



## **Classes D e E buscam celular sofisticado**

29/10/08



Usuários de áreas rurais e favelas em São Paulo e Recife buscam aparelhos com funções como música, fotos, filmes e acesso à internet, diz a Ericsson.

A fabricante encomendou uma pesquisa qualitativa à Ipsos, com o objetivo de entender o perfil de uso de celular nas classes D e E.

A pesquisa foi feita com seis grupos de oito usuários com idade entre 25 e 50 anos, divididos igualmente entre homens e mulheres, com e sem acesso ao dispositivo de comunicação. O estudo foi feito em favelas das capitais São Paulo e Recife e na região rural de Indaiatuba (SP).

Segundo Caetano Notari, diretor de consultoria da Ericsson, a pesquisa mostrou que os usuários de baixa renda buscam aparelhos sofisticados, com recursos como vídeo, foto, MP3, rádio e conectividade Bluetooth.

“Quando perguntamos como é o celular ideal, a resposta é que tem que abrir e fechar, ser fininho, prateado e tocar música”, relata Notari. “O celular é um objeto aspiracional, é um símbolo de status”, ele acrescenta.

A pesquisa também identificou serviços que poderiam ser atrativos a essa faixa da população. Entre eles, destaca-se a possibilidade de usar o celular como plataforma de transferência de crédito, chamadas patrocinadas, pacotes convergentes (TV internet telefonia) e descontos dinâmicos, dependendo da região em que o usuário se encontra ou de picos de uso do serviço.

“Se as operadoras formatarem a comunicação para esse público, terão uma grata surpresa”, disse o executivo.

A empresa pretende realizar agora uma pesquisa quantitativa para explorar melhor o tema. Os dados devem ser divulgados em dezembro.

### **Perfis distintos**

A Ericsson também realizou uma pesquisa mais geral para determinar o perfil dos diferentes usuários de celular no Brasil.

A fabricante segmentou os clientes em sete perfis e destacou as características de cada um deles. No Brasil, três segmentos tem maior potencial entre os 1,2 mil usuários entrevistados, segundo a Ericsson.

O primeiro é o “Mainstream Youth” (10%), pessoas jovens que moram com os pais e ganham seus aparelhos. O segundo é o “In Touch Organizers” (16%), formado principalmente por mulheres com filhos que precisam organizar suas vidas. Destacam-se ainda os “Experiencers” (15%), que têm interesse em experimentar novos serviços.

Além desses, a Ericsson identificou outros quatro perfis de uso: os “Basic Phoners” (15%), mais resistentes à tecnologia; o “Mainstream Materialist” (14%), adultos mais maduros que buscam o reconhecimento da sociedade; o “Pioneer Youth” (10%), jovens solteiros que vivem com os pais, mas tem maior poder aquisitivo; e os “Careerists” (4%), grupo com alta renda e formação escolar, que usam a tecnologia como vantagem profissional.

**Fonte: Plantão Info**