

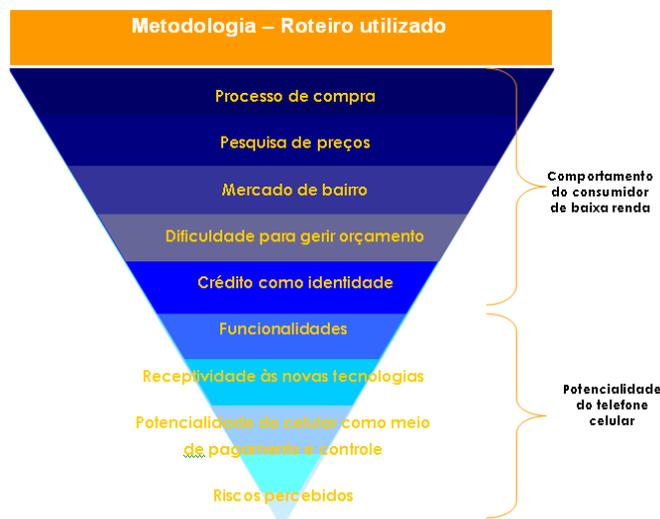
4 Método

“Derivada das ciências comportamentais, a pesquisa qualitativa busca examinar e entender o comportamento humano em um determinado contexto. É mais descritiva do que definitiva. Não se preocupa com medidas estatísticas e não mostra proporções, mas comportamentos e atitudes. As informações obtidas em uma pesquisa qualitativa proporcionam um aprofundamento no exame de um determinado assunto e possibilitam compreender as razões, motivos e porquês dos comportamentos, hábitos e atitudes do público alvo em relação ao assunto em estudo.”

(Brusky e Fortuna, 2002)

A pesquisa que deu origem ao presente estudo é definida como qualitativa. Pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados.

O estudo se desenvolveu por meio de entrevistas qualitativas nas quais explorou a experiência dos entrevistados. Foram realizadas entrevistas em grupos de focos, guiadas por um roteiro de perguntas previamente elaborado. Procurou-se explorar a experiência e vivência do consumidor de baixa renda durante o processo de compras, e mais especificamente, a potencialidade do celular como instrumento de acesso ao crédito e controle financeiro na cidade do Rio de Janeiro – conforme modelo a seguir:



Para tanto, a população estudada restringiu-se as pessoas adultas, residentes na região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro, tinham renda mensal de até quatro salários mínimos e possuíam pelo menos um telefone celular ativo. O critério para escolha das 18 pessoas a serem entrevistadas foi de acessibilidade.

A pedido dos entrevistados não serão fornecidos nomes completos. As entrevistas com os dois grupos tiveram duração média de uma hora cada e foram gravadas, sendo posteriormente transcritas para análise.

Na tabela a seguir é apresentado um resumo das principais características dos entrevistados. Todos os dados foram fornecidos pelos próprios.

Tabela 4 - Identificação das principais características dos entrevistados na pesquisa

PERFIL DOS ENTREVISTADOS				
NOME	IDADE	RENDA FAMILIAR MENSAL	PROFISSÃO	# PESSOAS NO DOMICÍLIO
1 Ione	44 anos	R\$ 485,00	Faxineira	2
2 Regina	34 anos	R\$ 998,00	Auxiliar de limpeza	3
3 Leandro	32 anos	R\$ 800,00	Auxiliar de limpeza	4
4 Amerinda	32 anos	R\$ 514,00	Lider de limpeza	2
5 Felipe	25 anos	R\$ 700,00	Auxiliar de limpeza	3
6 Nilzete	50 anos	R\$ 1.800,00	Encarregada	4
7 Alice	56 anos	R\$ 1.500,00	Babá	2
8 Maria Ligia	55 anos	R\$ 1.200,00	Empregada doméstica	3
9 Marta	57 anos	R\$ 650,00	Auxiliar de serviços gerais	2
10 Divania	37 anos	R\$ 650,00	Auxiliar de serviços gerais	2
11 Ana Paula	30 anos	R\$ 1.200,00	Atendente	3
12 Zé Ronaldo	29 anos	R\$ 779,00	Jardineiro	5
13 Miguel	25 anos	R\$ 1.500,00	Mecânico de refrigeração	7
14 Samara	27 anos	R\$ 1.028,00	Auxiliar de limpeza	3
15 Dilma	47 anos	R\$ 900,00	Auxiliar de limpeza	6
16 Kelly	26 anos	R\$ 971,00	Serviços Gerais	3
17 Zé Renato	analfabeto			
18 Elisangela	25 anos	R\$ 1.198,00	Caixa	3

Fonte: própria

Apesar das contribuições ao entendimento do comportamento do consumidor de baixa renda, este estudo apresenta algumas limitações. Por se tratar de um estudo exploratório, suas conclusões estão baseadas em pesquisas qualitativas onde foram aplicados os métodos de entrevistas em profundidade e discussões em grupo. A pesquisa foi realizada na cidade do Rio de Janeiro. Outras cidades, bem como a análise em outros estados, podem apresentar novos *insights* e dimensões no entendimento das características e do perfil do consumidor de baixa renda.