



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



O CONSUMIDOR COM ESTILO DE VIDA MINIMALISTA

MINIMALIST LIFESTYLE CONSUMER

SIMONE CESAR DA SILVA VICENTE

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Nota de esclarecimento:

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o VIII SINGEP e a 8ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **01, 02 e 03 de outubro de 2020**.

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



O CONSUMIDOR COM ESTILO DE VIDA MINIMALISTA

Objetivo do estudo

O objetivo nesta pesquisa é oferecer proposições sobre o consumidor minimalista, identificar o estilo de compra e seu posicionamento quanto aos produtos oferecidos pelas empresas.

Relevância/originalidade

As publicações são voltadas, dada a originalidade do tema, ainda focadas em livros e sites. É preciso criar pesquisas científicas na área e explorar mais o assunto.

Metodologia/abordagem

A metodologia utilizada é um ensaio teórico.

Principais resultados

Os pressupostos mostram que o consumidor minimalista adquire produtos que tenham maior durabilidade e atendam uma necessidade. Não há o consumo desenfreado, há a compra consciente. Com mais tempo para gastar com o que de fato traz mais felicidade.

Contribuições teóricas/metodológicas

Primeiramente, utilizar o ensaio teórico pode gerar novas perspectivas de análise. Mostra como é possível identificar construtos para pesquisas empíricas futuras

Contribuições sociais/para a gestão

Existe um alto apelo as questões sociais neste estudo. O estilo de vida minimalista tem ganhado mais adeptos e estudá-los pode refletir em novas estratégias mercadológicas para atendê-lo.

Palavras-chave: Minimalista, Comportamento do consumidor, Estilo de vida



VIII SINGEP

Simposio Internacional de Gestao de Projetos, Inovacao e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



MINIMALIST LIFESTYLE CONSUMER

Study purpose

The objective of this research is to offer propositions about the minimalist consumer, to identify the buying style and its position regarding the products offered by the companies.

Relevance / originality

The publications are focused, given the originality of the theme, still focused on books and websites. It is necessary to create scientific research in the area and explore the subject further.

Methodology / approach

The methodology used is a theoretical essay.

Main results

The assumptions show that the minimalist consumer purchases products that have greater durability and meet a need. There is no rampant consumption, there is conscious buying. With more time to spend on what actually brings more happiness

Theoretical / methodological contributions

First, using the theoretical essay can generate new analysis perspectives. It shows how it is possible to identify constructs for future empirical research.

Social / management contributions

There is a high appeal to social issues in this study. The minimalist lifestyle has gained more followers and studying them can reflect on new marketing strategies to serve you.

Keywords: Minimalist, Consumer Behavior, Lifestyle



1.Introdução

O estilo de vida minimalista vem ganhando mais adeptos nos últimos tempos (Meissner, 2019). Esta forma de viver das pessoas e como se comportam como consumidores, não é abordada em artigos científicos. Os livros são ainda a maior fonte de informações sobre o tema. Outras pessoas tratam o assunto em blogs e sites incentivando este estilo de vida, uma forma de viver e transformar as pessoas. Destas fontes saem as narrativas que os pesquisadores utilizam para falar sobre o assunto (Meissner 2019, Mangold & Zschau, 2019).

As pessoas que optam por este estilo de vida, procuram viver com menos recursos, mas não menos qualidade. É um tema ainda emergente, encontramos muito sobre como as pessoas vivem, como por exemplo em pequenas casas (Mangold & Zschau, 2019), os aspectos de modelo de vida, mas não como seu modo de comprar e adquirir produtos (DopieRała, 2017). E ainda que este estilo de vida simples é uma tendência e a chave da moderação e integridade que mudarão o modo de consumir, declarados por Wlodarczyk (2018).

O propósito do minimalista é encontrar uma paz interior, não ligada ao consumo. Não é o materialismo, a compra de produtos em quantidades para eles é desnecessária (DopieRała, 2017). É buscar sentido para o que vai adquirir, para que? e por que é preciso consumir algo? Neste universo encontrar o que de fato traz sentido à vida. Quanto menos se consome, menos coisas precisa administrar e mais tempo terá para usufruir daquilo que verdadeiramente importa. Viver com e para o que realmente tem valor, família, prazeres em viagens, produtos de qualidade. Passar ou gastar mais tempo ou energia com o que de fato importa. Satisfação com aquilo que engrandece a vida (Millburn e Ryan, 2014).

Então o minimalista é contrário ao consumismo? Sim, se este for o consumo constante e desenfreado, sem um propósito. O que ele deseja é um consumo planejado, orientado aquilo que de fato necessita. Observando para que, e porque deve adquirir tal produto. Este estilo de vida influenciará o comportamento de compra. Como olhar o consumo e quem entrega o produto (Lee, 2019). Viver com menos e ser mais feliz. Menos coisas, menos preocupações. Optar por ter salário menores e garantir mais momentos de alegria fazendo o que mais gosta (DopieRała, 2017).

Ademais, estudos observando o estilo de vida minimalista começam a surgir e reforçam como é importante estudar este fenômeno. A tabela 1 apresenta as narrativas sobre o estilo de vida minimalista indicados por Meissner (2019). Para explicar os males consumistas nos Estados Unidos na controvérsia do movimento minimalista, Rodriguez (2018) apresenta as histórias de alguns destes autores. Leo Babauta, autor de vários livros sobre o tema, é conhecido pelo guarda-roupa minimalista e pelas experiências compartilhadas sobre estilos de vida minimalista. Por exemplo, viagens longas com apenas uma pequena mochila, cozinhar de forma organizada e simples, para usar o tempo em outras atividades. Outros autores, como Milburn e Nicodemus são referência pelo estilo de vida minimalista que levam, criaram hábitos e estratégias, como “*packing party*” uma forma compacta de carregar tudo que precisam, sem exageros, somente o necessário. Eles ganharam visibilidade com palestras e um canal que fala sobre o estilo de vida minimalista. Josua Becker mantém um site popular o “*Becoming Minimalist*”. No site ele conta a sua história e as trajetória que ele sua família fizeram para se tornarem minimalistas. O site fez sucesso e ele largou o emprego e começou a escrever livros sobre o tema, além de ser destaque em programas de televisão. Dominguez e Robin, amigos que decidiram viver uma vida de frugalidade e simplicidade. O livro deles explica como obter a independência financeira, que em suma, significa acompanhar cada centavo dos seus gastos. Estes são alguns exemplos que podem indicar preposições quanto a este tipo de consumidor (mais exemplos, veja Rodriguez, 2018).



Tabela 1: Narrativas do estilo de vida minimalista

Autor	Narrativas do estilo de vida minimalista
Babauta, Leo	Zen to Done (2013)
	The Power of Less (2009)
	Zen Habits (website/podcast)
Becker, Joshua	The More of Less (2016)
	Simplify (2014)
	Clutterfree with Kids (2014)
	Living with Less (2012)
	becomingminimalist (website)
	Simplify Magazine (online journal)
Bhaskar, Michael	Curation (2017)
Carver, Courtney	Soulful Simplicity (2017)
Crabbe, Tony	Busy (2014)
Ferris, Tim	The 4-Hour Work Week (2007)
Fields-Millburn, Joshua & Nicodemus, Ryan	The Minimalists (website/vlog/podcast)
	Essential (2015)
	Minimalism (2011)
	Minimalism (2016, documentary)
Hodkinson, Tom	How to Be Idle (2005)
	How to Be Free (2007)
	The Idle Parent (2010)
	The Idler (magazine)
Jay, Francine	The Joy of Less (2016)
	Miss Minimalist (website)
Kondo, Marie	The Life-Changing Magic of Tidying (2014)
	Spark Joy (2017)
	Konmari (website/online course)
	The Life Changing Magic of Not Giving a F**k (2015)
Knight, Sarah	
Loreau, Dominique	L'Art de la Simplicité (2017)
	Vivre Heureux dans un Petit Espace (2016)
Manson, Mark	The Subtle Art of Not Giving a F*ck (2016)
McGag, Michelle	The No Spend Year (2017)
	London Minimalists (website)
	Let's Do Less Together (website/online experiment)
Northrup, Kate	
Robin, Vicky & Dominguez, Joe	Your Money or Your Life (2008)
Sasaki, Fumio	Goodbye, Things (2017)

Fonte: Adaptado de Meissner (2019)



A maior parte das publicações se enquadram como autoajuda. Sejam para oferecer orientação para uma vida mais simples. Ou, aprender a lidar com questões financeiras de forma prática, minimalista. Reconhecer o valor de cada coisa tem e quanto isso influência a sua vida (Googbye, Things. 2017)

Observando este cenário, pessoas com estilo de vida minimalista e uma tendência deste modelo de vida praticado em mercados desenvolvidos com migração para os mercados emergentes (Brem, 2017). Até porque, a primeira impressão é que somente em países desenvolvidos teria pessoas que poderiam ser minimalistas, porque o consumidor precisava ter dinheiro para obter produtos caros e melhores. Na verdade, não é assim que funciona. A vida de qualidade é encontrada em planejamento e aquisições de produtos duradouros. Menos relação de posse, mais realizações e o autocontrole ao consumismo, ou acumulação (Rodriguez, 2018, Meissner, 2019).

Como ainda são os livros que determinam os principais construtos que envolvem a teoria do consumidor minimalista, criar algumas proposições irá contribuir a literatura e a novas pesquisas. Seja por uma ideologia de vida ou anticonsumo as pesquisas devem intensificar, procurar relações e até interpretar os níveis de consumidor minimalista.

Portanto, este artigo desenvolve um ensaio teórico que aborda as formas de consumo por minimalistas e o consumidor com estilo de vida minimalista. O primeiro pressuposto deste tipo de consumidor é obter produtos que tenham maior valor agregado. Eles deixam de comprar produtos que não tenha qualidade, por outros que duram mais e possam atendê-los por mais tempo. Não significa não gastar, mas gastar mais com o que importante e vai ter utilidade. Direcionar as escolhas e ter mais prazer nestas escolhas, gastar mais tempo e recursos naquilo que realmente é importante. Portanto, sentindo a vida com menos recursos ou somente o necessário para ser feliz. Em seguida, a prerrogativa que as empresas que fornecem produtos que atendem um modismo, uma baixa qualidade, ou que integram aos seus processos fatores não éticos tendem a serem desclassificados por este tipo de consumidor. Refletiremos então neste estudo, como atingir este tipo de consumidor: Ele vai adquirir quando novos produtos? Que tipo de produto este tipo de consumidor vai adquirir? E onde? Como será a busca pelo produto? Como as empresas desejam atingir este tipo de consumidor?

Este estudo contribui no campo do comportamento do consumidor. Em primeiro lugar a abordagem teórica sobre minimalista e o consumo. Em segundo, sobre as estratégias mercadológicas para atender este tipo de consumidor.

2. Minimalista como nova perspectiva de estilo de vida

O consumidor minimalista enxerga a vida com outros olhos. A referência de valor passa do plano material para o plano das realizações, emocional, a busca da felicidade. Uma das traduções para a palavra minimalista é “vida simples”. Mas, no entanto, autores tem demonstrando a preocupação de não singularizar este estilo de vida a uma tradução simplista assim. Millburn e Ryan (2014) declaram que ser minimalista é uma forma de questionar o que as coisas trazem de valor para suas vidas. Eles apresentam que ao organizar a vida com o que de fato interessa, direciona seu caminhar para aquilo que é importante, como relacionamentos, saúde. Esse pressuposto de vida minimalista não é igual para todos, cada um tem seu jeito de ser e ver as coisas. E dar valor ao que de fato é importante é uma construção de seus valores ao longo da caminhada.

O estilo de vida minimalista contemporâneo ganhou reforço depois que dois amigos, Joshua Millburn e Ryan Nicodemus, resolveram viajar o mundo e mostrar o diferencial de se viver com menos e obter mais qualidade de vida, redirecionando suas expectativas. Eles lançaram o livro “*Everything that remains: a memoir by the Minimalists*”, em 2014, e contam nele um pouco das suas histórias. Ambos bem-sucedidos no ramo corporativo decidiram mudar



de vida e optaram por viver com menos e melhor. Um pouco sobre que ocorreu neste processo é contado no documentário “*Minimalism: A documentary about the important things*”. Este documentário apresenta a trajetória dos amigos contando por que decidiram virar minimalista. Entrevistam pessoas que acreditam que bens materiais não trazem felicidade e no estilo minimalista como modo de viver.

O minimalista procura desenvolver a cultura do pouco é mais. Diminuir as quantidades de coisas para se administrar é um dos primeiros fatores. Por exemplo, não é preciso muitos pares de sapatos, ou um armário cheio de roupas, ou muitos equipamentos, ou uma casa enorme para se viver. O pensamento do minimalista repensa estes fatores. Isto significa dar ou desfazer de coisas que não precisa. Os recursos físicos e mentais reduzirão a energia e os custos para manter o menos, desta forma canalizar o que sobra, tempo e dinheiro, para o que de fato é importante. McKeown (2015) trata este aspecto ao essencialismo que determina a produtividade e a gestão de tempo no que importa. Eliminar o que não precisa e se concentrar no objetivo, muitas coisas para administrar afasta as pessoas das metas e dá margem para que outros decidam por ela. Reduzir, simplificar e manter o foco (McKeown, 2015) é essencial para os minimalistas.

A proposta de Jay (2011) é apresentar uma vida feliz é proposta na equação menos é mais. Alguns pontos como ver as coisas como elas são, ou ser o que você possui e definir que menos coisas menos estresse voltam aos pilares da vida minimalista. Estes fatores entre outros indicam a simplificação da vida. A redução dos espaços, e compreender o que comporta aquele espaço, dar o real valor aos produtos e para que servem, sua utilização e utilidade, são pontos fortes dos pensadores que optaram por este estilo de vida.

O estímulo ao consumo desenfreado fez com que adeptos surgissem com o estilo de vida minimalista. No EUA este movimento minimalista é uma forma de vida contra o consumismo ou capitalismo de consumo. Uma vida simples, mas com o que lhe faz feliz. Para apresentar estas relações Rodriguez (2017) contou a história de alguns autores de livros que falam do minimalismo e são referência no tema. Uma visão socio-teórica sobre o tema. Os autores que se tornaram especialistas em minimalismo são Joe Dominguez e Vicki Roin (1969), Leo Babauta (2009), Joshua Fiel Milburn e Ryan Nicodemus (2014) e Josua Becker (2008). Esta confirmação está também nos estudos de Meissner (2019).

Proposição 1: O valor do bem material está relacionado ao seu custo benefício de forma diferente para pessoas com estilos vida minimalista.

2.1. O consumo do minimalista

A vida do minimalista é oposta ao consumismo. Mangold & Zschau (2019) definem que o minimalismo é uma filosofia que elimina intencionalmente as coisas em excesso. Da mesma forma, Millburn & Nicodemus (2015) definem que se viva uma vida significativa, portanto viver distante das coisas desnecessárias. Se encontrar no processo de autoconhecimento para distinguir o que de fato é importante e rejeitar o consumismo e estilos de vida que mostram bens e poder (Pine & Gilmore, 1999).

O consumo é prescrito como sinal de vida boa. Mangold & Zschau (2019) destacam que a nova economia do consumo pós-industrial vende pacotes de estilos de vidas, experiências de vida agradáveis, o bem-estar, que promove a felicidade, com etiqueta de preço ou não. Comprar pode trazer felicidade, ser uma experiência positiva e compartilhada. Muitos fatores podem inferir em uma decisão de compra (McCracken, 2005, Nicolau et al., 2009). A moda por exemplo, criou várias estações no ano, para se promover o consumo exagerado, por trocas de roupas constantes sem a mínima necessidade, somente para atender uma tendência da moda e oportunidade de vendas maiores.



Para os minimalistas as compras são planejadas orientadas ao menos, com mais qualidade nos produtos. Hajdas (2019) apresentou um caso de uma empresa de cosméticos, onde o apelo da empresa era oferecer ao consumidor a decisão de fazer compras inteligentes, comprar menos com mais qualidade. Embora a empresa fosse formada por uma marca pequena e um marketing singelo perto das outras empresas no setor, ela investiu nesta ideia e construiu tudo dentro deste propósito, da marca a promoção, todos os processos foram minimizados, numa linguagem amigável e mais humana. Ganharam prêmios e desde 2017 estão melhorando sua posição no mercado e tornou-se uma das marcas mais conhecidas na Polônia. Os dois princípios básicos da prática minimalista é identificar o essencial e eliminar o resto (Rodriguez, 2018).

A questão ambiental é outra vertente deste tipo de consumidor. Bem disseminada em todo mundo as questões ambientais é um fator externo que motiva pessoas a entrarem para este estilo de vida. Os produtos que têm validade curta, ou que tenham seus prazos reduzidos de validade ou garantia. Estimulam as compras. Aliada ao excesso de informações, agravam o sentimento de excesso e é repudiado pelos minimalistas (Negretto, 2013). Por outro lado, a simplicidade, as questões de sustentabilidade estão tomando lugar e conscientizando que o consumo deve ser ecológico e sustentável (Negretto, 2013, Rodriguez, 2019)

Existe um ponto de suficiência para o consumo. O autoconhecimento faz parte do consumidor minimalista. O esvaziamento, liberação de “tralhas” trazem sensações de liberdade e alívio. Por outro lado, para alguns alcançar este nível de liberdade, passam por processos dolorosos, vinculados em parte pelos apelos emocionais as peças, objetos (uma simbologia quanto as razões sociais, individuais, sentimentos, família, entre outros). Por este motivo, ao ter que descartar algo, este consumidor passa pela reflexão e autoaprendizagem. Ele irá analisar qual “vínculo sentimental” está sobre aquela peça. Mudanças cruciais nas vidas das pessoas, também pode gerar um consumidor minimalista, por exemplo, nascimento de um filho, descobrir uma doença. Portanto este é um estilo de vida (Negretto, 2013).

Proposição 2: O consumidor com estilo de vida minimalista desenvolve melhor um planejamento de compras.

Proposição 3: O consumidor com estilo de vida minimalista toma decisões de compras em produtos com maior qualidade percebida.

2.3. Consumo consciente e sustentável

A compra consciente e sustentável é uma das raízes do minimalismo. A vida simples apontada por Mangold & Zschau (2019) significa ter consciência e ser consciente que reduções de consumo aumentam a satisfação da vida pessoal. O anticonsumo significa conscientemente controlar o comportamento consumista, não apenas comprando menos produtos, mas reduzir seu uso também (Lee, 2019). O minimalista consciente identifica que é preciso ser materialista com o que de fato importa. Não ser socialmente materialista, consumir para aparecer na sociedade. Zelar pelo que tem, seja ele algo caro ou não, mas que traga felicidade. Seus bens trazem satisfação e atendem as suas necessidades, porque trocar pelo que ainda é possível utilizar.

Jay (2011) aponta que o consumo passou do ponto de possuir. Comprar ou adquirir produtos somente por fazer isto torna as pessoas escravas e aprisionadas nestas aquisições. Entende-se que devemos passar da contemplação das coisas não os leva a obrigatoriedade de aquisição, à compra efetivamente. É preciso criar a cultura do manter, preserva até enquanto é útil. Esta também é uma consciência ecológica e propensa a minimizar os problemas ambientais (Lee, 2019), com produtos que geram menos agressões ao ambiente. Pensar em qualidade e não



em quantidade. O produto pode durar mais tempo. A menor quantidade e com qualidade gera menor custos, para manutenção, em espaços.

O minimalista acredita que os produtos devem ser utilizados enquanto eles trazem benefícios a pessoa. Não há a necessidade de trocar por outro produto mais novo, substituir o que ainda atende a necessidade. É mais importante adquirir um produto de qualidade, mesmo que este seja mais caro, do que produtos de qualidade inferior que durarão pouco. Por este motivo, também não é preciso muito do mesmo para satisfazer uma necessidade (Millburn & Nicodemos, 2015). Se orientam pelas perguntas, será que realmente preciso disto? Ou, consigo fazer isto com outros recursos? (Jay, 2011).

O consumo consciente leva a colaboração e participação coletiva em uso de produtos (Hamari et al, 2016). O minimalista preza pela consciência do uso. A primeira identidade ao uso do produto é verificar sua real necessidade. Se o produto será utilizado uma única vez é preciso mesmo adquiri-lo, porque não pedir emprestado, para aquele único objetivo. Abrir mão, de andar com o carro sozinho, propor viagem em conjunto com outros que irão para o mesmo destino. Há por trás da vida do minimalista uma consciência social (Puls & Becher, 2018).

O estilo de vida simples é preconizado como também uma forma sociabilidade. Além de ser um estilo de vida individual, as mudanças nos gastos direcionado a formas coletivas, o transporte em massa, entre outros tipos de aproveitamento de recursos, está presente neste tipo de consumidor. (Rodriguez, 2017)

Proposição 4: Ser um consumidor com estilo de vida minimalista está relacionado ao consumo de produtos produzidos por empresas socialmente responsáveis pelo meio ambiente.

Proposição 5: Ser um consumidor com estilo de vida minimalista tende a promover um estilo de comportamento cooperativo em compras.

Proposição 6: O consumidor com estilo de vida minimalista está predisposto ao consumo colaborativo.

3. Discussão

O tema minimalista é um tema muito recente que trata de um estilo de vida que promove viver a vida com menos coisas. Ainda é carente os estudos que identifique o comportamento minimalista quanto as aquisições de produtos com valor agregado, o consumo minimalista nas compras coletivas, o comportamento cooperativo em consumo de bens, identificar o que é menos é mais para os consumidores minimalistas (Meissner, 2019).

Embora seja um tema que aparentemente leve a interpretação do anticonsumo, ele na verdade está emergindo com um consumidor mais planejado em suas compras e com estilo de vida que diferencia sua forma de fazer aquisições de produtos e serviços. Como atender este tipo de consumidor, criar estratégias que atendam este público, devem fazer parte dos especialistas em marketing para alcançá-los. (Ver Rodriguez, 2016).

Vimos que os consumidores com estilo de vida minimalista podem exigir mais das empresas quanto aos seus processos de produção. Os consumidores estão mais exigentes, e quando procuram qualidade, estão analisando as empresas e seus processos. Por este motivo, as empresas que atendem o modismo, os consumos desenfreados não faram parte das empresas eleitas por este tipo de consumidor.

Há por trás deste tipo de consumidor o planejamento das compras, o que não significa comprar qualquer coisa, mas aquilo que atenda sua necessidade por mais tempo. Desta forma, os consumos de outros produtos também podem ser atraentes para este público, como por exemplo, viagens, almoços em restaurantes de qualidade, planos de saúde especializados neste



público. Entre outros tipos de produtos que não necessariamente seja aquisição e administração daquele bem, mas a satisfação de uma necessidade emocional.

Nesta visão minimalista, temos a menor quantidade de aquisições de produtos, mas com mais qualidade em cada produto adquirido. É um estilo de vida que surgiu em mercados desenvolvidos e agora emergindo em mercado em desenvolvimento. Estes fatores criam perspectivas para os profissionais de marketing. Eles deixam de comprar produtos que são baratos e não tem qualidade, por outros que duram mais e possam atendê-los por mais tempo. Não significa não gastar, mas gastar mais com o que importante e vai ter utilidade. Direcionar as escolhas e ter mais prazer nestas escolhas, gastar menos em coisas que realmente são importantes.

Portanto quanto menos se consome, menos coisas precisa administrar e mais tempo terá para usufruir naquilo que verdadeiramente importa. Viver com mais tempo em coisas que realmente tem valor. Então os profissionais de marketing devem procurar que valor é este, quando irão comprar, como irão fazer as análises para efetuar estas aquisições de produtos e serviços e ainda se este consumidor tende a fazer compras coletivas e se serão colaborativos no uso de produtos.

Enfim, há muito ainda a ser pesquisado sobre o consumidor minimalista e o consumo de produtos por este público. Novas pesquisas devem ter como foco nestes fatores e a criação estratégias que atendam este novo tipo de consumidor. Os consumidores minimalistas tendem a adquirir menos produtos, mas com maior qualidade percebida. Há uma tendência no crescimento deste tipo de consumidor, o qual possui características singulares quanto a sua forma de adquirir produtos, planejar suas compras, e quando e como irá adquirir novos produtos. É possível utilizar parâmetros de Meissner (2019) sobre as narrativas do estilo de vida minimalista e a escala de Ribeiro e Vieira (2011) podem contribuir para criar construtos e posteriormente pesquisas empíricas sobre o tema. Contemplando por exemplo, consumo consciente, frugalidade, economia de escala, anticonsumo.

Este estudo contribui à teoria do comportamento do consumidor, observando um estilo de vida emergente em mercados em desenvolvimento. E por outro lado, para o desenvolvimento de estratégias das empresas que almejam este tipo de consumidor.

Pesquisas futuras podem ser inspiradas por este estudo. Como por exemplo, propor uma escala para determinar os níveis de consumidor minimalista. Outra proposta é utilizar os pressupostos apresentados em estudos empíricos. Neste mesmo sentido criar relações entre o consumo e o produto para este tipo de consumidor. O que vemos é um fenômeno com várias perguntas a serem respondidas, os estudos se tornam necessários, seja para construir uma teoria ou esclarecer como atender melhor este público.

Referências

- Brem, A. (2017). Frugal innovation-past, present, and future. *IEEE Engineering Management Review*, 45(3), 37-41.
- DopieRała, R. (2017). Minimalism—a new mode of consumption?. *Przegląd Socjologiczny*, 66(4), 67-83.
- Hajdas, M. (2019). Cultural Codes and Brand Equity Relations—Exploratory Study and Research Implications. *Management Sciences. Nauki o Zarządzaniu*, 24(1), 19-27.
- Kramarczyk, J. (2015). Mieć czy być? Minimalizm jako przykład świadomej konsumpcji w świetle badań własnych. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, (414), 270-285.
- Jay, Francine (2011). *Miss Minimalist: Inspiration to Downsize, Declutter, and Simplify*. Anja Press.



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



- Lee, H. (2019). The effect of anti-consumption lifestyle on consumer's attitude and purchase intention toward commercial sharing systems. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Disponível em < <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/APJML-06-2018-0218>> acesso em 07 jun 2019.
- Mangold, S., & Zschau, T. (2019). In Search of the “Good Life”: The Appeal of the Tiny House Lifestyle in the USA. *Social Sciences*, 8(1), 26.
- McKeown, G. (2015). *Essencialismo: a disciplinada busca por menos*. Sextante.
- Meissner, M. (2019). Against accumulation: lifestyle minimalism, de-growth and the present post-ecological condition. *Journal of Cultural Economy*, 12(3), 185-200.
- Millburn, J. F., & Nicodemus, R. (2014). *Everything that remains: a memoir by the Minimalists*. Asymmetrical Press.
- Millburn, J. F., & Nicodemus, R. (2015). *Minimalism: Live a meaningful life*. Asymmetrical Press.
- Negretto, L. W. (2013). As Relações entre a Dinâmica Pós-Moderna e o Consumo Minimalista. *Revista da Graduação*, 7(1).
- Newport, C. (2019). *Digital Minimalism: Choosing a Focused Life in a Noisy World*. Penguin.
- Puls, L. M., & Becker, C. (2018). O estilo de vida minimalista x consumo do vestuário de moda. *e-Revista LOGO*, 7(2), 100-119.
- Rodriguez, J. (2018). The US minimalist movement: Radical political practice?. *Review of Radical Political Economics*, 50(2), 286-296.
- Włodarczyk, K. (2018). Konsumpcja Kolaboratywna W Dobie Globalizacji Konsumpcji. *Research Papers of the Wrocław University of Economics/Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, (530).