

**O EFEITO DA VULNERABILIDADE E DO CONTEXTO SOCIOECONÔMICO NA
RELAÇÃO ENTRE O COPING E O BEM-ESTAR DO CONSUMIDOR: ESTUDO
COMPARATIVO ENTRE BRASIL E ESTADOS UNIDOS**

CLAUDIA FALCHETTI

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)

MATEUS CANNIATTI PONCHIO

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)

O EFEITO DA VULNERABILIDADE E DO CONTEXTO SOCIOECONÔMICO NA RELAÇÃO ENTRE O COPING E O BEM-ESTAR DO CONSUMIDOR: ESTUDO COMPARATIVO ENTRE BRASIL E ESTADOS UNIDOS

Introdução

A busca bem-sucedida por objetivos pessoais contribui para o desenvolvimento e manutenção do bem-estar individual, e situações de vulnerabilidade, que impeçam ou dificultem o indivíduo a atingir seus objetivos de consumo, podem ocasionar a sensação de menor bem-estar para ele. O entendimento dos fatores que influenciam o bem-estar do consumidor é essencial para a pesquisa acadêmica, para formuladores de políticas públicas e profissionais de marketing. Este estudo investiga quantitativamente o aspecto da suscetibilidade do bem-estar do indivíduo às forças do mercado nas situações de consumo.

Problema de Pesquisa e Objetivo

No presente estudo, propomos e testamos um modelo que apresenta um efeito de mediação moderada. Verificamos se a influência do coping sobre o bem-estar do consumidor é mediada pela vulnerabilidade psicológica, e se este efeito indireto varia conforme o contexto socioeconômico do consumidor. Optamos neste estudo por testar o contexto de consumo realizando um estudo cross-cultural entre o Brasil, classificado economicamente como país em desenvolvimento, e um país economicamente mais desenvolvido, os Estados Unidos da América.

Fundamentação Teórica

O bem-estar do consumidor é um estado de bem-estar objetivo e subjetivo envolvido nos vários estágios do ciclo-de-vida de consumo ou do produto em relação a um bem de consumo particular. A vulnerabilidade do consumidor é uma condição de mercado que expõe o indivíduo ao risco de obter utilidade limitada das transações de mercado, o que pode ter implicações para seu bem-estar. Porém, consumidores não são indivíduos passivos; pelo contrário, eles usam estratégias cognitivas, emocionais e comportamentais para gerenciar suas situações - as chamadas estratégias de coping.

Metodologia

Foi realizada pesquisa quantitativa com coleta de dados do tipo survey. O estudo contou com 410 participantes com idade média de 33,19 anos (todos maiores de 18 anos). Do total de respondentes, 200 eram brasileiros (49%) e 163 eram homens (40%). Foram selecionadas para operacionalizar os constructos adaptações para o Brasil das medidas: Escala de Vulnerabilidade Psicológica (Psychological Vulnerability Scale [PVS]) de Sinclair e Wallston (1999), Inventário Breve do Thriving, de Su, Tay e Diener (2014) para medição de bem-estar subjetivo, e Escala Coping de Duhachek e Oakley (2007).

Análise dos Resultados

Os efeitos diretos do coping focado no problema e focado na emoção sobre o bem-estar do consumidor foram ambos positivos e significantes. Os resultados apontam para existência de efeito de mediação da vulnerabilidade na relação entre coping e bem-estar. A análise do efeito total da mediação revelou que, quanto maior o coping (para as duas dimensões), maior o bem-estar. A análise do efeito moderador do contexto foi significativa para o modelo do coping focado no problema. Para o coping focado na emoção, a relação foi significativa apenas para o Brasil.

Conclusão

O efeito indireto do coping focado no problema sobre o bem-estar mediado pela vulnerabilidade é moderado pelo país, porém, apenas para o Brasil o efeito indireto do coping focado na emoção foi moderado pelo contexto. É possível que o estilo de coping utilizado faça diferença para pessoas que vivem em contextos de países menos desenvolvidos, em que se observam problemas mais frequentes de mercado e situações mais frequentes de vulnerabilidade. Outra explicação pode estar no estilo de comunicação utilizado pelas duas populações: comunicações diretas ou comunicações menos verbais.

Referências Bibliográficas

Duhachek, A., & Oakley, J. L. (2007). Mapping the Hierarchical Structure of Coping: Unifying

Empirical and Theoretical Perspectives. *Journal of Consumer Psychology*, 17(3), 218-233. Sinclair, V. G., & Wallston, K. A. (1999). The development and validation of the psychological vulnerability scale. *Cognitive Therapy and Research*. Su, R., Tay, L., & Diener, E. (2014). The development and validation of the comprehensive inventory of thriving (CIT) and the brief inventory of thriving (BIT). *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 6(3), 251-279.