

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

### **Fatores determinantes na intenção de compra de um celular no município de Lavras – MG**

Ana Caroline Santos Silva, bolsista - Bic Júnior<sup>1</sup>

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

1. Colégio Tiradentes da Polícia Militar- MG
2. Universidade Federal de Lavras

#### **RESUMO:**

Esta pesquisa teve como objetivo principal fazer um diagnóstico do uso de celulares junto a população no município de Lavras - MG. Mais especificamente buscou-se identificar o perfil sócio-econômico de usuários e usuários potenciais e analisar a percepção dos mesmos quanto a aplicabilidade e utilidade desse instrumento de comunicação para o uso pessoal e profissional. Utilizou-se de um instrumento composto basicamente de duas partes: um questionário com perguntas objetivas de tipo múltipla escolha e uma escala do tipo Likert, contendo sete variações para descrever a percepção dos mesmos. Os dados foram coletados de forma aleatória por bolsistas capacitados para este fim. Foram entrevistadas 94 pessoas possuidoras de celular e 72 que não possuíam celular. Observou-se que a maioria dos respondentes era do sexo feminino, sendo que os respondentes que não têm celular estão distribuídos de modo equilibrado nas diferentes faixas etárias e entre os respondentes que possuem celulares predomina as categorias até 61 anos. Quase 50% dos respondentes que possuem celular estão cursando ensino médio e aproximadamente um terço dos potenciais usuários possuem ensino fundamental. A maioria dos usuários recebe menos de um salário mínimo devido a incidência de estudantes não inseridos no mercado de trabalho. No outro grupo, quase 70% dos entrevistados também recebem menos de um salário mínimo devido ao grande número de aposentados. Constatou-se também que 55% dos que possuem celular concordam totalmente que ele tem utilidades pessoais, profissionais, domésticas e de diversão, sendo que entre os que não possuem celular, a grande maioria afirma que ele não é necessário para tais atividades. No entanto, tratando-se da segurança que o celular fornece, tanto usuários, como não usuários consideram-no útil para segurança pessoal e da família. Além disso, a grande maioria dos respondentes discorda totalmente que o aparelho celular proporciona mais prestígio do que alguém que não o possui. Quanto às influências das mídias de telecomunicação na compra do celular, a absoluta maioria discorda totalmente que não possuem um celular por medo ou aversão aos avanços tecnológicos. Contudo, pode-se concluir que a maioria dos entrevistados que não possui, pretende ter um celular para uso pessoal, e a maioria que possui celular está satisfeita com as utilidades que o aparelho fornece.

Instituição de Fomento: CNPq/FAPEMIG

Palavras-chave: Marketing, Comportamento do Consumidor, Comunicação.

