

AULETE. iDicionário. Disponível em:

<http://aulete.uol.com.br/site.php?mdl=aulete_digital>. Acesso em: 10 de agosto de 2010.

BARON, R. A.; BYRNE, D. **Social Psychology: Understanding Human Interaction**, 5th ed. Boston: Allyn & Bacon, 1987.

BARROS, C. Consumo, Hierarquia e Mediação: um estudo antropológico no universo das empregadas domésticas. **Anais** do 30º EnANPAD, 2006.

_____.; A “invisibilidade” do mercado de baixa renda nas pesquisas de marketing. **Anais** do EMA, 2006.

_____.; **Trocas, Hierarquia e Mediação**: As dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas. Tese (Doutorado em Administração) – Instituto de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, COPPEAD, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

BELEZA NATURAL. Disponível em: <<http://www.belezanatural.com.org>>. Acesso em: 23 de junho de 2009.

BOONE, L. E.; KURTZ, D. L. **Contemporary Marketing**, 12th edition. Ohio: Thomson South-Western, 2006.

BOUZÓN, P. Cabelos e construção de identidades: incursão antropológica em um salão de beleza carioca. In Cassotti, L.; Suarez, M. & Campos, R. D. (Orgs.). **O Tempo da Beleza: Consumo e Comportamento Feminino, Novos Olhares**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.

CASTILHOS, R. B. Subindo o morro: consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais**, Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

_____.; ROSSI, C. A. V. Subindo o morro: consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares. In: Rocha, A & Silva, J. F. (Orgs.). **Consumo na Base da Pirâmide: Estudos Brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

DIKKERS, M.; MOTTA, P. C. Photography and the Low-Income Classes in Brazil: A Case Study of Kodak, in: Rangan, K.; Quelch, J.; Herrero, G.; Brooke, B. (orgs.). **Business Solutions for the Global Poor: Creating Social and Economic Value**. San Francisco, Jossey-Bass, 135-143, 2007.

FIGUEIREDO, A. **São quase todos brancos de tão ricos? Trajetórias e percepção das diferenças entre os empresários negros.** XXIV Reunião da ANPOCS- Associação Nacional de Pós-Graduação em Ciências Sociais Petrópolis, 23-27 de Outubro de 2000.

FRY, P. Estética e política: relações entre “raça”, publicidade e produção da beleza no Brasil. In: Goldenberg, M. (Org.). **Nu e Vestido: Dez Antropólogos Revelam a Cultura do Corpo Carioca.** Rio de Janeiro, Record, 2002.

GILL, R. Análise do discurso. In: BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um manual prático.** Petrópolis: Vozes, 2002. p. 244-270.

GOMES, N. L. Trajetórias escolares, corpo negro e cabelo crespo: reprodução de estereótipos ou ressignificação cultural? **Revista Brasileira de Educação**, n. 21, Set./Out./Nov./Dez. 2002.

_____. **Educação, identidade negra e formação de professores/as: um olhar sobre o corpo negro e o cabelo crespo.** Educação e Pesquisa, v. 29, n. 1, p. 167-182. São Paulo, jan./jun. 2003.

GUERRA, I. C. **Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo.** Sentido e formas de uso. Estoril: Principia, 2006

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/default.php>>. Acesso em: 23 de março de 2009.

IPEA. Comunicado da Presidência. n. 12 - Pnad 2007: Primeiras análises - Educação, juventude e raça. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/003/00301009.jsp?ttCD_CHAVE=6561>. Acesso em: 23 de março de 2009.

JANNUZZI, P. M. A Importância das variáveis sócio-demográficas no estudo do comportamento do consumidor: uma contribuição empírica a partir da análise de Pesquisa de Orçamento Familiar. **Anais do 21º Encontro Nacional da ANPAD.** Rio de Janeiro, 1997.

KATZ, D. **The Functional Approach to the Study of Attitudes.** Public Opinion Quarterly. n. 24, p. 163-204, Summer 1960.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: A edição do novo milênio.** São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LUTZ, R. J. **A Functional Approach to Consumer Attitude Research.** Advances in Consumer Research, v.5, n.1, p.360-369, 1978.

MALACHIAS, R. **Cabelo bom. Cabelo ruim! Coleção Percepções da diferença. Negros e brancos na escola.** v. 4. NEINB – Núcleo de Apoio à Pesquisas em Estudos Interdisciplinares sobre o Negro Brasileiro, da Universidade de São Paulo – USP, Ministério da Educação, Brasil, 2007.

MATTOSO, C. **Identidade, Inserção Social e Acesso Restrito a Serviços Financeiros: Um estudo na favela da Rocinha.** Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: Coppead/UFRJ, 2005.

MOTTA, P.C. et al. **Poverty: A Challenge to Business Schools**. Proceedings Internacional, Growing Inclusive Markets Forum. Halifax. 2008.

O GLOBO. Corpo a Corpo com Guy Kawasaki, **Caderno de Economia**. p. 27, 18/11/2009.

PETER, J. P.; OLSON, J. C. **Consumer Behavior and Marketing Strategy**. Seventh edition. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2005.

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

_____.; HAMMOND, A. **Serving the World's Poor, Profitably**. Harvard Business Review, v. 80, n. 9, p. 48-57, 2002.

_____.; HART, S. **The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Strategy + Business**, issue 26, spring 2002.

RIBAS, J. R. As Dimensões da Lealdade do Consumidor nos Serviços de Beleza. **Anais** do 30º Encontro Nacional da ANPAD. Salvador, 2006.

RIBEIRO, M. A. S. **O Gerenciamento Cultural e o Ciclo de Vida da Empresa Familiar: Um estudo de caso**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

ROCHA, A.; SILVA, J. F. Inclusão Social e Marketing na Base da Pirâmide: uma agenda de pesquisa. **RAE-Eletrônica**, v. 7, n. 2, art. 23, jul./dez. 2008.

_____.; _____. **Consumo na Base da Pirâmide: Estudos Brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

ROCHA, E. Invisibilidade e revelação: camadas populares, cultura e práticas de consumo. In: Rocha, A & Silva, J. F. (Orgs.). **Consumo na Base da Pirâmide: Estudos Brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

ROCHA, S. **Pobreza no Brasil: Afinal, de que se trata?** 1ª. reimpressão, Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2008.

_____. **Pobreza e Indigência**. Disponível em: <http://www.iets.org.br/article.php3?id_article=915>. Acesso em: 23 de março de 2009.

SANTOS, J. T. **O Negro no Espelho: Imagens e Discursos nos Salões de Beleza Étnicos**. Estudos Afro-Asiáticos, n. 38, Rio de Janeiro: dez. 2000.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do Consumidor**, 6ª edição – Rio de Janeiro: LTC 1997.

SILVA, H. M. R.; PARENTE, J. G. O mercado de baixa renda em São Paulo: um estudo de segmentação baseado no orçamento familiar. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo**. 5ª edição – Porto Alegre: Bookman 2002.

SUAREZ, M.; CASSOTTI, L.; ALMEIDA, V. Beleza Natural: Crescendo na Base da Pirâmide. **Revista de Administração Contemporânea- RAC**, v. 12, n. 2, p. 555-574, Abr./Jun. Curitiba: 2008.

TEIXEIRA, S. A. **Produção e Consumo Social de Beleza**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 7, n. 16, p. 189-220, dezembro de 2001.

URANI, A. **Indicadores da Desigualdade Racial no Brasil**. Rio de Janeiro, novembro de 2003. Disponível em: <http://www.iets.org.br/article.php3?id_article=41>. Acesso em: 24 de março de 2009.

VELEZ, L.; BELIDO, T. Beleza Natural, Instituto de Beleza. In SEBRAE/RJ. **Melhores Estudos de Caso da Pequena Empresa**. Qualitymark. Rio de Janeiro: 2004.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de Serviços, a Empresa com Foco no Cliente**. 2ª Ed. – Porto Alegre: Bookman, 2003.

9

Anexo

9.1.

Roteiro geral das entrevistas

9.1.1.

Roteiro das entrevistas para clientes do Beleza Natural

- 1- Há quanto tempo você faz o tratamento no Beleza Natural?
- 2- Como você conheceu o salão?
- 3- Quais os resultados obtidos após o tratamento com o Super Relaxante?
Como você se sente depois de fazer o tratamento?
- 4- Você faz o Super Relaxante de quanto em quanto tempo? É todo mês?
- 5- Você já experimentou outros tipos de tratamento de cabelo antes de vir ao Beleza Natural? Quais foram os resultados deles?
- 6- Qual a importância que o tratamento de cabelo tem para você? Qual a diferença que você sente antes e depois do tratamento?
- 7- Qual a forma de pagamento que você costuma usar para pagar o Beleza Natural: dinheiro, cartão de débito, cartão de crédito à vista ou parcelado?
- 8- Você acha o tratamento caro? Alguma vez você já teve que parcelar o pagamento no cartão de crédito? Você sabia que o pagamento parcelado tem juros?
- 9- Você acha que vale a pena pagar juros ou pegar dinheiro emprestado para fazer o tratamento do cabelo? Você já teve que pedir dinheiro emprestado para fazer o cabelo? Você conhece alguma pessoa que já teve que fazer isso?
- 10- Se você chegasse ao final do mês e ainda sobrasse 100 reais, o que preferia fazer: comprar uma roupa, um sapato, um acessório (cinto, bijuteria, lenço), ir ao cinema, comer fora de casa, levar os filhos para passear ou fazer o Super Relaxante no Beleza Natural?

- 11-** Você já sentiu alguma forma de discriminação por causa do seu cabelo?
Por exemplo na infância, na escola, na adolescência ou no ambiente de trabalho?
- 12-** Você acha que a aparência é importante para conseguir trabalho? O cabelo bem arrumado ajuda a conseguir emprego? Você já teve alguma experiência nessa linha?
- 13-** Você acha que cuidar do cabelo ajuda a conseguir namorado? O cabelo bem arrumado ajuda no relacionamento amoroso?

9.1.2.

Roteiro das entrevistas para as não clientes do Beleza Natural

- 1-** Você conhece o salão Beleza Natural? Conhece alguma amiga que faz o tratamento de cabelo no Beleza Natural?
- 2-** Você gostaria de fazer o tratamento no Beleza Natural?
- 3-** Para você, o que é o Beleza Natural?
- 4-** Você gastaria 100 reais para fazer o tratamento de cabelo no Beleza Natural?
- 5-** Onde você faz o tratamento de cabelo? Qual tipo de tratamento você prefere?