

## ATITUDES, MOTIVAÇÕES E COMPORTAMENTO DE COMPRA DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE LUXO NO PARANÁ

*Leonardo Bachmann*, leonardo.bachmann@outlook.com,  
Escola de Gestão e Economia (UTFPR)

*Paula Odete Fernandes*, pof@ipb.pt,  
UNIAG; Instituto Politécnico de Bragança

*Aurea C. M. Niada*, aureaniada@utfpr.edu.br,  
Escola de Gestão e Economia (UTFPR)

### RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar o comportamento de compra dos consumidores de produtos e serviços de luxo no Paraná, em termos de atitudes, motivações e comportamento de consumo. A base teórica do estudo abordou motivação, atitude e luxo. Para alcance dos objetivos, foi realizada uma pesquisa descritiva quantitativa com 289 consumidores do estado do Paraná (Brasil) de produtos e serviços de luxo. O estudo de campo revelou a existência de três grupos com perfis diferentes em relação a atitudes, motivações e comportamento de compra de produtos e serviços de luxo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Luxo, atitudes, motivações, comportamento do consumidor, marketing.

### ABSTRACT

This study aims to analyze the purchasing behavior of luxury products and services by consumers from Paraná, in terms of attitudes, motivations and consumer behavior. To reach this objective, the first part of this study is focused on summarizing the existing literature on the subject, in order to create a theoretical basis for the present study. In the second part, a quantitative descriptive research was conducted with 289 consumers of luxury products and services from Paraná. The field study revealed the existence of three groups with different profiles according to their attitudes, motivations and consumer behavior towards luxury.

**KEYWORDS:** Luxury, attitudes, motivation, consumer behaviour, luxury marketing.

