

8

Referências bibliográficas

ANATEL, Agência nacional de Telecomunicações; **Projeto Micro-Recarga**. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>. Acesso em: 2006.

ANDREASEN, A. R. (1993). Revisiting the disadvantaged: Old lessons and new problems. **Journal of Public Policy & Marketing**. Chicago: v. 12, n. 2, Fall 1993.

BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BARRETO, F.; BOCHI, R. Boston Consulting Group; **Mercados Pouco Explorados: Descobrendo a Classe C**, 2002.

BAUDRILLARD, J. **O Sistema dos Objetos**. S.P.: Editora Perspectiva S.A.. Coleção Debates, 1973.

BERGADAÁ, M. The role of time in action of the consumer. **Journal of Consumer Research**, Chicago, 1990.

BOURDIEU, P. **La Distinction. Critique sociale du jugement**. Paris: les Éditions de Minuit, 1979.

BRUSKY, B.; FORTUNA, J. P. (2002). **Entendendo a Demanda para as Microfinanças no Brasil: Um estudo qualitativo em duas cidades**. Rio de Janeiro: PDI/BNDES, 2002.

CAPLOVITZ, D. **The Poor Pay More: Consumer practices of low-income families**. New York, Free Press, 1963.

CARVALHO, C. E.; ABRAMOVAY, R. O difícil e custoso acesso ao sistema financeiro. In SANTOS, C. A. (org.) **Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas diagnósticos e perspectivas**, 2004.

CASTRO. **Revista de Administração Nobel**, n. 3, p. 59-70, jan./jun.2004.

CHERON, E.; BOIDIN, H.; DAGHFOUS, N. (1999). Basic Financial Service Needs of Low-income Individuals: A comparative study in Canada. **The International Journal of Bank Marketing Bradford**, 1999.

COBRA, M. **Marketing Básico: Uma abordagem Brasileira**, 1997.

COLEMAN, R. P. **The Significance of Social Stratification in Selling**. In Marketing: A Maturing Discipline, Proceedings of the American Marketing Association 43rd National Conference, ed. Martin 1. Bell. Chicago, American Marketing Association, 171-184, 1960.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. C. **The World of Goods**. New York: Basic Books, 1979.

ENGEL J.; BLACKWELL, R.; MINIARD, P. **Comportamento do Consumidor**, 2000.

FEBRABAN. Disponível em: <<http://febraban.gov.br>>. Acesso em: 2009 - **O Setor Bancário em Números** - Ciab Febraban 2009.

HAMMOND, A. L.; PRAHALAD, C. K. **Selling to the poor**. Foreign Policy, 2004.

HOLLINGSHEAD, A. B. **Elmtown's Youth: The Impact of Social Class on Adolescents**. New York, 1949.

HOLT, D. B. Does Cultural Capital Structure American Consumption, **Journal of Consumer Research**, June 1998.

IBGE: “**A Síntese dos Indicadores Sociais 2008 - Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira**”. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 2008.

_____. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2004**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 2009.

_____. **Pesquisa de Orçamentos Familiares (2002-2003)**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 2009.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**, 2000.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**, 1993.

_____. **Marketing**, São Paulo: Atlas, 1996.

_____. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KUNREUZHER, H. Why the Poor May Pay More for Food: Theoretical and Empirical Evidence. **Journal of Business**, v. 46 n. 3, 1973

LEVY, S. J. **Social Class and Consumer Behavior**. New York, John Wiley & Sons, 1966.

MARTINEAU, P. Social Class and Spending Behavior. **Journal of Marketing**, v. 23, October 1958.

MATHEWS, H. L.; SLOCUM Jr., J. W. Social Class and Commercial Bank CreditCard Usage. **Journal of Marketing**. v. 33, 1969.

MATIN, I.; HULME, D.; RUTHERFORD, S (2002). Finance for the Poor: from Microcredit to Microfinancial Services. **Journal of International Development**, 2002.

MATTOSO, Cecília Q. **Me empresta seu nome?** 2005.

_____.; ROCHA, Angela. **Significados Associados às Estratégias para Solução de Problemas Financeiros dos Consumidores Pobres**, 2005.

MEDEIROS, M. - Colunista do Jornal O Globo. **Texto publicado na revista do Jornal Globo**, 01/08/2004.

MORDUCH, J. **The Microfinance Promise**, 1999

MYERS, J. H.; STANTON, R. R.; HAUG, A. F. Correlates of Buying Behavior: Social Class vs. Income. **Journal of Marketing**, v. 35, October 1971.

NEGÓCIOS & CARREIRA (2008). **O celular paga a conta**. ed. n. 507; 31/01/2008.

PARENTE, J.; BARKI, E.; KATO, H. **Consumidor de Baixa Renda: Desvendando as motivações no varejo de alimentos**. Anpad, 2005.

PRAHALAD, C. K. **A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro**, 2005.

RANGAN, V. K. et al. **Business Solutions For The Global Poor: Creating Social and Economic Value**. San Francisco, Jossey-Bass, 2007.

RICHARDS, L. G. Consumer Practices of the Poor. in **The Ghetto Marketplace**, ed. Frederick D. Sturdivant, p. 44-60, Nova Iorque, 1969.

RITA, L.; SBRAGIA, R. **Serviços no Setor de Telefonia Móvel: Uma Análise sob a Dimensão da Competitividade**. São Paulo, 2004.

SANTOS, C. A. dos – **Sistema Financeiro e as Micro e Pequenas Empresas – Diagnósticos e Perspectivas**, 2004.

SARTI, C. **A Família como Espelho**, 1996.

SCHANINGER, C. M. Social Class Versus Income Revisited: An Empirical Investigation. **Journal Of Marketing Research**. v. XVIII, 1981.

SILVA, H. F. da. **Crédito para População de Baixa Renda: O que pode ser feito para facilitar a utilização?** Rio de Janeiro, 2006.

SINGER, Paul. **Laços Financeiros na Luta contra a Pobreza**, 2004.

SUSUKI, F. **Desafios na Comunicação para as Classes C, D e E**. Meio&Mensagem, 7 de abril de 2008.

TAKAHASHI, T. (Org). **Sociedade da Informação no Brasil: Livro Verde**. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.

VIEIRA, S. P. (2005). **Crescimento Econômico, Desenvolvimento Humano e Pobreza: Análise da situação em Moçambique**, 2005.

WASSON, C. R. Is It Time to Quit Thinking of Income Classes? **Journal of Marketing**. v. 38, 1969.

WIELAND, K. **Profit in a Low-ARPU Climate**. Telecommunications International, 39, 4, p. 16-19, 2005.

ZHU, L. Y.; MEEKS, C. B. (1994). **Effects of Low Income Families' Ability and Willingness to use Consumer Credit on Subsequent Outstanding Credit Balances**, 1994.

“Somos todos prisioneiros da nossa criação. Percebemos o mundo por uma ótica colorida por modelos aprendidos de ideologia, experiência e prática administrativa”. (Prahlad, 2005)

ANEXO

Roteiro das entrevistas

Comportamento de compra:

- Como costumam pagar suas compras?
 - Por quê?
 - É mais fácil?
 - Avaliar a questão do controle
 - Avaliar a questão da segurança e do risco (já foi assaltado?)
- Frequência
- Já usou cartão de crédito?
- Como controlam suas compras?
- Que contas costumam pagar (telefone, água, luz...)?
 - Como preferem pagar? Onde (banco...)?
- Fazem pesquisa de preço antes de comprar?
 - E se o celular pudesse te informar onde vocês encontrariam o menor preço?

Utilização do celular

- Possui celular para uso próprio?
- O que significa para você ter um celular?
 - O que mudou na vida após ter um celular?
- Atualmente, como usa o celular?
- Com que finalidade utiliza o seu telefone celular?
- O que o celular poderia ter que não tem?

Celular para compras

- Já pensou em utilizar o celular para pagar contas, bilhetes de metrô, cinema, supermercados...?
- Utilizaria se fosse possível?
 - Sim
 - Não
 - Por quê?
- E se você pudesse, ao invés de sair de casa com dinheiro, cartão... sair apenas com o celular?
 - Teria algum medo para utilizar?
 - Qual?
- Como gostaria de pagar com o celular? O que gostaria que o celular tivesse? Como funcionaria?
- O que gostaria que aparecesse na tela do celular durante a compra?
- Seu celular já foi roubado?
- E se o celular que fizesse compras fosse roubado? O que fariam? Quais seriam os riscos?
 - O que deveria ter para evitar problemas? Por que teriam medo?
 - Você daria suas informações para a operadora guardar para você?
- Este serviço poderia ser cobrado?
 - Quanto estaria disposto a pagar?
- Já pegou dinheiro emprestado?
 - Com quem?
 - Qual foi o motivo?
 - Já teve o “nome sujo”?
 - Por quê?
 - O que significou para você estar com o nome sujo? Impactos na sua vida.

- Já teve que emprestar?
- Com o celular vão poder emprestar?
 - Como?
- Que tipo de ajuda o celular poderia te dar para te ajudar a controlar seus pagamentos e gastos?
- Este serviço poderia ser compartilhado com a sua família? Como?