

5

Metodologia

5.1

Tipo de Pesquisa

Para a realização desta pesquisa, foi adotada uma metodologia qualitativa (CRESWELL, 1998), baseada em entrevistas em profundidade. O estudo qualitativo é útil quando se busca compreender e estudar indivíduos em determinados contextos. A partir deste tipo de pesquisa é possível entender melhor como ocorre a interação indivíduo-contexto em diferentes situações. Embora nem todas as possibilidades possam ser mapeadas em uma pesquisa deste porte, este trabalho tem como proposta possibilitar uma compreensão exploratória sobre a avaliação dos serviços de telefonia móvel por consumidores de baixa renda, com foco em cinco dimensões principais: motivação para uso, desempenho-preço, facilidade e aprendizado do uso, design e funcionalidades e canais de distribuição.

5.2

Definição das Dimensões Avaliadas

A definição das dimensões avaliadas na pesquisa foi feita com base no trabalho de Prahalad (2004), no qual o autor identifica doze princípios que, em conjunto, representam a base da filosofia de inovação para se atender o mercado na base da pirâmide social. Prahalad (2004) destaca que nem todos os princípios de inovação são aplicáveis a todos os negócios. Portanto, é necessário que seja feita uma análise sobre quais são os mais importantes dentro de cada cenário.

Como o objetivo desta pesquisa é explorar as percepções dos usuários de baixa renda em relação ao uso da telefonia celular, foram selecionados aqueles princípios que melhor pudessem ser aplicados para levantar questões relevantes sobre o uso do telefone celular.

Desta forma, os princípios ‘Inovação (soluções híbridas)’, ‘Escala de Operação’, ‘Desenvolvimento Sustentável’, ‘Processos Inovadores’ e ‘Sucesso no MBP deve Quebrar Paradigmas’ podem levantar questões relevantes do ponto de vista da atividade do segmento e do modelo de operação das empresas de telefonia, mas não se aplicam à investigação sobre as experiências pessoais relatadas pelos usuários.

Os princípios a seguir foram aqueles selecionados para auxiliar na elaboração dos questionamentos abordados nesta pesquisa. Participaram desta etapa três especialistas do mercado de telefonia celular (sendo dois em posições gerenciais), que auxiliaram na elaboração das dimensões estudadas e do guia da entrevista aplicada.

- ‘Desempenho de Preço’—Um dos pontos importantes no acesso ao MBP é a oferta de produtos e serviços a um preço adequado e que respeite a limitação de recursos e a disponibilidade de dinheiro, muitas vezes imprevisível. Os especialistas concordaram em identificar a facilidade do sistema de recargas de créditos pré-pagos como uma característica importante para viabilizar este mercado. Este princípio fundamenta a dimensão que investiga o desempenho de preço de aparelhos e serviços.
- ‘Identificando Funcionalidades de Produtos e Serviços’—A partir deste princípio buscou-se identificar quais as aplicações e finalidades de uso do celular. O objetivo seria levantar as funcionalidades que representassem motivadores para uso do serviço.
- ‘Simplicidade no Uso de Produtos e Serviços’ e ‘Aprendizado dos Consumidores’— Em conjunto estes dois princípios levantam questões sobre como é o processo de aprendizado em relação ao uso dos aparelhos e serviço.
- ‘Design dos Produtos’—Prahalad (2004) destaca a preocupação que deve haver ao se adaptar produtos e serviços para ambientes muitas vezes hostis que são encontrados ao se servir o MBP. Este

tópico foi ligeiramente adaptado a partir de sugestões dos especialistas do mercado, buscando investigar de melhor forma quais os atributos mais importantes no celular para seu uso entre os usuários de menor renda, investigando-se aspectos como peso, dimensões e durabilidade da bateria.

- ‘Canais de Distribuição’– Este tópico encerra questões relativas ao acesso dos usuários aos canais de distribuição tanto de aparelhos como de cartões pré-pagos. A partir de sugestão dos especialistas e do referencial teórico levantado, também foram levantadas questões sobre as informações e orientações passadas pelos pontos de vendas.

5.3

Coleta de Dados

Durante as entrevistas, foi feito uso de um gravador, devidamente autorizado pelos entrevistados. O gravador foi importante por permitir a concentração nas respostas, permitindo explorar os temas abordados e a inclusão de perguntas adicionais não previstas no roteiro das entrevistas.

Antes de cada entrevista, o entrevistador procurava deixar o entrevistado à vontade, alertando que não haveria respostas certas ou erradas. O mais importante seria conhecer as opiniões dos entrevistados e suas percepções sobre o serviço de telefonia móvel, dentro de cada tópico avaliado.

Algumas entrevistas foram feitas com data marcada e outras feitas no próprio ambiente de trabalho dos entrevistados, aproveitando suas horas de pausa no trabalho. Cada entrevista teve uma duração média de vinte minutos.

O tratamento dos dados foi facilitado devido ao fato de nenhuma informação ter sido perdida, embora o tempo de apuração–audição e transcrição–tivesse sido, em média, o triplo do tempo de cada entrevista.

5.4

Seleção dos Sujeitos

A seleção dos indivíduos convidados a participarem da entrevista foi feita a partir de indicações de amigos e parentes do pesquisador. Essas indicações foram importantes para tornar o processo de coleta de dados mais objetivo e produtivo, pelo fato de que a pesquisa precisaria ser feita com indivíduos portadores de celular e que tivessem uma renda familiar per capita de no máximo três salários mínimos.

A relação dos indivíduos entrevistados encontra-se na tabela 8, abaixo. Seus nomes foram intencionalmente alterados de modo a garantir anonimato dos participantes, sem que isto represente qualquer perda no processo de análise das informações.

Tabela 8: Relação dos indivíduos entrevistados

Nome	Sexo	Idade	Renda familiar total (R\$/mês)	No. de pessoas na família	Renda familiar per capita (em múltiplos de salários mínimos)	Escolaridade (Anos de Estudo)	Operadora do Celular
1. Arnaldo	Masculino	47	4.000,00	7	de 1 a 2 salários mínimos	5	Oi
2. Bernadete	Feminino	45	700,00	3	menos de um salário mínimo	0	Oi
3. Carla	Feminino	33	450,00	3	menos de um salário mínimo	3	Claro
4. Diva	Feminino	24	900,00	4	menos de um salário mínimo	6	Vivo
5. Eliane	Feminino	32	533,00	5	menos de um salário mínimo	5	Claro
6. Fabiola	Feminino	41	900,00	5	menos de um salário mínimo	3	Tim
7. Gustavo	Masculino	24	2.000,00	3	de 2 a 3 salários mínimos	12	Vivo
8. Hilda	Feminino	42	390,00	3	menos de um salário mínimo	0	Oi
9. Ivã	Masculino	42	480,00	1	de 1 a 2 salários mínimos	5	Vivo
10. Jaciara	Feminino	27	600,00	1	de 1 a 2 salários mínimos	8	Oi
11. Kleyton	Masculino	25	2.000,00	5	de 1 a 2 salários mínimos	5	Vivo
12. Lírio	Masculino	33	800,00	3	menos de um salário mínimo	3	Vivo
13. Marta	Feminino	35	1.100,00	2	de 1 a 2 salários mínimos	0	Tim

5.5

Tratamento e Análise dos Dados

Foi realizada análise qualitativa das entrevistas realizadas, procurando-se identificar a manifestação dos aspectos mais relevantes dentro de cada categoria avaliada. De acordo com Creswell (1998), o objetivo deste tipo de análise é o aproveitamento daquilo que é mais importante para a pesquisa, já que nem todos os dados são utilizados no trabalho.

Nesta etapa é importante a contribuição do material bibliográfico levantado. A consulta aos trabalhos de outros autores ajuda a identificar os temas relevantes e a avaliar com fundamentação as informações coletadas.

Como resultado do trabalho de análise, procurou-se elaborar proposições dentro de cada item avaliado. As proposições representam um resultado importante da pesquisa, pois contribuem para sintetizar um entendimento que servirá subseqüentemente para um esforço de quantificação, através de pesquisas futuras.