SEFIC2017 UNILASALLE
A PESQUISA E O RESPEITO À DIVERSIDADE
16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017
ISSN 1983-6783

O PRESENTE E O FUTURO DAS VIDEOLOCADORAS NA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE: UM ESTUDO A PARTIR DOS PROPRIETÁRIOS DOS ESTABELECIMENTOS

Álisson dos Santos, Henrique de Almeida, Lorhan Nunes, Louan Leguissamo
Pedro Faccio de Conto (orientador)
Universidade La Salle

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo: Os estabelecimentos que oferecem o serviço de aluguel de filmes e seriados em mídias físicas são conhecidos como videolocadoras. Este tipo de comércio esteve em evidência nas décadas de 80, 90 e até o início dos anos 2000, época essa denominada a “era de ouro das videlocadoras”. No entanto, com o desenvolvimento de novas tecnologias e o surgimento de novas mídias digitais, este ramo de negócio começou a perder força no mercado. As teorias mais recentes sobre o comportamento do consumidor sugerem que as mudanças no ambiente econômico alteram significativamente estas dinâmicas. O surgimento da Netflix, por exemplo, ilustra essa realidade. Não só a oferta de filmes on-demand mas fatores como a pirataria podem ter contribuído para a redução do número de videolocadoras existentes. Atualmente, cada vez menos lojas seguem funcionando. Segundo dados da União Brasileira de Vídeo, entre 2003 e 2005 havia quase 14 mil locadoras no Brasil. Em 2009, esse número caiu para 6 mil e hoje está menor que 4 mil em operação. Segundo o último levantamento da Secretaria de Indústria e Comércio na cidade de Porto Alegre, a queda no setor foi de 70%. O presente estudo avaliou a situação de algumas videolocadoras na região metropolitana de Porto Alegre -RS. Este estudo teve como objetivo geral compreender como está o presente e como será o futuro das videolocadoras da região metropolitana de Porto Alegre/RS, a partir da visão dos proprietários dos estabelecimentos. A partir disso, foram estabelecidos três objetivos específicos: a) verificar se os proprietários das videolocadores em questão compartilham da ideia de crise no segmento; b) identificar quais as principais medidas que os proprietários estão adotando para competirem no mercado atual; e c) traçar a percepção dos proprietários no que tange à entrada de novos competidores no mercado. Para o atingimento dos objetivos, realizou-se uma pesquisa de caráter exploratório e de essência qualitativa. Como técnica de coleta de dados. utilizou-se entrevistas em profundidade semiestruturadas, aplicadas tanto de modo presencial quanto online (via e-mail). Os dados primários qualitativos gerados foram então análisados e contextualizados com uso da técnica de análise de conteúdo. No total, foram entrevistados proprietários de oito estabelecimentos e, de um modo geral, as percepções sobre os novos serviços são semelhantes entre os entrevistados. Sugere-se que as videolocadoras ainda têm potencial competitivo perante os serviços mais tecnológicos e contemporâneos, uma vez que explorando nichos bem específicos e contam com um público-alvo ainda bastante fidelizado. Ainda que o futuro seja incerto, sugere-se que a vida das videolocadoras ainda não está tão próxima do seu final quanto se supunha. Para pesquisas futuras, e no intuito de complementar a atual, sugere-se um delineamento descritivo e quantitativo do perfil e hábitos dos clientes das videolocadoras.

Palavras-Chave: Videolocadora, Futuro, Mercado.