

Luxo e Sustentabilidade – Perfil e Percepções do Consumidor num Contexto de Mudança

Luxury and Sustainability – Consumer Profile and Perceptions in a Context of Change

Autora: J. Fernandes (1)

Orientadora: I. Correia (1)

(1) Universidade do Minho – Escola de Economia, Gestão e Ciência Política, Braga
pg53324@alunos.uminho.pt

Resumo

O mercado de luxo tem vindo a passar por uma transformação impulsionada por diversos fatores, como o avanço tecnológico, as novas exigências dos consumidores e o aumento da regulação. Esta evolução reflete-se na crescente procura por produtos exclusivos e de elevada qualidade, tornando o setor estrategicamente relevante para as empresas que nele operam. Num cenário em constante mudança, onde a inovação e a sustentabilidade ganham cada vez mais importância, o luxo deixa de ser apenas sinónimo de exclusividade para incorporar também valores éticos e ambientais.

A caracterização do perfil do consumidor de luxo torna-se, assim, fundamental para compreender as dinâmicas deste mercado. Além disso, a sustentabilidade emerge como um fator nas decisões de compra. As empresas de luxo necessitam de se adaptar a esta nova exigência, integrando práticas que promovam eficiência e redefinam a perceção do luxo.

Este estudo tem como finalidade investigar o funcionamento do mercado de luxo sob a ótica dos consumidores, com foco na relação entre perfil, motivações e sustentabilidade. Deste modo, procura responder às seguintes questões de investigação:

- i. Qual é o perfil e as motivações do consumidor de luxo?
- ii. Os consumidores de luxo são mais sensíveis face à sustentabilidade do que os que não consomem luxo?
- iii. Como é que os atributos de sustentabilidade são percecionados nos produtos de luxo?
- iv. A disponibilidade a pagar por sustentabilidade é diferente, consoante a motivação para comprar luxo?

Para responder a estas questões, foi adotada uma abordagem quantitativa, recorrendo à recolha de dados primários através de um questionário divulgado online. Este tipo de abordagem tem como objetivo analisar a importância dos atributos relacionados com a sustentabilidade na escolha de produtos de luxo.

Com esta dissertação pretende-se que as empresas inseridas neste mercado sejam capazes de segmentar com mais precisão, identificar oportunidades de crescimento e antecipar mudanças nas tendências. Além disso, a investigação procura aprofundar o conhecimento atual e abrir caminho para novas abordagens que liguem o luxo e a sustentabilidade.

Palavras chave: consumo de luxo, perfil, motivações, percepções, sustentabilidade

Keywords: *luxury consumption, profile, motivations, perceptions, sustainability*