

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E A PROPENSÃO DO CONSUMIDOR À INTERAÇÃO COM HUMANOS DIGITAIS

DIGITAL TRANSFORMATION AND THE CONSUMER'S PROPENSITY TO INTERACT WITH DIGITAL HUMANS

MARIANE AUXILIADORA FONSECA

UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL REI

PAULA KARINA SALUME

UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

MARCELO DE REZENDE PINTO

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

DÁRLINTON BARBOSA FERES CARVALHO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) e à Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ) pelo financiamento do estudo.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E A PROPENSÃO DO CONSUMIDOR À INTERAÇÃO COM HUMANOS DIGITAIS

Objetivo do estudo

O objetivo foi compreender a propensão de os consumidores interagirem com humanos digitais com o intuito de verificar essa relação sob uma perspectiva de auxílio para que as marcas possam superar obstáculos de comunicação.

Relevância/originalidade

Os aspectos característicos de cada construto destacam que as avaliações dos consumidores possuem consequências potencialmente importantes para as formas de interação com o cliente. As descobertas apontam uma correlação positiva para a propensão de interação em diferentes níveis.

Metodologia/abordagem

Foram aplicados questionários estruturados com afirmativas a serem avaliadas por meio de escala likert envolvendo 5 construtos: propensão de interação, poder de especialista, satisfação social, confiança e intenções de compra e posteriormente medida a correlação entre as variáveis.

Principais resultados

As descobertas apontam a probabilidade e propensão de os consumidores interagirem com humanos digitais pela compatibilidade entre as variáveis representadas pelas correlações positivas.

Contribuições teóricas/metodológicas

Com o aumento das mudanças de mercado e a necessidade de tomada de decisão alinhada a uma estratégia voltada para o investimento em soluções, as descobertas podem contribuir com a compreensão de questões urgentes no contexto de inovação.

Contribuições sociais/para a gestão

Os aspectos característicos de cada construto destacam que as avaliações dos consumidores possuem consequências potencialmente importantes para as formas de interação e podem contribuir na tomada de decisão alinhada a estratégias voltadas para soluções digitais.

Palavras-chave: Transformação digital, Humanos digitais, Propensão de interação

DIGITAL TRANSFORMATION AND THE CONSUMER'S PROPENSITY TO INTERACT WITH DIGITAL HUMANS

Study purpose

The goal was to understand the propensity of consumers to interact with digital humans in order to verify this relationship from a perspective of help so that brands can overcome communication obstacles.

Relevance / originality

Characteristic aspects of each construct highlight that consumers' assessments have potentially important consequences for forms of interaction with the client. The findings point to a positive correlation for the propensity to interact at different levels.

Methodology / approach

Structured questionnaires were applied with statements to be evaluated by means of a Likert scale involving 5 constructs: propensity to interact, expert power, social satisfaction, trust and purchase intentions and subsequently measured the correlation between variables.

Main results

The findings point to the probability and propensity of consumers interacting with digital humans by the compatibility between the variables represented by the positive correlations.

Theoretical / methodological contributions

With the increase in market changes and the need for decision making aligned with a strategy focused on investment in solutions, the findings can contribute to the understanding of pressing issues in the context of innovation.

Social / management contributions

The characteristic aspects of each construct highlight that consumer evaluations have potentially important consequences for forms of interaction and can contribute to decision-making aligned with strategies focused on digital solutions.

Keywords: Digital transformation, Digital humans, Interaction propensity