

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Perfil del consumidor over the top: Un análisis comparativo
en el 2020 y 2023**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios
Internacionales

Autor:

Jhaneth Marilin Mego Montenegro
Rosayda Flores Kcoscco

Asesor:

Mg. Lucas Fernando Meza Revata

Juliaca, abril de 2024

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Mtr. Lucas Fernando Meza Revatta docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“PERFIL DEL CONSUMIDOR OVER THE TOP: UN ANÁLISIS COMPARATIVO EN EL 2020 Y 2023”** de los autores **Jhaneth Marilin Mego Montenegro y Rosayda Flores Kcoscco** tiene un índice de similitud de 10% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Juliaca a los 16 días del mes de julio del año 2024.



Mtr. Lucas Fernando Meza Revatta

Asesor



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiani, a los 03 día(s) del mes de abril del año 2024 siendo las 09:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Filial Juliaca, bajo la dirección del (de la) presidente (a) Dr. John Herbert Cahuana Sanchez el secretario(a): Mtro. Wilson Cruz Mamani y los demás miembros: Mtro. Amed Vargas Martinez y el (la) asesor(a) Mtro. Lucas Fernando Meza Revatta con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado Perfil del consumidor over the top: Un análisis comparativo en el 2020 y 2023 del(los) bachiller(es):

- a) Shaneth Marilin Mego Montenegro
- b) Rosayda Flores Keoscco
- c) _____

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciada en Administración y Negocios Internacionales
(Denominación del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado. Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Shaneth Marilin Mego Montenegro

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>16</u>	<u>B</u>	<u>Buena</u>	<u>Muy Buena</u>

Bachiller (b): Rosayda Flores Keoscco

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>16</u>	<u>B</u>	<u>Buena</u>	<u>Muy Buena</u>

Bachiller (c): _____

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

[Firma]
 Presidente/a
[Firma]
 Asesor/a
[Firma]
 Bachiller (a)

[Firma]
 Miembro
[Firma]
 Bachiller (b)

[Firma]
 Secretario/a

 Miembro

 Bachiller (c)

Perfil del consumidor over the top: Un análisis comparativo en el 2020 y 2023

Resumen

La pandemia del COVID-19 permitió el crecimiento del uso de las plataformas over-the-top (OTT), estas plataformas son ampliamente utilizadas sin conocer al consumidor y los factores que lo llevan a adoptar plataformas OTT. Partiendo de la premisa, el objetivo de este estudio es analizar quiénes son estos consumidores, cómo consumen el contenido y qué les atrae, dentro de 4 factores (demográficos, psicológicos, socioculturales y conductuales). El análisis de las respuestas recopiladas a través de encuestas en el 2020 y 2023 de usuarios de plataformas OTT. Los resultados mostraron el constante cambio de los perfiles de consumidores de plataformas OTT, demostrando que el pasar del tiempo cambia el comportamiento y preferencias de nuestro segmento. Las plataformas OTT deben de estar en constante actualización, con estrategias para retener y adquirir nuevos usuarios con el pasar del tiempo.

Palabras claves: plataformas OTT, perfil, pandemia, consumidor, pos-pandemia, tiempo.

Profile of the over the top consumer: A comparative analysis in 2020 and 2023

Abstract

The COVID-19 pandemic allowed the growth of the use of over-the-top (OTT) platforms; these platforms are widely used without knowing the consumer and the factors that lead them to adopt OTT platforms. Starting from the premise, the objective of this study is to analyze who these consumers are, how they consume the content and what attracts them, within 4 factors (demographic, psychological, sociocultural and behavioral). The analysis of responses collected through surveys in 2020 and 2023 from users of OTT platforms. The results showed the constant change in consumer profiles of OTT platforms, demonstrating that the passage of time changes the behavior and preferences of our segment. OTT platforms must be constantly updated, with strategies to retain and acquire new users over time.

Keywords: OTT platforms, profile, pandemic, consumer, post-pandemic, time.