

F. Ciências Sociais Aplicadas - 2. Gestão e Administração - 5. Gestão de Pessoas

Percepção dos usuários de celular sobre a utilidade pessoal e profissional.

Thaís Mariane Salgado¹

Ana Alice Vilas Boas²

1. Estudante do Colégio Tiradentes da Polícia Militar de Minas Gerais - Lavras.

2. Profa. de Gestão de Pessoas, Departamento de Administração e Economia

RESUMO:

Esta pesquisa teve como objetivo principal identificar o perfil sócio-econômico de usuários de celular e analisar a percepção dos mesmos quanto à aplicabilidade desse instrumento para o uso pessoal e profissional. Os dados foram coletados em Lavras - MG de forma aleatória por bolsistas capacitados para este fim. Aplicou-se um questionário semi-estruturado com perguntas de múltipla escolha e uma escala tipo Likert junto a 94 pessoas que possui celular, de modo que pouco mais da metade eram mulheres e também se observa um grande percentual de menores de 19 anos. Exatamente 50% possuem ou cursam o ensino médio e isso explica o fato de que a maioria tem renda mensal de até R\$ 500, próximo ao salário mínimo vigente no país.

A maioria concorda que o celular tem ferramentas que podem ser aplicadas no uso pessoal, mas não consideram que ele seja útil nas atividades em casa. Tal fato pode ter ocorrido devido ao grande número de respondentes que são estudantes e que trabalham fora o dia todo, pois estes dois grupos não desempenham muitas atividades domésticas e por isso tiveram respostas contraditórias.

Os pais concordam que o celular tem aplicativos úteis para os filhos, mas não estão seguros de que eles possam usar. Em relação ao trabalho, os respondentes, na sua maioria, afirmam que o celular é útil, mas em contra partida, eles afirmam que não acham que seriam capazes de trabalhar em casa de forma mais eficaz por causa das aplicações dos mesmos.

A grande maioria está de acordo que o celular é útil quando se trata de segurança e diversão. Mais de 50% dos respondentes discordaram totalmente a respeito de duas premissas: pessoas que têm celulares têm mais prestígio do que aquelas que não têm e o uso do celular é um símbolo de status social. O resultado pode ser justificado pelo fato de que as pessoas entrevistadas estão inseridas em diferentes classes sociais, com diferentes rendas mensais, e todas possuem pelo menos um celular. Também a maioria discorda totalmente de que são influenciados por amigos e família na compra de um aparelho, mas são influenciados pelas mídias.

Um grande percentual não está com medo dos avanços tecnológicos, de nenhuma maneira e ainda acreditam que melhores aparelhos virão e o preço continuará em declínio. A maioria interage bem com o celular e concorda que ele gera muita mobilidade. Todos os entrevistados, no final, se mostraram satisfeitos quanto à posse do celular.

Palavras-chave: celulares, usuários, percepção.

