

## RESUMO

As mudanças sofridas recentemente em relação aos consumidores de baixa renda podem ser consideradas como um fenômeno de inserção para essa classe, podendo ainda ser visto como algo que impulsiona a máquina capitalista, fazendo com que cada vez mais sejam desenvolvidos novos produtos e serviços para essa população anteriormente relegada ao esquecimento dos empresários. O presente trabalho é resultado de uma pesquisa com uma amostra de 15 consumidoras com perfil de baixa renda, teve-se como objetivo conhecer a lógica que orienta o consumo de mulheres das classes populares em relação a vestuário, investigando o ponto de vista teórico das diferentes abordagens sobre o comportamento do consumidor, traçando o perfil socioeconômico da mulher consumidora da classe popular, conhecendo o que é central para essa consumidora em relação ao vestuário e identificando o significado da roupa para essa mulher de baixa renda. Para a construção desse trabalho foi realizada primeiramente uma pesquisa bibliográfica com auxílio de vários autores, possibilitando uma maior visão sobre o tema, associado a uma pesquisa de campo com 15 mulheres com rendimentos de até três salários mínimos. Foi utilizado para coleta dos dados um questionário aplicado presencialmente às entrevistadas. A partir da coleta de dados foi possível perceber que essa população está sempre em busca de preço e qualidade, estando à maioria das mulheres ainda em uma graduação e em ramos de trabalho com pouco poder de decisão, e que a roupa é vista como parte de uma ferramenta para o exibicionismo próprio.

**Palavras-chave:** Comportamento do Consumidor. Consumidor Baixa Renda. Mulheres.