

Resumen

El Covid-19 generó un cambio e impacto en el estilo de vida y comportamiento del consumidor, es así que las personas al encontrarse en confinamiento buscaron nuevas alternativas de entretenimiento digital, considerando como opción, las plataformas de video streaming, las mismas que ya se encontraban existentes en el mercado y durante este periodo brindaron mayores beneficios a los usuarios.

El propósito de esta investigación es identificar los factores internos y externos que influyen sobre el comportamiento del consumidor de plataformas de video streaming durante y post pandemia COVID – 19 en el Distrito Metropolitano de Quito, para lo cual se aplicó la encuesta a las personas que actualmente tiene una suscripción de plataforma streaming, considerando que la población estuvo segmentada en cuatro estratos sobre el periodo de contratación desde marzo 2020-enero 2022.

La investigación presentó como resultado que los factores que influyen en el comportamiento del consumidor de plataformas streaming son: tipo de contenido, calidad del video, precio, recomendación de la familia, contenido de libre disponibilidad y periodo de prueba gratuito. Al realizar el comparativo se presenta que los estratos tienen variables que los hacen comunes entre sí como la preferencia de la plataforma y existen otras variables que los hacen heterogéneos como es el tipo de contenido.

Palabras Claves: Plataformas Streaming, comportamiento del consumidor, Covid-19, entretenimiento

Abstract

The Covid-19 generated a change and impact on the lifestyle and consumer behavior, so people were in confinement looking for new digital entertainment alternatives, considering streaming video platforms as an option, the same ones that were already on the market and during this period brought greater benefits to users.

The purpose of this research is to identify internal and external factors that influence consumer behavior of video streaming platforms during and post pandemic COVID - 19 in the Metropolitan District of Quito, for which the survey was applied to people who currently have a subscription, considering that the population was segmented into four strata, on the hiring period from March 2020-January 2022.

The research showed that the factors that influence the consumer behavior of streaming platforms are: Type of content, video quality, price, family recommendation, freely available content and free trial period. When making the comparison it is presented that the strata have variables that make them common to each other as the preference of the platform and there are other variables that make them heterogeneous as is the type of content.

Keywords: Streaming Platforms, consumer behaviour, Covid-19, entertainment