da unidade de consumo. Se mais de uma pessoa foi identificada pelos moradores, foi

estabelecida a idade mais alta como critério de escolha.” (POF notas técnicas, 2002-2003, p.4)

“Despesas de consumo: despesas realizadas pelas unidades de consumo com aquisições de bens e serviços utilizados para atender diretamente às necessidades e desejos pessoais de seus componentes no período da pesquisa.” (POF notas técnicas, 2002-2003, p.7)

Na pesquisa realizada pelo POF, para cada família, unidade de consumo, é indicada a relação do grau de parentesco ou a natureza da subordinação existente entre cada membro da unidade de consumo e a pessoa de referência da mesma.

É possível encontrar os seguintes tipos de classificação:

- Pessoa de referência
- Cônjuge
- Filho (a)
- Outro parente
- Agregado
- Pensionista
- Empregado doméstico
- Parentes do empregado doméstico

Outras informações sobre a metodologia utilizada pelo IBGE quanto a conceitos e definições, coleta e tratamento das informações, tratamento do erro amostral, erros de resposta, entre outros, estão além do escopo deste trabalho e podem ser encontradas no Anexo A.

6.2 O modelo brasileiro de ciclo de vida familiar

O modelo escolhido para teste foi o proposto por Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldás-Manzano (2001), pois além de considerar as mudanças demográficas peculiares das famílias contemporâneas e que comprovadamente também estão presentes no Brasil, este modelo é o único dos levantados que contempla a convivência de outras pessoas, familiares ou não, residindo com no mesmo domicílio.

Segundo dados do Censo Demográfico realizado pelo IBGE (2000), a soma dos tipos de arranjos familiares “Casal sem filhos e com parentes”, “Casal com filhos e com parentes” e “Pessoa de referência, sem cônjuge e com filhos e com parentes”, é de mais de 12% do total de domicílios, ou seja, o percentual de domicílios com a presença de outras pessoas além do núcleo familiar é tão relevante quanto na Espanha, que é próximo de 10% (REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001).

Outro fator decisivo para a escolha do modelo de Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldás-Manzano (2001), é que no entendimento de que o comportamento do consumidor na sociedade moderna é um consumo de símbolos (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004) e a cultura, um sistema simbólico de significados compartilhados por membros de uma sociedade (GEERTZ, 1978), o consumo é tido como uma dimensão simbólica da cultura, por meio do qual uma sociedade cria sua identificação pela propriedade de produtos.

Wheelock e Oughton (1996) corroboram essa idéia ao afirmar que o contexto cultural determina a forma e natureza das relações dentro do domicílio e de seus membros com a comunidade externa.

Ao comparar o núcleo familiar norte-americano com o brasileiro, Solomon (1996) descreve os americanos como independentes, tanto financeira quanto emocionalmente e diminuindo os laços familiares com a entrada no mercado de trabalho. Já no caso brasileiro, a dependência emocional e os laços afetivos não

deixam de existir nunca, não só com pai, mãe e irmãos, mas também com outros parentes.

Portanto, como as situações familiares encontradas na sociedade brasileira podem ser consideradas mais próximas daquelas encontradas nas famílias européias do que nas famílias norte-americanas (HOSFTEDE, 1997; PEIXOTO; SINGLY; CICHELLI, 2000), optamos por utilizar como base o modelo de Redondo-Bellón, Royo-Vela e Aldás-Manzano (2001).

A diferença metodológica do modelo testado para o Brasil é que enquanto os autores espanhóis (REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001) definem a pessoa que mais contribui para a renda familiar como a pessoa de referência, no Brasil, a POF classifica a pessoa responsável pelas despesas de aluguel, prestação do imóvel ou habitação, como já mencionado anteriormente (POF, 2002-2003).

Outra diferença em relação ao modelo espanhol é a quebra na faixa etária da pessoa de referência, ao invés de 64 anos, optamos pela idade de mais de 60 anos. Essa definição está de acordo com o Estatuto do Idoso, projeto de Lei aprovado em setembro de 2003 e sancionado pelo presidente da República do Brasil no mês seguinte, que trata como idosa a pessoa com idade igual ou superior a 60 anos.

Essa definição também segue orientação da Organização Mundial da Saúde, que classifica cronologicamente como idosas as pessoas com mais de 65 anos de idade em países desenvolvidos e 60 anos de idade em países em desenvolvimento; e é também a definição utilizada pelo IBGE.

Por meio dos microdados da POF, foi feita a classificação dos domicílios brasileiros nos seguintes estágios (ver esquema 10):

- Estágio 1: Solitário I - pessoa de referência com menos de 35 anos, domicílio com apenas uma pessoa moradora.

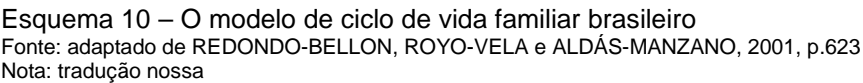
- Estágio 2: Solitário II - pessoa de referência com idade entre 35 e 60 anos, domicílio com apenas uma pessoa moradora.
- Estágio 3: Solitário III - pessoa de referência com mais de 60 anos, domicílio com apenas uma pessoa moradora.
- Estágio 4: Casal sem filhos I – pessoa de referência com menos de 35 anos, acompanhada de cônjuge, sem filhos, com/sem outras pessoas.
- Estágio 5: Casal sem filhos II – pessoa de referência com idade entre 35 a 60 anos, acompanhada de cônjuge, sem filhos, com/sem outras pessoas.
- Estágio 6: Casal sem filhos III – pessoa de referência com mais de 60 anos, acompanhada de cônjuge, sem filhos e com/sem outras pessoas.
- Estágio 7: Ninho Dependente I - família monoparental ou casal, com pessoa de referência com menos de 35 anos, acompanhada de cônjuge e com filho mais novo com menos de 6 anos e com/sem outras pessoas.
- Estágio 8: Ninho Dependente II - família monoparental ou casal, com pessoa de referência com idade entre 35 a 60 anos, com filho mais novo com menos de 6 anos e com/sem outras pessoas.
- Estágio 9: Ninho Dependente III - família monoparental ou casal, com pessoa de referência com mais de 60 anos, com filho mais novo com menos de 6 anos e com/sem outras pessoas.
- Estágio 10: Ninho Autônomo I - família monoparental ou casal, com pessoa de referência com menos de 35 anos, com filho mais novo com mais de 6 anos e com/sem outras pessoas.
- Estágio 11: Ninho Autônomo II - família monoparental ou casal, com pessoa de referência com idade entre 35 a 60 anos, com filho mais novo com mais de 6 anos e com/sem outras pessoas.

- Estágio 12: Ninho Autônomo IIII - família monoparental ou casal, com pessoa de referência com mais de 60 anos, com filho mais novo com mais de 6 anos e com/sem outras pessoas.

Na condição “outras pessoas” incluem-se os outros parentes, agregados, pensionistas.

O estágio 9, caracterizado pela pessoa de referência acima de 60 anos com filho mais novo abaixo de 6, foi excluído por ser pouco representativo, cobre apenas 0,1% do total de domicílios pesquisados.

Optamos também por excluir os domicílios compostos por duas pessoas sem parentesco, pois representam apenas 0,3% do total de domicílios. Esse número não apresenta tendência de crescimento, pelo contrário vem caindo nos últimos 30 anos (gráfico 5)



Nota: tradução nossa

7. Resultados

A validação do modelo proposto no capítulo anterior (esquema 10) foi feita em três etapas:

- Primeira etapa - Validação da abrangência do modelo proposto: assim como feito por outros autores (GILLY; ENIS, 1982; WELLS; GUBAR, 1966) ao propor um modelo ciclo de vida familiar, o primeiro passo é verificar o percentual de domicílios contemplados no modelo proposto em relação ao total de domicílios do país.
- Segunda etapa - Validação das diferenças entre os agrupamentos: avaliar se os estágios de ciclo de vida familiar propostos diferem entre si em relação a padrões de consumo e gastos.
- Terceira etapa - Validação da utilidade do construto ciclo de vida familiar: avaliar se o construto melhora a capacidade preditiva dos modelos que o utilizam como variável independente.

O primeiro e segundo passos dizem respeito à validação dos agrupamentos e o terceiro passo trata da validação da utilidade do construto. Essas etapas são necessárias, pois não é eficiente ter um modelo que responda por grande parte dos domicílios e com grupos homogêneos se o construto não tiver utilidade. Assim como, também não é válido ter um construto com grande poder de explicação da variável dependente, se o modelo representar um percentual muito baixo da população do Brasil.

7.1 Validação da abrangência do modelo proposto

Para testar a abrangência do modelo proposto e verificar se a sociedade brasileira contemporânea e seus fluxos alternativos de ciclo de vida estão bem representados, é necessário calcular o número de pessoas que estão excluídas do modelo.

Esse procedimento foi feito por Wells e Gubar (1966), Murphy e Staples (1979) e Gilly e Enis (1982) por meio da alocação dos domicílios nas categorias propostas utilizando como base os dados censitários.

Ao comparar o número de domicílios por tipo de arranjo familiar (tabela 7) com os estágios propostos no esquema 10, conclui-se que:

- Os domicílios unipessoais estão representados na sua totalidade pelos estágios Solitário I, II e III
- Os arranjos do tipo Casal sem filhos, independentemente da convivência com outros parentes no domicílio, estão contidos nos estágios Casal sem filhos I, II e III
- Os estágios Ninho Dependente I, II e Ninho Autônomo I, II e III agregam os arranjos do tipo Casal com filhos e Monoparentais, independentemente da convivência com outros parentes no domicílio e da idade dos filhos.

Temos que os únicos domicílios excluídos do modelo proposto são os arranjos “Outras famílias com parentesco” e “Duas ou mais pessoas sem parentesco”. Esses dois arranjos totalizam apenas 4,2% do total de domicílios brasileiros.

Portanto, o modelo proposto cobre quase 96% de todas as ocorrências do Brasil. Esse número é bem superior ao encontrado por Wells e Gubar (1966), 76,7%, e Murphy e Staples (1979), 82,8%; e muito próximo ao encontrado por Gilly e Enis (1982), 97,2%.

Tabela 7 - Unidades domésticas, em domicílios particulares, segundo o tipo de arranjo familiar

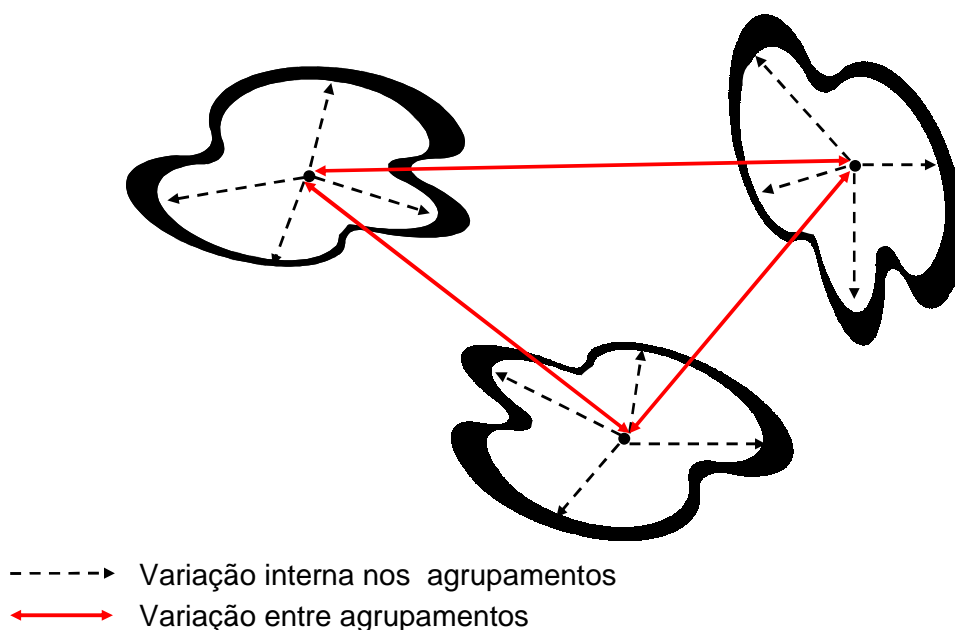
Tipo de arranjo familiar	Número absoluto de unidades domésticas
Unipessoais	4.126.487
Casal sem filhos	5.783.250
Casal sem filhos e com outros parentes	881.208
Casal com filhos	23.915.116
Casal com filhos e com parentes	2.971.769
Mulher como chefe do domicílio, sem cônjuge e com filhos	6.047.643
Mulher como chefe do domicílio, sem cônjuge e com filhos e parentes	1.542.017
Homem como chefe do domicílio, sem cônjuge e com filhos	762.869
Homem como chefe do domicílio, sem cônjuge e com filhos e parentes	187.324
Outras famílias com parentesco	1.902.476
Duas ou mais pessoas sem parentesco	142.628
Total	48.262.787

Fonte: adaptado de IBGE, Censo (2000)

7.2 Validação das diferenças entre os agrupamentos

A qualidade de um modelo de segmentação de mercados é determinada pela sua parcimônia, ou seja, sua capacidade de produzir categorias homogêneas, maximizando as diferenças entre os grupos e resultando em uma classificação de quase todos os tipos de domicílios em um número suficientemente pequeno de categorias (KOTLER; LILLIEN, 1983).

Os agrupamentos devem exibir elevada homogeneidade interna, dentro dos agrupamentos, e alta heterogeneidade externa, entre agrupamentos (HAIR et al, 1998) (ver esquema 11).



Esquema 11 – Diagrama de agrupamento que mostra a variação entre e dentro agrupamento
 Fonte: HAIR ET al, 2005, p.400

Um pequeno número de segmentos com grandes percentuais da população nem sempre é desejável, pois não permite uma correta diferenciação dos grupos. Entretanto, à medida que se aumenta o número de segmentos, a homogeneidade dentro dos agrupamentos aumenta. Assim, deve-se buscar um equilíbrio entre a estrutura com menor número de agrupamentos e ainda conseguir manter o nível de similaridade dentro dos grupos

Para determinar se os estágios propostos (esquema 10) diferem entre si, quatro categorias de consumo (ver quadro 7) relacionadas às atividades de lazer foram selecionadas e testadas (SARAIVA JUNIOR, 2005)

As categorias de consumo escolhidas, bem como os itens de despesas que as compõem, seguem os critérios definidos pelo IBGE. Totalizadas, essas despesas fazem parte do item Recreação e cultura.

Categoria de consumo	Código atribuído	Descrição
Despesas com brinquedos e recreação	Y1	equipamentos esportivos (bolas, raquete, rede, tornozeleira, chuteira), boneca, bóia de braço, jogos (dama, xadrez, baralho), carrinho de brinquedo, jogos de montar, skate, patins, patinete, acessórios para skate, bicicleta.
Despesas com viagens	Y2	transporte (ônibus, trem, avião, navio), combustível, alimentação, hospedagem, excursão, aluguel de veículos, táxi, pedágio, bebidas, taxas alfundegárias, guia turístico
Despesas com diversões e esportes	Y3	cinema, teatro, shows, ingresso para assistir à atividades esportivas, parque de diversões, danceteria, bar, karaoke, aluguel de fitas de videocassete ou dvd, academia, boliche, sinuca, totó.
Despesas com alimentação fora	Y4	refeições (café, almoço, lanche ou jantar) feitas fora do domicílio

Quadro 7 – Categorias de consumo analisadas
Fonte: elaboração do autor

A hipótese nula, H_0 , é que não há diferenças estatisticamente significativas para as médias de despesas para cada uma das categorias (ver quadro 7) em função dos estágios do ciclo de vida familiar. Para Hair et al (2003), esta hipótese baseia-se na noção de que qualquer mudança estaria associada ao erro aleatório, não previsível.

$$H_0: \bar{Y}_{i1} = \bar{Y}_{i2} = \dots = \bar{Y}_{ij} \quad (1)$$

onde \bar{Y}_{ij} representa a média de gastos do item i (quadro 7) de uma família no estágio j do ciclo de vida familiar (esquema 10).

Para avaliar as diferenças estatísticas entre as médias de gastos dos grupos, a estatística escolhida foi a Análise de Variância, ANOVA, pois o teste t só compara as

médias de dois grupos (HAIR et al, 2003) e múltiplos testes t não são apropriados, pois aumentam as probabilidades do erro tipo I, de rejeitar a hipótese nula quando ela é verdadeira (HAIR et al, 1998).

A existência no modelo a ser testado de uma variável independente não-métrica, o estágio no ciclo de vida, e uma variável dependente métrica também é condição para um teste ANOVA (HAIR et al, 1998).

O teste utilizado para comparar médias quando se emprega a ANOVA é o teste F. A variância total é dividida em variância dentro dos grupos e variância entre grupos. A distribuição F é calculada pela razão entre estas duas formas de variância, conforme equação 2 (HAIR et al, 2003):

$$F = \frac{\text{Variância entre grupos (VE)}}{\text{Variância dentro dos grupos (VD)}} \quad (2)$$

Quanto maior a variância entre grupos em relação à variância dentro dos grupos, maior a razão F e, conseqüentemente, maior probabilidade de a hipótese nula ser rejeitada (HAIR et al, 2003).

Para a transformação e análise dos dados o software estatístico escolhido foi o SPSS, versão 16.0. Os parâmetros do teste foram:

- Alfa = 0,05
- R = 10 (11 estágios do ciclo de vida – 1)
- N = infinito (>> 120)
- F crítico = F(10, infinito) = 1,831

Os resultados, na tabela 8, indicam um F calculado maior do que o F crítico, que é 1,831. Isso indica que o F calculado encontra-se na área de rejeição de H_0 e, portanto, há evidências estatísticas que comprovam a diferença entre as médias de despesas para todas as categorias testadas (SARAIVA JUNIOR, 2005).

Tabela 8 - Resultados teste ANOVA por categoria de consumo

Categoria de consumo	F _{calculado}
Despesas com brinquedos e recreação	6,451
Despesas com viagens	7,295
Despesas com diversões e esportes	12,387
Despesas com alimentação fora	27,008

Fonte: elaboração do autor

Entretanto, a ANOVA só nos permite dizer se há diferenças entre as médias dos grupos, sem identificar onde estão as diferenças (HAIR et al, 2003). Para determinar a localização das diferenças, testes post hoc ou de acompanhamento devem ser utilizados (HAIR et al, 1998 e 2003).

Os testes post hoc “capacitam o pesquisador a identificar essas diferenças significantes facilmente e ajudam a manter o controle estatístico sobre o nível de significância geral” (HAIR et al, 1998, p.301)

O procedimento escolhido para localizar as diferenças entre as médias e diagnosticar se elas são estatisticamente significantes foi o teste Scheffe, por ser um método amplamente utilizado e o mais conservador em relação ao erro Tipo I (HAIR et al, 1998 e 2003; PEDHAZUR; SCHMELKIN, 1991).

Conforme o quadro 8, elaborado a partir dos resultados do teste Scheffe, foi possível comprovar que enquanto a taxa de erro geral é controlada para não exceder a 0,05, o

método Scheffe identifica que todos os grupos para todas as categorias de consumo são significativamente diferentes um do outro (SARAIVA JUNIOR, 2005).

Categoria de consumo	Resultado teste Scheffe
Despesas com brinquedos e recreação	<i>the mean difference is significant at the 0,05 level</i>
Despesas com viagens	<i>the mean difference is significant at the 0,05 level</i>
Despesas com diversões e esportes	<i>the mean difference is significant at the 0,05 level</i>
Despesas com alimentação fora	<i>the mean difference is significant at the 0,05 level</i>

Quadro 8 – Resumo dos resultados do teste Scheffe

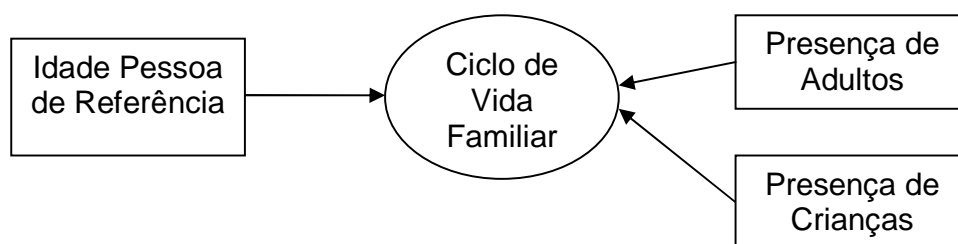
Fonte: adaptado de SARAIVA JUNIOR, 2005

Em suma, primeiramente tentamos determinar se as diferenças entre as médias para cada uma das variáveis dependentes, conforme tabela 8, eram significativas. Caso o fossem, buscaríamos localizar entre quais estágios do ciclo de vida elas eram estatisticamente significantes. Isso foi feito utilizando a ANOVA e o teste de acompanhamento Scheffe.

Pelos resultados dos testes realizados, ANOVA e Scheffe, e a não-aceitação da hipótese H_0 , pode-se concluir pela existência de mudanças de consumo das categorias analisadas, em função do estágio no ciclo de vida das famílias brasileiras, (ver esquema 10).

7.3 Validação da utilidade do construto ciclo de vida familiar

O construto a ser validado é o Ciclo de Vida Familiar (ver esquema 12), operacionalizado pela idade da pessoa de referência, presença de outros adultos e/ou crianças no domicílio e a idade das crianças.



Esquema 12 – O construto ciclo de vida familiar
Fonte: elaboração do autor

Para a validação do construto ciclo de vida familiar, foram criados modelos de previsão por meio da técnica multivariada de regressão múltipla. A análise de regressão é uma ferramenta analítica poderosa amplamente utilizada para explorar todos os tipos de relação de dependência entre variáveis (HAIR et al, 1998).

O objetivo de uma análise de regressão é comprovar estatisticamente as relações entre variáveis de qualquer natureza e estimar esta relação através de dados empíricos.

A análise de regressão múltipla é usada para analisar a relação entre uma única variável dita dependente e diversas variáveis independentes ou preditoras.

Para este trabalho, para cada categoria de consumo foi testado um modelo de regressão múltipla formado apenas pelas seguintes variáveis independentes: renda, idade, quantidade de moradores no domicílio, gênero e nível educacional.

Outro modelo a ser testado e comparado com o anterior teve a inclusão do ciclo de vida familiar como uma das variáveis independentes. Assim, comparando a capacidade preditiva destes modelos de regressão, foi possível verificar a contribuição da variável estágio no ciclo de vida familiar.

A escolha das variáveis independentes mencionadas anteriormente foi condicionada a dois fatores. Primeiro, é importante que as variáveis sejam relevantes, com grande poder de explicação e com baixa correlação entre si. Esta escolha está diretamente relacionada com a revisão da literatura e com as variáveis já testadas em outros modelos que realizaram trabalho semelhante (REDONDO-BELLÓN; ROYO-VELA; ALDÁS-MANZANO, 2001; WILKES, 1995)

Outro ponto quanto à escolha das variáveis é referente à disponibilidade destas na base de dados da POF (2002) realizada pelo IBGE.

As variáveis utilizadas no modelo estão definidas a seguir:

- Despesas: correspondem às despesas anuais realizadas pelos domicílios para aquisição de um dos bens ou serviços listados no quadro 7. Expressa em reais.
- Renda: refere-se à renda anual total do domicílio, expressa em reais.
- Idade: refere-se à idade, em anos, da pessoa de referência.
- Nível educacional: anos de estudo da pessoa de referência.
- Quantidade de moradores do domicílio: número de moradores que habitam o mesmo domicílio.
- Gênero: variável nominal, codificada em *dummy* como 1 = masculino e 0 = feminino
- Estágio no ciclo de vida familiar: representa o estágio no ciclo de vida do domicílio de acordo com o esquema 10. São ao todo onze estágios codificados em *dummy*, de acordo com o quadro 9.

Estágio 1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Estágio 2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Estágio 3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Estágio 4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Estágio 5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Estágio 6	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Estágio 7	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Estágio 8	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Estágio 10	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Estágio 11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Estágio 12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Quadro 9 – Codificação dummy da variável estágio no ciclo de vida familiar
Fonte: elaboração do autor

O primeiro passo no exame do modelo de regressão é verificar se ele é estatisticamente significativo. O teste F serve para testar a significância global do modelo.

$$F = \frac{\text{Soma dos quadrados explicada/gl}}{\text{Soma dos quadrados dos resíduos/gl}} \quad (3)$$

Conforme equação 3, quanto maior o valor de F, mais variância na variável dependente é explicada pela variável independente. Para haver significância estatística, a probabilidade da estatística F deve ser menor que 0,05 (HAIR et al, 2003).

Se o F for significativo, o passo seguinte é a avaliação do coeficiente de determinação, R^2 , que mede a quantidade da variação na variável dependente associada com a variação na variável independente. Quanto maior o R^2 , mais a variável dependente está associada com as variáveis independentes.

Para avaliar a magnitude do R^2 , Hair et al (2003) sugerem alguns tipos de associação, (ver quadro 10).

Variação do coeficiente	Força de associação
+/- 0,91 a +/- 1,00	Muito forte
+/- 0,71 a +/- 0,90	Alta
+/- 0,41 a +/- 0,70	Moderada
+/- 0,21 a +/- 0,40	Pequena mas definida
+/- 0,01 a +/- 0,20	Leve, quase imperceptível

Quadro 10 – Regras práticas sobre o valor de coeficiente de correlação
Fonte: HAIR et al (2003), p. 312

Após esses dois passos iniciais que avaliam o modelo em geral, é necessário testar a significância estatística dos coeficientes de regressão para cada variável independente. Isso é feito por meio da estatística t e seu nível de significância.

Por fim, Hair et al (1998) alertam para as suposições que devem ser analisadas e testadas nas fases iniciais da regressão, assim como depois que o modelo foi estimado.

O primeiro teste diz respeito à linearidade da relação entre as variáveis dependentes e independentes e representa o grau em que a variação na variável dependente é associada com a variável independente. Para a análise da linearidade, Hair et al (1998) sugerem apenas a análise dos gráficos dos resíduos, pois estes já são capazes de demonstrar a existência de uma relação não-linear não representada no modelo.

Outro problema a ser diagnosticado nos modelos de regressão é a multicolinearidade, que ocorre quando uma variável dependente é altamente correlacionada com um conjunto de outras variáveis independentes presentes no modelo. Para Hair et al (1998) a situação ideal seria ter diversas variáveis independentes altamente correlacionadas com a variável dependente, mas com baixa correlação entre elas.

Para detectar a multicolinearidade, Hair et al (1998) recomendam o exame do fator de inflação de variância – VIF. Se o valor for maior que 10, há evidências de multicolinearidade

A terceira suposição lida com a constância dos resíduos condicionada aos valores das variáveis independentes. Caso contrário, na presença de heteroscedasticidade, o estimador não é mais não-viesado e não-aleatório e, portanto, não é mais eficiente.

Para diagnosticar problemas causados por observações que não atendam às suposições de regressão é necessário verificar os resíduos do modelo de regressão. A análise dos resíduos permite ao pesquisador determinar se alguma das suposições do modelo de regressão - *outliers*, multicolinearidade, homocedasticidade e linearidade - foram violadas (HAIR et al, 2003).

Para este passo, Hair et al (2003) sugerem que sejam analisados os gráficos de:

- Histograma da frequência dos resíduos padronizados
- Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados
- Diagrama de dispersão, que compara os valores previstos padronizados da variável dependente com os resíduos padronizados a partir da equação de regressão.

Quanto ao método de seleção de variáveis, Hair et al (2003) sugerem a utilização do *stepwise*, pois neste método do tipo passo a passo, todas as variáveis independentes são examinadas para inclusão no modelo de regressão e então são acrescentadas, uma de cada vez.

A primeira variável incluída é a mais significativa e o processo é repetido com a adição de outras variáveis significativas que não são correlacionadas, até que todas as variáveis com coeficiente beta significativo sejam incluídas.

Para as variáveis contínuas Despesas e Renda, a transformação logarítmica auxilia na normalização dos dados. A não normalidade pode tornar os testes de significância do modelo de regressão impróprios (WALTERS; BOMMER, 1996).

Apenas para comprovar a necessidade desta transformação, foi avaliado um modelo com as variáveis Despesas e Renda, sem a conversão em logaritmo. O resultado, que está nos Apêndice A, B, C e D, trouxe um modelo com resíduos que comprovaram a violação às suposições do modelo de regressão.

Conforme os gráficos dos Apêndices, a distribuição dos resíduos não se aproximava de uma curva normal e acontecia de forma não aleatória. Além disso, diversos pontos extremos foram sinalizados nos gráficos. Portanto, esses resultados comprovam a necessidade da transformação logarítmica das variáveis Renda e Despesas.

Nas próximas subseções, estão as avaliações que fizemos do modelo de regressão múltipla sem e com o construto ciclo de vida familiar, para cada categoria de consumo. Para cada modelo, foram avaliadas as estatísticas do modelo em geral e dos coeficientes da regressão e a análise gráfica dos resíduos.

7.3.1 Despesas com brinquedos e recreação

O primeiro modelo avaliado foi:

$$\ln Y = \alpha + \beta_1 + \ln X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

onde:

$\ln Y$ = logaritmo das despesas com brinquedos e recreação

α = coeficientes linear. Valor constante da despesa, independente das demais variáveis independentes

β_j = coeficientes parciais da regressão, demonstram a variação na despesa em relação à unidade de variação na variável independente.

$\ln X_1$ = logaritmo da renda

X_2 = idade

X_3 = anos de estudo

X_4 = quantidade de moradores do domicílio

X_5 = gênero

Parâmetros da regressão linear múltipla:

- Software: SPSS versão 16.0
- Método seqüencial de seleção de variáveis: *stepwise*
- Variável dependente: logaritmo despesas com brinquedos e recreação
- Variáveis independentes: anos de estudo, gênero, idade, logaritmo renda, quantidade de moradores

Conforme os resultados da regressão, (tabela 9), somente as variáveis Renda, Quantidade de Moradores e Idade estão significativamente relacionadas com a variável dependente. Todas as demais variáveis não contribuem para a previsão da variância do modelo.

Tabela 9 - Resumo do modelo para despesas com brinquedos e recreação, sem o ciclo de vida familiar

	R ²	R ² ajustado	Estatística F	Sig.
Modelo 1 ^a	0,682	0,504	149,09	0,000
	Constante	Renda	Qtdade de moradores	Idade
Coefficiente	0,77	0,54	-0,57	-0,10
Estatística <i>t</i>	4,30	20,20	-4,50	-5,30
Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000
VIF		1,067	1,009	1,060

Fonte: elaboração própria

Nota: ^a preditores: constante, renda, quantidade de moradores e idade

O R² ajustado do modelo é 0,504, o que significa que 50,4% da variação nas despesas com brinquedos e recreação pode ser explicado a partir das variáveis dependentes.

O índice F de 149,09 indica que o modelo é altamente significativo no nível de 0,000.

Os coeficientes da regressão dizem o quanto da variância na variável dependente é explicada pelas variáveis independentes. A coluna Sig. indica a significância estatística de cada coeficiente. Como Hair et al (2003) sugerem que para haver significância estatística os valores de Sig. devem ser menores de 0,05, o valor 0,000 indica que todos os coeficientes são significativos (tabela 9).

Ainda em relação à análise dos coeficientes, os valores VIF muito baixos, próximos de 1, são indicativos da baixa intercorrelação das variáveis selecionadas.

Em relação aos resíduos, no gráfico 16, é possível verificar que os resíduos padronizados estão próximos da linha da curva de uma distribuição normal.

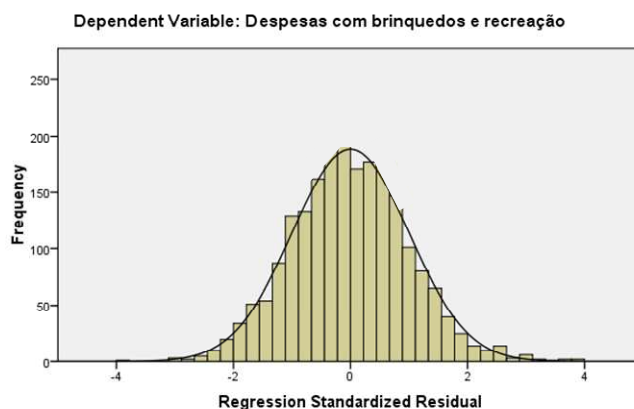


Gráfico 16 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com brinquedos e recreação, modelo 1
Fonte: elaboração do autor

Os resíduos observados próximos à linha de 45°, gráfico 17, significam que eles estão normalmente distribuídos (HAIR et al, 2003).

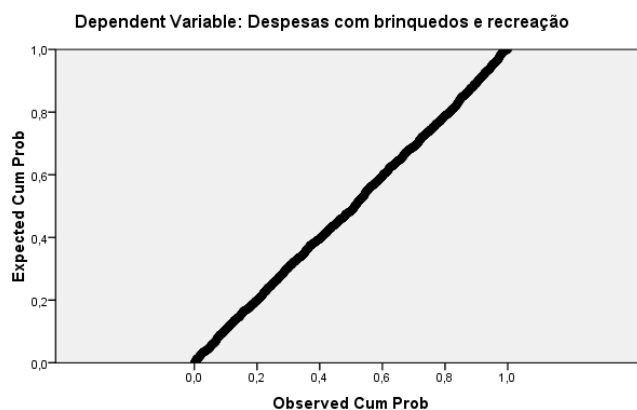


Gráfico 17 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com brinquedos e recreação, modelo 1
Fonte: elaboração do autor

No gráfico 18, o diagrama de dispersão apresenta poucos pontos além de dois desvios-padrão. Portanto, a análise dos três gráficos permite concluir que não há problemas significativos que possam indicar que as suposições da regressão múltipla foram seriamente violadas.

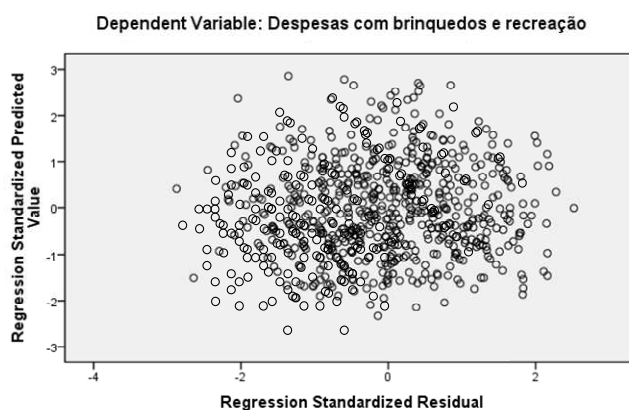


Gráfico 18 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com brinquedos e recreação, modelo 1
Fonte: elaboração do autor

O outro modelo avaliado para esta mesma categoria de despesas foi:

$$\ln Y = \alpha + \beta_1 + \ln X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 CV_1 + \beta_7 CV_2 + \beta_8 CV_3 + \beta_9 CV_4 + \beta_{10} CV_5 + \beta_{11} CV_6 + \beta_{12} CV_7 + \beta_{13} CV_8 + \beta_{14} CV_{10} + \beta_{15} CV_{11} + \beta_{16} CV_{12}$$

onde:

$\ln Y$ = logaritmo das despesas com brinquedos e recreação

α = coeficientes linear. Valor constante da despesa, independente das demais variáveis independentes

β_j = coeficientes parciais da regressão, demonstram a variação na despesa em relação à unidade de variação na variável independente.

$\ln X_1$ = logaritmo da renda

X_2 = idade.

X_3 = anos de estudo.

X_4 = quantidade de moradores do domicílio.

X_5 = gênero.

CV_j = estágio do ciclo de vida. Assume o valor 1 para o estágio atual da família e zero para os demais estágios.

Parâmetros da regressão linear múltipla:

- Software: SPSS versão 16.0
- Método seqüencial de seleção de variáveis: stepwise
- Variável dependente: logaritmo despesas com brinquedos e recreação
- Variáveis independentes: anos de estudo, gênero, idade, logaritmo renda, quantidade de moradores e estágio no ciclo de vida

Os resultados, na tabela 10, indicam que a avaliação geral do modelo é altamente significativa, pois o valor do F calculado é maior que o modelo 1, bem como o R² ajustado.

Os coeficientes continuam sendo estatisticamente válidos, mesmo com a inclusão do estágio do ciclo de vida.

A análise dos resíduos, gráficos 19, 20 e 21, também não demonstra nenhuma grave violação às suposições dos modelos de regressão, pelos mesmos motivos expostos no modelo 1.

Tabela 10 - Resumo do modelo para despesas com brinquedos e recreação, com o ciclo de vida familiar

	R^2	R^2 ajustado	Estatística F	Sig.											
Modelo 2 ^a	0,756	0,549	199,31	0,000											
	Constante	Renda	Qtdade de moradores	Idade	Est.1	Est.2	Est.3	Est.4	Est.5	Est.6	Est.7	Est.8	Est.10	Est.11	Est.12
Coefficiente	0,22	0,48	-0,43	-0,11	5,16	10,60	2,28	4,92	5,88	2,52	9,85	10,92	5,64	5,76	5,88
Estatística t	2,03	14,11	-2,89	-3,21	4,73	4,72	4,85	4,62	5,22	5,34	4,87	5,89	6,02	4,98	5,12
Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
VIF		1,049	1,07	1,037	1,174	1,085	1,089	1,047	1,158	1,023	1,058	1,102	1,026	1,074	1,07

Fonte: elaboração própria

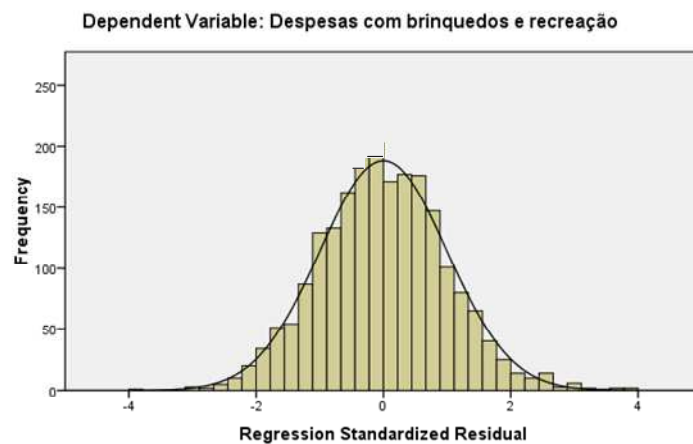
Nota: ^a preditores: constante, renda, quantidade de moradores, idade e estágio no ciclo de vida

Gráfico 19 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com brinquedos e recreação, modelo 2

Fonte: elaboração do autor

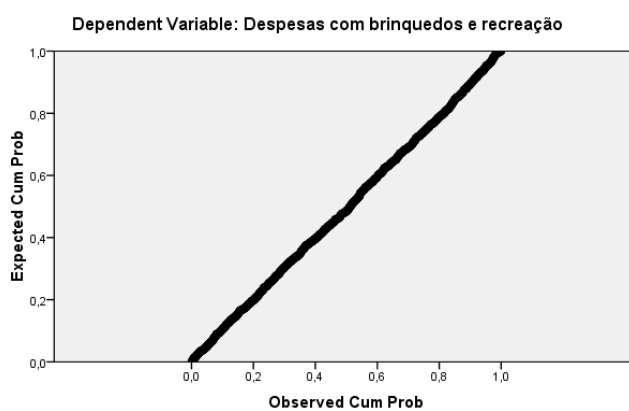


Gráfico 20 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com brinquedos e recreação, modelo 2
Fonte: elaboração do autor

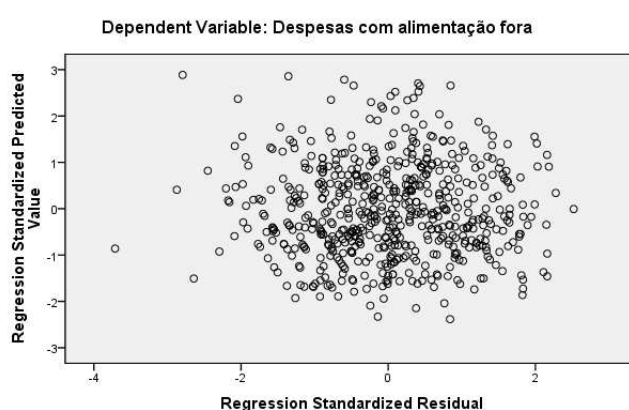


Gráfico 21 – Diagrama de dispersão da variável dependente - despesas com brinquedos e recreação, modelo 2
Fonte: elaboração do autor

7.3.2 Despesas com viagens

O terceiro modelo avaliado foi:

$$\ln Y = \alpha + \beta_1 + \ln X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

onde:

$\ln Y$ = logaritmo das despesas com viagens

α = coeficientes linear. Valor constante da despesa, independente das demais variáveis independentes

β_j = coeficientes parciais da regressão, demonstram a variação na despesa em relação à unidade de variação na variável independente.

$\ln X_1$ = logaritmo da renda

X_2 = idade

X_3 = anos de estudo

X_4 = quantidade de moradores do domicílio

X_5 = gênero

Parâmetros da regressão linear múltipla:

- Software: SPSS versão 16.0
- Método seqüencial de seleção de variáveis: *stepwise*
- Variável dependente: logaritmo despesas com brinquedos e recreação
- Variáveis independentes: anos de estudo, gênero, idade, logaritmo renda, quantidade de moradores

Pela tabela 11, verifica-se que 73,2% da variância total é explicada por esse modelo de regressão. Além de renda, quantidade de moradores e idade, que estavam presentes nos dois modelos anteriores, a variável anos de estudo também se mostrou significativa.

O valor de F de 229,38 indica que o modelo é significativo.

Tabela 11 - Resumo do modelo para despesas com viagens, sem o ciclo de vida familiar

	R ²	R ² ajustado	Estatística F	Sig.	
Modelo 3 ^a	0,732	0,582	229,38	0,000	
	Constante	Renda	Qtdade de moradores	Anos de estudo	Idade
Coefficiente	0,38	0,62	-0,58	0,6	-0,04
Estatística <i>t</i>	3,86	24,9	-5,04	3,98	-3,2
Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001
VIF		1,078	1,003	1,069	1,057

Fonte: elaboração própria

Nota: ^a preditores: constante, renda, quantidade de moradores, anos de estudo e idade

Quanto aos coeficientes, não há evidência de multicolinearidade, pois todos os valores são próximos de 1. A estatística *t* permite concluir que os coeficientes são todos diferentes de zero o suficiente para ser estatisticamente significativo no nível 0,001.

A análise dos resíduos, gráficos 22, 23 e 24, indica um modelo bem ajustado em termos de homocedasticidade, com resíduos observados normalmente distribuídos, com poucos pontos além de dois desvios-padrão.

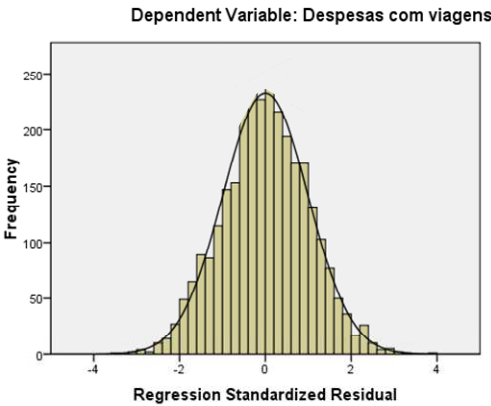


Gráfico 22 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com viagens, modelo 3
 Fonte: elaboração do autor

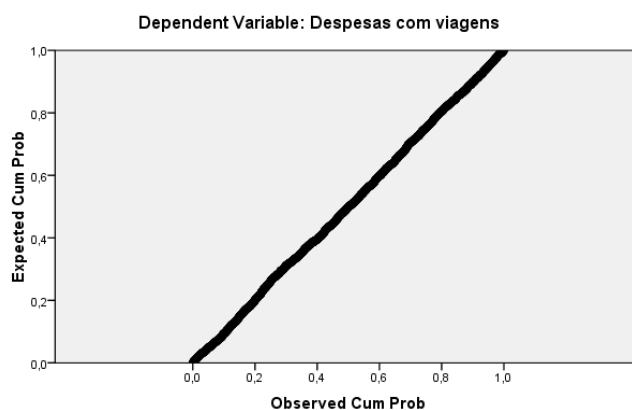


Gráfico 23 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com viagens, modelo 3
Fonte: elaboração do autor

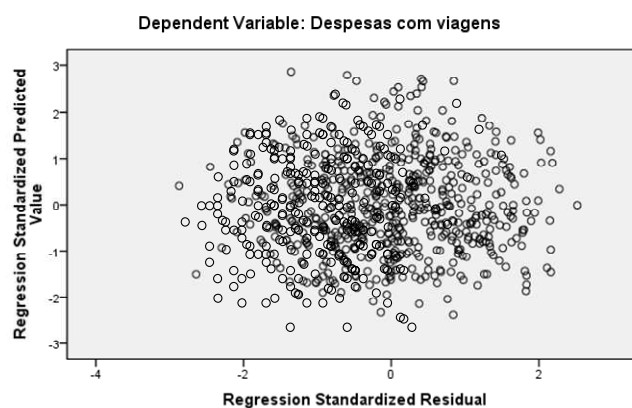


Gráfico 24 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com viagens, modelo 3
Fonte: elaboração do autor

O outro modelo avaliado para esta mesma categoria de despesas foi:

$$\ln Y = \alpha + \beta_1 + \ln X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 CV_1 + \beta_7 CV_2 + \beta_8 CV_3 + \beta_9 CV_4 + \beta_{10} CV_5 + \beta_{11} CV_6 + \beta_{12} CV_7 + \beta_{13} CV_8 + \beta_{14} CV_{10} + \beta_{15} CV_{11} + \beta_{16} CV_{12}$$

onde:

$\ln Y$ = logaritmo das despesas com viagens

α = coeficientes linear. Valor constante da despesa, independente das demais variáveis independentes

β_j = coeficientes parciais da regressão, demonstram a variação na despesa em relação à unidade de variação na variável independente.

$\ln X_1$ = logaritmo da renda

X_2 = idade.

X_3 = anos de estudo.

X_4 = quantidade de moradores do domicílio.

X_5 = gênero.

CV_j = estágio do ciclo de vida. Assume o valor 1 para o estágio atual da família e zero para os demais estágios.

Parâmetros da regressão linear múltipla:

- Software: SPSS versão 16.0
- Método seqüencial de seleção de variáveis: stepwise
- Variável dependente: logaritmo despesas com viagens
- Variáveis independentes: anos de estudo, gênero, idade, logaritmo renda, quantidade de moradores e estágio no ciclo de vida

Os resultados, na tabela 12, indicam um modelo ajustado, com um R^2 de 82,5% e com coeficientes estatisticamente significativos e com baixa presença do efeito da multicolinearidade.

Tabela 12 - Resumo do modelo para despesas com viagens, com o ciclo de vida familiar

	R ²	R ² ajustado	Estatística F	Sig.												
Modelo 4 ^a	0,825	0,609	254,92	0,000												
	Constante	Renda	Qtde de moradores	Anos de estudo	Idade	Est.1	Est.2	Est.3	Est.4	Est.5	Est.6	Est.7	Est.8	Est.10	Est.11	Est.12
Coeficiente	0,33	0,59	-0,44	0,44	-0,02	19,58	20,25	5,63	14,63	18,00	10,80	11,25	20,70	13,28	17,33	17,78
Estatística <i>t</i>	3,42	22,98	-4,89	4,20	-3,1	4,94	4,93	5,06	4,83	4,60	5,20	5,08	6,10	6,23	5,19	5,33
Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
VIF		1,085	1,008	1,075	1,069	1,17	1,08	1,08	1,04	1,15	1,02	1,05	1,10	1,02	1,07	1,07

Fonte: elaboração própria

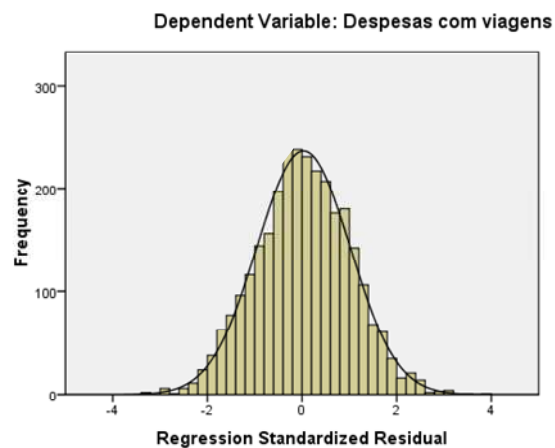
Nota: ^a preditores: constante, renda, quantidade de moradores, anos de estudo, idade e estágio no ciclo de vida

Gráfico 25 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com viagens, modelo 4

Fonte: elaboração do autor

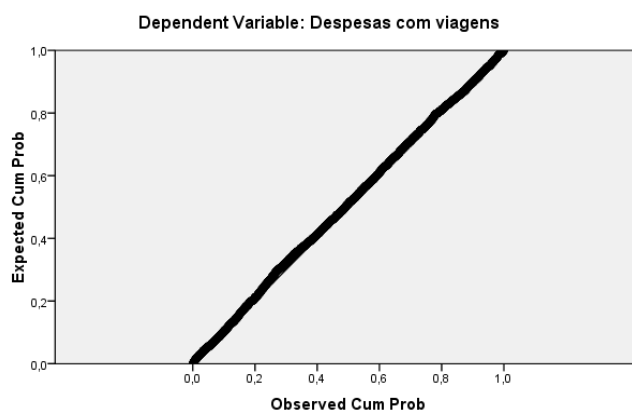


Gráfico 26 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com viagens, modelo 4
Fonte: elaboração do autor

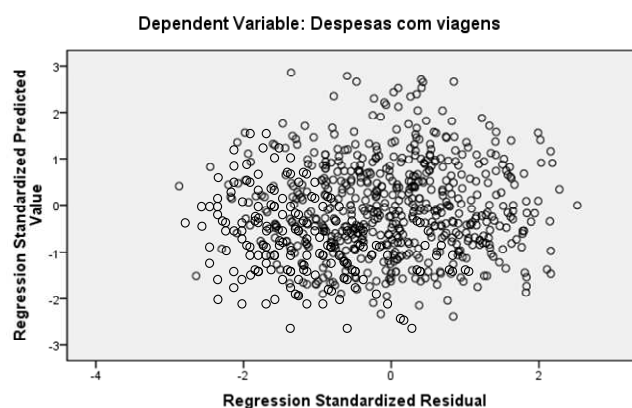


Gráfico 27 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com viagens, modelo 4
Fonte: elaboração do autor

A análise gráfica dos resíduos, nos gráficos 25, 26 e 27, permite concluir que não há problemas significativos que possam indicar que as suposições da regressão múltipla tenham sido gravemente violadas, pois o modelo está bem ajustado em termos de homocedasticidade e com resíduos observados com distribuição próxima a uma curva normal.

7.3.3 Despesas com diversões e esportes

O modelo avaliado foi:

$$\ln Y = \alpha + \beta_1 + \ln X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

onde:

$\ln Y$ = logaritmo das despesas com diversões e esportes

α = coeficientes linear. Valor constante da despesa, independente das demais variáveis independentes

β_j = coeficientes parciais da regressão, demonstram a variação na despesa em relação à unidade de variação na variável independente.

$\ln X_1$ = logaritmo da renda

X_2 = idade

X_3 = anos de estudo

X_4 = quantidade de moradores do domicílio

X_5 = gênero

Parâmetros da regressão linear múltipla:

- Software: SPSS versão 16.0
- Método seqüencial de seleção de variáveis: *stepwise*
- Variável dependente: logaritmo despesas com brinquedos e recreação
- Variáveis independentes: anos de estudo, gênero, idade, logaritmo renda, quantidade de moradores

Apesar dos valores de R^2 menores que os encontrados nos modelos anteriores, o percentual de variação total das despesas com brinquedos e recreação explicado pelas variáveis Renda e Anos de estudo é de quase 68%, conforme se vê na tabela 13.

Tabela 13 - Resumo do modelo para despesas com diversões e esporte, sem o ciclo de vida familiar

	R^2	R^2 ajustado	Estatística F	Sig.
Modelo 5 ^a	0,674	0,485	115,90	0,000
	Constante	Renda	Anos de estudo	
Coeficiente	0,96	0,24	0,05	
Estatística <i>t</i>	4,567	9,703	4,80	
Sig.	0,000	0,000	0,000	
VIF		1,04	1,04	

Fonte: elaboração própria

Nota: ^a preditores: constante, renda e anos de estudo

Tanto as avaliações gerais do modelo quanto dos coeficientes demonstram significância estatística.

As suposições de homocedasticidade, independência dos resíduos e normalidade podem ser confirmadas nos gráficos 28 e 30. Não há padrão de resíduos crescentes ou decrescentes e os resíduos são representativos de uma distribuição normal, por não apresentarem desvios substanciais ao longo da diagonal (ver gráfico 29).

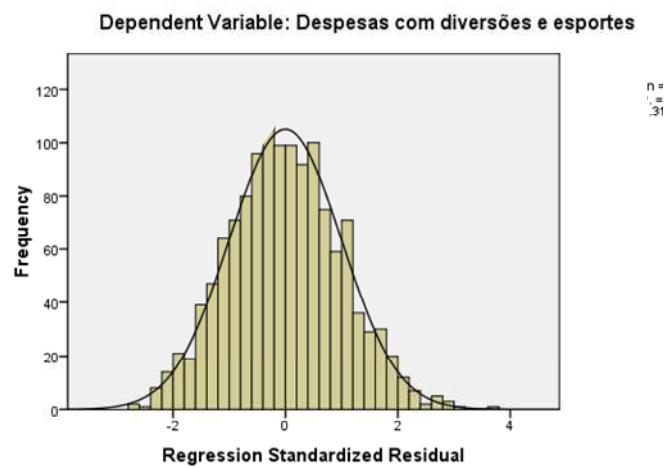


Gráfico 28 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com diversões e esporte, modelo 5
Fonte: elaboração do autor

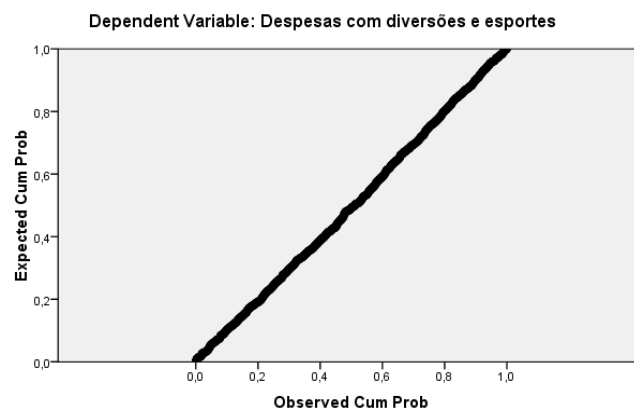


Gráfico 29 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com diversões e esporte, modelo 5
Fonte: elaboração do autor

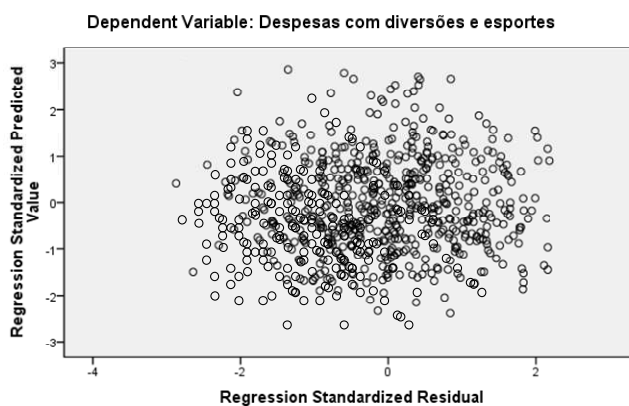


Gráfico 30 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com diversões e esporte, modelo 5

Fonte: elaboração do autor

Ainda para a categoria de despesas diversões e esportes, o outro modelo testado foi:

$$\ln Y = \alpha + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 CV_1 + \beta_7 CV_2 + \beta_8 CV_3 + \beta_9 CV_4 + \beta_{10} CV_5 + \beta_{11} CV_6 + \beta_{12} CV_7 + \beta_{13} CV_8 + \beta_{14} CV_{10} + \beta_{15} CV_{11} + \beta_{16} CV_{12}$$

onde:

$\ln Y$ = logaritmo das despesas com viagens

α = coeficientes linear. Valor constante da despesa, independente das demais variáveis independentes

β_j = coeficientes parciais da regressão, demonstram a variação na despesa em relação à unidade de variação na variável independente.

$\ln X_1$ = logaritmo da renda

X_2 = idade.

X_3 = anos de estudo.

X_4 = quantidade de moradores do domicílio.

X_5 = gênero.

CV_j = estágio do ciclo de vida. Assume o valor 1 para o estágio atual da família e zero para os demais estágios.

Parâmetros da regressão linear múltipla:

- Software: SPSS versão 16.0
- Método seqüencial de seleção de variáveis: *stepwise*
- Variável dependente: logaritmo despesas com viagens
- Variáveis independentes: anos de estudo, gênero, idade, logaritmo renda, quantidade de moradores e estágio no ciclo de vida

O valor do R^2 de 74,2% indica um nível elevado de previsão do modelo. A estatística F também comprova a significância estatística do modelo (tabela 14).

Os valores VIF dos coeficientes próximos de 1 demonstram que as variáveis independentes não sofrem os efeitos da multicolinearidade. A linha de coeficientes e estatística t revela que as variáveis Renda, Anos de estudo e Estágio no ciclo de vida são bons indicadores das despesas com diversões e esportes.

Já as variáveis Idade, Quantidade de moradores no domicílio e Gênero não explicam significativamente as despesas com diversões e esportes.

O exame gráfico dos resíduos, gráficos 31, 32 e 33, permite determinar que as suposições que foram feitas para o modelo de regressão eram adequadas.

Tabela 14 - Resumo do modelo para despesas com diversões e esporte, com o ciclo de vida familiar

	R ²	R ² ajustado	Estatística F	Sig.										
Modelo 6 ^a	0,742	0,51	128,96	0,000										
	Constante	Renda	Anos de estudo	Est.1	Est.2	Est.3	Est.4	Est.5	Est.6	Est.7	Est.8	Est.10	Est.11	Est.12
Coefficiente	0,81	0,265	0,04	5,74	5,87	1,12	6,14	3,41	3,95	3,01	3,33	3,03	4,88	4,71
Estatística t	3,38	8,235	4,49	4,63	4,62	3,75	4,52	4,29	4,89	4,77	5,79	5,92	4,88	5,02
Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
VIF		1,105	1,197	1,11	1,10	1,04	1,12	1,11	1,13	1,18	1,05	1,08	1,10	1,05

Fonte: elaboração própria

Nota: ^a preditores: constante, renda, anos de estudo e estágio no ciclo de vida

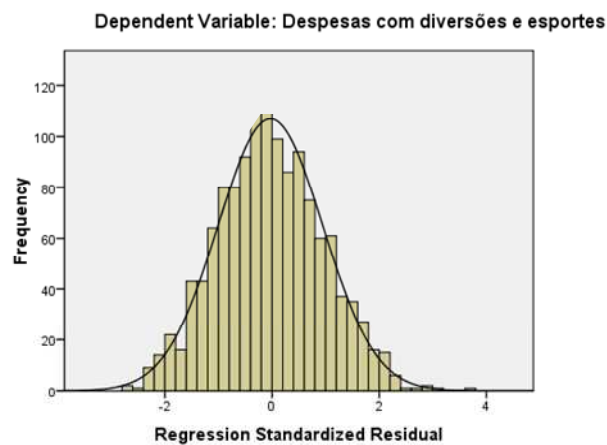


Gráfico 31 – Histograma da freqüência dos resíduos padronizados – despesas com diversões e esporte, modelo 6

Fonte: elaboração do autor

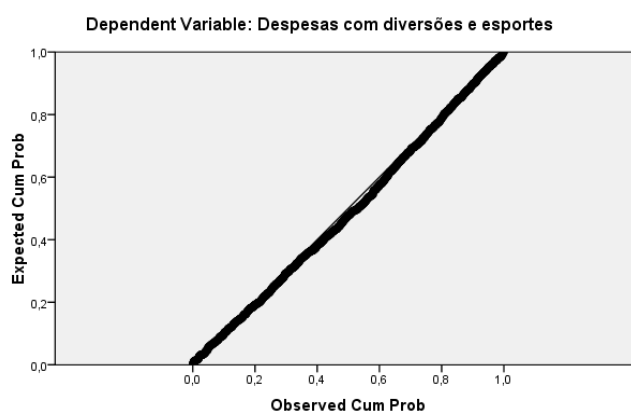


Gráfico 32 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com diversões e esporte, modelo 6
Fonte: elaboração do autor

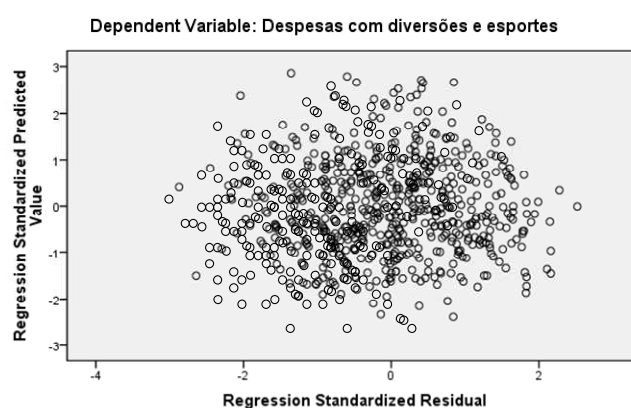


Gráfico 33 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com diversões e esporte, modelo 6
Fonte: elaboração do autor

7.3.4 Despesas com alimentação fora

Para esta categoria de despesas, o primeiro modelo avaliado foi:

$$\ln Y = \alpha + \beta_1 + \ln X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

onde:

$\ln Y$ = logaritmo das despesas com alimentação fora

α = coeficientes linear. Valor constante da despesa, independente das demais variáveis independentes

β_j = coeficientes parciais da regressão, demonstram a variação na despesa em relação à unidade de variação na variável independente.

$\ln X_1$ = logaritmo da renda

X_2 = idade

X_3 = anos de estudo

X_4 = quantidade de moradores do domicílio

X_5 = gênero

Parâmetros da regressão linear múltipla:

- Software: SPSS versão 16.0
- Método seqüencial de seleção de variáveis: *stepwise*
- Variável dependente: logaritmo despesas com alimentação fora
- Variáveis independentes: anos de estudo, gênero, idade, logaritmo renda, quantidade de moradores

O índice F de 120,37, tabela 15, indica que o modelo é altamente significativo no nível 0,000. O coeficiente R² sinaliza que 63,1% da variância das despesas com alimentação fora é explicada por este modelo com as variáveis Renda, Idade e Anos de estudo.

Tabela 15 - Resumo do modelo para despesas com alimentação fora, sem o ciclo de vida familiar

	R ²	R ² ajustado	Estatística F	Sig.
Modelo 7 ^a	0,631	0,423	120,369	0,000
	Constante	Renda	Idade	Anos de estudo
Coefficiente	0,315	0,404	-0,18	0,08
Estatística <i>t</i>	3,28	8,134	-4,752	3,012
Sig.	0,000	0,000	0,000	0,001
VIF		1,127	1,05	1,106

Fonte: elaboração própria

Nota: ^a preditores: constante, renda, quantidade de moradores e idade

Para a análise dos coeficientes, a linha Sig., na tabela 15, que indica a significância estatística dos coeficientes, demonstra que todos os coeficientes são estatisticamente significativos ao nível de 0,001.

O R² de 63,1% demonstra que a força da associação entre as despesas com alimentação fora e as variáveis Renda, Idade e Anos de estudo é moderada.

Como os valores VIF são próximos de 1, não há problemas em relação à multicolinearidade. A estatística *t* indica que todos os coeficientes do modelo são estatisticamente significativos.

A análise gráfica dos resíduos, gráficos 34, 35 e 36, demonstrou que os erros estavam distribuídos próximos a curva normal, os pontos do gráfico de probabilidade normal estavam aglomerados em torno de uma linha de 45° e grande parte dos respondentes estavam com resíduos padronizados entre a faixa -2 a +2.

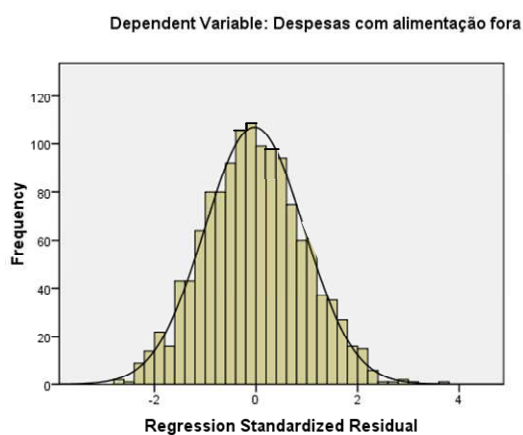


Gráfico 34 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com alimentação fora, modelo 7
 Fonte: elaboração do autor

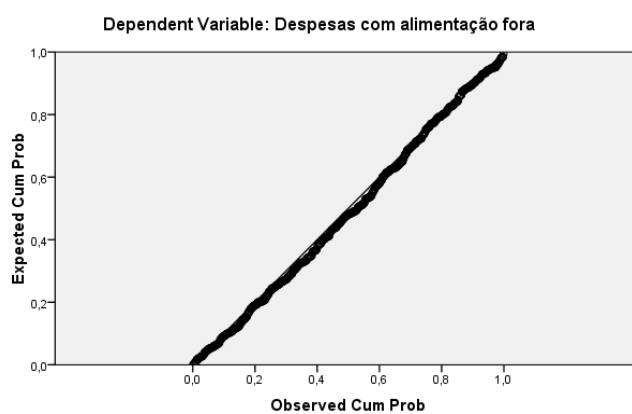


Gráfico 35 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com alimentação fora, modelo 7
 Fonte: elaboração do autor

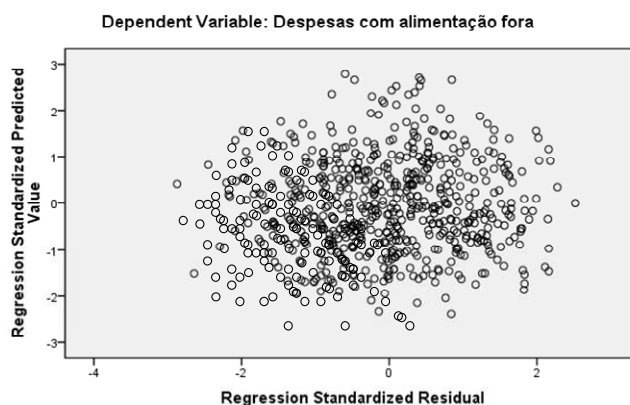


Gráfico 36 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas com alimentação fora, modelo 7

Fonte: elaboração do autor

Agora, o teste do modelo com a inclusão do estágio no ciclo de vida familiar:

$$\ln Y = \alpha + \beta_1 + \ln X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 CV_1 + \beta_7 CV_2 + \beta_8 CV_3 + \beta_9 CV_4 + \beta_{10} CV_5 + \beta_{11} CV_6 + \beta_{12} CV_7 + \beta_{13} CV_8 + \beta_{14} CV_{10} + \beta_{15} CV_{11} + \beta_{16} CV_{12}$$

onde:

$\ln Y$ = logaritmo das despesas com alimentação fora

α = coeficientes linear. Valor constante da despesa, independente das demais variáveis independentes

β_j = coeficientes parciais da regressão, demonstram a variação na despesa em relação à unidade de variação na variável independente.

$\ln X_1$ = logaritmo da renda

X_2 = idade.

X_3 = anos de estudo.

X_4 = quantidade de moradores do domicílio.

X_5 = gênero.

CV_j = estágio do ciclo de vida. Assume o valor 1 para o estágio atual da família e zero para os demais estágios.

Parâmetros da regressão linear múltipla:

- Software: SPSS versão 16.0
- Método seqüencial de seleção de variáveis: *stepwise*
- Variável dependente: logaritmo alimentação fora
- Variáveis independentes: anos de estudo, gênero, idade, logaritmo renda, quantidade de moradores e estágio no ciclo de vida

O R^2 ajustado do modelo é 0,402, conforme se vê na tabela 16, o que significa que 40,2% da variação nas despesas com alimentação fora pode ser explicado a partir da variáveis dependentes. Esse coeficiente foi o mais baixo dos modelos estudados, mas ainda assim demonstra um nível de associação moderado, figura (HAIR et , 2003).

O índice F de 122,451 indica que o modelo é altamente significativo.

Os coeficientes da regressão dizem o quanto da variância na variável dependente é explicada pelas variáveis independentes. A coluna Sig. indica valores abaixo de 0,005 e, portanto, todos os coeficientes são significativos.

Ainda em relação à análise dos coeficientes, os valores VIF muito baixos, próximos de 1, são indicativos da baixa intercorrelação das variáveis selecionadas.

Em relação aos resíduos, no gráfico 37, é possível verificar que os resíduos padronizados estão próximos da linha da curva de uma distribuição normal.

Tabela 16 - Resumo do modelo para despesas com alimentação fora, com o ciclo de vida familiar

	R ²	R ² ajustado	Estatística F	Sig.												
Modelo 8 ^a	0,687	0,402	122,451	0,000												
	Consta nte	Renda	Idade	Anos de	Est.1	Est.2	Est.3	Est.4	Est.5	Est.6	Est.7	Est.8	Est.10	Est.11	Est.12	
Coeficiente	0,287	0,371	-0,11	0,07	7,80	6,98	3,21	4,86	4,72	3,45	3,87	3,40	5,45	5,02	3,91	
Estatística t	3,417	6,416	-3,952	3,112	4,39	3,56	4,29	4,08	4,65	4,53	5,50	5,62	4,64	4,77		
Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
VIF		1,03	1,045	1,12	1,08	1,01	1,09	1,09	1,11	1,17	1,02	1,06	1,07	1,02		

Fonte: elaboração própria

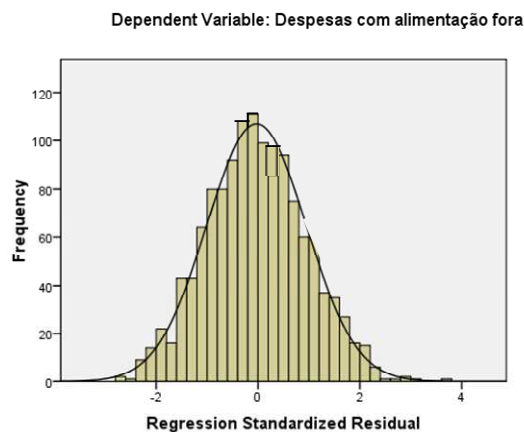
Nota: ^a preditores: constante, renda, quantidade de moradores, idade e estágio no ciclo de vida

Gráfico 37 – Histograma da frequência dos resíduos padronizados – despesas com alimentação fora, modelo 8

Fonte: elaboração do autor

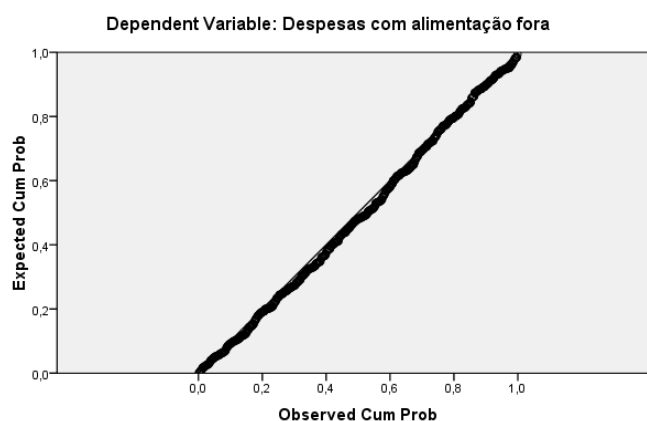


Gráfico 38 – Probabilidade normal de resíduos de regressão padronizados – despesas com alimentação fora, modelo 8
Fonte: elaboração do autor

Os pontos do gráfico de probabilidade normal (gráfico 38) estão aglomerados em torno de uma linha de 45°. Isso indica que os resíduos observados estão normalmente distribuídos.

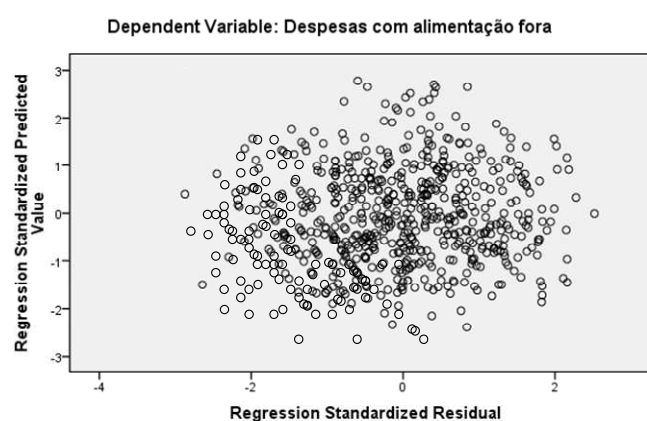


Gráfico 39 – Diagrama de dispersão da variável dependente – despesas alimentação fora, modelo 8
Fonte: elaboração do autor

Pelo gráfico 39, a maior parte dos respondentes apresenta resíduos padronizados entre a faixa -2 a +2. Portanto, não foram diagnosticados problemas significativos que possam indicar que as suposições de regressão tenham sido gravemente violadas.

7.3.5 Comparação dos modelos avaliados

Para cada um dos oito modelos testados anteriormente, foram feitos todos os passos recomendados por Hair et al (2003) para validação de modelos de regressão múltipla:

- Na avaliação geral dos modelos o nível de Sig. da estatística F foi menor que 0,05. Conforme recomendado por Hair et al (2003), níveis de sig. abaixo de 0,05 indicam que os modelos são estatisticamente significantes.
- O coeficiente de determinação esteve entre os níveis de associação moderado, alto ou muito forte, quadro 10.
- Todos os valores VIF foram próximos de 1. Portanto, não há indícios de problemas de multicolinearidade.
- A estatística *t* comprovou que todos os coeficientes selecionados na regressão pelo método *stepwise* foram estatisticamente significativos.
- A análise gráfica dos resíduos demonstrou que os erros estavam normalmente distribuídos, os pontos do gráfico de probabilidade normal estavam aglomerados em torno de uma linha de 45° e grande parte dos respondentes estavam com resíduos padronizados entre a faixa -2 a +2. Portanto, não foram diagnosticados problemas significativos que possam indicar que as suposições de regressão tenham sido gravemente violadas

Portanto, já que nenhuma das suposições aos modelos de regressão foi seriamente violada, todos os modelos são estatisticamente significativos.

Entretanto, para obter a resposta dos ganhos no modelo com a inclusão da variável estágio no ciclo de vida, é preciso comparar os coeficientes de determinação e a estatística F.

Para comparação dos modelos, Hair et al (2003) sugerem a utilização do R^2 ajustado, pois este torna possível a comparação do poder explicativo dos modelos de regressão com diferentes números de variáveis independentes e diferentes tamanhos da amostra.

Tabela 17 - Comparação geral do modelos de regressão, com e sem o ciclo de vida familiar

		R^2	R^2 ajustado	Estatística F
Brinquedos e Recreação	Modelo 1 (sem o ciclo de vida)	0,682	0,504	149,090
	Modelo 2 (com o ciclo de vida)	0,756	0,549	199,310
Viagens	Modelo 3 (sem o ciclo de vida)	0,732	0,582	229,380
	Modelo 4 (com o ciclo de vida)	0,825	0,609	254,922
Diversão e esportes	Modelo 5 (sem o ciclo de vida)	0,674	0,485	115,896
	Modelo 6 (com o ciclo de vida)	0,742	0,510	128,960
Alimentação fora	Modelo 7 (sem o ciclo de vida)	0,631	0,423	120,369
	Modelo 8 (com o ciclo de vida)	0,687	0,402	122,451

Fonte: elaboração do autor

Conforme tabela 17 a inclusão do construto estágio no ciclo de vida familiar trouxe ganhos no R^2 ajustado para as categorias de despesas, exceto para as despesas com alimentação fora. Ainda assim o modelo 8, com a inclusão do estágio no ciclo de vida familiar, manteve um R^2 ajustado muito próximo ao modelo 7 e com o mesmo nível de associação, moderado (quadro 10).

A categoria despesas com viagens, modelo 4, foi a que apresentou o maior coeficiente de determinação, bem como a maior estatística F. Portanto, foi a variável dependente mais associada do modelo com o estágio no ciclo de vida como variável independente.

Para as categorias Brinquedos e Recreação e Diversão e Esportes, o construto também demonstrou melhorar a capacidade preditiva dos modelos.

Concluindo, é possível afirmar que o construto estágio no ciclo de vida familiar melhora a capacidade preditiva dos modelos que o utilizam como variável independente.

7.4 Comportamento de consumo por estágio no ciclo de vida familiar

Conforme delimitado no capítulo 1, o objetivo geral deste trabalho foi a validação do modelo de ciclo de vida familiar para o Brasil. Portanto, não faz parte do escopo deste trabalho tratar das motivações do comportamento de consumo no lazer de cada um do grupos.

O entendimento dos gastos e escolhas de consumo, de acordo com cada estágio, já se caracterizaria como outros trabalhos deste mesmo porte. Entretanto, apenas a análise gráfica da média de gastos por estágio no ciclo de vida já nos permite visualizar as diferenças no consumo de cada item, conforme gráficos 40, 41, 42 e 43.

Os gastos com brinquedos e recreação

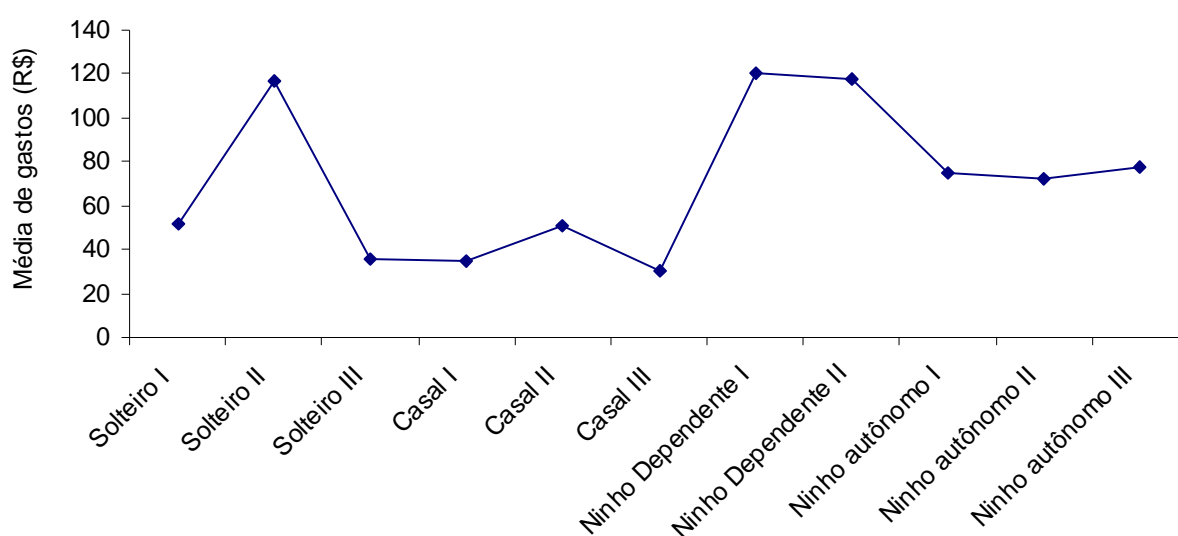


Gráfico 40 - Média de gastos com diversões e esportes por estágio no ciclo de vida
Fonte: elaboração do autor

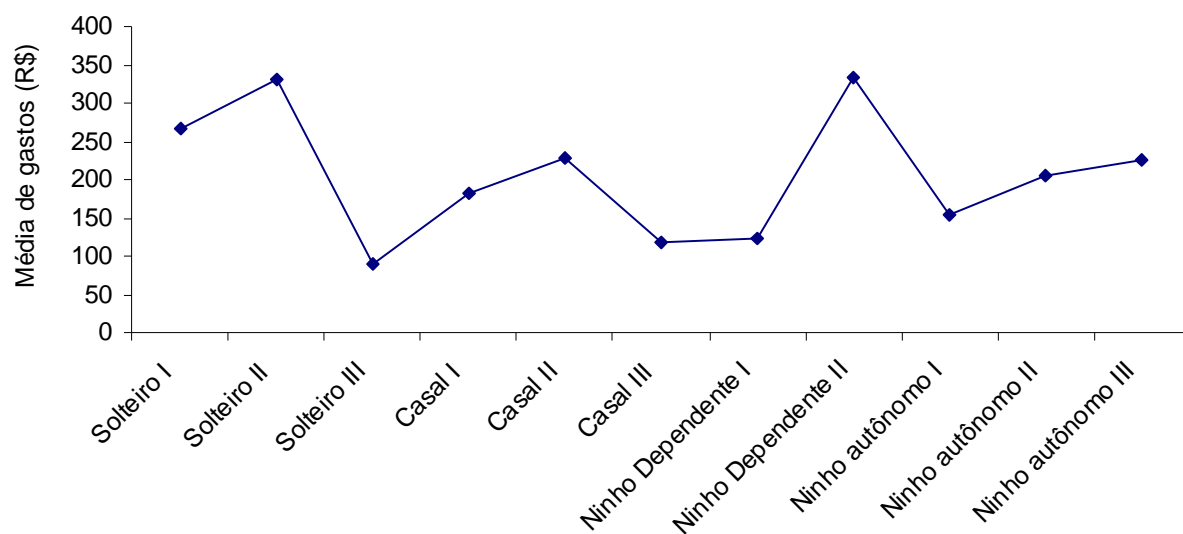


Gráfico 41 – Média de gastos com viagens por estágio no ciclo de vida
Fonte: elaboração do autor

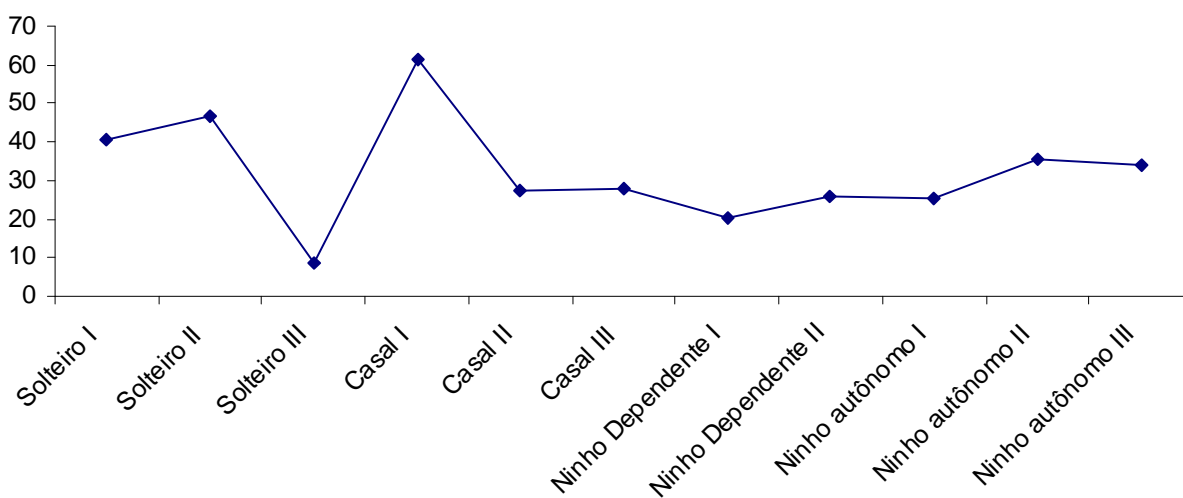


Gráfico 42 – Média de gastos com diversões e esportes por estágio no ciclo de vida
Fonte: elaboração do autor

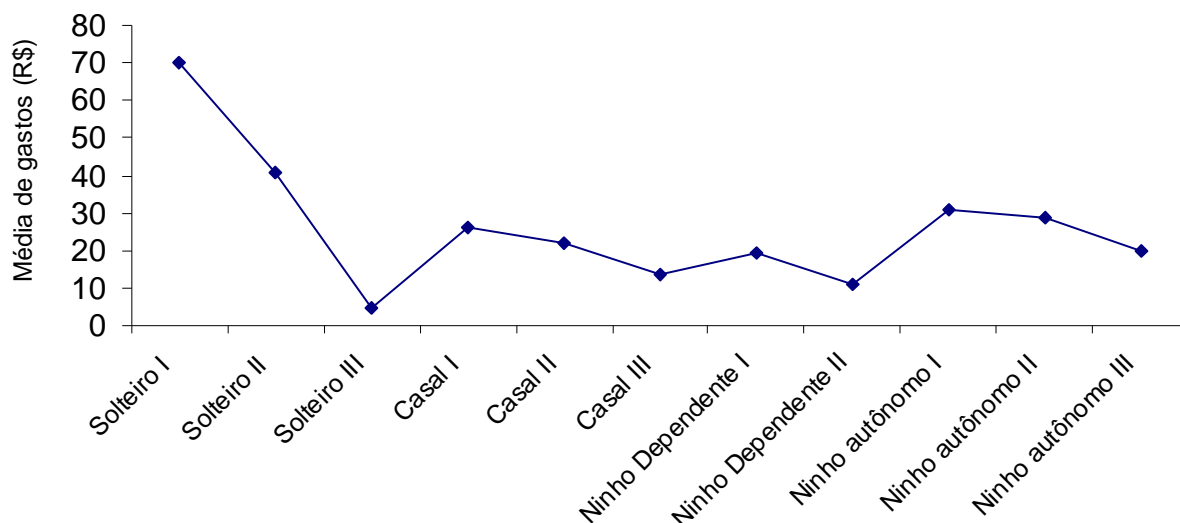


Gráfico 43 – Média de gastos com alimentação fora por estágio no ciclo de vida
 Fonte: elaboração do autor

Fica evidente que alguns estágios, como por exemplo, os domicílios unipessoais com a pessoa de referência com mais de 60 anos, apresentam uma média de despesas para as categorias testadas bem abaixo dos demais grupos.

Resta-nos investigar os motivos deste baixo consumo: a oferta de produtos/serviços para este público está adequada? O que os motivaria a viajar mais ou ter mais atividades externas de lazer? Em um país em fase de envelhecimento, este tipo de resposta é útil tanto para a iniciativa privada, na busca por segmentos pouco explorados, como na gestão pública.

8. Considerações finais

Neste capítulo final são sintetizadas as respostas às questões de pesquisa levantadas no primeiro capítulo, bem como as discussões sobre as limitações desta tese e sugestões para pesquisas futuras.

8.1 Conclusões gerais

As mudanças sócio-demográficas verificadas fortemente no Brasil desde a década de 1970 reforçam a necessidade de rever alguns conceitos sobre a instituição família. O crescimento dos domicílios monoparentais e unipessoais, a queda no número médio de pessoas por domicílio, o aumento no número de divórcios e o envelhecimento da população são apenas alguns indícios desta nova realidade sócio-demográfica.

Essas mudanças na estrutura familiar sinalizam desafios para as estratégias de atuação pública e privada, tendo como pano de fundo as discussões sobre o futuro da instituição família, seus valores e sua evolução perante um processo de individualização cada vez maior.

Com os novos arranjos familiares, surgem novos estilos de vida, com um amplo e variado conjunto de demandas.

Já que os modelos habitualmente utilizados para prever as alterações nos padrões de consumo no lazer em função do estágio de ciclo de vida familiar sempre procuravam explicar a sociedade norte-americana, levantamos a dúvida sobre se estes modelos poderiam ser replicados no Brasil sem qualquer tipo de adaptação.

Além das mudanças sócio-demográficas, a cultura mostrou-se determinante nos estudos sobre comportamento do consumo, ao influenciar os tipos e formas dos relacionamentos dentro do ambiente familiar de cada país.

O objetivo geral desta tese foi atingido ao validar um modelo teórico aplicado à realidade brasileira que integra as alterações nos padrões de consumo nas atividades de lazer em função das mudanças nos estágios de ciclo de vida da família, utilizando dados da Pesquisa de Orçamento Familiar do IBGE.

Para atender a este objetivo, foi estabelecida uma metodologia que permitiu, de modo sistemático, executar as validações necessárias para atestar um modelo brasileiro de ciclo de vida familiar.

Após as três validações feitas no capítulo anterior, é possível afirmar que o modelo proposto (esquema 10) é abrangente, possui segmentos com comportamento de consumo distintos entre si e a utilização do construto aumenta a significância dos modelos de regressão múltipla com despesas em lazer como variável dependente.

Vale ressaltar a importância de variável renda, que esteve presente em todos os modelos de regressão como a primeira variável a ser incluída no modelo e, portanto, a mais significativa.

Os resultados deste trabalho permitem-nos afirmar que apesar do rendimento médio familiar ainda ser uma variável de extrema relevância na determinação do perfil e nível de consumo familiar nas atividades de lazer, o estágio no ciclo de vida tem poder discriminatório para as atividades de lazer.

Estes resultados corroboram, em grande medida, os resultados de pesquisas realizadas em outros países: idade, nível de escolaridade e renda são fatores que têm influência significativa no perfil das práticas de lazer (BOTELHO, 2005).

Além disso este trabalho confirma a idéia de que outras variáveis como o ciclo vital da família e seu tamanho também contribuem para modelar os padrões de despesas familiares.

Assim, com a finalização desta tese, pretendemos oferecer uma plataforma a partir da qual outros estudos se realizem, promovidos seja por instituições privadas para

ofertas de produtos e serviços adequados a cada segmento, seja por órgãos públicos para orientar a condução de políticas de esportes, lazer e cultura.

8.2 Limitações do estudo

A primeira limitação deste estudo é que ele aborda um número limitado de categorias de consumo, cujas inferências não podem ser feitas automaticamente para outras categorias, tais como: roupas, bens duráveis e outros tipos de serviços.

Outra limitação diz respeito à utilização de apenas uma base de dados de um único período, a POF de 2002. Infelizmente, neste tipo de pesquisa realizado pelo IBGE não é possível rastrear as famílias e seu consumo nos anos anteriores ou posteriores. Tudo o que pode ser analisado é um único recorte temporal.

Assim, as informações disponíveis nos microdados da POF permitem analisar somente o consumo de cada estágio. Uma análise detalhada do efeito dos acontecimentos que marcam as transições familiares (casamento, nascimentos dos filhos, morte de um dos cônjuges) seria possível com a realização de um estudo longitudinal.

E por fim, neste trabalho não testamos se há diferenças nos padrões de consumo entre domicílios compostos por casais de relacionamentos homoafetivos.

8.3 Pesquisas futuras

Diversas questões adicionais surgem dos resultados obtidos, que indicam propostas para futuras pesquisas. A principal delas refere-se às motivações e determinantes das atividades de lazer de cada estágio. Perguntas como as abaixo listadas podem ser ponto de partida para outros pesquisadores:

- Por que algumas atividades não são escolhidas após a mudança de estágio no ciclo de vida da família?

- Quais são as atividades de lazer iniciadas ou eliminadas após a transição de cada estágio?
- Qual a correta proposta de valor que motivaria os grupos a dedicarem mais tempo e/ou recursos a determinada atividade de lazer?

Esperamos que este trabalho, embora longe de ser conclusivo, signifique mais um passo no desenvolvimento da teoria de Marketing no Brasil, instigando outros estudiosos a avançar no estudo deste tema.

REFERÊNCIAS

AMA – American Marketing Association. *Dictionary of marketing terms*. Disponível em <http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=M#market+segmentation>. Acesso em 10/10/2009.

ARNDT, J..Family Life Cycle as a Determinant of Size and Composition of Household Expenditures. In WILKIE, W. L. *Advances in Consumer Research*, Vol. 6, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 128-132, 1979.

ASSAEL, H. *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Thomas Nelson: Melbourne, 1987.

ATTEWELL, Paul. The impact of family on job displacement and recovery. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, v. 562, p. 66-82. Thousand Oaks. Março, 1999.

BARROS, L. F. W.; ALVES, J. E. D.; CAVENAGHI, S. Novos Arranjos Domiciliares: condições socioeconômicas dos casais de dupla renda e sem filhos (DINC). IN: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS, Caxambu- MG – Brasil, de 29 de setembro a 03 de outubro de 2008, disponível em <http://www.abep.nepo.unicamp.br/encontro2008/docsPDF/ABEP2008_1064.pdf>. Acesso em 26/08/2009.

BARTON, S. G. The life cycle and buying patterns. In: CLARK, L., *Consumer Behavior*, v.2, New York: New York University Press, 1955.

BEANE, T.P.; ENNIS, D.M. Market Segmentation: a review. *European Journal of Marketing*, v. 21, pp. 20-42, 1987.

BERCOVICH, A.; PEREIRA, N. O. M. Comentários dos resultados de Características Gerais da População. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Demográfico 2000: Características gerais da população. Rio de Janeiro, p. 35-82, IBGE, 2003.

BERQUÓ, E.; CAVENAGHI, S. Oportunidades e fatalidades: um estudo demográfico das pessoas que moram sozinhas. IN: ENCONTRO NACIONAL DA ABEP, 1988, disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/aparte/pdfs/art_62_domicilios_unipessoais_no_brasil_22set0.pdf>, Acesso em 12/09/2009

BELLO, L.; GONZÁLEZ, A. M. The construct “lifestyle” in market segmentation. *European Journal of Marketing*, v. 36, n. 1/2, pp. 51-85, 2002

BIGELOW, H. F. Money and Marriage. In: *Marriage and the family*, Boston: Heath and Company, p.382-386, 1942

BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BRASIL. Código Civil: Lei 3.071, de 1º de janeiro de 1916. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L3071.htm>>, acesso em: 12 jan. 2009.

_____. Constituição da República Federativa do Brasil, promulgada em 05 de outubro de 1988. 39ª edição, atualizada. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

_____. Estatuto do Idoso, disponível em <<http://www.senado.gov.br/web/relatorios/destaques/2003057RF.pdf>> , Acesso em 10/10/2009.

BOTELHO, I.; FIORE, M. O uso do tempo livre e as práticas culturais na região metropolitana de São Paulo. In: Centro de Estudos da Metrópole – CEM / CEBRAP, São Paulo, 2005.

BOYD, JR., H. W.; WALKER, JR., O. C. *Marketing management: a strategic approach*. Homewood: Irwin, 1990.

BRANDT, S. C. Dissecting the segmentation syndrome. *Journal of Marketing*. Chicago, v. 30, p. 22-27, outubro, 1966.

BROWN P. R et al. Perceived constraints and social support for active leisure among mothers with young children. *Leisure Sciences*, vol. 23, julho, 2001.

BRUSCHINI, C. Estrutura familiar e trabalho na Grande São Paulo. In: Cadernos de Pesquisa da Fundação Carlos Chagas, n.72,p.9-57, 1990.

_____. Uma abordagem sociológica de família. *Revista Brasileira de Estudos Populacionais*, São Paulo, SP (Brasil): ABEP, v. 6, n. 1, p. 1-23, jan./jun. 1989. Disponível em: <http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/rev_inf/vol6_n1_1989/vol6_n1_1989_1artigo_1_23.pdf>. Acesso em: mar. 2004.

BRUSCHINI, C.; LOMBARDI, M. R.. O trabalho da mulher brasileira nos primeiros anos da década de 90. IN: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS v. 1, Belo Horizonte, 1996. p. 483-516.

CAMARANO, A. C.; KANO, S. Cai número de casais com filhos, revela Ipea . O *Estado de São Paulo*, São Paulo, 01 de outubro de 2009. Disponível em <http://www.estadao.com.br/geral/not_ger444232,0.htm>. Acesso em: 20/10/2009

CARVALHO, J. A. M. Crescimento populacional e estrutura demográfica no Brasil. Trabalho apresentado no Seminário sobre "Crescimento Populacional e Estrutura Demográfica", organizado pela Agência Brasileira de Cooperação - Ministério das Relações Exteriores - Rio de Janeiro, 2004. Disponível em <<http://www.cedeplar.ufmg.br/pesquisas/td/TD%20227.pdf>>, Acesso em 10/05/2009.

CARVALHO, J. A. M.; RODRÍGUEZ-WONG, Laura L. (2008). A transição da estrutura etária da população brasileira na primeira metade do século XXI. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, 24(3):597-605, mar, 2008

CIOFFI, S. Famílias metropolitanas: arranjos familiares e condições de vida. In: XI ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS, São Paulo, 1998

COSER, L. The functions of conflict. In: PETERSON, R.A., *System, Change and Conflict: a Reader on Contemporary Sociological Theory and Debate over Functionalism*. The Free Press: London, 1976, p. 307 – 311.

CRAVENS, D. W. *Strategic marketing*. Burr Ridge: Irwin, 1994.

CUTLER, S. J.; HENDRICKS, J. Leisure and time across the life course. In: BINSTOCK, R. H.; GEORGE, L. K. *Handbook of aging and the social sciences*. New York Academic Press, 1990.

DAY, G. S. *A empresa orientada para o mercado: compreender, atrair e manter clientes valiosos*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DIAS, S. Análise de mercado. In: _____. Professores do departamento de Mercadologia da FGV-EAESP e convidados. *Gestão de Marketing*. São Paulo. Editora Saraiva, 2005

DICKSON, P. R.; GINTER, J, L. Market segmentation, product differentiation, and marketing strategy. *Journal of Marketing*. Chicago, v. 51, n. 2, p. 1-10, apr. 1987.

DERRICK, F.W.; LEHFELD, A. The family life cycle: an alternative approach. *Journal of Consumer Research*, v.7, p. 212-222, setembro, 1980

DOUGLAS, M; ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004

DOUTHITT, R.; FEDYK, J. M. Family Composition, Parental Time, and Market Goods: Life Cycle Trade-Offs , *The Journal of Consumer Affairs*, Vol, 24, No, 1, 1990

DU, R. KAMAKURA, W. Household Lifecycles and Life Styles in America. *Journal of Marketing Research*, V. 43, Fevereiro, 121-132, 2006

DUMAZEDIER, Joffre. *Vers Une Civilization du Loisir*. Editions du Seuil, Paris, 1962

DUVALL, E. M. *Family development*. Filadelfia: J. B. Lippincott Company, p.106-132, 1971.

DUVALL, E. M; HILL, R.. *Report of the committee on the dynamics of family interaction*. Washington: National Conference on Family Life, 1948

DYCHTOWALD, Maddy. *Cycles: how we will live, work and buy*. New York: The Free Press, 2003

EKSTROM, KM (2004). *Family Consumption*. In: Consumption, Markets and Culture. Edição Especial 3, 185-190

FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERBER, R. Comments on papers on life cycle analysis. *Advances in Consumer Research*, Ann Harbor, v. 6, pp. 146-8, 1979.

FRANK, R. E.; MASSY, W. F. *Quantitative Techniques in Marketing Analysis*. Homewood: Irwin, 1962

GALVÃO, E. N. *A segmentação de mercado*. 1989. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 1989.

GOLDANI, A. M. (1993). *As famílias no Brasil Contemporâneo*. 1993. Disponível em <<http://www.ieg.ufsc.br/admin/downloads/artigos/03112009-103208goldani.pdf>>. Acesso em 20/11/2009

GOLDANI, A. M. A demografia “formal” da família: técnicas e dados censitários. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS, 4, 1984, Caxambu, MG (Brasil). Belo Horizonte, MG (Brasil), 1984. v. 3, p. 1257-1296. Disponível em: <<http://www.abep.nepo.unicamp.br>>. Acesso em: 03/03/2009.

GEERTZ, C. *A Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: Zahar, 1978

GIDDENS, A. *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Editora Unesp, 1993

GIGLIO, K. M. R. H. *Lazer, ninho vazio e terceira idade: estudo sobre administradores de empresas na cidade de São Paulo*. 2006. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2006.

GILLY, M.C.; ENIS, B.M. Recycling the family life cycle: a proposal for redefinition. In: MITCHELL, A.A. *Advances in Consumer Research*, vol.9, Association for Consumer Research, Ann Arbor, pp. 271-6, 1982

GLICK, P. Updating the life cycle of the family. *Journal of Marriage and the family*, v.39, p. 5-13, 1977

HAIR, J. F. et al. *Fundamentos de métodos de pesquisa em Administração*. São Paulo: Bookman, 2003.

_____. *Análise Multivariada de Dados*. São Paulo: Bookman, 1998.

HAMILTON, K. Consumer decision making in low-income families: the case of conflict avoidance. *Journal of Consumer Behaviour*, Volume 8 Issue 5, p. 252 – 267, 2009.

HIGGINS, C.; DUXBURY, L.; LEE, C. (1994) Impact of Life-Cycle Stage and Gender on the Ability to Balance Work and Family Responsibilities . *Family Relations*, Vol. 43, Apr., 1994, pp. 144-150

HILL, R. *Family development in three generations*. Cambridge, MA: Schenkman Publishing Company, Inc, 1970

HOFSTEDE, G.E. *Cultures and organizations: software on the mind*. New York: McGraw-Hill, 1997.

HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. *Estratégia de marketing e posicionamento competitivo*. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

HOWARD, J.A.; SHETH, J. *The theory of buyer behavior*. John Wiley & Sons, New York, 1969.

HUNT, S. D.; ARNETT, D. B. Market segmentation strategy, competitive advantage, and public policy: grounding segmentation strategy in resource-advantage theory. *Australasian Marketing Journal*. Vol. 12(1); p. 7-25, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Síntese de Indicadores Sociais. Rio de Janeiro, 2008.

_____. Estatísticas do Registro Civil. 2008. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/registrocivil/2008/comentarios.pdf>>. Acesso em 29/11/2009.

_____. Tábua de Vida. 2008. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/tabuadevida/2008/notastecnicas.pdf>>. Acesso em 01/12/2009

_____. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Rio de Janeiro, 2007.

_____. Pesquisa de Orçamentos Familiares. Rio de Janeiro, 2002-2003.

_____. POF Notas técnicas. 2002. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2002/notatecnica.pdf>>. Acesso em 12/10/2007.

_____. Censo Demográfico. Rio de Janeiro, 1970.

_____. Censo Demográfico. Rio de Janeiro, 1980.

_____. Censo Demográfico. Rio de Janeiro, 1991.

_____. Censo Demográfico. Rio de Janeiro, 2000.

ISO-AHOLA, S. Toward a dialectical social psychology of leisure and recreation. In: _____. *Social psychology perspectives on leisure and recreation*. Springfield, IL, 1980.

ISO-AHOLA, S.; JACKSON, E.; DUNN, E.. Starting, ceasing and replacing leisure activities over the life-span. *Journal of Leisure Research*, v. 26, nº 3, pp. 227-249, 1994.

KAPINUS, C. A.; JOHNSON, M. P. The utility of family life cycle as a theoretical and empirical tool: commitment and family life-cycle stage. *Journal of family issues*, 2003, n.24

KELLY, J. R. Work and Leisure: A Simplified Paradigm. *Journal of Leisure Research*, vol. 4, p. 50-63, 1972.

KELLY, J. R. Life Styles e Leisure Choices. *The Family Coordinator*, vol. 24 p.185-190, 1975

KIRKPATRICK, E.; COWLES, M.; TOUGH, R. The life cycle of the farm family in relation to its standard of living. *Research Bulletin*, n.121, Madison: University of Wisconsin Agricultural Experiment Station, 1934.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

_____. *Marketing Management – Planning, Analysis and Control*. Prentice Hall, 1967.

KOTLER, P.; LILLIEN, G. L. *Marketing decision making: a model building approach*. New York: Harper & row, 1983.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Administração de marketing*. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

LAMBIN, J. *Marketing estratégico*. 4. ed. Lisboa: McGraw-Hill, 2000.

LANDON, E. L.; LOCANDER, W. B. Family Life Cycle and Leisure Behavior Research. *Advances in Consumer Research*; Vol. 6 Issue 1, p133-138, 6p, 1979

LANSING, J. B.; KISH, L. Family Life Cycle as an independent variable. *American Sociological Review*, p.512-9, out., 1957.

LANSING, J. B.; MORGAN, J. N. Consumer Finances over the life cycle. In CLARK, L. *Consumer Behavior*, v.2, New York: New York University Press, 1955.

LOOMIS, Charles P. The study of the life cycle families. *Rural Sociology*, 1 p. 180-199, 1936.

LOPEZ, J. B.; GOTTSCHALK, A. Recessão, Pobreza e Família. A década pior do que perdida. *São Paulo em Perspectiva*, v. 4 n. 1, jan./mar. 1990.

MATTAR, F. *Pesquisa Mercadológica*. São Paulo: Editor Atlas, 1994.

MC CARTHY, E. J.; PERREAULT, JR., W. D. *Marketing essencial: uma abordagem gerencial e global*. São Paulo: Atlas, 1997.

MC DONALD, M. *Marketing Plans*. Butterworth-Heinemann, Oxford, 1995.

MC DONALD, M.; DUNBAR, I. *Market segmentation: how to do it, how to profit from it*. 5 edição ed. New York: Palgrave, 2004.

MONTEIRO, P. A. R. *Lazer e ciclo de vida*: Contribuição ao estudo de transformações no uso do tempo livre de jovens administradores de empresas residentes na cidade de São Paulo. 2006. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2006.

MURPHY, P.E.; STAPLES, W.A. A modernized family life cycle. *Journal of Consumer Research*, v. 6, pp. 12-22, 1979.

NASCIMENTO, A. M. População e família brasileira: ontem e hoje. In: XV ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS, realizado em Caxambú-MG – Brasil, de 18 - 22 de Setembro de 2006.

NOCK, S.L. The family life cycle: empirical or conceptual tool? *Journal of Marriage and the Family*. N.41, 1979, p.15-26

NOMADS - Núcleo de Estudos de Habitares Interativos . 97_07: *dez anos de morar urbano no Brasil*. Relatório de pesquisa. São Carlos: EESC-Universidade de São Paulo, 2007

O'MALLEY, L.; PROTHERO, A. Contemporary families and consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, n.6, 2007, 159-163.

PEDHAZUR, E. J.; SCHMELKIN, L. P. *Measurement, Design and Analysis: an integrated approach*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc, 1991.

PEIXOTO, C. E.; CICCHELLI, V. Sociologia e antropologia da vida privada na Europa e no Brasil. Os paradoxos da mudança. In: PEIXOTO, C. E.; SINGLY, F. de; CICCHELLI, V. (Orgs.). *Família e individualização*. Rio de Janeiro: FGV, 2000. p.7-11.

PEIXOTO, C. E.; SINGLY, F.; CICCHELLI, V. *Família e Individualização*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

PESTLE, K. H.; ARRINGTON, Z. A.; CARD, J. A. *The Carousel Model of Leisure Behavior*. JOPERD, October, 1989.

PNDS - Pesquisa Nacional de Demografia e Saúde. PNDS 2006: *Fecundidade cai e acesso a serviços de saúde de mães e filhos cresce no Brasil*, disponível em <<http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/pnds/img/PNDSNacionaleditada.pdf>>. Acesso em 02/01/2008.

PORTER, M. E. *Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. 19. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PRADO, D. *O que é família*. São Paulo, SP (Brasil): Editora Brasiliense, 1981.

PROBST, E. R. *A evolução da mulher no mercado de trabalho*, 2008, disponível em <<http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-05.pdf>>. Acesso em 20/10/2009.

REDONDO-BELLÓN, I.; ROYO-VELA, M.; ALDÁS-MANZANO, J. A family life cycle model adapted to the Spanish environment. *European Journal of Marketing*, v. 35, pp. 612-638, 2001.

RICHES, R. Segmentação de mercado: uma visão de conjunto. In RICHES, R.; LIMA, C. P. *Segmentação: opções estratégicas para o mercado brasileiro*. São Paulo: Nobel, 1991.

ROCHA, A.; CHRISTENSEN, C. *Marketing: teoria e prática no Brasil*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBERTS, A. A. Applying the Strategy of Marketing Segmentation. IN: BRITT, S.; BOYD JR., H. W. *Marketing Management and Administrative Action*. New York: McGraw-Hill, 1963.

ROWNTREE, B. S. *Poverty: A Study .of Town Life*, Maemilian, London, 1903

SABÓIA, A. L.; CAILLAUX, E. L. Comentários dos resultados de Famílias e Domicílios. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Censo Demográfico 2000: famílias e domicílios* (resultados da amostra). Rio de Janeiro, RJ (Brasil): IBGE, 2003. p. 45-68.

SANTOS, R.C.; RIMOLI, C.A. Uma visão sobre segmentação de mercado no Brasil. In: WEINSTEIN, A. *Segmentação de mercado*. São Paulo: Atlas, 1995. p.297-306.

SARAIVA JUNIOR, F.I. Segmentação de Mercado. In: COBRA. M.H.N. *Marketing do Entretenimento*. São Paulo: SENAC, 2008

_____. Em busca de um modelo brasileiro de ciclo de vida familiar para segmentação de mercado. 2006. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2006.

SARTI, C. A. *A família como espelho: um estudo sobre a moral dos pobres*. Campinas: Autores Associados, 1996.

SCANZONI, J. H. *Sexual Bargaining – Power Politics in the America Marriage*. 2 ed. Chicago. University of Chicago Press, 1982.

SCHANINGER, C.M.; DANKO, W.D. A conceptual and empirical comparison of alternative household life cycle models. *Journal of Consumer Research*, v.19, pp. 580-94, 1993.

SCHUMPETER, J.A. *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961. 329 p.

SCHWEITZER, J. *Life Style and Readership – a review of the research literature*. ANPA (News Report Research), 1977

SHETH, J. N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. I. *Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, F. B., ARAÚJO, H. E.; SOUZA, A. L. O consumo cultural das famílias brasileiras. Pesquisa fez parte de um conjunto de análises empreendidas pela Diretoria de Estudos Sociais (Disoc), do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), em parceria com a Unesco e o Ministério da Cultura (MinC), 2007. Disponível em http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/livros/gastoeconsumov2/09_Cap03.pdf. Acesso em 02/07/2009

SIMPSON, P. M. Segmentação de mercado e mercados-alvo. IN: CZINKOTA, M. R. et al. *Marketing: as melhores práticas*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

SINGLY, F. O nascimento do “indivíduo individualizado” e seus efeitos na vida conjugal e familiar. In: PEIXOTO, C. E.; SINGLY, F. de; CICCHELLI, V. (Orgs.). *Família e individualização*. Rio de Janeiro: FGV, 2000. p.13-19.

SMITH, W. R. Product differentiation and market segmentation as alternative marketing strategies. *Journal of Marketing*. New York, v. 21, p. 3-8, jul. 1956.

SOLOMON, M. R. *Consumer behavior: buying, having, and being*. 3. ed. Massachusetts: Prentice-Hall, 1996, p. 637.

SOROKIN, P. A.; ZIMMERMAN, C. C.; GALPIN, C. J. *A systematic sourcebook in rural sociology*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1931

SPANIER, G.B.; SAUER, W.; LARZELERE, R. An empirical evaluation of the family life cycle. *Journal of Marriage and the Family*, 41. 1979, p. 27-38

STAMPFL, R. W. The consumer life cycle. *Journal of Consumer Affairs*, v.12, pp. 209-217, 1978.

TASCHNER, G. B. Lazer, Cultura e Consumo. *Revista de Administração de Empresas*, v.40, n.4, p. 38-47, 2000.

TOLEDO, Geraldo Luciano. *Segmentação de mercado e estratégia de Marketing*. 1972. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) - Faculdade de Economia e Administração – Universidade de São Paulo, 1972.

TOMANARI, Silvia A. A. *Segmentação de mercado com enfoque em valores e estilo de vida* (segmentação psicográfica) – um estudo exploratório. 2003 Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas). Faculdade de Economia e Administração – Universidade de São Paulo, 2003.

TRAMONTANO, M. *Paris, São Paulo, Tokyo: novos modos de vida, novos espaços de morar*. 1998. Tese (Doutorado em Arquitetura). São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, 1998.

WALTERS, R.G.; BOMMER, W. Measuring the impact of product and promotion-related factors on product category price elasticities. *Journal of Business Research*, New York, v.36, n.3, p. 2003-216, Julho, 1996.

WAGNER, J.; HANNA, S. The effectiveness of family life cycle as variables in consumer expenditure research. *Journal of Consumer Research*, v.10, pp. 281-91, 1983.

WELLS, W.D.; GUBAR, G. Life cycle concept in marketing research. *Journal of Marketing Research*, v.3, pp.355-63, 1966.

WEINSTEIN, Art. *Segmentação de mercados*. São Paulo: Atlas, 1995

WHEELOCK, J.; OUGHTON, E. The household as a focus for research. *Journal of Economic Issues*, vol.30, pp. 143-59, 1996.

WILSON, R. M. S.; GILLIGAN, C. *Strategic marketing management: planning, implementation and control*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.

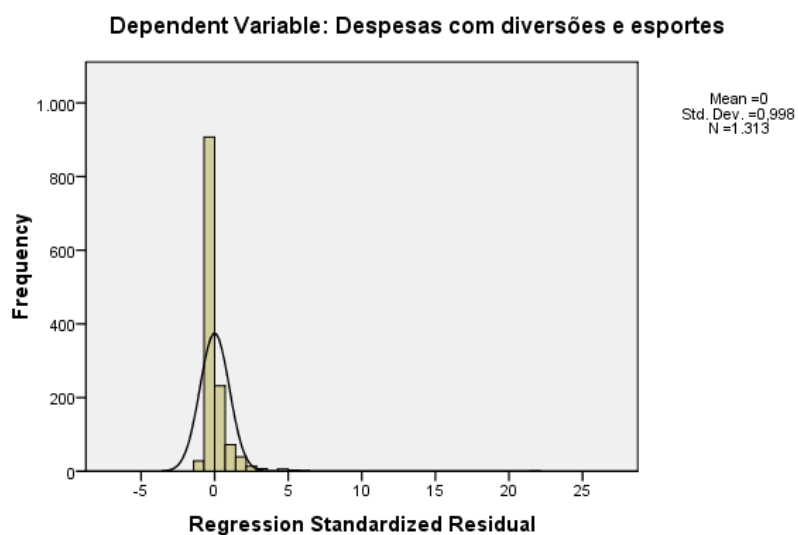
WILKES, R. E. Household lifecycle stages, transitions and product expenditures. *Journal of Consumer Research*, 22, June, p.27-42, 1995

WILKIE, W. L. (1994), *Consumer Behavior*, New York: Wiley.

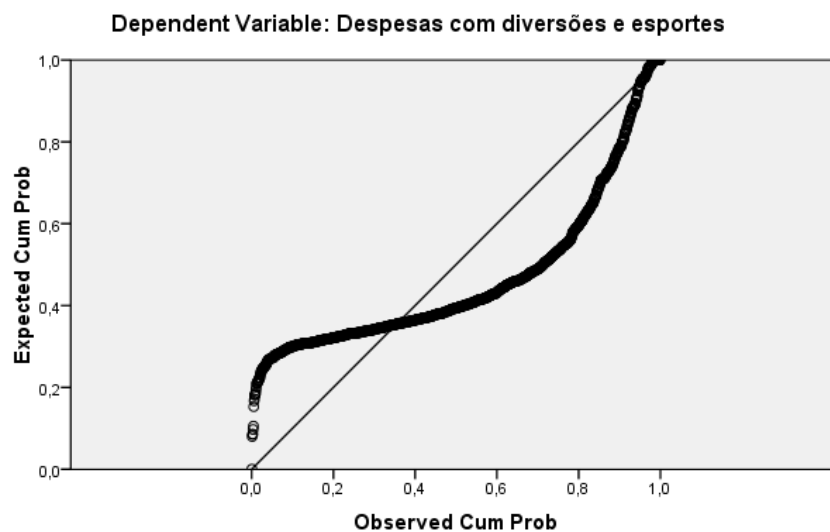
YANKELOVICH, D. *New rules in American Life: searching for self-fulfillment in a world turned upside down*. New York: Random House, 1981.

APÊNDICE A – Exame dos resíduos para a simulação de regressão múltipla para variáveis sem a transformação logarítmica - despesas com diversões e esportes

Histogram

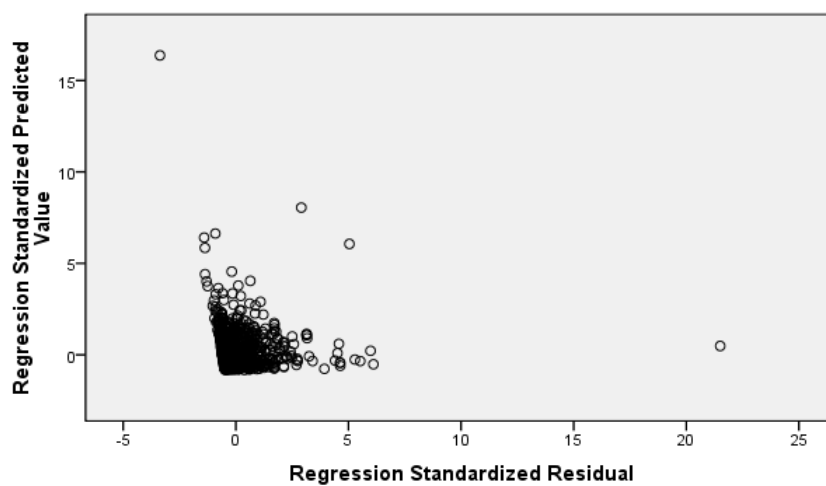


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



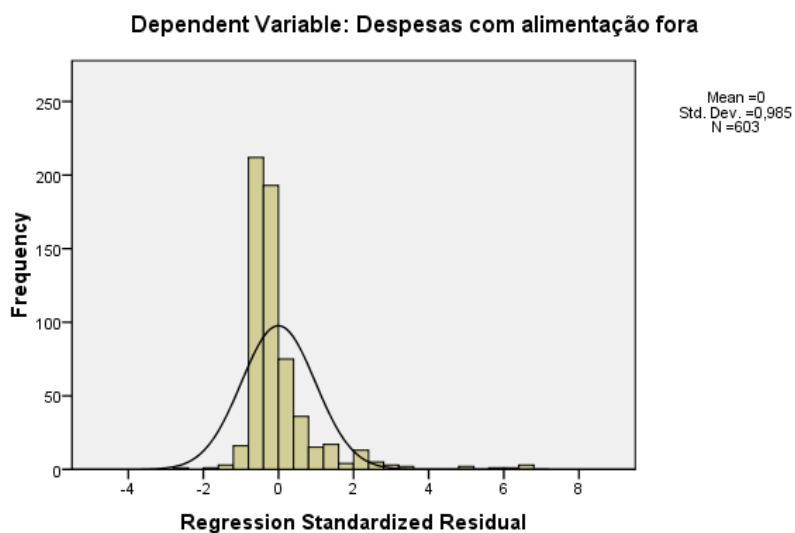
Scatterplot

Dependent Variable: Despesas com diversões e esportes

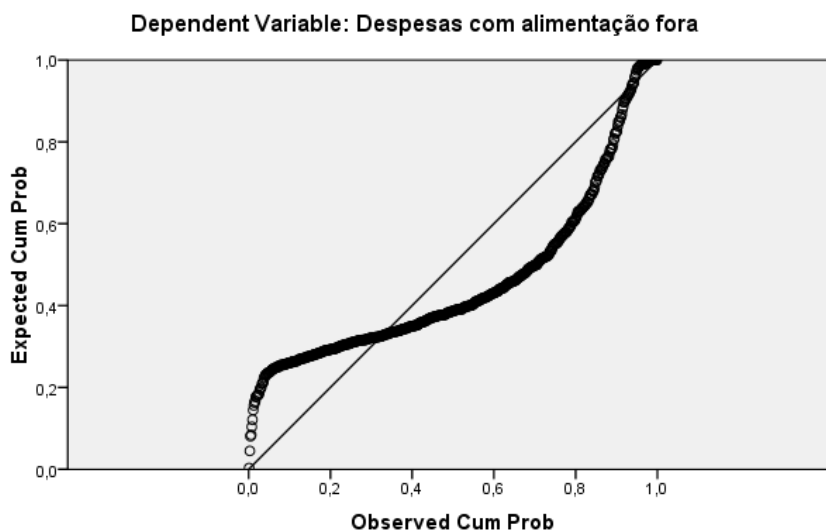


APÊNDICE B – Exame dos resíduos para a simulação de regressão múltipla para variáveis sem a transformação logarítmica - despesas com alimentação fora

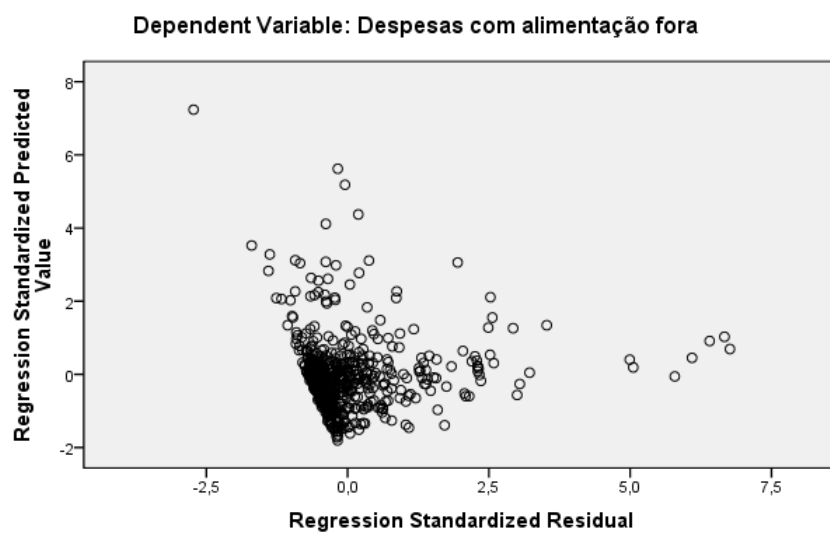
Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

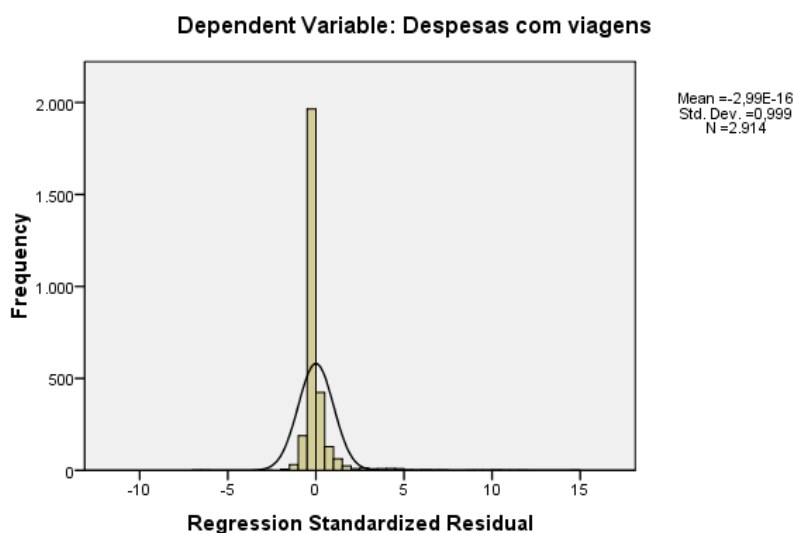


Scatterplot

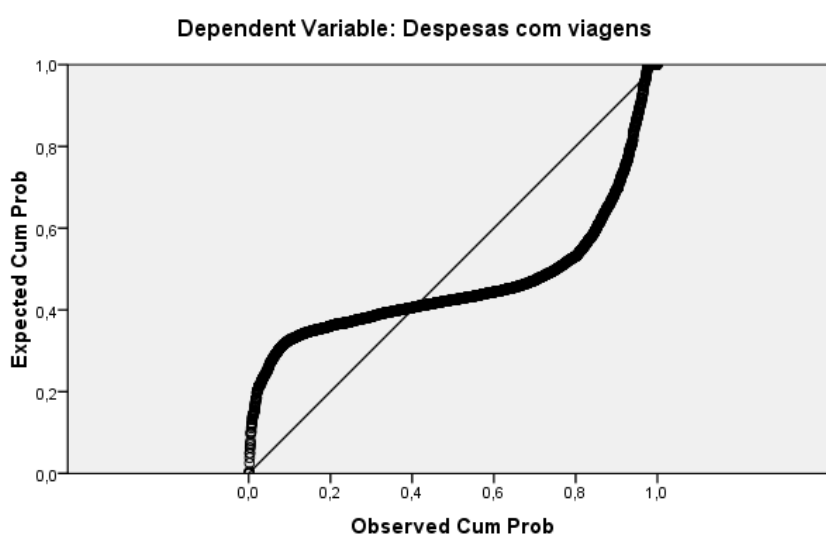


APÊNDICE C – Exame dos resíduos para a simulação de regressão múltipla para variáveis sem a transformação logarítmica - despesas com viagens

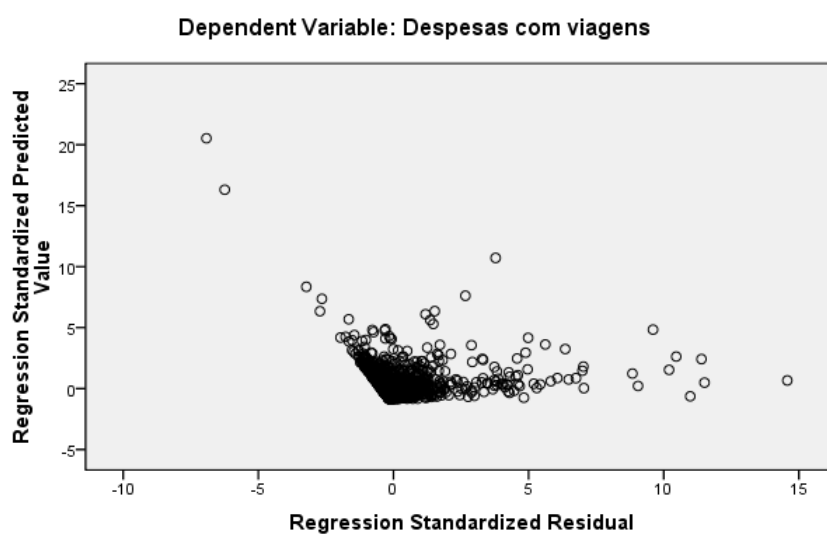
Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

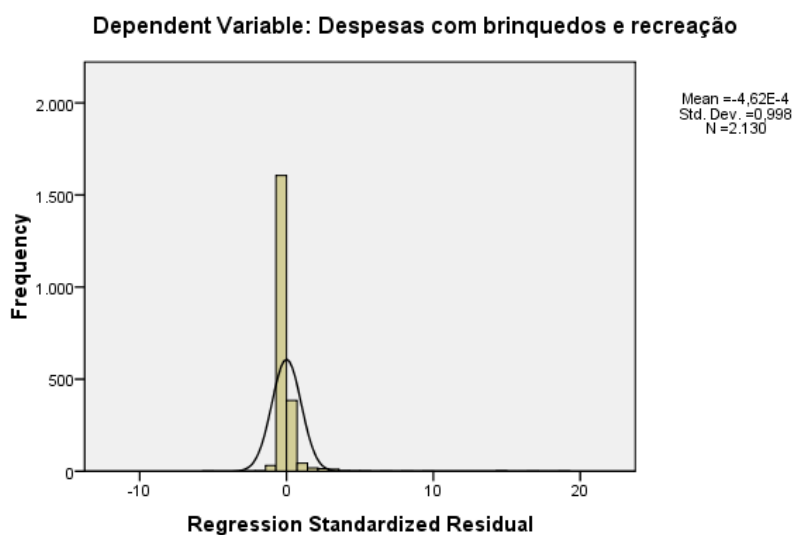


Scatterplot

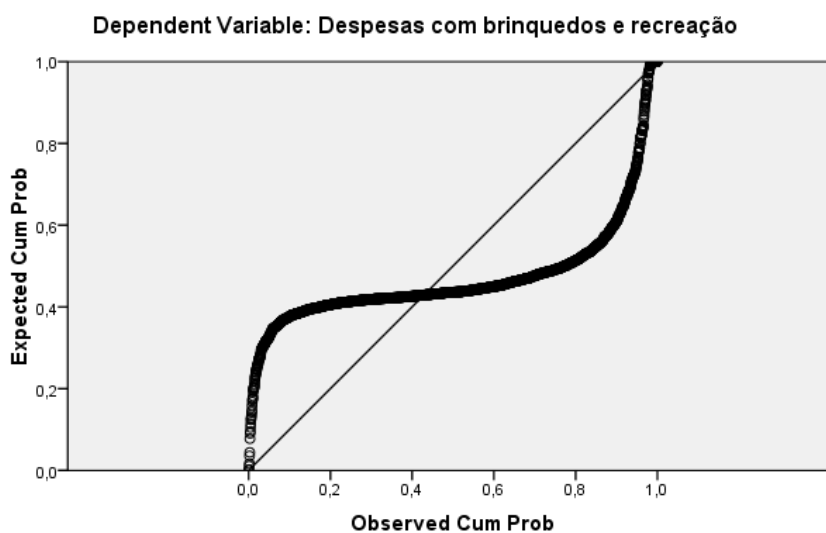


APÊNDICE D – Exame dos resíduos para a simulação de regressão múltipla para variáveis sem a transformação logarítmica - despesas com brinquedos e recreação

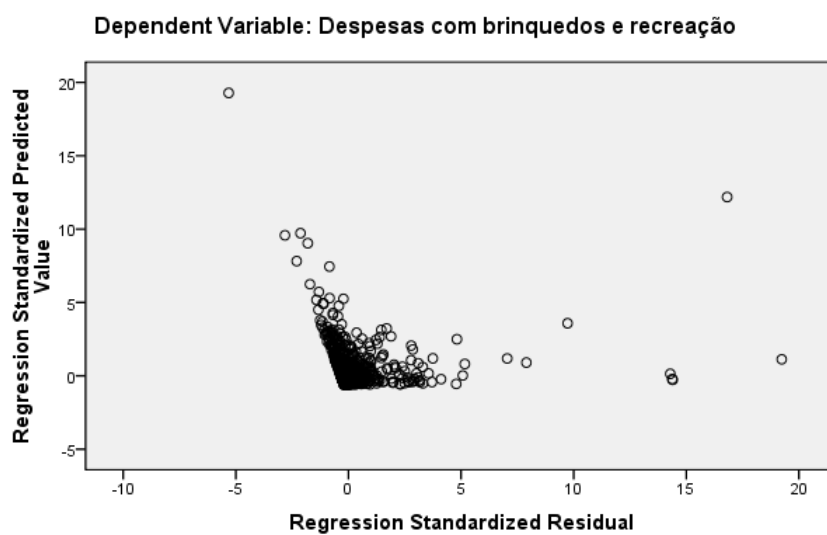
Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



ANEXO A – NOTAS TÉCNICAS IBGE

Notas técnicas

Conceitos e definições

Nesta parte, são apresentados os conceitos e definições importantes relacionados com os resultados sobre peso e altura das pessoas, apresentados nesta publicação, segundo os temas: Domicílio, Unidade de Consumo, Pessoas e Rendimentos. Antecede aos temas a descrição das referências temporais inerentes ao levantamento e qualidade das informações sobre orçamentos familiares. Estas definições da variável tempo são básicas para o entendimento dos conceitos e resultados da pesquisa.

Na POF 2002-2003, três enfoques temporais foram utilizados.

Período de realização da pesquisa

Para propiciar a estimação de orçamentos familiares que contemplem as alterações a que estão sujeitos ao longo do ano, as despesas, as quantidades de bens adquiridos e os rendimentos, definiu-se o tempo de duração da pesquisa em 12 meses. A POF 2002-2003 foi realizada no período compreendido de julho de 2002 a junho de 2003.

Período de referência das informações de aquisições (despesas e quantidades) e rendimentos

A pesquisa de uma grande diversidade de itens de despesas, com diferentes valores unitários e diferentes frequências de aquisição, requer definir períodos de observação variados. Em geral, as despesas de menor valor são aquelas normalmente realizadas com mais

freqüência e as despesas de maior valor são aquelas realizadas com menor freqüência. Além disso, a memória das informações relacionadas a uma aquisição com valor mais elevado é preservada por um período de tempo mais longo. Assim, com o objetivo de ampliar a capacidade do informante para fornecer os valores das despesas e as quantidades de alimentos e bebidas das aquisições realizadas, e ainda as demais informações a elas associadas, foram definidos quatro períodos de referência: *sete dias, 30 dias, 90 dias e 12 meses*, segundo os critérios de freqüência de aquisição e do nível do valor do gasto.

As quantidades de alimentos e bebidas foram pesquisados segundo o período de referência de sete dias.

Os rendimentos e as informações a eles relacionadas foram coletados segundo o período de referência de 12 meses.

Como a operação da coleta tem duração de 12 meses, os períodos de referência das informações de despesas e rendimentos não correspondem às mesmas datas para cada domicílio selecionado. Para cada entrevista, os períodos de referência foram estabelecidos como o tempo que antecede a data de realização da coleta no domicílio, exceto o período de referência de sete dias que são contados no decorrer da entrevista.

Data referencial da pesquisa

Como a POF combina um período de coleta de 12 meses com períodos de referência de até 12 meses, para alguns itens de despesa bem como os rendimentos, as informações estão distribuídas em um período de 24 meses. Durante os 24 meses mencionados, ocorreram mudanças absolutas e relativas nos preços, requerendo que os valores levantados na pesquisa fossem valorados a preços de uma determinada data.

A data referencial fixada para apresentação dos resultados da POF 2002-2003 foi 15 de janeiro de 2003.

Domicílio

Domicílio é a unidade amostral da pesquisa, consistindo também em importante unidade de investigação e análise na caracterização das condições de moradia das famílias.

É a moradia estruturalmente separada e independente, constituída por um ou mais cômodos, sendo que as condições de separação e independência de acesso devem ser satisfeitas.

A condição de separação é atendida quando o local de moradia é limitado por paredes, muros, cercas, e outros, e coberto por um teto, e permite que seus moradores se isolem, arcando com parte ou todas as suas despesas de alimentação ou moradia.

A independência é atendida quando o local de moradia tem acesso direto, permitindo que seus moradores possam entrar e sair sem passar por local de moradia de outras pessoas.

Domicílio particular permanente

Destina-se à habitação de uma ou mais pessoas, ligadas por laços de parentesco, dependência doméstica ou normas de convivência, sendo todo ou parte destinado exclusivamente à moradia.

Na POF em função de seus objetivos e características, somente foram pesquisados os domicílios particulares permanentes.

Unidade de Consumo

É a unidade básica para investigação e análise dos orçamentos. Na POF, o termo “família” foi considerado equivalente à Unidade de Consumo.

A *Unidade de Consumo* compreende um único morador ou conjunto de moradores que compartilham da mesma fonte de alimentação, isto é, utilizam um mesmo estoque de alimentos e/ou realizam um conjunto de despesas alimentares comuns. Nos casos onde não existia estoque de alimentos nem despesas alimentares comuns, a identificação ocorreu através das despesas com moradia.

Tamanho da Unidade de Consumo

Corresponde ao número total de moradores integrantes da Unidade de Consumo.

Estimativa do tamanho médio da Unidade de Consumo

Conceito utilizado no plano tabular, definido como a razão entre o valor estimado da população total e valor estimado do total de unidades de consumo. A mesma definição se aplica para o tamanho médio da Unidade de Consumo em cada classe de rendimento.

Pessoas

Pessoa moradora

Pessoa que tinha o domicílio como residência única ou principal e se achava presente por ocasião da pesquisa. A pessoa é moradora ausente se, por ocasião da coleta, estava afastada temporariamente por período não superior a 12 meses.

Total de pessoas moradoras

Conceito utilizado no plano tabular, que consiste na estimativa total do número de pessoas moradoras presentes e ausentes das unidades de consumo na população ou segundo variáveis de interesse, tais como: sexo, idade, classe de rendimento, entre outras. Equivale à estimativa da população residente a partir da POF.

Características das pessoas

Dentre as características investigadas foram consideradas de interesse neste estudo : *idade, sexo, peso e altura*.

Idade

A investigação da idade foi feita através da pesquisa do *dia, mês e ano* de nascimento da pessoa. Nas situações em que a pessoa não soube precisar a data de nascimento, registrou-se a idade em anos *presumida* pela pessoa ou *estimada* pelo agente de pesquisa. As pessoas que não declararam a data de nascimento e para as quais não foi possível presumir ou estimar a idade receberam um código que identifica “idade ignorada”.

Sexo

O registro correspondente ao sexo das pessoas do domicílio foi realizado utilizando as seguintes categorias: *masculino* e *feminino não-gestante e não-lactante*.

Para o sexo feminino, ainda foram pesquisadas as situações de “gestante” e “lactante.” Para os moradores do sexo feminino, a definição do sexo da pessoa ocorreu pela situação em que os moradores se encontravam no momento da entrevista.

Os resultados, comentários e análises relacionadas a aspectos antropométricos (peso e altura) excluem as pessoas do sexo feminino que se declararam *gestante* ou *lactante*.

Peso e altura das pessoas

O peso e a altura foram registrados, quando da visita do agente de pesquisa ao domicílio, para todas as pessoas residentes. O peso foi registrado em quilogramas. As alturas foram registradas em centímetros.

Para os moradores não encontrados durante o período da entrevista no domicílio não houve registro de peso e altura.

Unidade de Orçamento

Morador que teve alguma participação no rendimento da unidade de consumo no período de referência de 12 meses.

Os moradores ausentes, os moradores com menos de 10 anos de idade e os moradores cuja condição no domicílio fosse de empregado doméstico ou parente de empregado doméstico não foram pesquisados como Unidade de Orçamento. Nas situações de moradores com menos de 10 anos, os rendimentos correspondentes são registrados juntamente com os da pessoa responsável.

Unidade de Orçamento Rendimento

Morador cuja participação no orçamento da unidade de consumo representou qualquer tipo de ganho monetário – remuneração do trabalho, transferência, aluguel de imóvel e móvel, aplicações financeiras, entre outros. Também foram consideradas todas as pessoas que exerceram algum tipo de trabalho não-remunerado.

Rendimentos

Rendimento monetário

Considerou-se como rendimento monetário todo e qualquer tipo de ganho monetário recebido durante o período de referência de 12 meses anteriores à data de realização da coleta das informações.

O rendimento foi pesquisado para cada um dos moradores que constituiu uma unidade de orçamento rendimento.

Rendimento não-monetário

Considerou-se como rendimento não-monetário o valor atribuído aos bens e serviços utilizados ou consumidos durante o período de referência da pesquisa e que, pelo menos na última transação (troca, doação, retirada do negócio, produção própria e salário em bens), não tenham passado pelo mercado. Incluem-se neste conceito os valores atribuídos a tudo que tenha sido produzido, pescado, caçado, coletado ou recebido.

Para a imputação do valor do rendimento não-monetário correspondente ao aluguel de imóveis, foram deduzidas, do valor do aluguel estimado pelas unidades de consumo, as despesas com manutenção e reparos, impostos, taxas de serviços e seguros com o domicílio, conforme as recomendações contidas no documento *Informe de la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo* (2003).

Rendimento bruto total da Unidade de Consumo

O rendimento bruto total da unidade de consumo corresponde ao somatório dos rendimentos monetários e não-monetários recebidos por todos os componentes da unidade de consumo no período de referência.

Rendimento monetário e não-monetário

Corresponde ao somatório dos rendimentos brutos monetários e não-monetários individuais dos componentes das unidades de consumo, exclusive os empregados domésticos e seus parentes.

Rendimento monetário e não-monetário mensal familiar

Definiu-se como a razão entre o somatório de todos os tipos de ganho monetário mais a parcela dos rendimentos não-monetários da unidade de consumo apurado durante o período de referência de 12 meses anteriores à data de realização da coleta das informações e o número de meses do referido período, ou seja, 12.

Rendimento monetário e não-monetário mensal familiar *per capita*

É a razão entre a estimativa do rendimento monetário e não-monetário mensal familiar e o total de pessoas que compõem a unidade de consumo.

Salário mínimo

Considerou-se o valor de R\$ 200,00 (duzentos reais) vigente em 15 de janeiro de 2003, data referencial da pesquisa.

Classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar *per capita*

Na presente divulgação, optou-se por utilizar a definição de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar *per capita* nas tabelas que estão agrupadas em classes na apresentação dos resultados.

Nas classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar *per capita* foram utilizados até quatro grupamentos, sendo que a categoria “sem rendimento” foi incluída na primeira classe.

A seguir, é apresentada no Quadro 1 a relação das quatro classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar *per capita* com valores em reais e os valores equivalentes em salários mínimos de 15 de janeiro de 2003 e, na Tabela 1, são apresentadas as estimativas da população residente no Brasil, segundo as classes adotadas.

Quadro 1 - Classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar *per capita*

Reais mensais	Salários mínimos
Até 100,00 (1)	Até 1/2(1)
100,00 ----- 400,00	1/2 ----- 2
400,00 ----- 1 000,00	2 ----- 5
Mais de 1 000,00	Mais de 5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003.

(1) Inclusive sem rendimento.

Tabela 1 - População residente, absoluta e relativa, segundo classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar *per capita* - Brasil - período 2002-2003

Classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar <i>per capita</i>	População residente	
	Absoluta	%
Total	175 845 964	100,00
Até 1/2 salário mínimo	38 868 877	22,10
Mais de 1/2 a 2 salários mínimos	81 793 702	46,51
Mais de 2 a 5 salários mínimos	36 436 118	20,72
Mais de 5 salários mínimos	18 747 267	10,66

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003.

Aspectos de amostragem

Planejamento da amostra

A concepção do plano de amostragem adotado na atual pesquisa é basicamente a mesma que foi empregada na Pesquisa de Orçamentos Familiares 1995-1996.

Como a POF 2002-2003 teve sua abrangência territorial ampliada, o planejamento da amostra foi adaptado a esta condição, além de utilizar outra variável para estratificação e dimensionamento da amostra.

Assim, na POF 2002-2003, adotou-se um plano amostral conglomerado em dois estágios, com estratificação geográfica e estatística (a partir de variável que caracteriza os estratos socioeconômicos) das unidades primárias de amostragem que correspondem aos setores da base geográfica do Censo Demográfico 2000. As unidades secundárias de amostragem são os domicílios particulares permanentes. Os setores foram selecionados por amostragem sistemática com probabilidade proporcional ao número de domicílios no setor, ao passo que os domicílios foram selecionados por amostragem aleatória simples sem reposição, dentro dos setores selecionados. Em seguida, foi aplicado procedimento de distribuição dos setores (e respectivos domicílios selecionados) ao longo dos 12 meses de duração da pesquisa, garantindo em todos os trimestres a coleta em todos os estratos geográficos e socioeconômicos.

Um dos aspectos específicos desta POF refere-se principalmente à estratificação, tanto geográfica como estatística. A estratificação geográfica teve por intuito espalhar geograficamente a amostra, garantindo a participação na amostra das diferentes partes do território brasileiro. Para a área urbana de cada Unidade da Federação, foram definidos os seguintes estratos geográficos: município da capital, região metropolitana sem o município da capital e restante da área urbana. Com o objetivo de permitir comparação com as edições anteriores, foram consideradas as regiões metropolitanas pesquisadas na POF 1995-1996: Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre. Nas áreas rurais, em função dos altos custos de coleta, principalmente devidos a grandes deslocamentos, a estratificação não foi definida em cada Unidade da Federação. Assim, foram definidos cinco estratos rurais, um para cada Grande Região (Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste).

Ainda para efeito de comparação, nas regiões metropolitanas consideradas, foi mantida a estratificação geográfica das POFs passadas, de núcleo e periferia. O município da capital constitui o núcleo, enquanto o restante da região metropolitana foi chamado de periferia. Para o caso do Distrito Federal, foram criadas duas subdivisões: uma contendo apenas a Região Administrativa de Brasília e outra contendo as demais regiões administrativas.

Nas POFs anteriores, os estratos estatísticos (socioeconômicos) da pesquisa foram definidos com base em informações sobre rendimentos investigados nos Censos Demográficos. Ao final de 2000, quando se deu o planejamento da amostra desta POF, os dados coletados pelo Censo Demográfico 2000 sobre rendimentos ainda não estavam liberados. As informações para todos os setores censitários mais recentes disponíveis àquela época eram os dados da Contagem da População 1996, que não investigou a variável rendimento. A variável escolhida, então, foi *anos de estudo do responsável pelo domicílio*, pois algumas análises realizadas a apontaram como uma *proxy* dos rendimentos dos responsáveis pelos domicílios. Com isso, a estratificação estatística, construída em cada estrato geográfico, foi feita usando a média de anos de estudo dos responsáveis pelos domicílios no setor.

Dimensionamento da amostra

O tamanho da amostra de setores foi determinado em função do tipo de estimador utilizado, do nível de precisão fixado para a estimativa da média de anos de estudo dos responsáveis pelo domicílio, obtido a partir da Contagem da População 1996 e do número esperado de domicílios com entrevista realizada em cada setor, em cada nível geográfico de controle da estimação. Foram identificados dois níveis geográficos de controle, área urbana de cada Unidade da Federação e área rural de cada Grande Região.

Foram fixados coeficientes de variação (CVs) de 3% para a estimativa da média de anos de estudo dos responsáveis pelos domicílios para a área urbana das Unidades da Federação da Região Nordeste, Amazonas e Pará, de 2% para as Unidades da Federação das Regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste. Acre, Rondônia, Amapá e Tocantins, da Região Norte tiveram CV fixado em 4%. Nas áreas rurais das Grandes Regiões Norte e Nordeste, foi fixado um CV de 4%, e para as demais Grandes Regiões, o CV fixado foi de 3%.

A alocação do total de setores selecionados em cada estrato foi proporcional ao número total de domicílios particulares permanentes no estrato, com a condição de haver pelo menos dois setores na amostra de cada estrato. O número fixado de domicílios com entrevista por setor foi estabelecido de acordo com a área da pesquisa: 10 domicílios nos setores urbanos, 16 nos setores rurais das Regiões Norte e Nordeste e 20 nos setores rurais das Regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste. O tamanho efetivo da amostra foi de 3 984 setores, correspondendo a um número esperado de 44 248 domicílios com entrevista. Estes valores, discriminados por Unidades da Federação, são apresentados na Tabela 2.

Tabela 2 - Número de setores selecionados e domicílios esperados, selecionados e entrevistados, segundo as áreas da pesquisa - Brasil - período 2002-2003

Áreas da pesquisa	Número de setores selecionados	Número de domicílios na amostra		
		Esperados	Selecionados	Entrevistados
Brasil	3 984	44 248	60 911	48 470
Rondônia	87	972	1 338	1 112
Acre	83	890	1 198	960
Amazonas	87	966	1 319	1 075
Roraima	47	518	739	554
Pará	128	1 556	2 060	1 666
Amapá	46	496	685	568
Tocantins	76	826	1 175	933
Maranhão	186	2 064	2 716	2 231
Piauí	182	1 940	2 643	2 222
Ceará	156	1 752	2 510	2 017
Rio Grande do Norte	132	1 410	1 919	1 548
Paraíba	191	2 030	2 924	2 367
Pernambuco	131	1 490	2 173	1 674
Alagoas	252	2 616	3 555	2 965
Sergipe	102	1 086	1 497	1 143
Bahia	181	2 206	3 072	2 457
Minas Gerais	240	2 800	3 803	3 004
Espírito Santo	192	2 050	2 747	2 337
Rio de Janeiro	117	1 280	1 828	1 285
São Paulo	161	1 890	2 646	2 017
Paraná	182	2 010	2 799	2 263
Santa Catarina	183	1 950	2 648	1 989
Rio Grande do Sul	147	1 650	2 186	1 850
Mato Grosso do Sul	209	2 290	3 171	2 541
Mato Grosso	213	2 390	3 249	2 355
Goiás	193	2 240	3 097	2 356
Distrito Federal	80	880	1 214	981

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003.

Seleção da amostra

A seleção dos setores foi feita independentemente em cada estrato, sistematicamente e com probabilidade proporcional ao número de domicílios (ocupados e fechados) do setor da malha setorial de 2000.

No momento da seleção dos setores, foi necessário fazer uma compatibilização da malha de setores da Contagem da População 1996 (usada na etapa de dimensionamento da amostra) com a malha de setores usada no Censo Demográfico 2000.

Selecionados os 3 984 setores da amostra, foi feita uma listagem, em campo, de todos os domicílios pertencentes a esses setores, com o objetivo de se obter um cadastro atualizado para proceder à seleção dos domicílios. Devido à defasagem entre o cadastramento dos setores, através da listagem dos domicílios, e a efetivação da entrevista, é razoável esperar alguma desatualização desse cadastro, motivo pelo qual a seleção dos domicílios foi feita com base no registro de todos os domicílios cadastrados (ocupados, fechados, vagos e de uso ocasional), permitindo assim a seleção de domicílios que viessem a alterar sua condição até a realização das entrevistas.

Prevendo a perda de domicílios por entrevista não-realizada na etapa de coleta de dados, proveniente da seleção de domicílios que não faziam parte da população-objetivo da pesquisa como, vagos, de uso ocasional ou coletivos e da perda em domicílios eleitos onde a entrevista não pudesse ser realizada, por exemplo, recusa ou fechado, optou-se por selecionar em cada setor um número maior de domicílios do que aquele estipulado durante o dimensionamento da amostra. Foi definido acréscimo baseado numa proporção esperada de entrevistas não-realizadas, em vez de substituir domicílios. Estipulou-se em 25% essa proporção para compensar a não-resposta, acarretando em 13 o número de domicílios selecionados por setor urbano na expectativa de se obter 10 entrevistas realizadas. Foi definido em 20 o número de domicílios selecionados por setor rural das Regiões Norte e Nordeste na expectativa de se obter 16 entrevistas realizadas. Nos setores rurais das Regiões Centro-Oeste, Sudeste e Sul foi estabelecido em 25 na expectativa de 20 realizações de entrevistas.

Com base nas informações das listagens dos domicílios, foram identificados aqueles setores com altas taxas de crescimento em relação às informações do Censo Demográfico 2000, com elevadas taxas de domicílios vagos e ainda aqueles com grande ocorrência de domicílios de uso ocasional. Nesses setores foram feitos acréscimos maiores, no momento da seleção, até o limite de 28 domicílios para os setores das áreas urbanas e de 30 a 34 para os setores das áreas rurais, com a finalidade de compensar eventuais perdas na precisão do plano amostral.

De posse do total de domicílios listados e do número de domicílios a serem efetivamente selecionados por setor, realizou-se a seleção aleatória sem reposição dos domicílios, independente em cada setor. Na Tabela 2, estão apresentados, além dos números de domicílios esperados identificados no dimensionamento da amostra, os números de domicílios selecionados e o número de domicílios entrevistados por Unidades de Federação.

Visando a garantir a distribuição dos estratos da amostra ao longo dos 12 meses de duração da pesquisa, os setores de cada estrato foram aleatoriamente alocados por trimestre e seus domicílios espalhados ao longo do mesmo. Este processo de alocação visa à observação, para domicílios de todos os estratos, das naturais variações dos padrões de consumo conforme as épocas do ano.

Expansão da amostra

Cada domicílio pertencente à amostra da Pesquisa de Orçamentos Familiares representa um determinado número de domicílios particulares permanentes da população (universo) de onde esta amostra foi selecionada. Com isso, a cada domicílio da amostra está associado um peso amostral ou fator de expansão que, atribuído às características investigadas pela POF, permite a obtenção de estimativas das quantidades de interesse para o universo da pesquisa.

Os pesos amostrais foram inicialmente calculados com base no plano amostral efetivamente utilizado na seleção da amostra, incorporando ajustes para compensar a não-resposta das unidades investigadas. Posteriormente, os pesos sofreram ajustes de calibração, procedimento que consistiu em obter, para cada Unidade da Federação (domínios de calibração), estimativas para o total de pessoas em determinados recortes iguais às respectivas projeções populacionais obtidas para 15 de janeiro de 2003¹. As variáveis utilizadas para estimar estes totais são denominadas variáveis de calibração e estão descritas no Quadro 2. No Pará, Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul foram consideradas as variáveis de calibração X1 até X20, no Distrito Federal, as variáveis X1 até X18 e nas demais Unidades da Federação, as variáveis X1 até X19. Como ilustração, a estimativa do total de pessoas do sexo masculino na faixa etária de 0 a 9 anos (X1) com base nos dados da POF 2002-2003 é igual ao total de pessoas do sexo masculino na faixa etária de 0 a 9 anos projetado para 15 de janeiro de 2003. Este procedimento foi desenvolvido utilizando-se o *software* estatístico *Generalized Estimation System – GES*.

Quadro 2 - Variáveis de calibração utilizadas no cálculo dos pesos amostrais calibrados da Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF - 2002 - 2003

X1	Número de pessoas do sexo masculino na faixa de idade de 0 a 9 anos;
X2	Número de pessoas do sexo masculino na faixa de idade de 10 a 19 anos;
X3	Número de pessoas do sexo masculino na faixa de idade de 20 a 29 anos;
X4	Número de pessoas do sexo masculino na faixa de idade de 30 a 39 anos;
X5	Número de pessoas do sexo masculino na faixa de idade de 40 a 49 anos;
X6	Número de pessoas do sexo masculino na faixa de idade de 50 a 59 anos;
X7	Número de pessoas do sexo masculino na faixa de idade de 60 a 69 anos;
X8	Número de pessoas do sexo masculino na faixa de idade de 70 anos ou mais;
X9	Número de pessoas do sexo feminino na faixa de idade de 0 a 9 anos;
X10	Número de pessoas do sexo feminino na faixa de idade de 10 a 19 anos;
X11	Número de pessoas do sexo feminino na faixa de idade de 20 a 29 anos;
X12	Número de pessoas do sexo feminino na faixa de idade de 30 a 39 anos;
X13	Número de pessoas do sexo feminino na faixa de idade de 40 a 49 anos;
X14	Número de pessoas do sexo feminino na faixa de idade de 50 a 59 anos;
X15	Número de pessoas do sexo feminino na faixa de idade de 60 a 69 anos;
X16	Número de pessoas do sexo feminino na faixa de idade de 70 anos ou mais;
X17	Total de pessoas na área urbana;
X18	Total de pessoas na área rural;
X19	Total de pessoas no município da capital;
X20	Total de pessoas na região metropolitana.

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003.

¹ Projeções fornecidas pela Coordenação de População e Indicadores Sociais, da Diretoria de Pesquisas, do IBGE.

Obtenção das estimativas

A estimação do total de qualquer variável investigada na pesquisa foi feita multiplicando-se o valor da variável pelo peso associado à unidade de análise correspondente (domicílio, unidade de consumo ou pessoa). O peso foi calculado para cada domicílio e atribuído a cada unidade de consumo e pessoa desse domicílio. Dessa forma, foi possível calcular estimativas de totais para qualquer variável investigada na pesquisa, seja para características de domicílio, de unidade de consumo ou de pessoa.

Precisão das estimativas

Para cada estimativa derivada da pesquisa, é necessário obter uma medida de precisão que auxilia na análise e interpretação dos dados resultantes da pesquisa. A medida então usada foi obtida através da variância do estimador, que, em geral, por não ser conhecida, é estimada pelos dados da própria pesquisa. A variância é uma função do tipo de estimador, do plano amostral e do procedimento de expansão da amostra adotado.

Medidas Antropométricas – peso e altura

A coleta das informações referentes às medidas de peso e altura para cada pessoa foram registradas no quadro Moradores do *Questionário do Domicílio*.

Principais aspectos da coleta de informações

São apresentados, de forma resumida, os procedimentos gerais de coleta da POF 2002-2003, com destaque e maior detalhamento para aqueles relacionados às informações de peso e altura das pessoas.

Instrumentos de coleta

A definição de instrumentos de coleta requer que alguns aspectos sejam considerados, tais como características dos locais onde a pesquisa será realizada, para possibilitar ao informante a precisão das respostas e determinar o ritmo da entrevista. Além disso, as experiências de trabalhos anteriores do próprio IBGE, bem como de outras instituições nacionais e internacionais, são levadas em conta. Questões, como períodos de referência dos dados, registros diários e método recordatório podem ser citados como fatores específicos que determinam os instrumentos de coleta numa POF.

Os instrumentos de coleta utilizados na POF 2002-2003, organizados segundo o tipo de informação a ser pesquisada foram: *Questionário do Domicílio*, *Questionário de Despesa Coletiva*, *Caderneta de Despesa Coletiva*, *Questionário de Despesa Individual*, *Questionário de Rendimento Individual* e *Questionário de Condições de Vida*.

No *Questionário do Domicílio*, são investigadas as características principais do domicílio, bem como as características das pessoas moradoras. Quanto às características das pessoas moradoras são pesquisadas entre outras variáveis: sexo, cor ou raça, peso e altura.

As medidas antropométricas - peso e altura - foram tomadas de todos os moradores encontrados durante o período da entrevista, em todos os domicílios com entrevistas realizadas pela POF

Para a mensuração do peso foi utilizada uma balança eletrônica portátil, composta de plataforma, chassi, sobre o qual se encaixa a plataforma, mostrador com indicador digital, no qual era mostrado o peso, botão para ajustar o nível da balança, que possuía capacidade de 150 quilogramas e graduação de 100 gramas. Os pesos das pessoas eram obtidos através da pressão sobre o chassi, que movia o indicador digital até sua total parada, quando atingia o valor do peso, que ficava registrado por alguns segundos para a devida anotação até a liberação para a próxima pesagem.

Para a pesagem das pessoas, foram estabelecidos os seguintes procedimentos: colocação da balança em local plano e bem iluminado para facilitar a leitura do peso; utilização do botão de ajuste até que o mostrador digital estivesse zerado; as pessoas deveriam subir na plataforma da balança sem sapatos. Para as crianças de colo ou bebês, foi utilizado o artifício de pesar uma pessoa sozinha e anotar seu peso e em seguida realizar uma nova pesagem desta mesma pessoa com a criança ou bebê no colo, sendo obtido o peso da criança ou bebê pela diferença dos resultados das pesagens.

O peso de cada pessoa obtido foi registrado em quilograma. Quando o peso apresentava frações inferiores a 500 gramas, as frações foram desprezadas. Para as frações iguais e maiores que 500 gramas o peso foi arredondado para a unidade imediatamente superior.

A altura foi medida utilizando-se trenas graduadas em milímetros e capacidade de 3 metros. A altura de um indivíduo é a distância que vai da sola (planta) dos pés ao topo de sua cabeça com os cabelos comprimidos. Em indivíduos com idade maior ou igual a 2 anos a altura foi mensurada com a pessoa na posição vertical (estatura), encostada em uma parede plana e sem sapatos. Para os indivíduos menores de 2 anos, a altura foi mensurada com o indivíduo na posição horizontal (comprimento) e distendido sobre superfície horizontal, lisa e plana. Para a medição utilizou-se uma régua para a compressão dos cabelos, auxiliando na definição do topo da cabeça.

A altura de cada pessoa foi registrada em centímetros, desprezando as frações inferiores a 5 milímetros e arredondando para a unidade em centímetro imediatamente seguinte, as frações iguais ou superiores a 5 milímetros.

Tratamentos das informações antropométricas

Crítica e imputação das variáveis peso e altura

Diversos tipos de erros podem afetar os resultados do levantamento. Alguns são possíveis de serem controlados, como, por exemplo, o erro amostral, que é controlado quando da definição do desenho e tamanho da amostra. Outros erros surgem nas diversas fases da pesquisa e, dentre estes, destacam-se os erros de não-resposta.

Em função da complexidade da Pesquisa de Orçamentos Familiares, situações de dados incompletos associados à não-resposta ocorreram. A ausência de resposta surgiu quando ocorreu perda das informações motivada por diversos fatores, como, por exemplo, a falta de contato com os moradores selecionados, falta de cooperação associada com a carga de informações a serem coletadas e outros.

Foi utilizado o procedimento de imputação para tratar a não-resposta e também os erros de resposta associados a valores rejeitados na etapa de crítica.

O processo de crítica e imputação

As variáveis peso e altura foram inicialmente dispostas, segundo grupos de idade e sexo, em diagramas de dispersão com o objetivo de identificar valores que caracterizavam erros de medida. Após esta etapa, os dados foram submetidos a um sistema de crítica e imputação automática, denominado Crítica e Imputação para Dados Quantitativos - CIDAQ (SILVA, 1989).

Por uma breve explanação sobre o funcionamento do sistema CIDAQ, pode-se ressaltar que suas funções foram definidas para tratamento de: *erros de resposta* ou *de medida* e *não-resposta parcial*.

Sobre os aspectos metodológicos pertinentes, vale ressaltar que o sistema incorpora:

- tratamento multivariado de dados, onde os dados podem ser avaliados levando-se em consideração o comportamento conjunto de várias variáveis, como, por exemplo, idade, sexo, peso e altura;
- análise exploratória prévia e transformação de dados, que permite trabalhar com distribuições padronizadas;
- estimação robusta de parâmetros, a partir de dados incompletos, que implementa pesos diferentes para observações mais distantes do conjunto das observações;
- detecção de casos suspeitos (*outliers*); e
- imputação dos dados faltantes ou rejeitados.

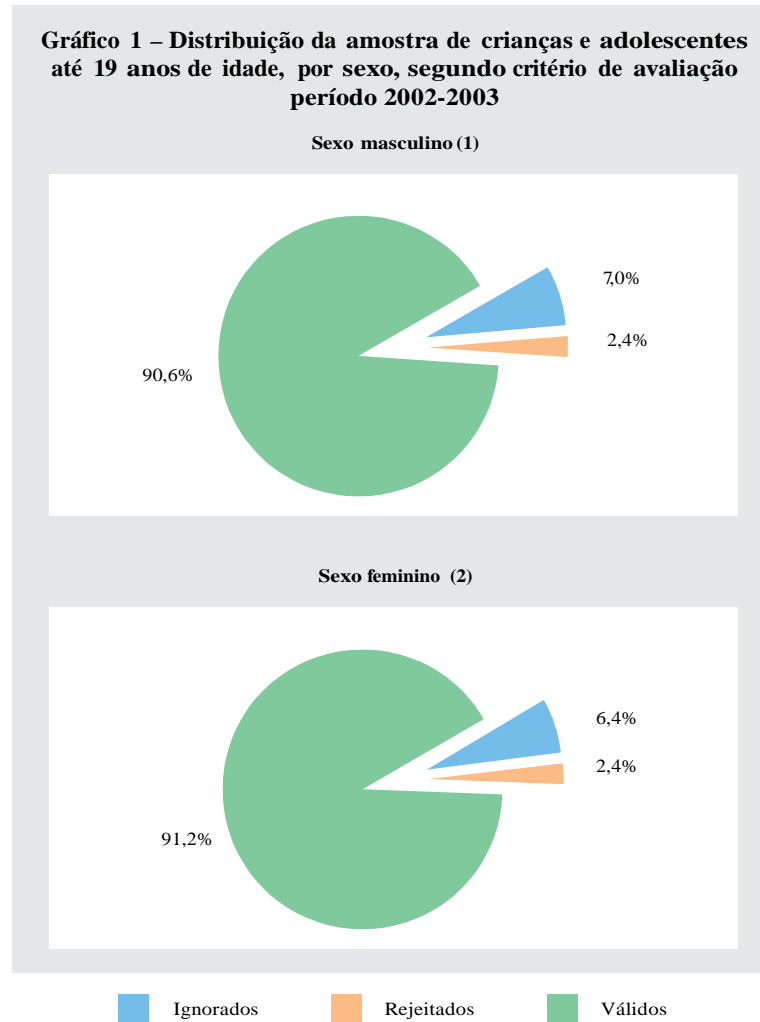
A Tabela 3 apresenta os totais de registros ignorados, rejeitados pelo CIDAQ e válidos para pessoas menores de 20 anos, por sexo.

**Tabela 3 - Distribuição da amostra, por sexo, segundo critério de avaliação
Brasil - período 2002-2003**

Critério de avaliação	Distribuição da amostra, por sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Total	73 504	37 986	35 518
Ignorados	4 908	2 643	2 265
Rejeitados (CIDAQ)	1 744	894	850
Válidos	66 852	34 449	32 403

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003.

O Gráfico 1, apresenta a distribuição percentual dos valores válidos e imputados, segundo os critérios de avaliação, ou seja, imputação por rejeição ou por falta de informação, para os sexos masculino e feminino.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003.

(1) Total imputado = 9,4%. (2) Total imputado = 8,8%.

Para as faixas iniciais de idade houve, conforme mencionado anteriormente, uma preocupação especial com a precisão dos dados levantados. Sendo assim, para grupos de idades, em meses, e até 59 meses, foram construídas estimativas de densidades para as variáveis peso e altura. O objetivo desta etapa foi avaliar características como assimetria e variabilidade dos dados em comparação com o padrão de referência dado pelo National Center for Health Statistics - NCHS. Sabe-se que dados antropométricos que apresentem características muito destoantes do esperado, podem limitar o campo de utilização das informações coletadas. As conclusões dessa análise estão apresentadas nas seções de análise dos resultados.

Limitação ao uso dos dados

Já foi mencionado que a partir de uma análise prévia dos dados de altura e peso levantados pela POF 2002-2003, realizada pelos especialistas indicados pelo

Ministério da Saúde, parceiro do IBGE para o projeto POF, chegou-se à conclusão que uma análise técnica mais apurada das informações seria necessária, já que os resultados daquela análise indicaram que os dados apresentavam um desvio para menos, não esperado, para os valores das alturas de bebês e crianças com menos de

10 anos de idade. Nesta situação os deslocamentos no comportamento das alturas apresentados pelos dados da POF 2002-2003 estariam indicando um recuo na evolução dos padrões de crescimento para o Brasil, o que é inconsistente com as expectativas dos especialistas, além de não acompanhar os comportamentos dos quais já se tinha conhecimento de pesquisas anteriormente realizadas pelo IBGE.

Para complementar a avaliação do problema de subestimação das alturas nas faixas etárias mencionadas, uma análise que se fundamentou em metodologias específicas de crítica e imputação, estimação de densidades para as variáveis altura e peso, elaboração de tabelas de percentis selecionados e ainda gráficos de crescimento é apresentada na parte inicial da seção que contém comentários sobre os resultados de antropometria aqui apresentados. Tais análises ratificam as indicações dos especialistas e que levaram à conclusão pela restrição dos dados de altura, especialmente, com o objetivo de se construir indicadores ou realizar comparações com dados de pesquisas anteriores. Vale ressaltar que ainda assim os microdados estarão disponíveis para que outras análises posteriores possam ser realizadas por outros usuários interessados no assunto.

Procedimentos gerais de coleta e de tratamentos das informações e aspectos de amostragem

Os demais aspectos referentes à coleta da POF 2002-2003 e às etapas de tratamentos das informações de quantidades, despesas e rendimentos, tais como: crítica de entrada de dados, tratamento do efeito inflacionário, crítica de valores de despesas e rendimentos, alocação das despesas agregadas, tratamento da não-resposta de valores, anualização dos valores e aspectos de amostragem encontram-se descritos com detalhes na publicação *Pesquisa de orçamentos familiares 2002-2003: primeiros resultados: Brasil e grandes regiões*, em segunda edição, lançada em 2004.

Apresentação dos resultados

Os resultados ora divulgados estão estruturados da seguinte forma: Publicação impressa e CD-ROM, contendo:

- Percentis das medidas antropométricas, por sexo e idade – Brasil;
- Medianas das medidas antropométricas da população masculina – Grandes Regiões Urbana e Rural e Unidades da Federação;

- Medianas das medidas antropométricas da população feminina – Grandes Regiões Urbana e Rural e Unidades da Federação;
- Medianas das medidas antropométricas da população masculina, por classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar *per capita* – Brasil e Grandes Regiões; e
- Medianas das medidas antropométricas da população feminina, por classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar *per capita* – Brasil e Grandes Regiões.