



SEFIC2017
UNILASALLE

**A PESQUISA E O
RESPEITO À DIVERSIDADE**

16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017

ISSN 1983-6783

ESTUDO SOBRE O COMPORTAMENTO DOS USUÁRIOS DO SERVIÇO NETFLIX

Thomaz Wotrich Pires, Matheus Wotrich Pires, Fernanda F de M dos Santos
Cristiane Duarte de Arruda (orientador)
Universidade La Salle

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo: O crescimento dos serviços on-line acontece à medida que o consumidor passa a buscar cada vez mais conveniência, informação e comodidade. Neste aspecto, a Netflix destaca-se no contexto sendo conhecida como uma provedora global de filmes e séries de televisão via streaming possuindo atualmente mais de 90 milhões de assinantes no mundo. Fundada em 1997 nos Estados Unidos, a empresa surgiu como um serviço de entrega de DVDs pelo correio. Atribui-se portanto, que a visão estratégica de seus executivos, os quais compreenderam o quanto a tecnologia transformaria a maneira de consumir serviços e conteúdo é considerada preponderante para o sucesso da empresa no mercado. Desse modo, este artigo buscou melhor conhecer este universo de consumo destacando como objetivo geral: estudar o comportamento dos usuários Netflix e como objetivos específicos: reconhecer o perfil do público alvo, identificar hábitos de consumo em relação ao serviço e levantar os principais pontos que fazem o cliente Netflix optar pelo serviço. Percebe-se que o comportamento individual dos usuários Netflix vem crescendo nos últimos anos, principalmente relacionado ao seu conteúdo próprio e, deste modo, diferentes faixas etárias, escolaridade e gênero são avaliados neste estudo para caracterizar o usuário principal deste serviço. Sendo assim, esta pesquisa adequou-se ao caráter descritivo, quantitativo, de campo e individual. Utilizou-se como instrumento de coleta de dados o questionário, elaborado na ferramenta Google Forms a partir de 11 questões fechadas e aplicado Via Rede Social Facebook. A população selecionada foi segmentada para o estado do Rio Grande do Sul e região Sudeste do Brasil tendo como premissas o comum acesso ao Netflix e não sendo necessário ser proprietário(a) da conta. Optou-se por uma região mais abrangente pelo fato de que limitar os respondentes a apenas uma cidade ou estado resultaria em uma amostra reduzida. Para análise de dados utilizou-se a tabulação estatística univariada. A pesquisa de campo aconteceu em junho de 2017 obtendo o retorno de 1.530 usuários Netflix. Quanto ao perfil dos pesquisados identificou-se, 88,9% dos pesquisados são do gênero feminino e a faixa etária predominante foi de 18 a 25 anos com 96,2% das respostas. Quanto ao estado civil, 90,3% são solteiros e quanto ao nível de escolaridade, predominou ensino médio completo com 45,3%, seguido daqueles com ensino médio incompleto 26,4% e ensino superior incompleto com 23,8%. Já em relação a renda, a maioria dos usuários pesquisados têm renda mensal de até R\$ 945,00 com 33,4% das respostas; seguido dos que recebem até R\$ 1.500,00 com 23,7%. Quanto aos aspectos comportamentais, a pesquisa evidenciou que 59% dos pesquisados possuem TV por assinatura, 33,4% assistem Netflix de 3 a 6 horas semanais, 74,1% utilizam a Netflix pelo seu conteúdo original, 87,1% preferem como conteúdo os seriados e 72,6% costumam assistir acompanhados - parceiros(as), amigos(as) ou outras pessoas.

Palavras-Chave: Comportamento do Cliente, Serviços On-line, Netflix.