

MARKETING NA BASE DA PIRÂMIDE: A ESCOLHA DA MARCA DE SMARTPHONES POR CONSUMIDORES DO MUNICÍPIO DE CONCEIÇÃO DO ALMEIDA-BA

Danilo Grisi e Maia Araújo*
João Luiz da Silva Casas**
Suzane Figueiredo Casas***
Marly de Jesus****

Os consideráveis e constantes avanços tecnológicos vêm revolucionando o mercado mundial, podendo ser constatado no setor de telefonia móvel, nele o uso de aparelhos celulares simples e programas baseados em comunicação, via mensagens de texto revolucionou a vida de milhares de pessoas dos países da África, que utilizam destes serviços até como moeda para dar praticidade ao cotidiano destas pessoas que vivem isoladas de tecnologias como internet e energia elétrica que são considerados artigos de luxo nestes países, utilizando de lojas que vendem horas de energia para carregar os aparelhos. As empresas de celulares destacam-se, quanto ao avanço cada vez mais surpreendente de seus modelos a exemplo dos *smartphones*, que vem ganhando cada vez mais funções, tornando-se produtos substitutos de equipamentos como *desktops*, *notebook*, *netbooks*, *tablets* entre outros. Tais tecnologias permitem, ainda, uma produção de menor custo com a fabricação de equipamentos com funções semelhantes, o que permite a veiculação destas tecnologias até as pessoas que não tenha renda disponível para adquirir um equipamento mais caro. As empresas estão descobrindo que a base da pirâmide não concentra mais suas compras apenas em bens e/ou serviços essenciais e de baixo valor. Devido ao aumento da renda média mensal do brasileiro, as empresas estão criando ações para atender a este público, como o parcelamento em prestações que cabem em seu orçamento oportunizando-lhes condições de adquirir produtos de maior valor agregado. A partir deste levantamento o referido projeto pretende identificar quais fatores influenciam a escolha da marca de smartphones pelos consumidores das classes D e E de Conceição do Almeida-BA. Para desvendar esta lacuna pretende-se realizar uma pesquisa descritiva, de caráter qualitativo de uma amostra não probabilística dos usuários do Programa Bolsa Família do governo federal de Conceição do Almeida - BA, o que atesta a classificação desta amostra como Base da Pirâmide, aplicando questionários que serão tabulados no programa MS Excel e analisados à luz da base teórica pesquisada.

Palavras-chave: Comportamento de compra. Consumidor. Tecnologia.

* Graduando em Bacharelado em Administração na Faculdade Maria Milza. danilo_grisi@hotmail.com

** Especialista em Gestão Estratégica de Negócios. Professor orientador da Faculdade Maria Milza. casas.joao@gmail.com

*** Especialista em Gestão Estratégica de Negócios. Professora orientadora da Faculdade Maria Milza. suzanegsf@gmail.com

**** Mestre em Ciências Agrárias. Professora da Faculdade Maria Milza. marly_dej@hotmail.com