



Universidade Federal do Pampa

**Campus Santana do Livramento
Graduação em Administração
Trabalho de Curso**

UM ESTUDO SOBRE O COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES DE *STREAMING* DE VÍDEO

Autoria: Danielli Vieira da Costa

Orientadora: Profa. Dra. Flaviani Souto Bolzan Medeiros

RESUMO: O comportamento dos consumidores está em constante transformação no que se refere as novas formas de tecnologia e consumo digital, com isso, o mercado audiovisual também sofreu alterações, modificando o modo como as pessoas consomem produtos de entretenimento. Em decorrer disso, novos modelos de promoção desses serviços acabaram surgindo, tendo como um dos principais o *Streaming* de vídeo. Diante o exposto, este artigo tem como objetivo analisar o comportamento dos consumidores de *streaming* de vídeo. Para isso, adotou-se uma pesquisa quantitativa com caráter descritivo, método survey, utilizando-se como técnica de coleta de dados o questionário e a análise desses dados obtiveram-se por meio de estatística descritiva. Os resultados encontrados por meio desse estudo apresentam que o comportamento dos consumidores dos *streamings* de vídeo pode auxiliar as organizações, ao que tange sobre estratégias organizacionais, pois por meio do comportamento dos consumidores pode-se obter dados referentes as preferências, motivações e seus comportamentos de consumo na era digital.

Palavras-chave: Consumo na era digital; Comportamento do Consumidor; *Streaming* de Vídeo.

A STUDY ON THE BEHAVIOR OF VIDEO STREAMING CONSUMERS

ABSTRACT: Consumer behavior is constantly changing with regard to new forms of technology and digital consumption, with that, the audiovisual market has also undergone changes, modifying the way people consume entertainment products. As a result, new models for promoting these services have emerged, one of the main ones being video streaming. Given the above, this article aims to analyze the behavior of video streaming consumers. For this, we adopted a quantitative research with a descriptive character, survey method, using the questionnaire as a data collection technique and the analysis of these data were obtained through descriptive statistics. The results found through this study show that the behavior of consumers of video streamings can help organizations, regarding organizational strategies, because through consumer behavior, data can be obtained regarding preferences, motivations and their behavior consumption in the digital age.

Keywords: Consumption in the digital age; Consumer behavior; Streaming Video.

UM ESTUDIO SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES DE VIDEO STREAMING

RESUMEN: El comportamiento del consumidor está en constante cambio con respecto a las nuevas formas de consumo tecnológico y digital, con ello, el mercado audiovisual también ha sufrido cambios, modificando la forma en que las personas consumen productos de entretenimiento. Como resultado, han surgido nuevos modelos para promover estos servicios, uno de los principales es el video streaming. Dado lo anterior, este artículo tiene como objetivo analizar el comportamiento de los consumidores de video streaming. Para ello, adoptamos una investigación cuantitativa con carácter descriptivo, método de encuesta, utilizando el cuestionario como técnica de recolección de datos y el análisis de estos datos se obtuvieron a través de estadística descriptiva. Los resultados encontrados a través de este estudio muestran que el comportamiento de los consumidores de video streaming puede ayudar a las organizaciones, en cuanto a estrategias organizacionales, ya que a través del comportamiento del consumidor se pueden obtener datos respecto a preferencias, motivaciones y su comportamiento de consumo en la era digital.

Palabras-clave: Consumo en la era digital; Comportamiento del Consumidor; Video en Streaming.