

## **F. Ciências Sociais Aplicadas - 2. Gestão e Administração - 3. Gestão da Produção e Marketing**

### **A percepção de usuários potenciais sobre o uso do celular no município de Lavras - MG**

Luiz Pereira Dias Júnior, Bolsista - Bic Júnior<sup>1</sup>

Ana Alice Vilas Boas, Orientadora - DAE<sup>2</sup>

1. Escola Estadual Cinira Carvalho
2. Universidade Federal de Lavras

#### **RESUMO:**

Esta pesquisa teve como objetivo principal identificar o perfil sócio-econômico de usuários potenciais e analisar a percepção dos mesmos quanto à aplicabilidade e utilidade 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 72 pessoas que não possuíam celular. Observou-se que a maioria dos respondentes era do sexo feminino e possui ensino médio. Quanto à faixa etária demonstra-se um dado curioso: existe um equilíbrio entre as idades, sendo o percentual maior dos que tem idade inferior a 19 anos. Quanto à ocupação, os entrevistados com maior incidência (32%) são estudantes, 48% se dividem entre os que trabalham o dia todo, os que trabalham parte do dia e os aposentados. A maioria (68%) recebe menos de um salário mínimo. Percebeu-se quanto à aplicação pessoal que há total discordância que o celular oferece ferramentas para atividades pessoais, mas total concordância que o mesmo oferece ferramentas para atividades domésticas. Os entrevistados concordam totalmente que o celular é útil para os filhos e houve um percentual equilibrado quanto às aplicações para diversão. Os respondentes concordam totalmente que o celular oferece aplicações para segurança pessoal e familiar, no entanto, discordam totalmente que o celular ofereça algum prestígio, ou seja, um símbolo de status. Boa parte dos entrevistados disse que os amigos e familiares acham que deveriam ter um celular. Quanto às influências das mídias de telecomunicação na compra do celular, o percentual se divide entre concordo, discordo e não aplicável. A absoluta maioria discorda totalmente que não possuem um celular por medo ou aversão aos avanços tecnológicos. Além do custo que está em constante declínio. Contudo, pode-se concluir que a maioria dos entrevistados pretende ter um celular para uso pessoal.

Instituição de Fomento: CNPq / FAPEMIG

Palavras-chave: Comportamento do consumidor, marketing, comunicação.