

O Papel do Consumo Conspícuo e do Capital Cultural na Intenção de Compra de Produtos Falsificados de Luxo

Autoria

Wenderson Fernandes Moura - wenderson_moura@yahoo.com.br

Prog de Mestr e Dout em Admin da FACE/FUMEC - Universidade FUMEC

José Marcos Carvalho de Mesquita - jose.mesquita@fumec.br

Prog de Mestr e Dout em Admin da FACE/FUMEC - Universidade FUMEC

Resumo

Neste trabalho, objetivou-se analisar a influência do capital cultural e do consumo conspícuo nas intenções de compra de produtos falsificados de luxo. Estudos anteriores apontam preço, segurança, aceitação social e facilidade de aquisição como antecedentes da compra de falsificados, porém não foram encontradas pesquisas que avaliassem os efeitos do capital cultural e do consumo conspícuo. Foi realizado um estudo de campo, em locais onde se comercializam produtos falsificados, nas cidades de Belo Horizonte e Nova Serrana, Minas Gerais. Os entrevistados foram divididos em dois grupos: alto e baixo capital cultural e os dados foram analisados por meio de Modelagem de Equações Estruturais. Verificou-se que o consumo conspícuo e o capital cultural não influenciam a intenção de compras de produtos falsificados de luxo e que os entrevistados de alto capital cultural apresentam maior predisposição à compra de produtos falsificados de luxo, se comparados com os consumidores de baixo capital cultural.