

“ESTUDO EXPLORATÓRIO PARA COMPREENDER O COMPORTAMENTO DOS USUÁRIOS DE SMARTPHONE – HÁBITOS E ROTINAS - 2016”.

ANA CAROLINA MITESTAINER¹, THAIS PITARELLO², PAULO ALEXANDRE PINHEIRO SOARES³

1 - Aluna do 2º semestre do curso Superior de Administração de Empresas – UNIFIA

2 - Aluna do 3º semestre do curso Superior de Gestão em Marketing – UNIFIA

3 - Professor formado em Propaganda e Marketing com especialização em Comunicação de Mercado – UNIFIA

RESUMO

O crescente número de usuários de “smartphone” tem oferecido ao mercado grandes oportunidades de negócio e principalmente uma comunicação com agilidade e praticidade. Novo modelo de comunicação, com rápidas mensagens enviadas por aplicativos e respostas por tempo real, possibilitam a utilização dessas ferramentas na expansão dos serviços e disponibilidades de produtos.

Os novos aplicativos proporcionam; não só, a criação de negócios e transações financeiras, mas um maior envolvimento entre consumidores e empresas, nesse processo de comunicação a empresa deixa de ser simplesmente uma instituição organizacional e passa a ser um receptor e também emissor de informação, consulta e orientação.

Palavras-chaves: Usuários , Smartphone, Serviços , Produtos

INTRODUÇÃO

Esse estudo tem como finalidade sondar os hábitos dos usuários de smartphone, compreender suas rotinas na utilização dessa tecnologia como ferramenta mercadológica, perceber e avaliar o grau de aceitação de um novo aplicativo de busca. Nesse novo aplicativo além de oferecer ao usuário serviços;

também pretende contruir no relacionamento, uma canal de comunicação entre os empresarios regionais e seus respectivos consumidores.

OBJETIVO

Analisar o comportamento e buscar indicativos para introduzir no mercado um produto, sendo caracterizado no formato de Aplicativo, disponibilizado via smartphome. Descobrir as principais necessidades dos usuários e transformar em oportunidades para melhor adequação ao perfil do consumidor.

METODOLOGIA

A elaboração do estudo foi solicitado e firmado através de parceria com o discente, Michel Leal, do Centro Universitário UNIFIA do curso de Engenharia Civil, com o intuito de proporcionar orientação e suporte da iniciativa e aprimoramento na idealização do Aplicativo.

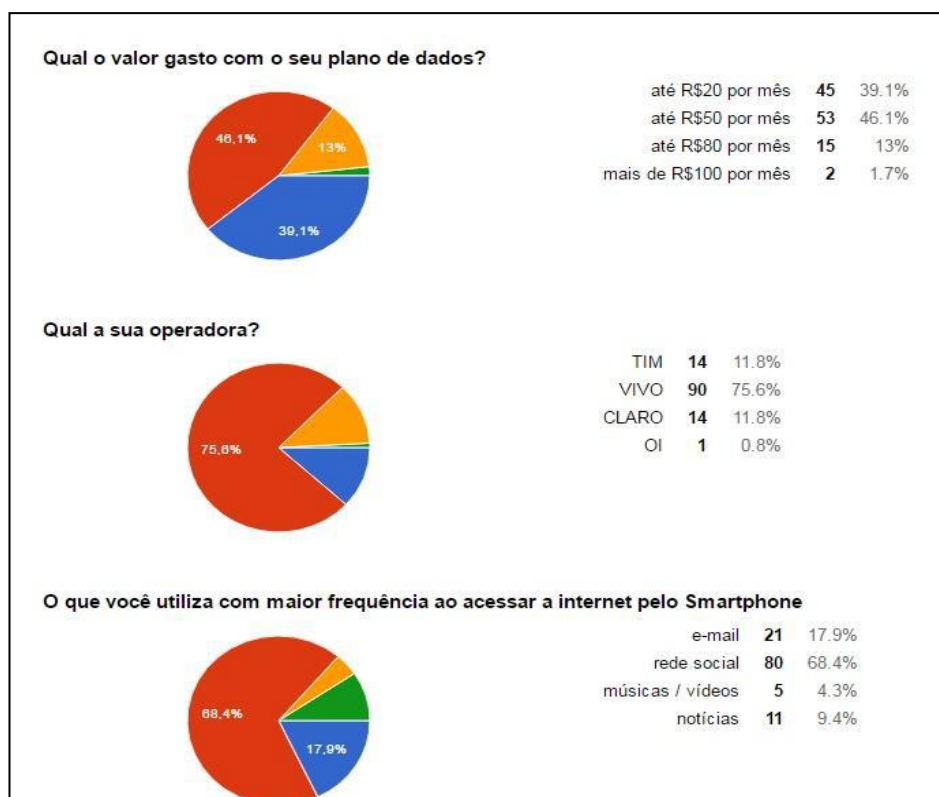
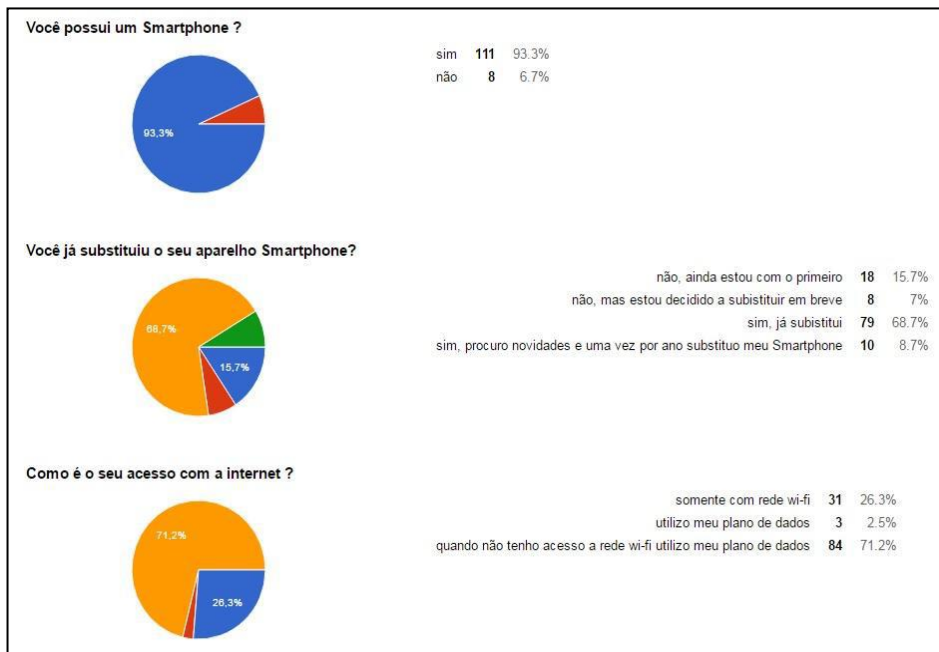
Essa concepção teve início diante de reuniões para estabelecer os critérios da pesquisa qualitativa e a essência das questões. Nessas reuniões decidimos o teor das questões fechadas com múltiplas alternativas para resposta única.

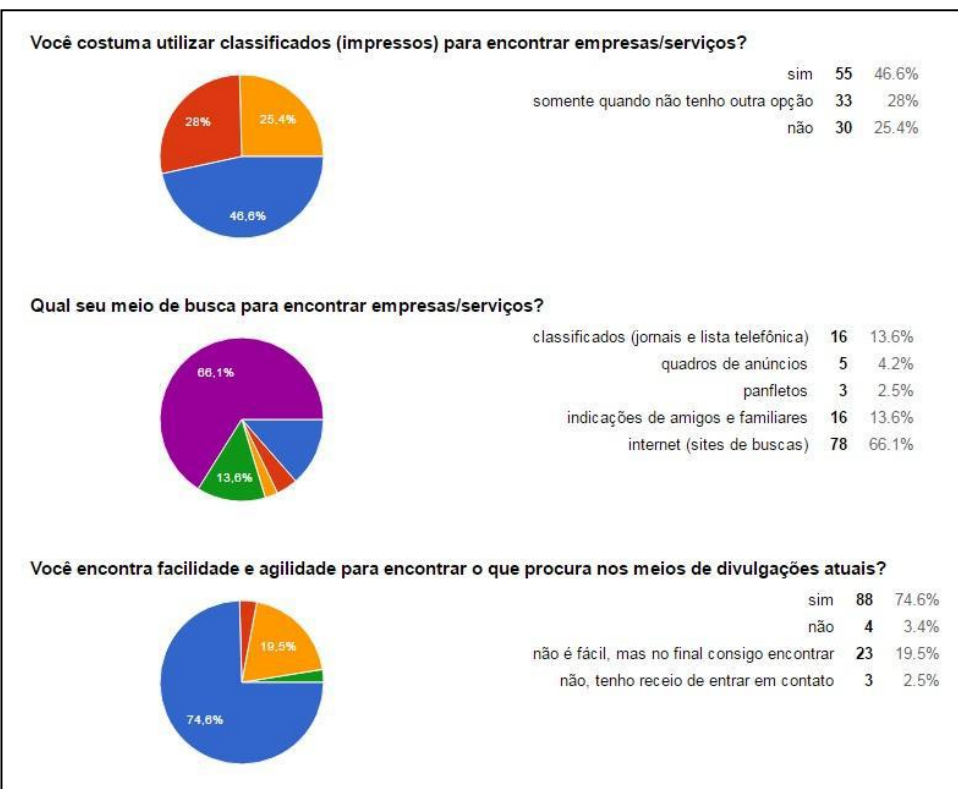
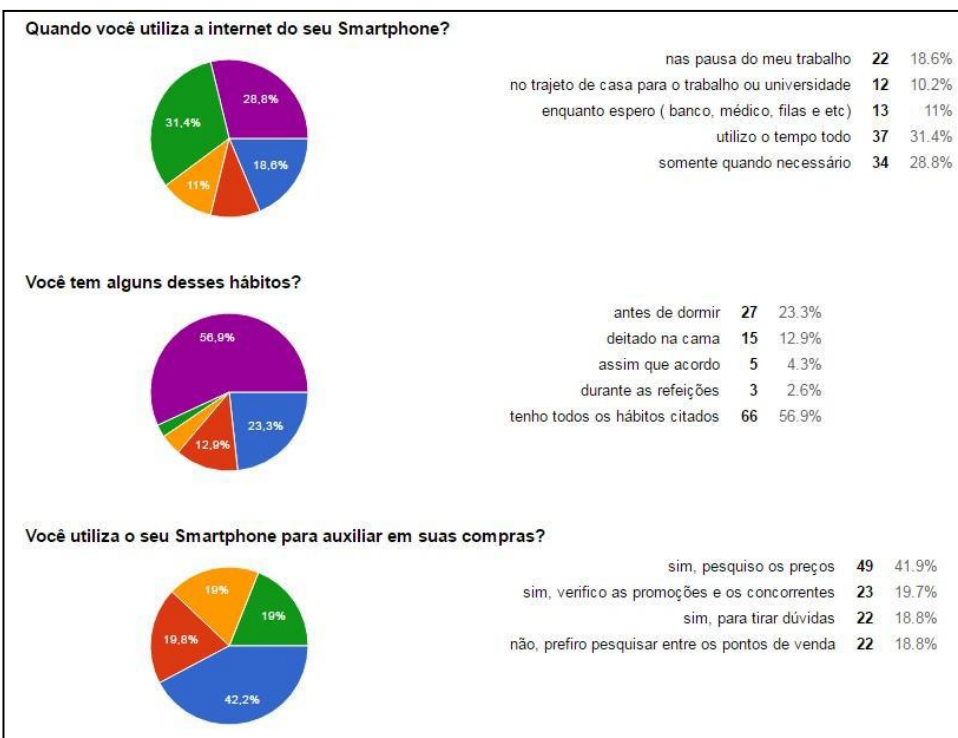
O levantamento de dados foi realizado entre os dias 11 de abril e 03 de maio, com 115 respondentes, via consulta por internet. O público respondente e amostra, teve como segmento os discentes do Centro Universitário UNIFIA, alunos de diversos cursos sendo abordados por envio de e-mail contendo formulário da pesquisa.

O desenvolvimento da pesquisa foi constituído, direcionado e tendo a utilização dos discentes do Centro Universitário UNIFIA como respondentes e o canal de coleta dos dados, foi por envio de pesquisa eletrônica via e-mail. Nosso centro de TI (departamento de tecnologia) participou do processo de envio garantindo a credibilidade na emissão.

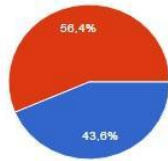
LEVANTAMENTO DE DADOS

Após conclusão e finalização do período de recebimento dos resultados, os dados são compilados e registrados no sistema com apresentação de gráficos e dados numéricos.



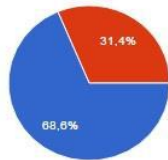


Você está satisfeito com anúncios (publicidade de produtos e serviços) da cidade e região?



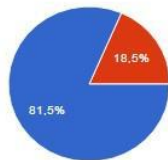
sim	51	43.6%
não	66	56.4%

Você utilizaria um "app" (aplicativo) para Smartphone que facilitasse suas buscas?



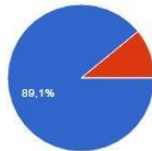
sim	81	68.6%
não	37	31.4%

Você usaria um "app" (aplicativo) do seu Smartphone para pesquisar e ter informações dos estabelecimentos de sua cidade?



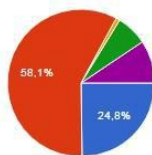
sim	97	81.5%
não	22	18.5%

Você considera importante essa proposta de aplicativo?



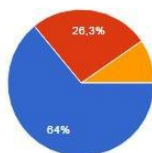
sim	106	89.1%
não	13	10.9%

Você estaria disposto a utilizar (baixar) em seu Smartphone?

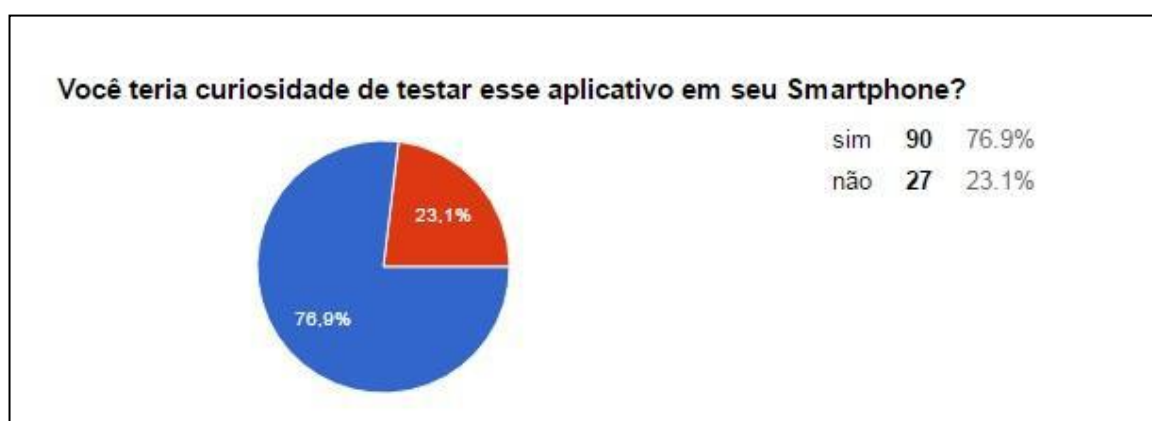
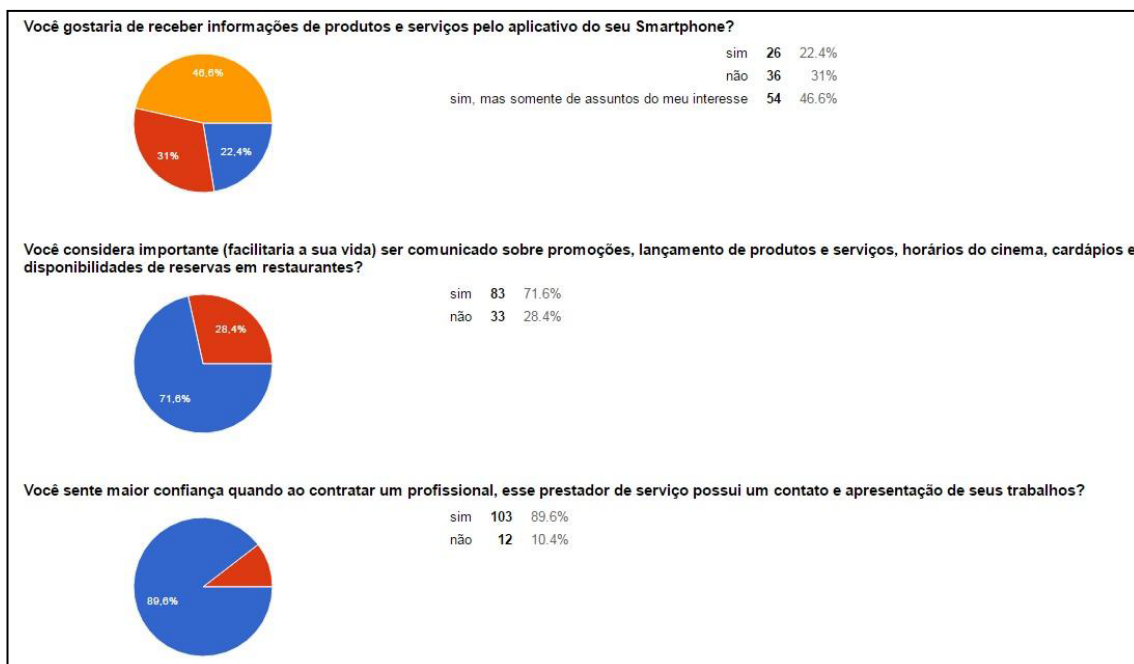


sim	29	24.8%
sim, principalmente se for grátis	68	58.1%
sim e estaria disposto a pagar pelo serviço	1	0.9%
não	8	6.8%
não percebo importância	11	9.4%

Você acredita que as facilidades promovidas pelo seu Smartphone, ajudam no planejamento e execução de sua atividades no seu dia-a-dia?



sim	73	64%
sim, utilizo sempre	30	26.3%
não	11	9.6%



CONCLUSÃO

Sendo assim, apresentamos com detalhes os hábitos e rotinas dos usuários de smartphone, seus principais interesses, acessos a rede de internet, a finalidade de acesso e principalmente a possibilidade e aceitação do aplicativo proposto.

Entre as características analisadas podemos apresentar:

- 93.3% dos entrevistados possuem um aparelho smartphone e 68.7% já substituiriam seu aparelho.
- 71.2% dos usuários utilizam a rede wi-fi e também possuem pacote de dados.
- 68,4% declaram acessar com mais frequência às redes sociais e 31.4% afirmam estar conectados a internet o tempo todo.
- 41.9% utilizam seu aparelho para pesquisa de preços e 66.1% utilizam sites de buscas para encontrar empresas e prestadores de serviços.
- 68.6% relatam que utilizaria um aplicativo para facilitar suas buscas e 81.5% utilizariam um aplicativo para pesquisar e ter informações de estabelecimentos de sua cidade.
- 89.1% confirmam a importância da proposta do aplicativo e 58.1% citam estar dispostos a utilizar esse aplicativo caso seja grátis.
- 71.6% considera importante ter informações de promoções, restaurantes, prestadores de serviços e cinemas de sua cidade e 89.6% sentem maior confiança em contratar serviços que são apresentados e possuem contatos.
- 76.9% teriam curiosidade em testar o aplicativo.

Foi possível concluir que os respondentes possuem um grande índice de substituição de seus aparelho smartphone, demonstrando a alta disposição por inovação. Essa disposição e apreciação por inovações indicam um caminho favorável na implementação do aplicativo aqui proposto e orientado pela Empresa Júnior UNIFIA.

FONTES BIBLIOGRÁFICAS

BARQUETTE, Satael. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Saraiva, 2007.

FARIA, Izabel S. de *Pesquisa de Marketing: teoria e prática*. São Paulo: Makron Books, 2009.

MCDANIEL JUNIOR, Carl. *Fundamentos de Pesquisa de Marketing*. 4ªed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 4ªed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

PALMER, Adrian. *Introdução ao Marketing: teoria e prática*. São Paulo: Ática, 2006.