

A PERCEPÇÃO DE CONSUMIDORES FRENTE A USABILIDADE DA INTERNET NA ZONA OESTE DE JOÃO PESSOA/PB

Adnna Macário Cabral ¹

Leda Mikaelle Costa Mendonça ²

Larissa Raquel Miranda Paulo de Arruda ³

José Elber Marques Barbosa ⁴

Resumo

Este trabalho teve como objetivo identificar a percepção de consumidores frente a usabilidade da internet na zona oeste de João Pessoa/PB. Para essa pesquisa de natureza básica, foi utilizado como estratégia de pesquisa, a coleta de dados de forma não-probabilística acidental com 29 respondentes através de um formulário, composto por 39 questões. Percebeu-se que são muitos os provedores de internet existentes na cidade de João Pessoa/PB, no entanto alguns são mais utilizados, como a Brisanet, Claro, Vivo e Oi. Sendo a Brisanet a que mais se destacou nesse estudo, com o maior número de usuários. Hoje, o consumidor procura as novas tecnologias que visam facilitar o dia a dia de estudo e trabalho, além de preço baixo e indicações. Em relação ao recebimento da cópia do contrato, instrumento que norteia o consumidor quanto as informações importantes do serviço, 75% a receberam, porém, apenas, 67,9% fizeram a leitura do material. Essa informação é valiosa, pois demonstra a importância que seja despertado no consumidor o interesse em saber realmente as características do serviço que ele paga mensalmente, pois, assim, é possível cobrar às empresas, fazendo que o mercado ofereça sempre o melhor serviço para o consumidor.

Palavras chaves: Internet. Serviços. Tecnologia da Informação.

¹⁻³ Estudantes do Curso de Bacharelado em Administração. IFPB – Campus João Pessoa.

⁴ Professor Pesquisador. IFPB – Campus João Pessoa. Unidade Acadêmica de Gestão e Negócios.
e-mail: jose.elber@ifpb.edu.br.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento intenso da transformação das novas tecnologias necessita estar integrado ao Sistema de Informação, que segundo Mattos (2005, p. 5) “é um sistema especializado no processamento e na comunicação de dados (máquinas) ou de informações.” Tal afirmação, permite entender a importância do Sistema de Informação na era tecnológica, uma vez que necessitam ter seus módulos integrados para que obtenham eficiência nos resultados.

Para Stair e Reynolds (2008) a internet é uma rede internacional em escopo, tendo usuários espalhados por todo o mundo. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2018), a utilização da internet nos domicílios vem crescendo rapidamente. Em 2017, o percentual de domicílios que possuíam internet era de 74,9% e o percentual de pessoas que conseguiam utilizá-la em qualquer local já passava dos 69%. Portanto, a era digital está em processo de expansão global e tem transformado a vida das pessoas. Principalmente, pelo fato de existirem diversos equipamentos que facilitam o acesso, como: telefone móvel celular, microcomputador, televisor e tablet. Diante da afirmação, Mattos (2005) aborda que a internet é um instrumento que provoca mudanças nas pessoas, empresas e em como enxergam o mundo globalizado e, é perceptível que se tornou acessível a quase toda a população, possibilitando o alcance da comunicação com mais agilidade entre pessoas de diferentes distâncias.

Segundo Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014), a utilização da internet se dá através da interconexão de redes de computadores que transmitem dados com a utilização do Protocolo de Controle de Transmissão (TCP) e o Protocolo da Internet (IP) padrão. Os autores chamam a internet de "rede de redes" (2014, p. 100) que consiste no somatório de variadas redes: acadêmicas (.edu), comerciais (.com), sem fins lucrativos (.org) e governamentais (.gov). Estas, juntas, fornecem muitas funcionalidades como: enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagem; assistir a vídeos, inclusive programas, séries e filmes; enviar ou receber e-mail; acessar plataformas que dão acesso a livros e pesquisas científicas; acessar a World Wide Web (www), entre outros. Para a vida social ou profissional, esse recurso está presente. Sendo, assim, é um instrumento facilitador da comunicação e que geram benefícios para pessoas físicas e jurídicas.

Atualmente, tem-se empresas prestadoras de acesso à internet disponíveis no mercado com diferentes tipos de planos considerando preço, velocidade, banda (fixo ou

dinâmico). Para Turban, Rainer Jr. e Potter (2007) existem diferentes formas de conectar-se a internet, uma delas é através dos serviços on-line, que são mediados por Provedores de Internet, empresas que fornecem serviços com conexões a rede de internet a partir da instalação de um equipamento conhecido por MODEM e software que permitem a comunicação padrão, que de acordo com os autores, conectam pontos de acesso à rede.

Diante desse contexto, pode-se identificar que alguns contratos oferecem serviços a partir de cabeamento em fibra ótica, alta velocidade de download e de upload dos dados disponíveis na rede, bem como, assinaturas de canais de televisão incluído no preço do plano. Assim, existem diferentes serviços no mercado, que podem proporcionar vantagens e desvantagens ao consumidor, permitindo a realização de pesquisa de mercado entre os diferentes provedores com foco em bons resultados no que condiz a usabilidade da internet.

A partir deste disto, tem-se como problema: qual a percepção de consumidores frente a usabilidade da internet na zona oeste de João Pessoa/PB? Sendo assim, este artigo tem como objetivo identificar a percepção de consumidores frente a usabilidade da internet na zona oeste de João Pessoa/PB.

Essa pesquisa se justifica pela relevância do tema que, ao ser aprofundado, apresentará uma diversidade de informações valiosas para os consumidores de internet e ao público acadêmico, principalmente à disciplina de Sistema de Informação, por conter conteúdos relevantes a área no âmbito da informação e, por conduzir a reflexão dos estudiosos quanto a temática exposta, considerando que há poucas pesquisas direcionadas à exploração no campo da usabilidade da internet. Vale ressaltar, que no ano de 2019, a internet completa 20 anos, demonstrando, assim, a importância desse tema para a sociedade, que atualmente, faz uso dessa tecnologia de maneira mais dinâmica e cotidiana.

2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este estudo, que tem por objetivo identificar a percepção de consumidores frente a usabilidade da internet na zona oeste de João Pessoa/PB, posiciona seus aspectos metodológicos em Barbosa et. al (2012). Portanto, para que o objetivo seja alcançado com êxito, foram delimitados os métodos mais adequados a serem utilizados na pesquisa.

Esta pesquisa é de natureza básica, pois busca produzir conhecimentos direcionados à novas pesquisas. É uma pesquisa que gera conhecimentos novos e úteis para o avanço da ciência.

Quanto aos seus objetivos, é caracterizada como uma pesquisa descritiva e exploratória. O presente estudo é descritivo pois, possui características de determinada população ou fenômeno, buscando conhecê-las. E, exploratória porque visa caracterizar, classificar e definir o problema de modo a aprofundar o conhecimento em determinado tema, permitindo direcionar a novos caminhos e entendimentos.

A metodologia engloba diferentes métodos e abordagens que corroboram na elaboração do estudo e apresentação dos resultados obtidos. Portanto, quanto ao tipo da pesquisa essa se caracteriza como quantitativa. É uma pesquisa que prioriza a utilização de números como quantificadores de informações.

No que se refere aos procedimentos técnicos, o estudo é caracterizado como pesquisa de campo que (ib idem, p. 44) "procede o levantamento de dados, fatos e fenômenos, exatamente como ocorre no real, possibilitando conhecer o conteúdo estudo e executá-lo com maior embasamento".

Será utilizada, como estratégia de pesquisa, a coleta de dados de forma não-probabilística acidental com 29 residências na zona oeste em João Pessoa/PB, tendo como público alvo consumidores de internet, com foco em obter resultados acerca do problema observado no estudo.

Os autores apontam que o universo é a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características. Segundo o IBGE (2010), João Pessoa/PB totaliza mais de 723 mil habitantes. Diante disso, tem-se como população e amostra da pesquisa os indivíduos da zona oeste, distribuídos em nove bairros. No entanto, somente serão pesquisados os bairros de: Alto do Mateus, Bairro dos Novais, Cristo Redentor, Cruz das Armas, Ilha do Bispo, Jaguaribe e Oitizeiro com estimativa de população em 90.123 habitantes.

No que concerne a coleta de dados, foi utilizado como instrumento um formulário, composto por um total de 39 questões divididas em quatro etapas que serão aplicadas aos sujeitos de pesquisa representando um volume de 116 sujeitos de pesquisa, equivalente a 4 pessoas por residência. "O questionário cumpre duas funções: descrever características e medir variáveis de um grupo, a partir de perguntas estruturadas" (p. 46).

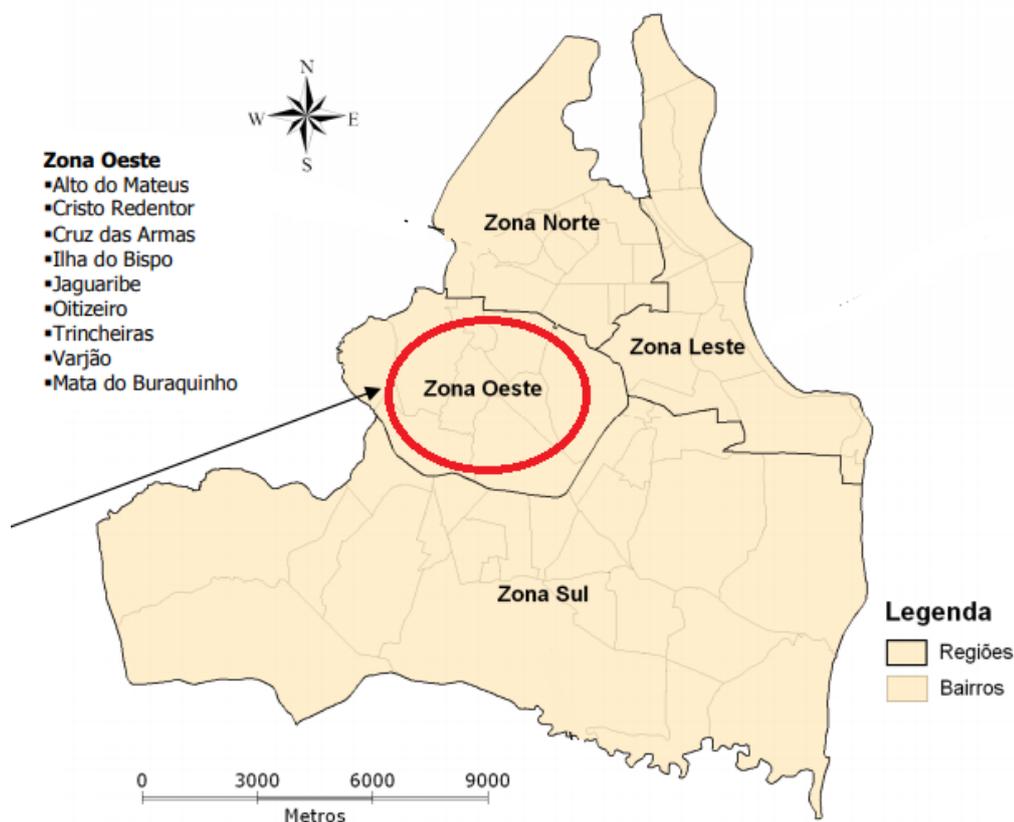
A análise dos dados constitui-se na investigação dos dados após serem coletados na pesquisa de campo. Essa apresentação será resultante de análise estatística

descritiva e comparação a partir de cinco variáveis: empresa, contrato, preço, banda e velocidade.

3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

A coleta de dados foi realizada mediante pesquisa de campo, utilizando o instrumento de formulário do Google Forms com objetivo de alcançar moradores de residências da zona oeste de João Pessoa/PB. Na Figura 1, pode-se identificar os territórios dos bairros dessa zona.

Figura 1: Mapa de João Pessoa/PB por regiões.



Fonte: Adaptado de SPOSATI (2009).

Assim, esta pesquisa obteve um total de 29 respondentes que residem nos seguintes bairros: Alto do Mateus, Bairro dos Novais, Cristo Redentor, Cruz das Armas, Ilha do Bispo, Jaguaribe e Oitizeiro. Se tratando dos outros bairros da zona oeste, não se obteve respondentes.

Tabela 1: Quantidade de respondentes por bairro

Bairro	Quantidade
Alto do Mateus	7
Bairro dos Novais	3
Cristo Redentor	4
Cruz das Armas	4
Ilha do Bispo	1
Jaguaribe	8
Oitizeiro	2
Total	29

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A Tabela 1 apresenta a quantidade de sujeitos dessa pesquisa por bairro. Dentre esses bairros, Jaguaribe obteve o maior número de respondentes. Outro bairro que participou em maior quantidade foi Alto do Mateus, com sete participantes. Enquanto Ilha do Bispo foi o que menos participou, com apenas uma participação. Essa pequena participação de sujeitos na pesquisa justifica-se pela falta de acessibilidade a alguns bairros da zona oeste.

Para Mattos (2005, p. 59) “A conexão à internet tanto pode ser direta, usada por empresas médias e grandes que possuem um link próprio, quanto por meio de um provedor de acesso à internet, preferido por empresas pequenas e usuários domésticos”.

Tabela 2: Provedores de internet por bairro

Bairro	Provedor
Alto do Mateus	Central Nett JKS Telecom Net Pb Micro PGNET
Bairro dos Novais	83telecom Oi Vivo
Cristo Redentor	BR27 Claro Jl conect PR Net
Cruz das Armas	Brisanet Claro Jampa Net
Ilha do Bispo	UTLINK
Jaguaribe	Brisanet Net Fibranet
Oitizeiro	Brisanet Claro
Total	22

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

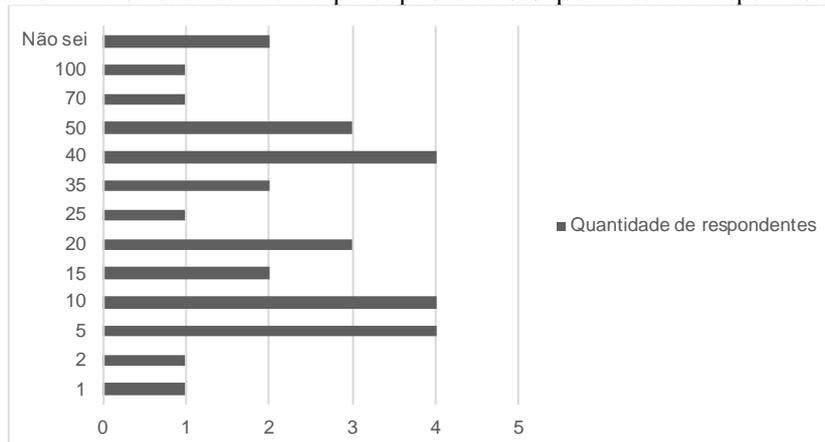
No que se refere aos provedores utilizados pelos moradores da zona oeste, na Tabela 2 pode-se identificar vários, como: Claro, PGNET, Brisanet, Jampa Net, JKS Telecom, Central Net, Net, Cnet, Fibranet, BR27, Utlink, Oi e PRNet. A Brisanet é o provedor utilizado por 32,1% dos respondentes. Este provedor é novo na cidade de João Pessoa/PB e apresenta uma novidade para o mercado, a fibra ótica com baixo custo que até então não era oferecida por outras empresas na região. Das 29 residências atingidas com a pesquisa, 16 são de provedores diferentes. Com isso, entende-se que o mercado está bastante competitivo. Sendo, reflexo da importância e do espaço que a internet vem causando desde a sua criação efetiva em todos os países.

A questão 1.4 do questionário possibilitou a identificação dos provedores de internet mais conhecidos entre os respondentes. Portanto, as empresas mais conhecidas pelos usuários estudados nessa pesquisa são: Brisanet, Claro, Sky, Tim, BR27, Oi e Velox.

Para COPEL Telecom, a qualidade da internet possibilita eficácia nas atividades realizadas com o uso da internet. Na antiguidade, devido a baixa velocidade da internet, as ações podiam demorar horas, dias para acontecer e nem sempre eram obtidos resultados eficazes. Entretanto, atualmente, pode-se perceber que as facilidades são outras, pois é possível realizar grandes demandas em pequeno prazo de tempo.

De acordo com Henriger (2013) a era atual incorpora as pessoas aos avanços da Tecnologia da Informação, que cada vez mais faz parte do cotidiano das pessoas. É possível perceber facilmente o aumento do número de indivíduos que estão dependentes das novas TIC'S, que são comumente instrumentos facilitadores, seja na vida doméstica ou profissional.

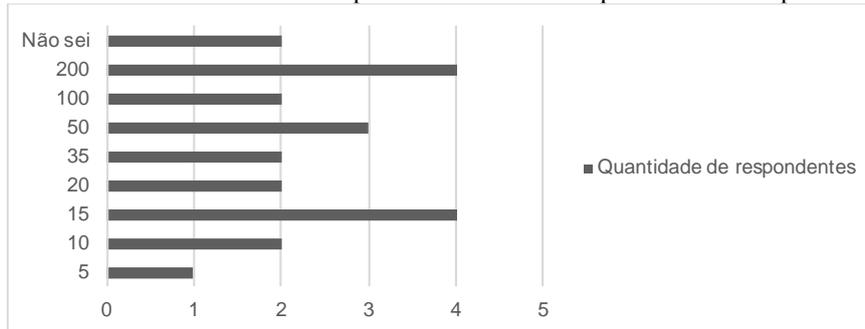
Gráfico 1: Velocidade de internet para up-load *versus* quantidade de respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

No que concerne a velocidade da internet das empresas pesquisadas, o Gráfico 1 mostra que as residências optaram por escolher para velocidade de up-load aquelas que estivessem entre 1 a 100 Mega. As velocidades que mais se destacaram em relação a quantidade de consumidores foram 5, 10 e 40 Mega. Algumas velocidades são menos utilizadas, como 1, 2, 25, 10 e 100 Mega.

Gráfico 2: Velocidade de internet para download *versus* quantidade de respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Já o Gráfico 2 mostra a velocidade de download que variou entre 5 e 200 Mega. As velocidades que mais se destacaram foi a de 15 e 200 Mega. A que menos se destacou foi a de 5 Mega, com apenas 1 respondente. Ainda há pessoas que não sabem qual a velocidade contratada.

Os dados da pesquisa indicam que, na realidade, os consumidores não sabem a real velocidade contratada. Pois, a velocidade com que um computador envia dados é menor do que a velocidade com a qual se recebe. Muitos dos sujeitos da pesquisa indicaram a mesma velocidade para up-load e download.

Esses resultados também apontam que pouquíssimas pessoas utilizam uma baixa velocidade, pois dificulta a resolução das atividades que a utilizem. No entanto, também não utilizam uma altíssima velocidade, podendo ser pelo fato do custo ser mais alto. É importante destacar que entre os entrevistados, dois não souberam dizer qual a velocidade da internet contratada.

O aumento dos usuários consumindo internet motivou o aumento dos provedores existentes em todos os lugares, de modo específico, na zona oeste. Diante dessa variedade, levantou-se o questionamento quanto às principais motivações que levam o consumidor a escolher o seu provedor de internet.

Variados motivos influenciaram os respondentes a contratarem seus provedores, como: pacote promocional, acessibilidade, preço, popularidade, qualidade, referências, atendimento e disponibilidade no bairro. Para esse estudo, os consumidores indicaram que as principais motivações são preço e referências, correspondendo cada

um a cinco dos entrevistados. Logo em seguida, se destacam “preço e velocidade” com três respondentes e, também, “qualidade” com três respondentes.

Os dados da pesquisa apontaram que preço é o motivo mais relevante para a tomada de decisão do consumidor no momento da assinatura do contrato. Esse resultado é refletido também em outro questionamento feito, no qual foi indagado sobre ter sido feito ou não comparação de preços entre as provedoras de internet. Infere-se, que 23 dos respondentes afirmaram ter feito comparação de preço, sendo a maior parte dos respondentes. E, apenas, seis pessoas não a fizeram. A comparação de preços faz com que o contratante, além de pensar pelo lado financeiro, conheça o que os demais provedores tem a oferecer. Se tratando das referências, esse também é um fator decisivo, pois 22 dos entrevistados afirmaram na questão 1.12 que buscaram informações com outras pessoas a respeito das empresas provedoras de internet. E revelaram que os motivos que mais chamaram a atenção foram preço, velocidade e qualidade.

Tais escolhas revelam que o consumidor ainda está bastante preocupado com o preço do serviço. No entanto, nem sempre esse fator é o que ocasiona na qualidade. Essas decisões são bastantes subjetivas, principalmente no que condiz a qualidade. Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014) afirmam que a avaliação da qualidade é realizada ao longo do processo de prestação do serviço. Cada contato com o cliente é referido como o momento da verdade, uma oportunidade de satisfazer ou não o cliente.

A satisfação do cliente com a qualidade do serviço é definida ao comparar a percepção do serviço prestado com as expectativas do serviço desejado. Por exemplo, a internet pode ser de preço baixo, porém, a velocidade, rapidez de download e upload não são eficazes para realizar as atividades que se desejam, gerando insatisfação do cliente quanto aos serviços da internet contratada. O autor aponta cinco dimensões importante para avaliar a qualidade de serviços que são: confiabilidade, receptividade, segurança, empatia e aspectos tangíveis.

Se tratando da pessoa responsável pela contratação dos serviços de internet, os resultados apontam que 71,4% dos respondentes são os próprios responsáveis pela contratação de tal serviço. E 28,6% dos sujeitos da pesquisa afirmaram que os responsáveis pela contratação são membros da família. Sendo, 14,3% mãe, 7,1% pai e, por fim, a contratação feita pelo esposo ou irmão totalizam 3,6% cada.

Quanto a idade dos sujeitos de pesquisa que são responsáveis pela contratação do serviço de internet, 42,1% dos responsáveis estão na faixa de 32 a 38 anos, com 31,6% são os jovens de 25 a 31 anos. Apenas 5,3% possuem mais de 45 anos. Em

pesquisa realizada pelo IBGE (2018), as pessoas que mais utilizam a internet estão na faixa etária de 18 a 24 anos. Logo, quando comparados com os dados da presente pesquisa, percebe-se que as pessoas que mais utilizam a internet não são as responsáveis pela contratação do serviço.

Ainda sobre a pesquisa do IBGE (2018), outra informação importante da pesquisa se refere ao sexo dos indivíduos que se utilizam da internet, na qual 68,8% foram homens e 70,7% mulheres. No entanto, esta presente pesquisa não confirma o resultado anterior, pois 60,7% dos consumidores estudados foram homens e 39,3% mulheres.

A questão 1.7 da pesquisa indagou aos respondentes sobre o preço pago pela internet contratada que variou de R\$ 49,90 a R\$ 172,00. Valores bem proporcionais às variadas velocidades que foram contratadas pelos sujeitos da pesquisa.

Em relação a quantidade de respondentes que receberam uma cópia simplificada do contrato de prestação de serviços de internet, 75% dos consumidores receberam a cópia simplificada, enquanto 25% não a receberam. Com isso, percebe-se que as empresas estão preocupadas em direcionar seus clientes quanto aos principais informativos que devem constar entre nos serviços prestados, bem como o preço, a velocidade de download, upload e outros.

No entanto, foi questionado aos sujeitos desta pesquisa a respeito da leitura do contrato antes da contratação do serviço de internet. E obtivemos o seguinte resultado, 67,9% não realizaram a leitura de tal contrato, e apenas 32,1% realizaram a leitura. Apesar da grande maioria informar o recebimento de cópia simplificada do contrato, vale salientar a importância em lê-lo, para que o contratante esteja ciente de todas as cláusulas, tanto no que rege aos seus direitos, bem como suas obrigações.

Se tratando do comportamento dos respondentes em relação a conexão à rede, 85,7% dos respondentes informaram que a maioria dos seus equipamentos estão conectados através de roteador (rede sem fio), enquanto apenas 14,3% estão conectados à cabo. Embora a rede Wi-Fi seja a mais nova e tecnológica, ela ainda apresenta algumas dificuldades como a instabilidade e diminuição da capacidade de transmissão de dados. A conexão a cabo é, ainda, a melhor maneira de se transferir dados. Porém, sua mobilidade limitada prejudica a escolha dos usuários. E como os respondentes indicaram ter uma quantidade variada de equipamentos, entre 3 a 10 utilizado da mesma rede, fica inviável essa conexão a cabo.

A conexão a rede através do Wi-Fi proporciona, com maior facilidade, a conexão de outras pessoas a mesma rede. Assim, quando questionados sobre os

visitantes terem acesso a internet da casa, 28 afirmaram que as visitas possuem acesso quando perguntam a senha e apenas uma pessoa afirmou que possui uma rede específica para as visitas e esta possui senha de acesso diferente.

É importante destacar que apenas de haver uma quantidade elevada de equipamentos conectados a rede, a maioria dos respondentes indicaram que 2 a 4 pessoas residem na mesma residência. Portanto, esse resultado mostra que as pessoas possuem mais de um equipamento que precisa estar conectado a internet. Por exemplo, muitas possuem celular e computador/notebook. Outras, ainda, possuem *smartwatches*, tablets, Smart TV, entre outros.

Quanto ao tempo que os sujeitos dessa pesquisa residem no mesmo local é de um ano a 27 anos. Sendo esse tempo bem alto, pois a maioria respondeu que estão na mesma residência há mais de 20 anos. Porém, indo de encontro ao tempo que essas pessoas utilizam o mesmo provedor de internet, esse tempo já cai bastante, entre um mês e dez anos. Sendo a maioria, menos de um ano.

A pesquisa buscou entender se a rede dos usuários estudados possuía restrições de acesso a internet ou se as pessoas na casa tinham acesso livre. Dos 29 sujeitos de pesquisa, 28 afirmaram que as pessoas possuíam acesso livre, sem restrições. Apenas uma pessoa informou que há bloqueios para alguns sites específicos. Muitas vezes essas restrições são feitas para que crianças não tenham acesso a conteúdos para maiores de 18 anos.

A questão 2.6 questionava onde estava localizado o roteador de acesso sem fio, 22 pessoas afirmaram que o roteador está na estante da sala, três afirmaram que está no escritório ou sala de estudos, três disseram que fica em um móvel junto com outros equipamentos e apenas um afirmou que fica em cima do guarda roupa.

Em uma escala de 0 a 10, foi questionado sobre a possibilidade de mudança de provedor de internet, dos participantes da pesquisa, 37,9% dos informaram 0, demonstrando que nunca pensaram em trocar de provedor e que estão satisfeitos com os serviços de internet prestados. Na contramão deste número, 10,3% marcaram a escala 10. Somando-se os dados obtidos na escala de 7 a 10, obtém-se um total de 34,4%, confirmando que há muitos consumidores insatisfeitos com os serviços contratados.

A questão 3.6 é bastante importante, pois foi solicitado aos sujeitos de pesquisa que eles acessassem o site do SPEDTEST e testassem a sua velocidade de internet. Assim, se tratando da velocidade de download, aquela com a qual um dispositivo recebe dados de outro, essa variou 1,95 Mega a 137 Mega. Já a velocidade de upload, velocidade com que se envia dados, é menor e variou de 1,2 Mega a 56,1 Mega. Quanto

ao PING ou latência, a velocidade com a qual um dispositivo envia uma solicitação e recebe uma resposta, essa variou de 2 ms a 131 ms. Quanto menor o PING, melhor para o usuário que terá um tempo de resposta mais rápida. Assim, não é tão relevante ter uma velocidade de download e upload tão rápida, se o PING está muito alto. Este precisa estar o mais próximo de zero.

Por fim, quanto aos dados sociodemográficos dos sujeitos desta pesquisa, 42,9% estão na faixa de 25 a 31 anos, 31,1% entre 32 e 38 anos, 21,4% dos 18 aos 24 anos e apenas 3,6% maior de 45 anos. O nível de instrução é outra característica que tem influência na utilização da Internet. Nesta pesquisa, 71,4% cursaram até o ensino superior, 17,9% até a Pós-graduação e apenas 10,7% até o ensino médio. Portanto, a propensão das pessoas a utilizarem as novas tecnologias de informação e comunicação, como a Internet, tende a crescer com a elevação do nível de instrução.

4 CONSIDERAÇÕES GERAIS

Este trabalho teve como objetivo identificar a percepção de consumidores frente a usabilidade da internet na zona oeste de João Pessoa/PB, por meio de um estudo de natureza básica. Assim, o estudo foi produzido para auxiliar pesquisadores, consumidores e empresas provedoras de internet sobre o tema Usabilidade da Internet com o fornecimento de informações que possam contribuir para a área. Após pesquisa e aplicação do questionário, esse estudo apresentou uma amostra final de 29 residências, ou seja, 29 sujeitos de pesquisa. Assim, após as análises, foi possível delinear um perfil dos consumidores e conhecer algumas das características do serviço prestado, atingindo, assim, o objetivo desse trabalho. Verificou-se que o tema foi pouco estudado nos últimos anos, porém é um tema que deve crescer com o passar dos anos, devido a quantidade de empresas prestadoras de internet. Com isso, existe uma área ampla para pesquisas futuras que podem consolidar ou refutar os poucos resultados encontrados até hoje.

Através da análise do questionário foi possível perceber que são variados os provedores de internet existentes, porém, o que mais se destacou foi a Brisanet, novo na cidade de João Pessoa/PB e que tem investido na fibra ótica. Assim, percebe-se que o consumidor procura as novas tecnologias que visam facilitar o dia a dia de estudo/trabalho. Além disso, os motivos mais relevantes que levaram os consumidores a escolherem o seu provedor foram preço e referências. Quanto mais barato, melhor para

o consumidor. As pessoas, cada vez mais, querem um ótimo serviço, indicado por seus familiares, amigos e vizinhos, pagando menos. Em relação ao recebimento da cópia simplificada do contrato, aquela que de maneira mais fácil apresenta as informações mais importantes do serviço, 75% dos consumidores a receberam, porém, apenas 67,9% fizeram a leitura do material. Essa é uma informação valiosa, pois é importante que seja despertado no consumidor o interesse em saber realmente as características do serviço que ele paga mensalmente, pois apenas dessa maneira é possível cobrar às empresas, fazendo assim com que o mercado ofereça sempre o melhor serviço para o consumidor.

No mais, esse estudo serve como uma amostra da percepção de consumidores em relação a usabilidade da internet na zona oeste de João Pessoa/PB. Sua principal limitação está no tamanho da amostra, sendo analisados apenas 29 consumidores e, ainda, devido à ampla área de pesquisa existente. Certamente uma amostra mais significativa e representativa da população permitiria uma gama maior de características que pudessem delimitar mais essa percepção sobre a usabilidade da internet. Assim, como sugestão para pesquisas futuras, recomenda-se que seja feita uma pesquisa com um maior número de sujeitos, além de analisar outras regiões da cidade de João Pessoa/PB.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, J. E. M. *et al.* **Prática de Pesquisa em Administração de Sistema de Informação**. João Pessoa: IFPB, 2012.

BRASIL. IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**, 2018. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2017. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf>. Acesso em: 22 de out. 2019.

BRASIL. IBGE. **População estimada no último censo**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/joao-pessoa/panorama>>. Acesso em: 29 de out. 2019.

COPEL Telecom. A importância da qualidade da internet para empresas de comunicação. Disponível em: <<http://www.copeltelecom.com/site/blog/importancia-da-qualidade-da-internet-para-empresas-de-comunicacao/>>. Acesso em: 01 de dez. de 2019.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de Serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 7. ed. - Porto Alegre: AMGH Editora, 2014.

HENRIGER, M. B. A tecnologia da Informação e Comunicação: TIC no âmbito do Poder Judiciário. **TJDFT**. Brasília: Distrito Federal. 2013. Disponível em: <<https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/artigos-discursos-e-entrevistas/artigos/2013/a-tecnologia-da-informacao-e-comunicacao-2013-tic-no-ambito-do-poder-judiciario-2013-atividade-fim-ou-atividade-meio-mauro-brant-heringer>>. Acesso em 26 de outubro de 2019.

MATTOS, A. C. M. **Sistemas de Informação: uma visão executiva**. São Paulo: Saraiva, 2005.

SPOSATI, A. (coord.); RAMOS, F.; KOGA, D.; CONSERVA, M.; SILVEIRA JR., C.; GAMBARDELLA, A. – **Topografia Social de João Pessoa**. Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social – SEDES. Cedest/IEE/PUCSP. 2009

STAIR, R. M.; REYNOLDS, G. W. **Princípios de Sistemas de Informação**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.