

Produtos tecnológicos são comprados mais por desejo

11/10/2012 - O novo modelo de um popular smartphone ainda nem esfriou nas mãos de seus proprietários e já tem quem sonhe com o lançamento da próxima versão, em 2013. E passado menos de um mês, a novidade perde a graça e os tecnomaniacos não se sentem tão satisfeitos com a compra quanto nos primeiros dias.

Siga o [CIÊNCIAemPAUTA](#) no Twitter. curta nossa página [CIÊNCIAemPAUTA](#) no Facebook!

É possível que esse cenário não seja facilmente identificado no Brasil hoje, mas é dessa forma que um estudo realizado pela Universidade de Washington em St. Louis, nos Estados Unidos, descreve os consumidores de tecnologia na atualidade. Possuir um lançamento, indica a pesquisa, tornou-se mais importante do que realmente usar todas as funcionalidades e possibilidades do aparelho.

Para os cientistas, as pessoas não compram mais um equipamento simplesmente por necessidade, mas por um desejo de ter as últimas novidades. Assim, elas acabam optando por aparelhos multifuncionais que não são aproveitados em sua totalidade.

O professor de marketing e principal autor do artigo, Joseph K. Goodman, constatou, ao fim de cinco estudos e três pesquisas de produto, que os consumidores chegaram a um estágio em que não conseguem nem estimar a taxa de uso dos recursos existentes em um produto antes de adquiri-lo. O comportamento afetaria diretamente a satisfação com a mercadoria. "Concluimos que os consumidores se concentram em possuir as diversas funcionalidades de um aparelho em vez de racionalizarem quantas vezes uma delas realmente será utilizada. Quando fazem essa relação, tendem a comprar produtos com menos destaque e ficam até mais satisfeitos", afirma Goodman.

Fonte: Correio Brasiliense, por Bruna Sensêve