

8

Bibliografia

ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações; **Comunicação Móvel.**

Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>. Acesso em: 2005.

ANATEL, Agência nacional de Telecomunicações; **Projeto Micro-Recarga.**

Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>. Acesso em: 2006.

BAIO, C. **Hegemonia do Pré-pago faz Operadoras Mudarem sua Estratégia.**

Diário do Comércio, Indústria e Serviços. Disponível em: <<http://www.dci.com.br>>.

Acesso em: Maio 2007.

BAKER, J.; GREWAL, D.; PARASURAMAN, A. A Influência do Ambiente da Loja nas Inferências de Qualidade e em sua Imagem. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 22, p. 328-339, 1994.

BARRETO, F.; BOCHI, R. Boston Consulting Group; **Mercados Pouco Explorados: Descobrindo a Classe C.** Disponível em: <<http://www.bcg.com.br>>.

Acesso em: 2002.

BLENCHE, N.; TEIXEIRA, S. O discreto charme da baixa renda. **Revista Exame.**

Julho de 2005.

BOONE, L.; KURTZ, D. **Contemporary Marketing.** Mason, Thomson Learning, 2004.

BOOZ, A. H. **Criação de Valor no Varejo e o Consumidor de Baixa Renda.**

Disponível em: <<http://www.boozallen.com>>. Acesso em: 2004.

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

CARNEIRO, M. C.; BORGES, L. F. Financiamento das Telecomunicações no Brasil: Balanço e Perspectivas. In: **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 17, p. 153–168, 2002.

CHAUVEL, M. A. **Consumidores Insatisfeitos: Uma oportunidade para as empresas.** Rio de Janeiro, Mauad. 2000.

CRESWELL, J. H. **Qualitative Inquiry and Research Design – Choosing Among Five Traditions.** Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.

D`ANDREA, G.; HERRERO, G. **Understanding Consumers and Retailers at the Base of the Pyramid in Latin America.** Business Solutions For The Global Poor: Creating Social and Economic Value. San Francisco, Jossey-Bass, 2007.

D`ANDREA, G.; STENGEL, A.; GOEBEL-KRSTELJ, A. **Crear Valor para Los Consumidores Emergentes.** Harvard Business Review, Novembro 2003.

DIKKERS, M.; MOTTA, P. C. **Photography and the Low-Income Classes in Brazil.** Business Solutions For The Global Poor: Creating Social and Economic Value. San Francisco, Jossey-Bass, 2007.

FGV. **Pesquisa sobre Orçamentos Familiares 2002 – 2003.** Disponível em: <http://www.fgv.br>.

GIOVINAZZO, R. **Um Estudo Sobre o Desempenho e a Estratégia das Empresas que Atuam no Mercado de Bens Populares no Brasil.** Dissertação de mestrado. São Paulo, Universidade de São Paulo, Departamento de Administração, 2003.

HILL, R. P. Stalking the Poverty Consumer: A retrospective examination of modern ethical dilemmas. **Journal of Business Ethics**, Maio 2002.

IBGE. Dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD 2005). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>.

LARSON, J. **Reaching Downscale Markets**. American Demographics. Novembro 1991.

MATTOSO, C. L. **Classes Sociais e o Comportamento das Classes C e D**. Cadernos Discentes COPPEAD, Rio de Janeiro, n. 15, p. 6–31, 2002.

MATTOSO, C. L. **Significados Associados às Estratégias para Solução de Problemas Financeiros dos Consumidores Pobres**. ENANPAD, 2005.

MOTTA, P. C.; MULLER, C. **Global Poverty: A Challenge to Business Schools**. IAJBS 13th World Forum, Guadalajara, Junho, 2007.

NEVES, M. S. O Setor de Telecomunicações. In: **Revista BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 9, 1998.

OLIVEIRA, M. A Base da Pirâmide Torna-se o Topo das Vendas. **Revista Isto É**, Junho, 2006.

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

PRAHALAD, C. K. **A Riqueza na Base da Pirâmide**. São Paulo, Bookman, 2005.

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

SANTANA, I. De onde sairá o próximo bilhão? **Revista Teletime**, n. 83, Novembro 2005.

TELECO. **Tutorial Telefonia Celular – Balanço dos Movimentos de 2005**. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br>>. Acesso em: Março 2006.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de Serviços: a Empresa com Foco no Cliente**. Porto Alegre, Bookman, 2003.

9

Anexo – roteiro utilizado nas entrevistas

- 1) Qual a faixa salarial domiciliar?
- 2) Quantas pessoas moram no domicílio?
- 3) Por que o celular é importante para você?
- 4) Desde quando tem pré-pago?
- 5) Qual o valor médio de recarga mensal?
- 6) Qual é a operadora? Há quanto tempo está nela?
- 7) Já teve pré de outras operadoras? Por que da mudança? Quais as vantagens de cada uma?
- 8) Já teve pós? Por que da mudança? Quais as vantagens de cada tipo de plano?
- 9) Tem conhecimento das tarifas do seu pré? De algum móvel? Do fixo? Do orelhão?
- 10) Usa orelhão? Quando e por quê?
- 11) Usa fixo? Aonde? Quando e por quê?
- 12) Antes de fazer uma chamada, pensa se é melhor ligar do fixo, móvel pré ou orelhão? Por quê? Varia o tipo de origem de acordo com o tipo de destino ou operadora de destino da chamada?
- 13) Faz chamadas a cobrar no pré? Para quem e por quê?
- 14) Costuma fazer chamadas daquele estilo “só dar um toquinho” para a pessoa ver que é você e te ligar de volta? Para quem?
- 15) No momento da compra do aparelho / opção pelo serviço pré, pediu orientação a alguém? A quem e por quê?
- 16) Você conhece todas as funcionalidades do seu plano? E do seu aparelho?
- 17) Quais são os serviços que utiliza além de voz? (sms, envio de fotos, acesso à internet, transmissão de dados, etc...)
- 18) Conhece tarifas desses serviços?

- 19) Como foi o processo de escolha do seu aparelho? O que considera importante em um aparelho?
- 20) Quais os serviços que mais usa no seu aparelho? (câmera, agenda, despertador, lembretes, bluetooth, etc...)
- 21) O que faz com que você recarregue mais do que a sua média mensal?
- 22) Você gostaria de ter algum tipo de serviço no seu pré ou aparelho, diferente do que tem hoje?
- 23) Se você tivesse esse tipo de serviço, estaria disposto recarregar mais vezes ou em valores maiores?
- 24) Você costuma ficar atento às promoções de celular? Que tipo de promoções te atraem? (de aparelhos, de tarifas, de bônus de tráfego, de LD, etc...)
- 25) Onde costuma comprar cartões de recarga? Os valores atendem?
- 26) Você está satisfeito com seu plano? O que poderia melhorar?
- 27) Está satisfeito com sua operadora? O que poderia melhorar?
- 28) Pretende mudar o tipo de plano / operadora em breve? Por quê?
- 29) Se pudesse mandar um recadinho para a sua operadora, qual seria?