



Universidade de Brasília  
Faculdade de Economia, Administração,  
Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas  
Departamento de Administração

ESTHER MARIA RECIO PEREIRA

**ESTRATÉGIAS DE DIFERENCIAÇÃO DAS PLATAFORMAS  
DE *STREAMING*: uma análise no mercado brasileiro**

Brasília – DF

2021

ESTHER MARIA RECIO PEREIRA

**ESTRATÉGIAS DE DIFERENCIAÇÃO DAS PLATAFORMAS DE *STREAMING*:  
uma análise no mercado brasileiro**

Monografia apresentada ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Leonardo S. Conke

Brasília – DF

2021

ESTHER MARIA RECIO PEREIRA

**ESTRATÉGIAS DE DIFERENCIAÇÃO DAS PLATAFORMAS DE *STREAMING*:  
uma análise no mercado brasileiro**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do  
Curso de Administração da Universidade de Brasília da aluna

**Esther Maria Recio Pereira**

Prof. Leonardo S. Conke  
Orientador

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marina Figueiredo Moreira  
Examinadora

Prof. Dr. Bruno Saboya de Aragão  
Examinador

Brasília, 26 de outubro de 2021

## AGRADECIMENTOS

À minha família, pelo apoio constante, carinho e amor.

Ao meu orientador, Leonardo Conke, por sua dedicação, incentivo, responsabilidade e paciência comigo.

“Em algum lugar, algo incrível está esperando para ser descoberto.”

Carl Sagan

## RESUMO

No presente trabalho apresenta-se uma identificação das estratégias de diferenciação e escopo utilizadas pelas plataformas de *streaming* audiovisual do mercado brasileiro. O objetivo geral foi identificar as estratégias competitivas de diferenciação utilizadas pelas plataformas de Vídeo sob Demanda (*Video on Demand – VoD*) no mercado de *streaming* brasileiro. A perspectiva teórica está baseada no trabalho de Henry Mintzberg (1988, 2007). A metodologia foi de levantamento com coleta de dados por meio de uma pesquisa documental, na qual foram utilizados artigos, notícias ou informações do mercado, relatórios e sites especializados. Também foi empregada a observação, visto que as plataformas foram acessadas pela pesquisadora para se obter a visão de um usuário assinante. Foram analisadas somente as plataformas que utilizam o modelo de negócios SVoD (assinatura do serviço – *subscription video on demand*). Os resultados mostraram que, das 26 plataformas analisadas, 8 competem pela estratégia de diferenciação por Preço, 2 utilizam a estratégia de diferenciação por Imagem, 3 competem pela estratégia de diferenciação por Suporte, 1 compete pela estratégia de diferenciação por Qualidade, 5 usam a estratégia de diferenciação por Design e 7 competem pela estratégia de Não-Diferenciação. Espera-se que o modelo de análise das plataformas desenvolvido contribua para as futuras pesquisas e análises a respeito deste mercado e promova a divulgação das estratégias de Mintzberg. Acredita-se que a lista das plataformas desenvolvida também é uma forma de contribuição, visto que não há uma lista oficial de plataformas de *streaming* que atuam no mercado brasileiro.

Palavras-chave: Vídeo sob Demanda. *Video on demand*. *Streaming*. Estratégias genéricas. Competição.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Estratégias Genéricas de Porter .....	13
Quadro 2 - Estratégias Genéricas de Diferenciação e Escopo de Mintzberg.....	15
Quadro 3 - Tipos de serviços de Videos sob Demanda .....	19
Quadro 4 – Lista de plataformas de streaming SVoD encontradas no Brasil.....	24
Quadro 5 - Critérios de avaliação das plataformas .....	26
Figura 1 - Classificação das plataformas.....	29

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>REVISÃO TEÓRICA</b> .....	<b>11</b>
2.1	ESTRATÉGIAS GENÉRICAS.....	11
2.1.1	As Estratégias Genéricas de Michael Porter .....	11
2.1.2	A Perspectiva de Henry Mintzberg .....	14
2.2	VÍDEOS SOB DEMANDA ( <i>VIDEO ON DEMAND</i> – VoD) .....	18
<b>3</b>	<b>MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA</b> .....	<b>22</b>
3.1	CARACTERIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES DO ESTUDO .....	22
3.2	INSTRUMENTOS DE PESQUISA E PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS .....	25
<b>4</b>	<b>RESULTADO E DISCUSSÃO</b> .....	<b>29</b>
4.1	DIFERENCIAÇÃO POR PREÇO .....	30
4.2	DIFERENCIAÇÃO POR IMAGEM .....	33
4.3	DIFERENCIAÇÃO POR SUPORTE .....	35
4.4	DIFERENCIAÇÃO POR QUALIDADE .....	37
4.5	DIFERENCIAÇÃO POR DESIGN .....	38
4.6	NÃO DIFERENCIAÇÃO.....	41
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>45</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>47</b>
	<b>APÊNDICE</b> .....	<b>50</b>



## 1 INTRODUÇÃO

A revolução digital e da internet alterou o panorama da indústria televisiva ao abrir uma série de oportunidades na produção, distribuição e o consumo dos conteúdos de TV. As mudanças afetaram os modelos tradicionais das empresas, fazendo com que suas estratégias precisem ser alteradas diante dos novos modelos que modificam a cadeia de valor (PRADO, 2017). Aos meios tradicionais de divulgação, como rádio e televisão, foram adicionadas outras mídias, cujo desenvolvimento foi possibilitado pelo incremento na capacidade e velocidade de transferência de dados. Uma dessas novas mídias é o chamado *streaming*<sup>1</sup> – utilizada para distribuição de conteúdo online – com bastante destaque nos serviços de vídeos sob demanda (*Videos on demand* – VoD).

O *streaming* traz um significado que engloba inovação, tecnologia, e um mercado que vem crescendo exponencialmente. Essa forma de distribuição digital *on-line* despertou o interesse de grandes empresas na criação de plataformas que oferecessem esse tipo de serviço. Como exemplo tem-se a Netflix – considerada pioneira neste mercado – a Amazon Prime, a HBO Max, a Crunchyroll, a Disney+, entre outras plataformas que estão disponíveis.

Apesar de ser um mercado relativamente novo, atualmente, há uma quantidade considerável de plataformas de *streaming* disponíveis, oferecendo serviços audiovisuais e/ou sonoros que alcançam os mais diversos públicos. O fato de existirem várias empresas oferecendo produtos ou serviços similares tende a aumentar a competição no mercado, o que parece estar ocorrendo no setor de entretenimento via *streaming*. Essa competição exige que as empresas desenvolvam estratégias para que possam sobreviver e serem bem-sucedidas nesse mercado.

Por isso, a fim de entender melhor a competição no mercado de *streaming* no Brasil, elencou-se a seguinte questão norteadora: como as plataformas de *streaming* por VoD se diferenciam estrategicamente em seu mercado? Para isso, o objetivo geral neste trabalho é ***identificar as estratégias competitivas de diferenciação utilizadas pelas plataformas de Vídeo sob Demanda no mercado***

---

<sup>1</sup> O *streaming* é uma tecnologia para transferência de dados em que há um fluxo contínuo e ininterrupto de transmissão, a qual normalmente ocorre próxima do tempo real (ITU, 2019).

### **de streaming brasileiro.**

A estratégia é uma área amplamente estudada e o posicionamento estratégico das empresas sempre merece ter atenção renovada, considerando que os mercados mudam e as estratégias de competição precisam melhorar ou serem alteradas. De forma acadêmica, isso incentiva a realização de estudos que identifiquem as novas formas ou táticas competitivas utilizadas. Sobre as estratégias genéricas, apesar de existirem muitos modelos, as mais estudadas são as de Michael Porter (1985, 2004), e por isso, explorar as estratégias de outros autores como, no caso, as de Henry Mintzberg (1988, 2007), pode ajudar no desenvolvimento da área e aumentar as possibilidades de análise da competição, visto que elas são mais específicas e possuem mais dimensões estratégicas, permitindo assim comparações mais singulares para a pesquisa.

Apesar de ser um mercado bastante competitivo e a área da estratégia ser extensamente estudada, não foram encontradas pesquisas que estudassem o mercado de *streaming* utilizando as mesmas estratégias genéricas de diferenciação e escopo empregues para realizar o presente estudo. Embora não haja muitos estudos parecidos a este, outros autores pesquisaram a respeito da competição no mercado de *streaming* (SIMON, 2021; KWEON; KWEON, 2021; JOŠKO LOZIĆ, 2020).

Algumas pesquisas já demonstraram que os serviços de vídeo por *streaming* têm cativado os consumidores. Em sua pesquisa a respeito do comportamento do consumidor no Brasil, Clemente (2021) observou que 86% dos respondentes consumiam serviços de *streaming*, sendo que mais de 70% acessava pelo menos dois ou mais serviços. De acordo com a ANCINE (2018a), o setor audiovisual brasileiro gerou R\$ 26,7 bilhões à economia em 2018, dado que 20,9% do valor adicionado pelo setor advém do segmento de Vídeo sob Demanda. Nota-se, portanto, que os brasileiros têm dado cada vez mais importância a essa maneira de entretenimento, incentivando, ainda, a competição entre essas plataformas do meio.

Os conhecimentos deste estudo também podem melhorar a percepção do mercado para os gestores e os analistas da área, considerando que a pesquisa colabora com a compreensão das estratégias traçadas pelas empresas que atuam no mercado de *streaming*, podendo ajudar no aperfeiçoamento da tomada de decisões das organizações desse setor, no que se refere à escolha de estratégias para competir no mercado, e na melhoria do desempenho na estratégia utilizada por

cada plataforma.

## 2 REVISÃO TEÓRICA

Esta etapa evidencia a fundamentação teórica base da presente pesquisa, e abarca as principais considerações sobre estratégias competitivas e vídeos sob demanda.

### 2.1 ESTRATÉGIAS GENÉRICAS

Uma estratégia genérica pode ser descrita como uma ampla categorização de escolhas estratégicas que pode ser aplicada independentemente do setor, tipo ou tamanho da organização (HERBERT; DERESKY, 1987). Esse conjunto de estratégias possui diversas utilidades: elas conseguem capturar e juntar as principais semelhanças de estratégias específicas existentes, facilitando a compreensão de padrões estratégicos amplos; elas facilitam a compreensão das opções e direções estratégicas do portfólio corporativo e servem como base para a alocação de recursos entre as unidades de negócio de organizações complexas (HERBERT; DERESKY, 1987).

Para serem de uso amplo, as estratégias genéricas precisam satisfazer algumas condições mínimas: ter um elenco vasto e ampliável de opções para cobrir todas as situações possíveis conhecidas; sua denominação deve, de preferência, lembrar a finalidade do processo de elaboração utilizado para gerar alternativas estratégicas, evitando a demonização pelas técnicas ou pela atitude (agressiva ou passiva, por exemplo) dos planejadores e não devem ser mutuamente exclusivas entre si, para que quando compatíveis, possam ser utilizadas simultaneamente (ZACCARELLI; FISCHMANN, 1994).

#### 2.1.1 As Estratégias Genéricas de Michael Porter

As estratégias genéricas mais conhecidas são, certamente, as desenvolvidas por Michael Porter. O autor descreveu estratégias genéricas de competição, que podem ser descritas como ações defensivas ou ofensivas utilizadas

para causar uma posição defensável em uma empresa com o intuito de obter retorno sobre o próprio investimento da organização (PORTER, 2004). Suas três estratégias genéricas, que podem ser usadas de forma isolada ou combinada com o objetivo de criar essa posição defensável a longo prazo e ultrapassar os concorrentes: liderança no custo total, diferenciação e enfoque.

A liderança no custo total, que se tornou bastante comum em 1970 em meio à popularização do conceito de curva de experiência, é uma estratégia que consiste em ter menor custo total e, conseqüentemente, menor preço que as concorrentes. Ela exige bastante controle das despesas gerais, uma procura intensa de reduções de custo pela experiência e pela construção de instalações eficientes. Assim, o custo baixo em relação aos concorrentes é o foco desta estratégia, apesar de a assistência, a boa qualidade e outras áreas também não serem ignoradas. O baixo custo possibilita uma defesa contra fornecedores poderosos ao trazer uma maior flexibilidade para enfrentar possíveis aumentos de insumos. Colocar essa estratégia em prática pode exigir um investimento pesado em equipamentos atualizados, fixação de preço e até prejuízos iniciais para consolidar-se no mercado (PORTER, 2004).

A estratégia de diferenciação tem o intuito de diferenciar o produto ou serviço oferecido pela organização por meio da criação de algo considerado único no mercado. A diferenciação pode ocorrer por meio de um projeto ou imagem da marca, tecnologia, serviços sob encomenda, rede de fornecedores ou até por outras dimensões. A diferenciação cria uma posição defensável para a empresa de uma forma diferente da estratégia de liderança de custo, proporcionando a lealdade dos consumidores em relação à marca e diminuindo a sensibilidade em relação ao preço. No entanto, mesmo que os consumidores reconheçam o valor que a empresa possui, nem todos os clientes poderão ou estarão dispostos a pagar por um produto de maior custo. Nesse sentido, para utilizar a estratégia de diferenciação, a empresa terá que avaliar a posição do seu custo, tendo em vista que algumas atividades para alcançá-la podem ser caras, como as pesquisas extensivas de materiais de alta qualidade, apoio intenso ao consumidor, etc. (PORTER, 2004).

A última estratégia genérica sugerida por Porter (2004) é o enfoque, que visa direcionar a atenção da empresa para um segmento da linha de produtos, um mercado geográfico ou um determinado grupo de compradores. Ao utilizar a estratégia de enfoque, a empresa seleciona um segmento ou grupo de segmentos e

constrói sua estratégia para “excluir” as outras empresas. Ao aperfeiçoar sua estratégia para os segmentos-alvo, a empresa “focalizadora” procura alcançar uma vantagem competitiva em seus segmentos-alvo, embora não possua uma vantagem competitiva absoluta (PORTER, 1985). A premissa dessa estratégia é que a empresa seja capaz de atender seu alvo estratégico de forma mais eficiente e efetiva do que as empresas que concorrem de forma mais ampla. Essa estratégia também pode ser usada para escolher metas menos vulneráveis a substitutos ou onde a concorrência é mais fraca. (PORTER, 2004).

Inicialmente, Porter havia citado a estratégia de enfoque de forma isolada. Mais tarde, em novas edições dos seus textos, a estratégia de enfoque ganhou duas variantes: foco no custo e foco na diferenciação (Quadro 1). Enquanto a primeira busca uma vantagem de custo em seu segmento-alvo, a segunda procura a diferenciação em seu segmento-alvo. O foco no custo explora as diferenças do “comportamento” do custo em alguns segmentos, enquanto o foco de diferenciação explora as necessidades especiais dos consumidores em determinados segmentos. Essas diferenças implicam que os segmentos são mal atendidos por concorrentes amplamente direcionados que os servem ao mesmo tempo em que servem aos outros (PORTER, 1985).

Quadro 1 - Estratégias Genéricas de Porter

		VANTAGEM COMPETITIVA	
		Custo Mais Baixo	Diferenciação
ESCOPO COMPETITIVO	Alvo Amplo	1. Liderança em Custo	2. Diferenciação
	Alvo Estreito	3A. Enfoque em Custo	3B. Enfoque em Diferenciação

Fonte: PORTER (1985, 2004).

Para Porter (1985, 2004) as empresas que desejam ganhar vantagem competitiva precisam escolher apenas uma das estratégias genéricas, apesar de isso ser raramente possível, pois uma empresa que adota todas elas possivelmente não teria a capacidade de concluir nem sequer uma delas. Contudo, Gilbert e Strebel (1987) discordam do pensamento de Porter, pois argumentam que empresas muito bem-sucedidas, a exemplo de alguns fabricantes de automóveis japoneses, adotaram uma estratégia de “passo a passo”, tendo em vista que primeiro utilizam

uma estratégia de baixo custo, e depois a diferenciação para capturar alguns segmentos de mercado importantes.

### 2.1.2 A Perspectiva de Henry Mintzberg

As estratégias genéricas já foram alvo de muitos autores da área de administração (ZACCARELLI; FISCHMANN, 1994; ROBINSON JR.; PEARCE, 1988; HERBERT; DERESKY, 1987). Dentre os diversos autores que desenvolveram estratégias genéricas próprias, um dos mais conhecidos foi Henry Mintzberg. Professor de estudos de Administração da McGill University, em Montreal, Mintzberg sempre conduziu pesquisas relacionadas à Administração geral e às organizações, com foco na natureza do trabalho gerencial, nas formas de organização e no processo de formação de estratégias (MINTZBERG, 2007). É curioso observar que, talvez por conta dos inúmeros textos de estratégia desenvolvidos por Mintzberg, suas estratégias genéricas não são as mais conhecidas e divulgadas.

Mintzberg (2007) sugeriu que as estratégias de uma empresa pudessem ser aplicadas em cinco situações: localizar o negócio principal da empresa, diferenciar o principal negócio da empresa, elaborar o negócio principal da empresa, ampliar o negócio principal da empresa e, por fim, refazer o negócio principal da empresa. As que mais se aproximam às estratégias de Porter (1985) são aquelas que visam diferenciar e elaborar (ou posicionar) o negócio principal da empresa, isto é, as estratégias genéricas de diferenciação e as estratégias genéricas de escopo. Com elas, é possível distinguir características que fazem com que uma organização atinja vantagem competitiva e sobreviva em seu próprio cenário ao utilizar as estratégias que diferenciam o principal negócio da empresa (MINTZBERG, 2007).

As estratégias genéricas apresentadas por Porter serviram como um ponto de partida, mas são diferentes, em alguns aspectos, das de Mintzberg. Para Mintzberg (2007), as estratégias de diferenciação identificam o que uma empresa tem de fato de diferente no mercado e como é a percepção dos clientes em relação a ela. Já as estratégias de escopo conseguem identificar que mercados as empresas buscam, de acordo com a visão delas mesmas.

As estratégias genéricas de **diferenciação** podem ser por meio do Preço, da Imagem, do Suporte, da Qualidade, do Design ou da ausência de diferenciação (Não Diferenciação) (Quadro 2). Em qualquer uma delas, a diferenciação precisa ser

percebida pelo consumidor para que possua algum significado. Se não, ela não é válida (MINTZBERG, 1988).

Quadro 2 - Estratégias Genéricas de Diferenciação e Escopo de Mintzberg

TIPO	ESTRATÉGIA GENÉRICA	CARACTERÍSTICAS
DIFERENCIAÇÃO	Preço	Competição com preços abaixo do mercado
	Imagem	Apenas aparenta ser diferente
	Suporte	Diferenciação no apoio ou suporte ao consumidor, e não no produto/serviço
	Qualidade	Mesmo produto/serviço, mas com qualidade (desempenho, durabilidade, confiabilidade) superior ao do concorrente
	Design	É de fato diferente e possui características memoráveis e únicas
	Não-diferenciação	O produto/ serviço não se diferencia dos demais. Portanto, compete pela imitação ou seguindo uma posição intermediária
ESCOPO	Não-segmentação	Captura de diversos mercados com uma básica configuração de produto/serviço
	Segmentação	Seleciona vários segmentos ou um único

Fonte: Mintzberg (1988, 2007). Elaborado pela autora.

A estratégia de diferenciação de **Preço** é a forma mais básica de diferenciar um produto ou serviço, pois basta apenas cobrar um preço mais baixo por este. Assim, mantidas as características básicas entre os produtos ou serviços, as pessoas irão se interessar pelo modelo mais barato. É um tipo de diferenciação utilizada com algo que não tenha nenhum outro diferencial. Para consegui-la, a empresa pode produzir mais rápido ou com materiais mais baratos (de menor qualidade, às vezes). Em geral, a empresa diminui a margem de lucro, obtendo retorno pelo alto volume de vendas (MINTZBERG, 2007). Vale destacar que essa estratégia é muito similar à liderança em custos sugerida por Porter (1985). O que muda é que Mintzberg (2007) entende o preço mais baixo como uma forma de diferenciação, e por isso sugere o preço como uma estratégia.

A estratégia de diferenciação por **Imagem** é usada para aparentar uma diferença entre itens, quando ela, de fato, não existe. Ou seja, uma imagem do produto ou serviço é criada e “inserida” na mente do consumidor. Elas também se referem a diferenças cosméticas, que não melhoram o desempenho do produto ou serviço e apenas mudam esteticamente, como no caso de embalagens diferentes, por exemplo (MINTZBERG, 2007).

A estratégia de diferenciação por **Suporte** (ou periférica) não diferencia necessariamente o produto ou serviço em si, mas sim o próprio suporte ou apoio dado ao consumidor. Ela pode ter a ver com o processo de venda, de entrega, de atendimento (consertos, resolução de dúvidas), ou até com o fornecimento de adicionais, como bônus, cupons, brindes ou mesmo serviços adicionais, como uma aula experimental grátis para quem acabou de comprar um instrumento musical (MINTZBERG, 1988; 2007).

A diferenciação por qualidade (e a próxima, por design) já implica em uma mudança substancial em produto ou serviço. Nas estratégias anteriores, as mudanças não afetavam necessariamente o produto ou serviço, pois eram apenas superficiais ou sobre questões periféricas, como no suporte. A estratégia de diferenciação por **Qualidade** tem relação com as características que tornam um produto ou serviço melhor; não diferente, mas melhor. Ou seja, o produto ou serviço não possui nada que os dos concorrentes não tenham; ele apenas é mais confiável, mais durável e/ou com melhor desempenho. A diferenciação por qualidade também é afetada pela imagem de qualidade que a empresa passa; contudo, na diferenciação por qualidade, a imagem é mantida por conta do que é produzido ou ofertado, e não apenas pelo marketing ou pela publicidade realizada, como na diferenciação por imagem (MINTZBERG, 1988).

A estratégia de diferenciação por **Design** significa que o produto ou serviço de fato oferece algo diferente do comum, do regularmente oferecido, do “normal”, ofertando características memoráveis e únicas (MINTZBERG, 2007). Mintzberg (1988) observa que algumas diferenças de design não são tão ambiciosas, ou seja, não oferecem novidades que mudam substancialmente o produto ou serviço, podendo ser detalhes, alguns deles até cosméticos.

Por fim, Mintzberg (2007) apresenta a chamada **não diferenciação**, que é de fato uma estratégia e é bastante comum. Em situações em que uma empresa não demonstre interesse ou vontade de diferenciar o seu produto/serviço, que um mercado que tenha espaço suficiente, ou que ela não seja capaz fazer nada diferente, a empresa poderá competir pela imitação, ou de alguma forma em uma posição intermediária, não sendo diferenciada, mas conseguindo sobreviver (MINTZBERG, 2007).

O segundo conjunto de estratégias, que também serve para diferenciar o negócio da empresa, é chamado de **escopo**, na realidade representando qual a



extensão dos mercados para os quais os produtos ou serviços serão comercializados. As estratégias de escopo, em essência, são conduzidas em função da demanda e do mercado existente, e são distintas das estratégias de diferenciação, que existem apenas quando a pessoa consegue perceber alguma característica que consiga agregar valor ao produto; logo, esta adota a perspectiva do cliente (MINTZBERG, 2007).

O conjunto de estratégias que faz parte do escopo de serviços/produtos ofertados engloba a não segmentação e a segmentação. A estratégia de **não segmentação** é desenvolvida por empresas que tentam capturar diversos mercados com uma básica configuração do produto (MINTZBERG, 2007). Neste caso, o mercado é visto como um grande e único segmento no qual há uma massa de consumidores de todos os tipos que comprem o produto ou o serviço. Esse tipo de estratégia é comum em lojas de departamento, por exemplo, pois apresentam uma larga variedade de produtos de consumo em massa (MINTZBERG, 1988).

Enquanto isso, as estratégias de **segmentação** permitem selecionar um grupo específico no mercado que deve ser atendido. Algumas empresas podem selecionar vários segmentos ou apenas um. Mintzberg (1988) explica que a estratégia de segmentação aparece como um *continuum*, que em um dos lados teria uma segmentação muito ampla e, no outro, uma segmentação muito restrita, chegando ao ponto da customização individual ou personalização. Nesse continuum, as possibilidades de segmentação seriam infinitas. Assim, enquanto algumas empresas tentam ser mais abrangentes ao atender todos os segmentos, como as lojas de departamento e os grandes fabricantes, por exemplo, outras tentam ser mais seletivas, visando cautelosamente apenas a determinados segmentos (MINTZBERG, 2007).

Dentro das inúmeras estratégias de segmentação possíveis, podem ser destacadas as estratégias de nicho e de personalização. As estratégias de **nicho** concentram-se em apenas um segmento ou comunidade particular, para o qual as empresas tendem a fornecer produtos ou serviços específicos (MINTZBERG, 1988; 2007). A estratégia de nicho é bastante similar à estratégia de enfoque de Porter. As estratégias de **personalização** praticam a desagregação do mercado a ponto de que todo cliente representa um segmento único. Assim, na personalização pura, o produto é desenvolvido do início para cada cliente e se infiltra em toda a cadeia de valor, tendo em vista que o produto não é somente entregue de maneira

personalizada, montado ou fabricado sob encomenda; ele também é idealizado para o cliente individual em primeiro lugar. Há também a personalização sob medida, que é a mais e comum, na qual um projeto básico é modificado, usualmente na etapa da fabricação, levando em consideração as necessidades do cliente ou especificações (como as próteses que são modificadas justamente para que se ajustem às juntas ósseas de cada consumidor). Na personalização padronizada os produtos finais são montados de acordo com a solicitação individual do cliente com componentes padronizados, como é no caso dos automóveis, tendo em vista que os clientes podem escolher acessórios e afins (MINTZBERG, 2007).

## 2.2 VÍDEOS SOB DEMANDA (*VIDEO ON DEMAND* – VoD)

A TV digital é a herdeira dos sistemas de distribuição da era analógica, e se estrutura por meio de redes dedicadas à transmissão específica de conteúdos audiovisuais (PRADO, 2017). Esses sistemas são bastante eficientes na distribuição de grandes quantidades de informação e possuem mecanismo de controle muito eficazes. Ainda assim, com o surgimento de novos sistemas que alteraram e melhoraram a capacidade e a velocidade de transmissão de sinais de áudio e vídeo, o campo de entretenimento passou a ser baseado no que é chamado de tecnologia *Over The Top* (OTT), permitindo as primeiras experiências de distribuição de vídeos na internet (PRADO, 2017).

Segundo a União Internacional de Telecomunicações (UIT), os serviços *Over The Top* são “aplicações acessadas ou entregues na rede pública que podem substituir de forma direta ou funcional os serviços de telecomunicações tradicionais” (ANATEL, 2018, n.p.). Em outras palavras, os OTT referem-se aos serviços que entregam conteúdo por meio da Internet diretamente aos seus usuários. O termo é uma espécie de apelido dado a esses tipos de serviço, pois eles transpõem plataformas tradicionais, ou seja, atuam “por cima” (*over*) dessas plataformas. O exemplo mais comum é a TV a cabo; usualmente, a companhia de TV a cabo é a responsável pelo fornecimento do conteúdo exibido e pela disponibilidade da programação. Com os serviços OTT, o assinante apenas utiliza a conexão física da empresa (o cabo), assinando somente a internet, por exemplo, para obter conteúdo diretamente com as produtoras, como Netflix, Amazon Prime etc. Portanto, as experiências audiovisuais são proporcionadas por uma rede de internet global e

aberta, apesar de existir a possibilidade de limitar o acesso a conteúdos determinados, seja sobre uma área geográfica ou por causa do modelo de negócio pago, por exemplo.

O modelo de VoD, que é uma forma de OTT, oferece, por meio de redes eletrônicas, conteúdos audiovisuais que permitem ao usuário a fruição de um vídeo de sua escolha, com base em um catálogo com diversas opções, no momento em que ele escolher (ANCINE, 2018b). No modelo de VoD, que é amplamente utilizado pela Netflix, por exemplo, o usuário final, sob demanda, seleciona e visualiza determinado conteúdo, pode controlar a ordem temporal onde o vídeo é visto e tem a habilidade de iniciar o vídeo, pausar, avançar, rebobinar, etc. (ITU, 2015). De acordo com Prado (2017), esse é o modelo mais bem estruturado, industrialmente, e com uma maior formalização empresarial. Ao se comparar aos modelos tradicionais de oferta de conteúdo em grades de programação, o VoD oferece maior autonomia e elevado poder de escolha dado ao consumidor. (ANCINE, 2018b).

Quadro 3 - Tipos de serviços de Vídeos sob Demanda

<b>Modelos de Negócios</b>	<b>Formas de transmissão de conteúdo</b>	<b>Tipo de conteúdo disponibilizado</b>	<b>Porte econômico</b>
Acesso gratuito financiado por publicidade (AVoD)	Redes dedicadas das operadoras de TV por assinatura	Filmes e séries	Grande porte, inclusive de outros segmentos de mercado
Assinatura (SVoD)		Conteúdo Infantil	Médio porte
Aluguel ou venda (TVoD)	Serviços <i>over-the-top</i> (OTT, em que os conteúdos são transmitidos aos usuários pela internet)	Documentários	Franja de mercado, pequenos e independentes, sem atuação prévia na oferta de conteúdos audiovisuais
Catch-up TV (via TV paga)		Variedades	
Híbridos		Notícias	
		Conteúdos gerados pelos próprios usuários	

Fonte: (ANCINE, 2018b).

Os serviços VoD podem ser oferecidos nos formatos AVoD, SVoD, TVoD e

*Catch-up TV*. As empresas que optam pelo modelo AVoD (*Advertising Video on Demand*) fornecem aos seus usuários conteúdo gratuito e adquirem receita por meio de publicidade. Assim, ao invés dos usuários pagarem pelo serviço, são os anunciantes que remuneram o negócio, inserindo propagandas antes, durante e/ou depois do conteúdo exibido. São exemplos de plataformas de AVoD o YouTube, Afroflix, Bravia Core, LGBTFlix, Netmovies, Pluto TV, PopcornFlix, Sesc Digital, Spcine Play e Vimeo. Para que este modelo seja bem-sucedido é necessário possuir uma grande audiência que tenha um número alto de acessos e publicidade. (ANCINE, 2018b).

No modelo de SVoD (*Subscription Video on Demand*) o consumidor faz um contrato para receber acesso ilimitado ao conteúdo ofertado na plataforma da empresa, por meio de pagamentos fixos mensais/anuais (ANCINE, 2018b). São plataformas em que o usuário precisa obter uma assinatura (*subscription*) do serviço para que possa ter acesso total ao acervo sob um determinado perfil de usuário (ANCINE, 2019). Há diversas plataformas que utilizam essa modalidade, como a Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, etc. Vale lembrar que, de acordo com Wayne (2017), alguns tipos de serviço SVoD, assim como o HBO Now, fornecem aos seus usuários acesso a um canal de TV tradicional sem exigir uma assinatura de TV a cabo. Outros tipos de serviços SVoD – como Netflix ou Amazon Prime – trazem bibliotecas de conteúdo em que o usuário pode selecionar, dentre o conteúdo disponível, aquilo que quer assistir (WAYNE, 2017). Algumas plataformas, como o próprio YouTube, possuem versões diferenciadas (Premium), que mudam o modelo de AVoD para SVoD, já que há assinatura ao invés de anúncios.

Na modalidade de TVoD (*Transactional Video on Demand*) o usuário paga para assistir a um conteúdo específico, ou seja, apenas aquilo que ele quer ver. O sistema pode ser por aluguel ou compra. No aluguel, o conteúdo alugado é recebido pelo usuário por meio de OTT, por *streaming* ou *download* temporário. Já na opção de compra, o consumidor paga um valor determinado para receber acesso ilimitado ao conteúdo adquirido, via *streaming* e/ou *download* (ANCINE, 2018b). As plataformas mais populares que oferecem essa modalidade são o iTunes, Tele Cine ON, CINE SKY, Google Play e Cinema Virtual. Um exemplo conhecido no Brasil é o *Pay per View* esportivo, em que os usuários pagam para assistir a determinados campeonatos de futebol.

No caso de *Catch-up TV*, todo ou parte dos conteúdos exibidos nos canais

de TV ficam disponíveis ao assinante, geralmente por um tempo específico, após sua exibição no canal original. Normalmente não é necessário pagar um valor extra para acessá-lo, mas o conteúdo somente é disponibilizado por meio de vínculo com outro serviço de uma operadora, como o de internet (ANCINE, 2018b). Os exemplos mais populares de empresas que adotam este modelo são: Watch ESPN, Vivo Play, Tele Cine PLAY, FOX Play, Cartoon Network GO!, Now e Sky Play.

### 3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Esta pesquisa pode ser caracterizada, principalmente, como uma Pesquisa Documental. A fim de atingir o objetivo geral de identificar as estratégias competitivas genéricas de diferenciação utilizadas pelas plataformas de Vídeo sob Demanda no mercado de *streaming* brasileiro, entendeu-se que uma extensa pesquisa documental seria a mais adequada. A realização de entrevistas e questionários foi cogitada, mas entendeu-se que o contato com os responsáveis pelas estratégias das empresas não seria viável. Ainda, caso o contato ocorresse, a identificação das estratégias por parte desses responsáveis tampouco seria facilmente obtida. A percepção que um decisor tem sobre a estratégia adotada pela sua empresa pode ser diferente da estratégia efetivamente utilizada, ou mesmo distinta da classificação proposta pela pesquisa, no caso a de Mintzberg (1988, 2007). Além do mais, de acordo com Mintzberg (1988), para que um serviço/produto possa ser considerado diferente é necessário que o próprio consumidor perceba essa diferenciação. Caso contrário, na prática, a diferenciação que a empresa supõe que possui não existirá de fato. Os passos específicos utilizados na realização da pesquisa são descritos abaixo.

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES DO ESTUDO

Foram escolhidas, para esta pesquisa, plataformas de *streaming* que operam seus serviços no Brasil e que utilizam o modelo de negócios SVoD (*Subscription Video on Demand*). De acordo com a ANCINE (2019), o Vídeo sob Demanda (VoD) pode ser considerado o segmento que tem tido a expansão mais significativa para a produção audiovisual brasileira, em particular, e para as próprias relações de oferta-consumo de conteúdos. A bilheteria de cinema cresceu linearmente por 8 anos consecutivos, mas tem apresentado declínios ultimamente. Na TV por assinatura, os serviços também apresentam queda, após anos de crescimento. É observável que o modelo de negócios SVoD tem um grande peso nessa evolução do segmento, pois apesar de todos os modelos de negócio de VoD terem importância, o SVoD é o modelo de maior expressão nos negócios de VoD na

atualidade (ANCINE, 2019). Logo, justifica-se a escolha de apenas um modelo de negócios nesta pesquisa ao considerar que o eleito possui um grande impacto em seu segmento. Além disso, os modelos de SVoD foram escolhidos porque parecem permitir maior espaço e alternativas para os movimentos estratégicos das organizações, ou seja, parecem ter mais opções de estratégias para as empresas do que modelos AVoD, por exemplo. Ainda, a quantidade maior de plataformas no modelo SVoD também indica maior riqueza para a análise das estratégias.

Levando em consideração que não foi encontrada uma lista oficial de todas as plataformas disponíveis em nosso país, foram utilizadas notícias, relatórios da própria ANCINE (2018b, 2019) e o site “justwatch” – que indica em quais serviços de *streaming* estão disponíveis certos filmes e séries – para criar a lista de plataformas que utilizam o modelo de negócios SVoD no Brasil (Quadro 4). A lista não é exaustiva, mas pode ser considerada uma estimativa robusta.

Inicialmente, foram identificadas 46 plataformas que utilizam todos os modelos de negócios por VoD (*Video on Demand*), divididas da seguinte forma: 9 AVoD (*Advertising VoD* – acesso gratuito com anúncios), 6 *Catch Up TV* (via TV paga), 28 SVoD (*Subscription VoD* – serviço de assinatura) e 2 TVoD (*Transactional VoD* – aluguel/venda de conteúdos). No entanto, das 28 plataformas que usam o SVoD, utilizaram-se apenas 26, visto que a plataforma Discovery+ não havia sido lançada oficialmente até a finalização da presente pesquisa, e o serviço de *streaming* Hulu tem uma limitação geográfica que impede que a plataforma possa ser utilizada no Brasil. Vale destacar, ainda, que algumas das plataformas SVoD selecionadas possuíam mais de um tipo de modelo de negócios, como o Crunchyroll, que tem uma assinatura atrelada ao serviço (SVoD), mas também disponibiliza um acesso gratuito composto por anúncios (AVoD). O mesmo ocorre com o YouTube, cuja plataforma regular é gratuita (AVoD), mas possui a versão Premium (SVoD). Contudo, para fins de pesquisa, apenas foram analisadas as partes referentes ao modelo SVoD destas plataformas híbridas.

Quadro 4 – Lista de plataformas de streaming SVoD encontradas no Brasil

Plataforma	Empresa idealizadora	Ano de Lançamento	Quantidade estimada de assinantes (mundial)	Gênero de conteúdo	Origem
Amazon Prime Video	Amazon	2006	200 milhões	Variado	Internacional
Apple TV+	Apple Inc	2019	40 milhões	Variado	Internacional
Argo	Argo	2020	Não disponível	Variado	Internacional
Arte1 Play	Grupo Bandeirantes	2018	Não disponível	Variado	Nacional
Belas Artes à La Carte	Belas Artes Grupo	2020	Não disponível	Filmes	Nacional
Crunchyroll	Sony Pictures Entertainment	2006	5 milhões	Anime	Internacional
Darkflix	DRK Entretenimento	2019	Não disponível	Variado	Nacional
DirectTV Go	Vrio Corp	2018	Não disponível	Variado	Internacional
Disney +	Walt Disney Company	2020	103 milhões	Variado	Internacional
Estádio TNT Sports	Warnermedia	2021	Não disponível	Esportes	Nacional
Funimation	Sony Pictures Entertainment	2017	Não disponível	Anime	Internacional
Globoplay	Globo	2015	20 milhões	Variado	Nacional
HBO Max	Warnermedia	2020	67 milhões	Variado	Internacional
Looke	Looke	2015	100 mil	Variado	Nacional
MUBI	MUBI	2010	10 milhões	Variado	Internacional
Netflix	Netflix	2007	209 milhões	Variado	Internacional
Oldflix	WMW Entretenimento EIRELI	2016	Não disponível	Variado	Nacional
Paramount +	CBS Interactive	2021	36 milhões	Variado	Internacional
PlayPlus	Grupo Record	2018	Não disponível	Variado	Nacional
Plex	Plex	2021	Não disponível	Variado	Internacional
Reserva Imovision	Imovision	2021	Não disponível	Filmes	Nacional
Star plus	Walt Disney Company	2021	Não disponível	Variado	Internacional
Starzplay	Starz Inc	2018	Não disponível	Variado	Internacional
UOL Play	UOL	2021	Não disponível	Variado	Internacional
Viki	Rakuten Group	2013	14 milhões	Variado	Internacional
Youtube Premium	Youtube	2005	50 milhões	Variado	Internacional

Fonte: Elaborado pela autora.



### 3.2 INSTRUMENTOS DE PESQUISA E PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A coleta de dados caracterizou-se pela utilização de documentos e pela observação. De acordo com Gil (2008), há dados que podem ser obtidos de maneira indireta, tomando forma de documentos, jornais, livros, papéis oficiais, registros estatísticos, fotos, vídeos, filmes, e afins, obtidos de maneira indireta. Portanto, qualquer objeto que contribua com a investigação de determinado fenômeno ou fato por ser considerado um documento (GIL, 2008).

A fim de permitir a identificação e comparação das estratégias genéricas de diferenciação que as plataformas utilizam para se posicionar no mercado, foram definidos critérios objetivos de análise. Para definir essa lista de critérios (Quadro 5), foi necessário realizar uma pesquisa bibliográfica específica, tendo em vista que não foi encontrada, em pesquisas anteriores, uma lista ou modelo que avaliasse as plataformas de *streaming* e nem que especificasse como poderiam ser analisadas as estratégias genéricas de diferenciação de Mintzberg. Logo, foram utilizados como base os textos do próprio Mintzberg (1988, 2007), o relatório de análise de Impacto Regulatório da ANCINE (2019), e os trabalhos de Kotha et al. (1997), Jacobs (1995), Prado (2010), Fernandes (2018) e Winckler e Pimenta (2002). Poucas informações presentes nestas fontes eram específicas para o mercado de *streaming* audiovisual e, por isso, houve grande adaptação dos critérios para que pudessem ser utilizados para a análise das plataformas. Ainda, a observação do funcionamento das plataformas ajudou na definição dos critérios.

Para identificar como cada critério se apresentava em cada plataforma, foram utilizadas várias alternativas. Uma delas foi a busca de notícias, artigos ou informações do mercado; também foram consultadas alguns sites especializados ou confiáveis, como o ranking de plataformas de 2021 (FOLHA, 2021); o site “justwatch”, para verificar o tamanho do catálogo; o site Reclame Aqui para acessar as avaliações dos serviços de *streaming*; redes sociais e o site de buscas Google para localizar as plataformas, verificar a validade do certificado de segurança dos sites das plataformas e conferir a criação de anúncios das plataformas por meio do Google Ads.

Quadro 5 - Critérios de avaliação das plataformas

<b>Estratégia</b>	<b>Critérios</b>	<b>Definição dos critérios</b>
<b>Preço</b>	Preço mensal do plano básico	Valor do plano mais básico oferecido
	Preço mensal do plano mais completo	Valor do plano mais completo oferecido
	Conteúdos adicionais pagos	Acessados mediante pagamento adicional
<b>Imagem</b>	Credibilidade	Ligação da plataforma à empresa de renome
	Aperitivo	Teste gratuito ao assinar
	Criação e personalização de perfis	Possibilidade de experiência individualizada, (histórico de pesquisa, avatares etc.)
	Personalização de legenda	Permite alterar tamanho, cor etc. de legendas
	Conteúdo disponível em outros locais	Possibilidade de acesso fora da plataforma de origem (e.g. TV a cabo)
	Quantidade de propagandas	Número de propagandas automáticas e pagas exibidas no Google Ads
	Anúncios em excesso	Anúncios exibidos na plataforma ou vídeos
	Perfis de redes sociais	Quantidade de perfis oficiais em redes sociais
	Função "Adicionados Recentemente"	Apresenta conteúdos mais recentes
<b>Suporte</b>	Localização da plataforma na internet	Facilidade de localizar página oficial
	Processo de compra claro e simples	Processo transparente, com poucas etapas
	Opções de compra	Alternativas de compra (e.g. cartão pré-pago)
	Opções de pagamentos	Diversidade de opções de pagamento
	Quantidade de pacotes disponíveis	Quantidade de pacotes diferentes oferecidos
	Dispositivos compatíveis	Diversidade de dispositivos para visualizar
	Canais de atendimento	Diversidade de canais de atendimento
	Recurso "Ajuda"	Espaço de perguntas frequentes ou dúvidas
<b>Qualidade</b>	Qualidade de imagem (básico)	Qualidade disponibilizada - pacote básico
	Qualidade de imagem (completo)	Qualidade disponibilizada - pacote completo
	Certificado de segurança	Certificado que informa a navegação segura
	Conteúdos nas sinopses	Descrição clara e completa de informações
	Posição em Ranking de plataformas	Posição no Ranking Folha 2021
	Taxa de resposta no Reclame Aqui	Avaliação no site Reclame Aqui
<b>Design</b>	Tamanho estimado do catálogo	Quantidade aproximada de títulos
	Produções originais	Existência de conteúdos próprios
	Conteúdos exclusivos	Disponíveis somente na plataforma
	Número de telas (pacote básico)	Nº de telas simultâneas no pacote básico
	Número de telas (pacote completo)	Nº de telas simultâneas no pacote completo
	Facilidade de uso (intuitivo)	Facilidade de navegação na plataforma
	Legendas e áudios em português	Legendas e áudios disponíveis em português
	Organização do catálogo (filtros)	Organização clara, com filtros de categorias
	Recomendação de títulos similares	Sugere títulos similares aos assistidos
	Função "Ver depois"	Criação de lista para ver em outro momento
	Mecanismo de proteção de menores	Restrição de acesso a conteúdos
	Função "Download"	Permite baixar conteúdos para assistir off-line
	Função "Avançar (Fast Forward)"	Acelera ou desacelera a velocidade do vídeo
	Função "Você ainda está assistindo"	Verifica usuário inativo ou logado sem ação
Recurso de "pular" aberturas	Permite "pular aberturas" de episódios	
Recurso "Groupwatch"	Permite que um grupo de pessoas assista ao mesmo vídeo em conjunto, simultaneamente	

Fonte: Elaborado pela autora

Também foi empregada, como instrumento de coleta de dados, a observação, que pode ser utilizada em conjunto a outras técnicas de coleta de dados, pois é um exame minucioso de um fenômeno, ou de parte dele (RICHARDSON, 2012). Nesse sentido, Selltiz et al. (1987) afirma que apesar da observação ser uma atividade presente no cotidiano das pessoas, também é um instrumento essencial da pesquisa científica. Para que a observação seja considerada como uma técnica científica é importante que ela sirva a um objetivo formulado de pesquisa, seja sistematicamente planejada, metodicamente registrada e deve ser submetida a verificações e controles de validade e precisão (SELLTIZ et. al, 1987). A observação se deu pelo acesso da pesquisadora às plataformas, fosse por meio dos testes gratuitos ou, em alguns casos, fosse utilizando recursos financeiros próprios para obter as assinaturas mensais das plataformas que não ofereciam um período de acesso gratuito. A intenção era obter a visão de um usuário do serviço, para poder observar e avaliar as plataformas com base nos critérios previamente estabelecidos. A coleta de dados foi feita entre agosto e setembro de 2021.













Inicialmente, foi feita uma análise preliminar na qual foram comparadas as plataformas de forma qualitativa e quantitativa. Para todos os critérios das estratégias de diferenciação que poderiam ser contabilizados (assim como o tamanho do catálogo, os preços, a quantidade de propagandas e afins) foi feita uma média, e o resultado encontrado em cada plataforma era comparado a esta média. Para os critérios que, em um primeiro momento, não poderiam ser contabilizados foram utilizadas duas formas de análise: para todos os critérios em que as respostas consideravam a presença ou a ausência do recurso (tem ou não tem) foi feita uma comparação entre os recursos que a plataforma possuía e a quantidade total de recursos possíveis. Por exemplo, na estratégia de Imagem, foram analisados 9 critérios, sendo 2 quantitativos (número de propagandas e quantidade de perfis em redes sociais) e outros 7 do tipo presença/ausência, cuja resposta poderia ser “tem ou não tem” (credibilidade, apertivo, criação e personalização de perfis, personalização de legenda etc., conteúdo disponível em outros locais, excesso de anúncios, e função “Adicionados recentemente”). Assim, as plataformas eram analisadas em relação a quantos recursos “tem ou não tem” elas possuíam, em relação ao total de 7, e quantos elas possuíam em relação à média do grupo que, no caso, era de 3 recursos.

Para os critérios que não poderiam ser contabilizados e nem eram do tipo “presença ou ausência”, foi feita uma análise qualitativa. Logo após a análise primária, em cada um dos grupos (preço, imagem, suporte, qualidade e design), as plataformas eram categorizadas considerando a comparação das suas características com as das outras plataformas, no caso, pela identificação da sua relação com a média do grupo. Essas categorias eram muito abaixo da média, abaixo da média, na média, acima da média e muito acima da média. Caso a plataforma se destacasse em alguma estratégia de diferenciação, definia-se que esta utilizava a estratégia de diferenciação na qual obteve destaque para se posicionar no mercado. Vale ressaltar que para as estratégias de escopo considerou-se o público-alvo das plataformas, podendo ser considerado segmentado ou não.

## 4 RESULTADO E DISCUSSÃO

A análise dos critérios permitiu a identificação da estratégia principal de diferenciação utilizada por cada plataforma (Figura 1). Cada plataforma foi analisada de forma individualizada e, em seguida, em relação com as demais. Apesar de ser possível adotar mais de uma estratégia genérica, optou-se por classificar cada organização considerando aquela estratégia em que ela mais se destacava. A avaliação dos critérios de todas as plataformas está no Apêndice. Ressalta-se que foi analisada a estratégia de diferenciação no mercado brasileiro, que pode ser distinta de outros mercados nos quais as plataformas atuam.

Figura 1 - Classificação das plataformas

Diferenciação	Segmentado	Não-Segmentado
Preço		
Imagem		
Suporte		
Qualidade		
Design		
Não-Diferenciação		

Fonte: Elaborado pela autora.

#### 4.1 DIFERENCIAÇÃO POR PREÇO

Mintzberg (2007) caracteriza a estratégia de diferenciação por preço pela competição com um preço abaixo do mercado, no qual se todos os demais critérios permanecerem iguais, ou não muito desiguais aos de outros serviços, as pessoas irão se interessar pelo produto mais barato. Para analisar o posicionamento de preço de cada plataforma, foram utilizados 3 critérios, sendo 2 deles quantitativos (valor da mensalidade do pacote mais básico e valor da mensalidade no pacote mais completo) e um do tipo “presença/ausência” (conteúdos adicionais pagos). Em uma avaliação geral, o preço médio do pacote mais básico foi de R\$ 21,96 e o preço médio do pacote mais completo ficou em R\$ 46,95. Ao final, identificou-se que as plataformas Amazon Prime Video, Arte1 Play, Belas Artes à La Carte, Darkflix, DirectTV Go, PlayPlus, Plex e Starzplay adotam a estratégia de diferenciação pelo preço. Abaixo são descritas as características de cada uma que influenciaram nessa classificação.

A Amazon Prime Video, plataforma de *streaming* criada pela empresa multinacional “Amazon” em 2006, possui cerca de 200 milhões de assinantes, sendo uma das plataformas que mais se destaca na atualidade. Ela chama a atenção pela mensalidade de apenas R\$ 9,90 e, além de oferecer um pacote barato, também oferece benefícios extras aos seus usuários – acesso ao Prime Gaming, Prime Music, Prime Reading e frete grátis no site da Amazon. A variedade de filmes, séries e conteúdos originais disponíveis para seus usuários também é interessante, apesar de existirem anúncios e propagandas dentro da plataforma. Considerando os critérios de avaliação das plataformas, o *streaming* da Amazon possui bom rendimento em praticamente todos os itens. O preço é um dos mais baixos da categoria, como também oferece qualidade e design acima da média. Apesar da grande conexão e credibilidade trazida pela Amazon, não se pode considerar que a plataforma compete pela estratégia de Imagem, pois os anúncios presentes nela acabam atrapalhando seu destaque nessa estratégia. O item Suporte é parecido ao dos concorrentes, mas o fato de ter apenas um pacote acaba pesando negativamente nesta estratégia. Entende-se que, no momento, sua estratégia de diferenciação é por **Preço**, pois observa-se que a Amazon Prime Video possui um preço muito abaixo dos concorrentes com o status similar. Inclusive, a plataforma da Amazon parece ser um serviço adicional da empresa como um todo, ainda mais

porque ao assinar os serviços da plataforma é possível ter acesso a diversos outros negócios da empresa. Talvez seja uma forma de trazer mais clientes para os outros serviços oferecidos pela empresa.

Criada em 2018, a plataforma de *streaming* Arte1 Play é fruto da idealização de um canal brasileiro que se dedica inteiramente à arte, o Arte 1. A proposta da plataforma é incentivar o crescimento da produção nacional independente e apresentar uma curadoria do melhor de cada área artística. Seu catálogo inclui filmes, séries, documentários internacionais e nacionais, e também produções originais, por R\$ 8,99 mensais, tendo o menor preço do conjunto inteiro analisado. A Imagem não é muito explorada, apesar de estar atrelada a um canal de TV a cabo. Além do mais, tem desempenho médio no Suporte e no Design. Com o foco em fãs de conteúdo artístico, ligada a um canal aberto de televisão e com um preço extremamente baixo, pode-se indicar que a estratégia de diferenciação seja o **Preço**, além é claro, do **Segmento**.

A Belas Artes à La Carte é uma plataforma de *streaming* nacional independente, lançada em 2020, que, junto com o cinema Petra Belas Artes e a distribuidora Pandora Filmes, faz parte do Belas Artes Grupo. Nela há conteúdos artísticos indicados para cinéfilos, por uma mensalidade de R\$ 9,90, considerada bastante competitiva. A plataforma tem um perfil muito parecido ao do Arte 1 Play, tendo Suporte e a Qualidade um pouco melhores que esta, mas com Design inferior. Entende-se, então, que a Diferenciação seja o **Preço** e o **Segmento**, da mesma forma que o Arte 1 Play, pois tem preço bastante baixo e é focada em um grupo específico.

A Darkflix, lançada em 2019, é uma plataforma nacional diferente das anteriores. Para assinar o pacote disponível, é necessário pagar mensalmente R\$ 9,90 e é recomendável ser fã do gênero de terror. O *streaming* possui em seu catálogo – que, de acordo com o site da plataforma, tem 666 conteúdos, curiosamente – clássicos do cinema de horror, fantasia e ficção científica, produções atuais, além de diversas séries dos gêneros produzidas para a TV. Observa-se que o preço é baixo em comparação à média das plataformas. Não há exploração da Imagem de forma mais intensa, oferece bom Suporte e boa Qualidade, mas não se destaca tanto pelo seu Design. Unificando o fato de ser **Segmentada**, entende-se que a diferenciação é por **Preço**.

Lançada em 2018, a DirectTV Go não tem uma proposta similar à de outras

plataformas do meio. Nela é possível assistir séries, filmes, jogos ao vivo e, principalmente, ter acesso a canais de TV a cabo, tudo por R\$ 69,90 mensais. Apesar de ter um preço que pode ser considerado alto ao se comparar com outros serviços de *streaming*, a DirectTV Go proporciona aos seus assinantes 2 anos gratuitos na plataforma HBO Max, como benefício extra. Assim, é possível constatar que o preço é muito mais alto do que o regularmente oferecido pelas plataformas do mercado, mas o intuito desse *streaming* é competir com as TVs a Cabo, pois ela traz os canais de TV. A Imagem não é explorada e tem Suporte um pouco acima da média, necessário para competir com as empresas de TV a Cabo. A Qualidade é suficiente para o segmento e tem poucas opções de Design. Neste caso, é válido afirmar que a estratégia de diferenciação é por **Preço**, pois a competição é com as TVs a cabo e não com as plataformas de *streaming* clássicas. Ainda, ela se posiciona com a **Não Segmentação** em seu mercado.

O PlayPlus foi criado pelo “Grupo Record” em 2018, sendo disponibilizado por R\$ 12,90 mensais com direito a 4 telas de uso simultâneo. A plataforma nacional possui a programação completa da grade da emissora de TV Record, e também conteúdos exclusivos para seus usuários. O serviço de *streaming* possui um desempenho médio em praticamente todos os itens, inclusive com Qualidade apenas razoável. O tamanho do catálogo, que não está disponível, poderia ser um diferencial, mas os outros itens do Design não se destacam. Como possui apenas um pacote, com preço praticamente no patamar mais baixo, classifica-se como diferenciação por **Preço** com um escopo **Não Segmentado**, considerando que é derivada do canal de TV e dedicada a um público amplo.

Plex é uma plataforma internacional criada em 2021 com a promessa de reunir diversos tipos de mídias. Ao adquirir o pacote básico do *streaming*, por R\$ 14,99 mensais, o usuário terá acesso a diversas webséries, podcasts e afins. A plataforma não possui muitas informações divulgadas, o que já indica que a Imagem não é a estratégia de diferenciação. O Suporte e o Design estão na média, neste último sem informações do catálogo e da quantidade de telas disponíveis. Considerando que não é segmentado e possui apenas um pacote, com preço próximo do patamar mais baixo, considera-se uma diferenciação por **Preço**, se posicionando no mercado com um escopo **Não Segmentado**.

Disponibilizada em 2018, a Starzplay oferece diversas séries e filmes, alguns até produzidos pela própria plataforma, como a série “The Act”. O *streaming* ainda



está crescendo no mercado, mas tem ganhado certo destaque, tendo em vista que ele também pode ser acessado dentro do Amazon Prime Video pelo mesmo valor da mensalidade disponível na plataforma de origem – R\$ 14,90. Apesar de seu crescimento atual, o serviço não se destaca muito em nenhum dos itens. Tem Imagem pouco acima da média, assim como o Design. As opções de Suporte são um pouco abaixo da média das concorrentes e a Qualidade média é similar e suficiente. Contudo, considerando o baixo preço, pouco acima do menor patamar, e as poucas opções de pacotes, indica-se uma diferenciação por **Preço**, com um escopo **Não Segmentado**.

Acentua-se, portanto, que o mercado em que estas plataformas estão inseridas está em crescimento. Em razão disso, possivelmente muitas plataformas estão tentando ganhar fatias do mercado oferecendo preços mais abaixo. Ainda, pode ser que o preço baixo oferecido seja para incentivar o consumidor a remunerar a empresa por um custo acessível e, esta, mesmo ganhando pouco, evita não ganhar nada, caso o consumidor procurasse o acesso por meios ilegais, como a pirataria.

#### 4.2 DIFERENCIAÇÃO POR IMAGEM

A estratégia de diferenciação por Imagem é usada para apenas aparentar uma diferença onde ela não necessariamente existe (MINTZBERG, 2007). O foco das empresas que utilizam essa estratégia, não é melhorar o desempenho do produto ou serviço da empresa, mas torná-lo aparentemente melhor. Para analisar o posicionamento de cada plataforma em relação à Imagem, foram utilizados 9 critérios. Dois deles eram mais quantitativos, e consideravam a quantidade de propagandas pagas, encontradas diretamente na ferramenta Google Ads, e o número de perfis em redes sociais. Os outros 7 critérios eram do tipo “presença/ausência”: Credibilidade, Aperitivo (teste gratuito), Criação e personalização de perfis, Personalização de tamanho, cor e outros itens da legenda, Conteúdo disponível em outros locais, Anúncios em excesso na plataforma (este com escala invertida) e Função “Adicionados recentemente”. Na média, as plataformas tinham perfis em 3 redes sociais e possuíam 3 do total de itens do tipo “presença/ausência”. As plataformas classificadas como diferenciadas por Imagem foram a HBO Max e o Paramount+, ambas especificadas abaixo.

O HBO Max é um serviço de *streaming* internacional operado pela WarnerMedia. A plataforma possui 67 milhões de assinantes em todo o mundo. Lançado em 2020, o HBO Max disponibiliza em sua plataforma 3.332 conteúdos diversos, como séries, filmes, conteúdo infantil, além de toda a competição de futebol da UEFA *Champions League*. Para ter acesso à plataforma é necessário pagar mensalmente R\$ 19,90 no pacote mais básico. Observa-se que o preço é competitivo, bem próximo da média do grupo. A Imagem é forte, pois está atrelada ao canal HBO. O Suporte é mediano e a Qualidade, especialmente pelo pacote básico, também não é muito diferenciada. O Design tem bons elementos, em especial o tamanho do catálogo, sendo um dos maiores dentre as plataformas analisadas. A conexão com a HBO e a expectativa de exclusividade do catálogo indicam uma estratégia de diferenciação por **Imagem**. Vale destacar ainda que a plataforma possui um escopo **Não Segmentado**.

O Paramount+ foi lançado em 2021 pela empresa CBS Interactive e já detém aproximadamente 36 milhões de assinantes mundiais. A plataforma oferece para seus assinantes filmes, séries, realities shows e programas de humor com produções nacionais e internacionais. O *streaming* também disponibiliza o conteúdo dos canais de TV Paramount Channel, MTV, Nickelodeon e Comedy Central. Todo esse acervo pode ser acessado adquirindo o pacote de R\$ 19,90 mensais. Observa-se, portanto, que é uma plataforma que carrega um nome muito forte, do estúdio de cinema e do canal de TV a cabo. Os desempenhos em Suporte, Qualidade e Design estão na média, não se destacando muito dos concorrentes. O serviço tem apenas um pacote básico, mas o Preço do plano não é abaixo da média. Entende-se que se classifica como **Imagem**, pois possui uma marca muito forte, mas não há indícios de que faz algo muito diferente dos outros. Nota-se ainda que a plataforma se posiciona no mercado com a **Não Segmentação**.

Curiosamente, somente essas duas plataformas competem por meio da estratégia de diferenciação por imagem, apesar de várias outras plataformas terem certa credibilidade, considerando que possuem empresas de grande renome assinando os projetos de suas plataformas. Neste caso, a exclusividade de seus catálogos e a marca forte por trás das plataformas tiveram uma grande influência nesta classificação. Aparentemente, o uso dessa estratégia tem funcionado para ambas plataformas, tendo em vista que possuem uma grande quantidade de assinantes, mesmo tendo sido lançadas no mercado há pouco tempo. Ainda assim,

pode ser que estas plataformas procurem, futuramente, se diferenciar por meio de outras estratégias, pois apesar da Imagem ser um fator importante de atração de novos usuários, outros fatores também devem ser considerados para atrair e, conseqüentemente, reter assinantes, conforme foi constatado nas demais estratégias. Talvez seja interessante que estas plataformas utilizem a estratégia de “passo a passo” sugerida por Gilbert e Strebel (1987), utilizando primeiramente a estratégia de diferenciação por Imagem e desenvolvendo competências para evoluir para outras formas de diferenciação.

#### 4.3 DIFERENCIAÇÃO POR SUPORTE

Esta estratégia diferencia o próprio suporte ou apoio dado ao usuário, e não necessariamente o serviço em si, de acordo com Mintzberg (2007). Para analisar o posicionamento em relação ao suporte de cada plataforma, foram utilizados 10 critérios, sendo 5 deles quantitativos (opções de compra, opções de pagamento, quantidade de pacotes disponíveis, dispositivos compatíveis e canais de atendimento) e 5 do tipo “presença/ausência” (simplicidade de cancelamento, benefícios extras no plano básico, processo de compra simples e claro, recurso de “ajuda” dentro da plataforma e facilidade na localização da plataforma na internet). Em média, as plataformas tinham 1 opção de compra disponível, 2 opções de pagamento, 2 pacotes de serviço, 4 dispositivos compatíveis, 2 canais de atendimento e 3 dos 4 itens totais de “presença/ausência”. Conclui-se que as plataformas Crunchyroll, Globoplay e UOL Play utilizam a estratégia de diferenciação por suporte, de acordo com as características abaixo explicadas.

O Crunchyroll é um serviço de *streaming* bastante conhecido no meio e oferece acesso a diversos gêneros de anime, desde 2006. Recentemente comprada pela “Sony Pictures Entertainment”, a plataforma faz sucesso entre seus 5 milhões de assinantes, sem contar com os usuários que acessam a versão gratuita. Dos três planos que plataforma possui, o mais básico tem mensalidade de R\$ 25, e oferece acesso ilimitado ao acervo da Crunchyroll, abrindo a possibilidade do assinante assistir aos episódios lançados no Japão logo após a exibição. Assim, considerando que a mensalidade possui um valor consideravelmente alto, a plataforma não compete pelo Preço. Por ser uma plataforma que possui um público alvo específico (fãs de animes), sua estratégia de escopo é a **Segmentação**. Não tem a melhor

Qualidade, o Design tem poucos diferenciais e a Imagem está somente um pouco acima da média das demais. No entanto, se diferencia por meio de seu **Suporte**, tendo em vista que possui mais de uma opção de compra, oferece diversos dispositivos compatíveis com sua plataforma, tem três pacotes disponíveis, além de possuir um recurso de “ajuda” dentro da plataforma.

O Globoplay é um serviço nacional de *streaming* lançado em 2015 pelo “Grupo Globo”. A plataforma possui, em média, 20 milhões de assinantes que têm acesso a, atualmente, 1.555 conteúdos audiovisuais, como séries, novelas e filmes. O plano mais básico da plataforma está disponível por uma mensalidade de R\$ 19,90, que possibilita, adicionalmente ao assinante, acesso gratuito ao *streaming* de áudio Deezer Premium por um ano. Nota-se, portanto, que o pacote básico tem um preço acessível, um pouco abaixo da média. A imagem está atrelada ao Grupo Globo, o que traz credibilidade e uma ligação com a TV aberta, isto é, mais acessível. A Qualidade é muito boa, um pouco acima da média. O Design tem boas opções, mas o **Suporte** é um dos melhores dentre as plataformas analisadas, o que ajuda na sua classificação. Talvez a ligação com o canal de TV tenha influenciado no bom suporte oferecido, já que estão acostumados a lidar com o grande público. Observa-se, ainda, que a plataforma possui uma estratégia de escopo de **Não Segmentação**, tendo em vista que não possui um público alvo específico.

O UOL Play, criado em 2021 pela empresa “UOL”, oferece séries, filmes, shows, desenhos e até programação ao vivo. O plano básico da plataforma está disponível por R\$ 15,90 mensais, com direito a 4 telas de acesso simultâneo. Desse modo, o pacote básico tem um preço abaixo da média, mas o pacote completo é acima da média, comercializado por R\$ 69,90. A conexão com a plataforma UOL traz credibilidade, e também não exige muitos investimentos em Imagem. As opções de Suporte são acima da média e a Qualidade é suficiente, mas não excepcional. As opções de Design também não se destacam, e o tamanho do catálogo seria uma informação importante, mas infelizmente não está disponível. Entende-se que, devido à experiência do grupo UOL com grande quantidade de clientes e público em massa, a estratégia de diferenciação é por **Suporte**. A estratégia de escopo utilizada pela plataforma é a **Não Segmentação**, considerando seu conteúdo diverso.

Ressalta-se que o suporte disponível para o usuário é um fator importante para clientes de serviços de *streaming*. De acordo com Clemente (2021), a facilidade de acesso a um serviço (ressaltada por meio de um bom suporte) tem um peso

considerável para o consumidor ao decidir adquirir a assinatura de algum serviço, ainda mais quando se trata da quantidade de dispositivos disponíveis para acesso da plataforma.

#### 4.4 DIFERENCIAÇÃO POR QUALIDADE

A estratégia de diferenciação por Qualidade tem relação com as características que tornam um produto ou serviço melhor; não diferente, mas melhor (MINTZBERG, 1988). A Qualidade não está ligada à qualidade da programação, no sentido de curadoria de conteúdo ou conteúdo considerado de qualidade, e sim à qualidade na prestação do serviço. Como são serviços do segmento audiovisual, é comum entender vídeos de “qualidade” como aqueles que possuem conteúdo cultural, intelectual ou artísticos superiores, que exigem e transmitem mais conhecimento e menos entretenimento. Não foi esse tipo de qualidade analisada, e sim a qualidade técnica. Ao analisar o posicionamento de cada plataforma em relação à qualidade, foram utilizados 6 critérios: qualidade de imagem do pacote básico, qualidade de imagem do pacote completo, certificado de segurança, descrição do conteúdo das sinopses, posição em Ranking de plataformas e taxa de resposta no Reclame Aqui. Para estes critérios foi feita uma análise qualitativa, pois não se enquadram como itens de “ausência/presença”. Identificou-se somente a Apple TV+ se diferenciando por meio da Qualidade, cujas características foram descritas abaixo. Ressalta-se que outras plataformas também apresentavam boa qualidade, mas na comparação dos critérios, elas acabaram se destacando mais em outras formas de diferenciação.

A Apple TV+ se destaca no mercado com aproximadamente 40 milhões de assinantes espalhados pelo mundo. O fato de pertencer à Apple, uma das empresas líderes no mercado global de eletrônicos, softwares e computadores, parece já trazer o sentimento de exclusividade para seus consumidores, tendo em vista que somente usuários que possuem aparelhos da marca podem ter acesso à plataforma. A mensalidade é de R\$ 9,90 para o pacote básico e R\$ 26,50 para o pacote mais completo, um dos valores mais baixos do grupo de plataformas avaliadas. Criada em 2019, a Apple TV+ oferece conteúdos originais criados pela Apple, dentre os quais se destacam as séries premiadas, documentários, conteúdos infantis, filmes e muito mais. Portanto, observa-se que a plataforma não compete pela estratégia de

Imagem, pois tem poucos atributos nesta categoria. Não foi considerada a diferenciação por preço, pois a plataforma parece mais um adicional exclusivo aos usuários Apple, ou seja, um complemento de serviços e não um serviço oferecido e competindo isoladamente. Além do mais, suas opções de Suporte são similares às outras plataformas. Não compete pelo Design, pois o catálogo é restrito, com outros problemas como a organização do conteúdo. Considerando que a plataforma é destinada aos usuários Apple e mantém as características da empresa, pode-se indicar que ela é destinada a um público **Segmentado** e possui uma estratégia de diferenciação por **Qualidade**, pois a plataforma tem características que tornam o produto melhor – como a resolução de vídeo alta nos dois pacotes – mas não necessariamente diferente dos demais.

#### 4.5 DIFERENCIAÇÃO POR DESIGN

Sabe-se que a estratégia de Design de fato torna o serviço diferente, de acordo com Mintzberg (2007), ao invés de apenas aparentar ser melhor, como a palavra equivocadamente sugere. Na análise do posicionamento de cada plataforma em relação ao Design, foram utilizados 16 critérios. Três deles eram quantitativos, e consideravam o tamanho estimado do catálogo, o número de telas no pacote básico e o número de telas do pacote completo. 11 critérios eram do tipo “presença/ausência”: legendas e áudios disponíveis em português, produções originais, conteúdos exclusivos, recomendação de títulos similares, função "Ver depois", mecanismo de proteção para menores, função "Download para assistir offline", função "Avançar (Fast Forward)", função “Você ainda está assistindo”, recurso de “pular” aberturas e recurso "Groupwatch" (assistir com amigos). Outros 2 eram qualitativos, mas não são itens de “ausência/presença”: facilidade de uso (intuitivo) e organização do catálogo (filtros de categorias). As médias foram de 1.500 títulos no catálogo, 3 telas de acesso simultâneo no pacote básico, 4 no pacote completo e possuíam 5 do total de itens do tipo “presença/ausência”. Ao final, constatou-se que as plataformas Disney +, Looke, Netflix, Star Plus e Youtube Premium competem pela estratégia de diferenciação por Design, considerando as características abaixo explicadas.

Criada em 2020 pela Walt Disney Company, a Disney+ possui aproximadamente 103 milhões de assinantes. A plataforma oferece, de forma

totalmente exclusiva, conteúdos originais Disney, Pixar, Marvel, Star Wars e National Geographic. Para ter acesso ao acervo basta adquirir a assinatura, que contém um custo mensal de R\$ 27,90 para o pacote mais barato. Apesar de existir um valor fixo para a assinatura dos pacotes, a Disney + também possui um recurso dentro da plataforma que controla o acesso a lançamentos novos e específicos – o Premier Access. Assim, o usuário tem acesso a alguns conteúdos somente mediante pagamento de uma taxa adicional, ou seja, um valor além da assinatura do *streaming*. Esta plataforma da Disney não compete pelo Preço, ainda mais porque possui mais serviços pagos dentro dela. Tem Suporte bastante acima da média, a Qualidade é boa e é bem avaliada pelos fãs. Apesar de possuir credibilidade por ter uma empresa mundialmente reconhecida como sua idealizadora, não se destaca tanto pela sua Imagem, considerando os critérios aqui avaliados. No entanto, a plataforma se diferencia pelo **Design**, pelo seu atrativo catálogo que possui quase 1.200 itens de conteúdos audiovisuais muito bem organizados e o recurso de “*Groupwatch*” que possibilita que vários usuários assistam ao mesmo vídeo, simultaneamente, em uma mesma sessão, sendo uma das únicas plataformas que disponibiliza tal funcionalidade. Vale destacar que considerando que o *streaming* é destinado aos fãs de conteúdos Disney, a plataforma também se posiciona no mercado pela **Segmentação**.

O Looke possui perto de 100 mil assinantes e é uma plataforma nacional criada em 2015. O seu acervo tem um conteúdo que varia entre séries, filmes e documentários disponíveis por R\$ 16,90 mensais. Apesar deste *streaming* não ser tão popular quanto o Amazon Prime Video, por exemplo, é uma das poucas plataformas que disponibilizam suporte por meio do WhatsApp. O preço não é muito alto, mas não tem muitos assinantes (mais ou menos 100 mil). Tem pouco diferencial de Imagem, parece oferecer bom atendimento, mas o fato de ter apenas um pacote não ajuda a ser considerada uma plataforma que compete pelo seu Suporte. A Qualidade está na média, mas o tamanho do catálogo, com 5.450 itens de conteúdo (o maior das plataformas) indica uma diferenciação por **Design**, com um escopo **Não Segmentado**.

Lançada em 2007, a Netflix possui perto de 209 milhões assinantes e pode ser considerada uma das pioneiras do mercado de *streaming* audiovisual. O plano mais básico da plataforma custa R\$ 25,90 mensais, com direito ao acervo amplo de 4.790 conteúdos que variam entre séries, filmes e documentários. Apesar de ter uma

quantidade extensa de conteúdo, o pacote mais básico apenas disponibiliza uma qualidade SD (480p) de vídeo com acesso a apenas uma tela simultânea. Entretanto, o plano mais completo possui conteúdos em Ultra HD (4K) e HDR, com acesso a 4 telas simultâneas. A Netflix também investe em produções originais e exclusivas. Portanto, é a plataforma com maior número de assinantes da lista e tem um preço apenas um pouco acima da média. Apesar de ter força no mercado, ela não possui diferencial por Imagem, quer dizer, ela não só aparenta ser melhor, mas é efetivamente diferente. Além de ter boa uma reputação com os consumidores, a Qualidade do plano básico é regular, aumentando bastante nos planos completos. Tem ótimas opções de Suporte, mas o tamanho do catálogo, as opções de conteúdo exclusivo e produções originais indica uma estratégia de diferenciação por **Design** em um escopo **Não Segmentado**.

A Star Plus é uma plataforma criada pela “Walt Disney Company”, assim como a Disney+, em 2021. Diferentemente do Disney+, a Star Plus foi lançada com o intuito de trazer conteúdos mais direcionados para um público adulto. A plataforma disponibiliza no seu acervo aproximadamente 2.000 séries originais, programas, torneios esportivos e jogos exclusivos para seus usuários, por uma mensalidade de R\$ 32,90 no plano básico, com 4 telas simultâneas. Este Preço do pacote básico é acima da média e do pacote completo um pouco abaixo. Destaca-se em praticamente todos os outros itens, com desempenho acima da média em todos eles. O fato de ser do grupo Walt Disney traz bastante credibilidade, além de ter um catálogo diverso, derivado dos inúmeros canais de TV a cabo do grupo. Apesar de grande Qualidade do conteúdo, a diversificação do catálogo, os conteúdos originais e as produções exclusivas indicam uma diferenciação por **Design**. Ela é similar à Disney +, mas possui um conteúdo mais variado, utilizando como estratégia de escopo a **Não Segmentação**.

O Youtube Premium é o serviço de assinatura da plataforma de compartilhamento de vídeos “Youtube”. A assinatura da plataforma foi disponibilizada no Youtube somente em 2018, apesar de o Youtube existir desde 2005. Com cerca de 50 milhões de assinantes, o Youtube Premium disponibiliza seus vídeos sem anúncios ou interrupções por R\$ 20,90 por mês. Os usuários também possuem benefícios extras, como o acesso gratuito ao *streaming* de música Youtube Music e à plataforma de vídeos infantis Youtube Kids. Desse modo, nota-se que Preço está na média do mercado e a conexão com o Youtube traz credibilidade



e, no caso, uma opção paga ao canal já conhecido. A diferenciação por Imagem e a Qualidade estão acima da média, enquanto as opções de Suporte estão razoáveis. O que mais se destaca são as opções de Design, pois talvez o intuito seja oferecer uma plataforma com funcionamento diferente da original. Classifica-se, portanto, como estratégia de diferenciação por **Design** com um escopo **Não Segmentado**.

Nota-se que o tamanho do catálogo e sua diversidade tiveram bastante peso nesta classificação. Vale destacar que o tamanho do catálogo é um atributo que possui bastante importância para os usuários de plataformas de *streaming*, conforme indica a pesquisa de Clemente (2021), na qual foi possível perceber que o principal ponto observado por 57% do público da pesquisa, ao avaliar as opções das plataformas disponíveis, era a quantidade de títulos disponibilizada nos *streamings*. Afinal, a estratégia de diferenciação por Design oferece uma experiência diferente aos usuários das plataformas, disponibilizando diversas funcionalidades que as outras plataformas que competem pelas demais estratégias não possuem, normalmente.

#### 4.6 NÃO DIFERENCIAÇÃO

Esta estratégia é utilizada comumente por uma administração que não demonstra interesse em diferenciar o seu produto/serviço, segundo Mintzberg (2007), em um mercado que seja amplo o suficiente. Na análise do posicionamento de cada plataforma em relação à não-diferenciação foram consideradas as plataformas que não se destacam em nenhuma das outras estratégias de diferenciação, considerando os critérios de avaliação das plataformas. Sendo assim, a Argo, Estádio TNT Sports, Funimation, MUBI, Oldflix, Reserva Imovision e Viki competem pela não-diferenciação.

A Argo, uma plataforma de *streaming* lançada em 2020, pode ser considerada uma curadoria global de filmes e documentários com menos de 40 minutos de duração. Ao contrário das plataformas anteriormente citadas, a Argo não tem uma empresa de grande renome por trás das cortinas idealizando o projeto. Apesar de ser uma plataforma internacional que tende a mirar mais sua atenção ao público de língua inglesa, visto que todas as informações encontradas na plataforma, assim como as legendas e áudios, estão majoritariamente em inglês, não há limitação geográfica que impeça usuários de outros países, assim como o

Brasil, de adquirirem a assinatura da Argo por um valor de aproximadamente R\$ 31,02. O Preço da plataforma é mais alto do que a média, portanto a plataforma não se diferencia por esta estratégia. Não tem propagandas ou grandes investimentos em Imagem e o Suporte é apenas um pouco acima da média das demais. Além do mais, a Qualidade oferecida não se destaca das outras e o Design não é o melhor da categoria. Observa-se então que a plataforma se posiciona no mercado com uma estratégia de escopo por **Segmento** e tem como característica a **Não Diferenciação**.

Com o intuito de transmitir partidas ao vivo de campeonatos de futebol internacionais e nacionais, tendo sua própria grade de programas, o *streaming* “Estádio TNT Sports” é totalmente direcionado para os fãs de esporte. A plataforma criada pela empresa “WarnerMedia em 2021”, possui uma mensalidade de R\$ 19,90 com direito à conteúdos originais e exclusivos da plataforma. Derivada da TV a Cabo, compete na média em todos os critérios. O preço não é tão alto, especialmente por estar ligado ao conteúdo esportivo, como um complemento ao conteúdo da TV. Suporte, Qualidade e Design estão na média. considerando que o foco é **Segmentado**, a estratégia utilizada é a **Não Diferenciação**. Assim, a plataforma não tem nada melhor do que as outras, a não ser o conteúdo.

A Funimation é uma plataforma que tem uma proposta similar à da Crunchyroll – disponibilizar episódios de diversos animes novos e clássicos, além de filmes e as novidades do Japão. A plataforma criada em 2017, hoje pertence à “Sony Pictures Entertainment” e possui em seu catálogo estimados 265 conteúdos audiovisuais. O acesso à plataforma pode ser adquirido por uma mensalidade de R\$ 24,90 ou no modo gratuito, com conteúdo limitado. O preço está um pouco acima da média do mercado, descartando a possibilidade de a plataforma competir por meio da estratégia de Preço. Nos outros itens, não tem um desempenho muito superior aos concorrentes, ficando apenas um pouco acima da média. Considerando que tem conteúdo bastante **Segmentado** e que não se destaca em nenhum dos outros itens, considera-se que a plataforma compete pela **Não Diferenciação**.

Com cerca de 10 milhões de assinantes, o MUBI é uma plataforma internacional lançada em 2010 com foco em um público fã de conteúdos *cult* (que, em geral, designa conteúdos intelectuais ou artísticos). A plataforma disponibiliza, por R\$ 27,90 mensais, conteúdos clássicos e modernos cult, tais como filmes, séries, documentários e afins. O Preço não é muito alto e ela tem perfis em várias

redes sociais, o que influencia no item Imagem. O Suporte é pouco acima da média e a Qualidade no relacionamento com os clientes parece boa, apesar de não ter diferencial na resolução de imagem e ter o Design abaixo da média. Considerando que é **Segmentada**, isto é, focada no público *cult*, e que não se destaca em nenhum dos critérios analisados, classifica-se como estratégia de **Não Diferenciação**.

A Oldflix possui um público-alvo específico – fãs de conteúdos clássicos. Criada em 2016, a plataforma nacional possui 1.555 filmes e séries que marcaram épocas. O plano mais básico está disponível por R\$ 14,90 mensais, com acesso a uma tela para acesso simultâneo. Logo, o Preço é baixo e não tem tanta diferenciação por Imagem. O Suporte é bom, a Qualidade é suficiente para o fato de ser segmentado e o Design está apenas um pouco acima da média. Como é bastante **Segmentado** e não tem nenhum aspecto muito acima dos outros, pode-se colocar como **Não Diferenciação**.

Também lançada em 2021, a Reserva Imovision direciona seu acervo para os amantes de conteúdos *cult*, assim como a MUBI. A plataforma disponibiliza aproximadamente 250 filmes do cinema Reserva Cultural e da distribuidora de filmes Imovision, por uma mensalidade de R\$ 24,50. Ela não se destaca em nenhum dos itens de diferenciação, talvez apenas com a perspectiva de um catálogo com boa curadoria. Com exceção do Preço, os outros critérios ficam na média do mercado ou até abaixo. Considerando que é **Segmentado** para um público bem específico, e que não se encontrou nenhum diferencial, entende-se, portanto, que tem a **Não Diferenciação** como estratégia.

A Viki foi lançada em 2013 e possui um público-alvo específico – amantes da cultura asiática. Com cerca de 14 milhões de assinantes mundiais, a plataforma disponibiliza para o usuário filmes e programas de TV asiáticos por R\$ 25,84 mensais. A plataforma contém poucas informações, o que indica pouco diferencial de Imagem. Ademais, tem desempenho médio em todos os itens, inclusive no Preço. Considerando que é bastante **Segmentado**, pois foca em fãs de cultura coreana, e não se destaca em nenhum dos outros itens, entende-se que é uma **Não Diferenciação**.

Apesar de não se diferenciarem, já que, considerando os critérios de análise, possuem um desempenho mediano ou abaixo das demais, todas são extremamente segmentadas. Curiosamente, estas plataformas que não se diferenciam no mercado, de acordo com a teoria, trouxeram um tipo de diferenciação que Mintzberg (1988,

2007) não prevê, mas Porter (1985, 2004) antecipa – a diferenciação pela segmentação. O foco de diferenciação, estratégia teorizada por Porter (1985), explora as necessidades especiais dos consumidores em determinados segmentos. Portanto, estas plataformas se diferenciam justamente pela sua segmentação explícita, trazendo ao consumidor conteúdos extremamente específicos que possivelmente somente encontrariam nessas plataformas. No fim, estas plataformas estão tentando alcançar uma vantagem competitiva em seu segmento, pois elas não possuem diferenciação competitiva alguma fora de seus nichos, conforme teoriza Porter (1985).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O modelo de negócios de assinatura (SVoD – *Subscription Video on Demand*) presente no mercado de *streaming* audiovisual tem se destacado com o surgimento de várias plataformas que apresentam diferentes propostas. Considerando o mercado bastante competitivo em que estas plataformas se situam, o posicionamento estratégico que elas têm é importante para se diferenciarem entre si. Portanto, o objetivo deste estudo foi identificar as estratégias competitivas de diferenciação utilizadas pelas plataformas que usam o modelo de negócios SVoD do mercado de *streaming* brasileiro.

Os resultados mostraram que as plataformas Amazon Prime Video, Arte1 Play, Belas Artes à La Carte, Darkflix, DirectTV Go, PlayPlus, Plex e Starzplay competem pela estratégia de diferenciação por **Preço**; HBO Max e o Paramount + competem por meio da estratégia de diferenciação por **Imagem**; as plataformas Crunchyroll, Globoplay e UOL Play utilizam a estratégia de diferenciação por **Suporte**; a Apple TV+ compete por meio da estratégia por **Qualidade**; o Disney +, Looke, Netflix, Star Plus e Youtube Premium competem pela estratégia por **Design** e a Argo, Estádio TNT Sports, Funimation, MUBI, Oldflix, Reserva Imovision e Viki competem pela **Não-Diferenciação**.

Por meio deste estudo espera-se que o modelo de análise das plataformas de *streaming*, assim como os critérios desenvolvidos com base nas estratégias de diferenciação e escopo, contribua para as futuras pesquisas e análises a respeito deste mercado. Acredita-se, ainda, que o trabalho também contribua com a divulgação das estratégias de Mintzberg. Além do mais, a lista das plataformas também é uma forma de contribuição, pois não há uma lista oficial de plataformas de *streaming* que atuam no mercado brasileiro.

Todos os movimentos estratégicos analisados possuem vantagens e desvantagens. Como observado, as plataformas analisadas realizam ações concernentes a todas as estratégias, e apenas se destacaram em uma das estratégias de diferenciação. De forma geral, a estratégia de Diferenciação por Preço foi a mais usada pelos serviços de *streaming* pesquisados. Logo, no momento, ela parece ser a mais promissora dentre as demais. Ainda assim, todas as estratégias, incluindo a “Não diferenciação”, possuem algum diferencial competitivo, e eventualmente poderão ser adotadas de forma mais clara pelas organizações.

O fato de não terem sido encontrados muitos trabalhos anteriores sobre estratégias genéricas de Mintzberg e nem sobre plataformas de *streaming* audiovisual dificultou a definição de critérios e a comparação com a teoria. Além do mais, as estratégias genéricas são mais fáceis para avaliar produtos do que para avaliar serviços. Apesar de Mintzberg (1988, 2007) sugerir avaliação de serviços, os exemplos utilizados em seu texto são, em sua maioria, de produtos. No geral, avaliar as estratégias genéricas aplicadas ao mercado de *streaming* é desafiador, pois algumas informações como a quantidade de assinantes, de lançamentos, ou de investimentos em “propaganda” não são acessíveis / disponíveis, e sim estimados. Seria importante uma validação dos critérios, isto é, novas e repetidas avaliações até se chegar em um modelo mais otimizado, visto que o desenvolvido neste trabalho está aberto para melhorias, mesmo já sendo possível considerá-lo bastante completo.

Para futuros trabalhos, sugere-se, ainda, que as outras plataformas que utilizam os demais modelos de negócio (AVoD, *Catch Up* e TVoD) também sejam analisadas utilizando as estratégias de diferenciação e de escopo de Mintzberg. Talvez fosse interessante, ainda, fazer uma pesquisa diretamente com os usuários das plataformas para entender como os clientes percebem o posicionamento estratégico de cada empresa.

## REFERÊNCIAS

ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações). **Proposta Brasileira de Definição de OTTs é Adotada Internacionalmente**. 28 mai. 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/anatel/pt-br/assuntos/noticias/proposta-brasileira-de-definicao-de-otts-e-adotada-internacionalmente>. Acesso em: 05 jun. 2021.

ANCINE. **Estudo**: valor adicionado pelo setor audiovisual. [S. L.]: Observatório Brasileiro do Cinema e de Audiovisual, 2018a. 30 p.

ANCINE. **Panorama do VoD no Brasil - Perspectivas do VoD no Brasil e no mundo**. São Paulo: MIS, 2018b.

ANCINE. **Vídeo sob demanda**: análise de impacto regulatório. [S. L.]: Agência Nacional do Cinema, 2019. 269 p.

FERNANDES, Matheus Silveira. **O consumo de filmes e séries: TV por assinatura x Netflix**. 2018. 75 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018.

FOLHA de S. Paulo. **Saiba quais são as melhores plataformas de streaming para não se perder na hora de assinar**. 18 mar. 2021. Disponível em: <https://guia.folha.uol.com.br/cinema/2021/03/saiba-quais-sao-as-melhores-plataformas-de-streaming-para-nao-se-perder-na-hora-de-assinar.shtml>. Acesso em ago. 2021.

FRANCISCO CLEMENTE. KPMG. **Pesquisa Vídeo por Streaming**: comportamento do consumidor no brasil. Brasil: KPMG, 2021. 30 p.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GILBERT, Xavier; STREBEL, Paul. Strategies to outpace the competition. **Journal of Business Strategy**, v. 8, n 1, p. 28-36, 1987

HERBERT, Theodore T.; DERESKY, Helen. Generic strategies: an empirical investigation of typology validity and strategy content. **Strategic Management Journal**, v. 8, n. 2, p. 135-147, 1987.

ITU (International Telecommunication Union). **Recommendation ITU-T H.721: Telecommunication Standardization Sector (Series H: Audiovisual and Multimedia Systems. IPTV terminal devices: Basic model)**. ITU: Genebra, 2015. Relatório.

ITU (International Telecommunication Union). **Recommendation ITU-T H.810 (Series H: Audiovisual and Multimedia Systems)**. [S. L.], 2019. 54 p.

JACOBS, Randy. Exploring the Determinants of Cable Television Subscriber Satisfaction. **Journal Of Broadcasting & Eletronic Media**, [S. L.], v. 39, n. 1, p. 262-274, spring 1995.

JOŠKO LOZIĆ, 61., 2020, [S. L.]. Comparison of business models of the streaming

platforms Spotify and Netflix. [S. L.]: **International Scientific Conference On Economic And Social Development** –, 2020. 11 p.

KOTHA, S.; VADLAMANI, B.; NAIR, A. Generic strategy research: Application of LISREL and Smallest Space Analysis. In: GHERTMAN, M.; OBADIA, J.; ARREGLE, J. (Eds.) **Statistical Models for Strategic Management**. Springer, Boston, MA, 1997. (cap. 2, p. 29-53).

KWEON, Heaji J; KWEON, Sang Hee. Pricing Strategy within the U.S. Streaming Services Market: A Focus on Netflix's Price Plans. **International Journal Of Contents**, [S. L.], v. 17, n. 2, p. 1-8, jun. 2021.

MINTZBERG, H. Estratégias Genéricas. In: MINTZBERG, H.; LAMPEL, J. QUINN, J. B.; GHOSHAL, S. **O Processo da Estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. (cap. 4.5, p. 112-121).

MINTZBERG, H. Generic Strategies: Toward a Comprehensive Framework. In: LAMB, R.; SHRIVASTAVA, P. (Eds.) **Advances in Strategic Management: A Research Annual**, v. 5. Greenwich, Conn.: Jay Press, 1988. (p. 1-67).

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 2. ed. [S. L.]: Elsevier, 2004. 409 p.

PORTER, Michael. **Competitive advantage: creating and sustaining superior performance**: New York: Free Press, 1985.

PRADO, Edmir Parada Vasques. Sites de internet banking: uma avaliação da qualidade baseada no modelo Webqual. **Gestão & Regionalidade**, São Paulo, v. 26, n. 77, p. 63-74, jul. 2010.

PRADO, Emili. El audiovisual "online over the top": El futuro del audiovisual europeo y español. **Fundación Dialnet**, Madrid, p. 127-144, 2017.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

ROBINSON JR, Richard B.; PEARCE, John A. Planned patterns of strategic behavior and their relationship to business-unit performance. **Strategic Management Journal**, v. 9, n. 1, p. 43-60, 1988.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. **Métodos de pesquisas nas relações sociais**. 4. ed. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1987.

SIMON, Godwin Iretomiwa. Adapting to context: Creative strategies of video streaming services in Nigeria. **Convergence**, Austrália, v. 1, n. 1, p. 01-19, maio 2021.

WAYNE, Michael L. Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals. **Media, Culture & Society**, Negev, v. 40, n. 5, p. 725-741, out. 2017.



WINCKLER, Marco; PIMENTA, Marcelo Soares. Avaliação de Usabilidade de Sites Web. **Escola de Informática da Sbc Sul**, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 85-137, 2002.

ZACCARELLI, Sérgio B.; FISCHMANN, Adalberto A. Estratégias genéricas: classificação e usos. **Revista de Administração de Empresas**, v. 34, n. 4, p. 13-22, 1994.

## APÊNDICE

### Características estratégicas das plataformas de *streaming*

AMAZON PRIME VIDEO		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Amazon
	<i>Ano de Lançamento</i>	2006
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	200 milhões
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 9,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Snapchat, Tik Tok, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
<b>SUPORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito e Débito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	1
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, notebook, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	Chat, E-mail, Tel., R. Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Tem
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Frete Grátis Amazon, Prime Gaming, Music, Reading, Twitch Premium	
<b>QUALIDADE</b>	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	4K, FULL HD, HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	Não tem
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	5
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	8,6
<b>DESIGN</b>	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	3.819
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	3
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	3
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Regular
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Tem	

APPLE TV+		
GERAIS	<i>Empresa</i>	Apple Inc
	<i>Ano de Lançamento</i>	2019
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Usuários Apple
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	40 milhões
PREÇO	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 9,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 26,50
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
IMAGEM	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
SUPORTE	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, Cartão de Débito, Cartão-Presente, Dinheiro
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	3
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	Apple TV, navegadores, iPhone, iPad, Smart TVs
	<i>Canais de atendimento</i>	Telefone, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Tem
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
QUALIDADE	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	4K, FULL HD, HD, HDR
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	4K, FULL HD, HD, HDR
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	6
DESIGN	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	71
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	6
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	6
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Médio
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Regular
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

ARGO		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Argo
	<i>Ano de Lançamento</i>	2020
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs de Curta-Metragem
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 31,02
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Não
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter
<b>SUORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Não
	<i>Opções de compra</i>	E-mail, Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	2
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Tem
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
<b>QUALIDADE</b>	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD, FULL HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD, FULL HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Regular
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	Não encontrado
<b>DESIGN</b>	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	Não disponível
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	Não informado
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	Não informado
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Médio
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Não tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Regular
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

ARTE1 Play		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Grupo Bandeirantes
	<i>Ano de Lançamento</i>	2018
	<i>Origem</i>	Nacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs de Conteúdo Artístico
<b>PREÇO</b>	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 8,99
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Não
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
<b>SUPORTE</b>	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Não tem
	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Boleto, Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	3
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
<b>QUALIDADE</b>	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Não tem
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	FULL HD, HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	FULL HD, HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
<b>DESIGN</b>	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Bom
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	650
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Não tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	Não informado
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	Não informado
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Regular
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Não tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Tem	
<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem	
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

<b>BELAS ARTES À LA CARTE</b>		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Belas Artes Grupo
	<i>Ano de Lançamento</i>	2020
	<i>Origem</i>	Nacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Filmes
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs de Conteúdo Artístico
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 9,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Não
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
<b>SUPORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Boleto, Cartão de Crédito, Cartão-Presente
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	2
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Tem
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
<b>QUALIDADE</b>	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	FULL HD, HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	FULL HD, HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	8
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
<b>DESIGN</b>	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	417
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Não tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	2
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	2
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ruim
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

CRUNCHYROLL		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Sony Pictures Entertainment
	<i>Ano de Lançamento</i>	2006
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Anime
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs de Anime
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	5 milhões
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 25,00
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 32,00
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, LinkedIn, Tik Tok, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
<b>SUPORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, Cartão-Presente
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	3
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular, consoles
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Tem
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
<b>QUALIDADE</b>	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	FULL HD, HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	FULL HD, HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Bom
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
<b>DESIGN</b>	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	736
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Não tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	1
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	4
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Médio
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ótimo
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Não tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

DARKFLIX		
GERAIS	<i>Empresa</i>	DRK Entretenimento
	<i>Ano de Lançamento</i>	2019
	<i>Origem</i>	Nacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs do gênero Terror
PREÇO	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 9,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
IMAGEM	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
	<i>Credibilidade</i>	Não
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Não
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
SUPORTE	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	1
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
QUALIDADE	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	FULL HD, HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	4K, FULL HD, HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
DESIGN	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Bom
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	666
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Não tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	5
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	5
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ótimo
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem	
<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem	
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	



DIRECTTV GO		
GERAIS	<i>Empresa</i>	Vrio Corp
	<i>Ano de Lançamento</i>	2018
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
PREÇO	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 69,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
IMAGEM	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
SUPORTE	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	2
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	Chat, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
QUALIDADE	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	2 anos de HBO MAX
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Bom
DESIGN	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	14
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	Não disponível
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Não tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	2
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	2
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Não tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Regular
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem	
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

<b>DISNEY +</b>		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Walt Disney Company
	<i>Ano de Lançamento</i>	2020
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs do Conteúdo Disney
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	103 milhões
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 27,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 45,90
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Não
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
<b>SUPORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, Cartão de Débito, Mercado Pago, Paypal
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	3
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, laptop, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	Chat, Telefone, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
<b>QUALIDADE</b>	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD, FULL HD, 4K
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD, FULL HD, 4K
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	4
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
<b>DESIGN</b>	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	1.112
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	4
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	4
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ótimo
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Tem	

ESTÁDIO TNT SPORTS		
GERAIS	<i>Empresa</i>	Warnermedia
	<i>Ano de Lançamento</i>	2021
	<i>Origem</i>	Nacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Esportes
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs de Conteúdo Esportivo
PREÇO	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 19,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
IMAGEM	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Não
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Sim
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
SUPORTE	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Não tem
	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	1
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
QUALIDADE	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD, FULL HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD, FULL HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
DESIGN	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	6,9
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	500
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	2
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	2
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Bom
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Não tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Tem	
<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem	
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

FUNIMATION		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Sony Pictures Entertainment
	<i>Ano de Lançamento</i>	2017
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Anime
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs de Anime
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 24,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
<b>SUPORTE</b>	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, Paypal
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	1
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular, consoles
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
<b>QUALIDADE</b>	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD, FULL HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
<b>DESIGN</b>	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	265
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	5
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	5
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Bom
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem	
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

GLOBOPLAY		
GERAIS	<i>Empresa</i>	Globo
	<i>Ano de Lançamento</i>	2015
	<i>Origem</i>	Nacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	20 milhões
PREÇO	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 49,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 89,90
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
IMAGEM	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Não
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
SUPORTE	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, Cartão de Débito, Paypal
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	6
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	Chat, Telefone, Redes Sociais, Whatsapp
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Deezer Premium
QUALIDADE	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	4K, FULL HD, HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	4K, FULL HD, HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	9
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	8
DESIGN	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	1.555
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	5
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	5
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Bom
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

HBO MAX		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Warnermedia
	<i>Ano de Lançamento</i>	2020
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	67 milhões
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 19,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 27,90
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter
<b>SUPORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	2
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	Celular, tablet
	<i>Canais de atendimento</i>	Chat, E-mail, Telefone, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
<b>QUALIDADE</b>	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	SD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	4K, FULL HD, HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
<b>DESIGN</b>	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	3.332
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	1
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	3
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Bom
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

LOOKE		
GERAIS	<i>Empresa</i>	Looke
	<i>Ano de Lançamento</i>	2015
	<i>Origem</i>	Nacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	100 mil
PREÇO	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 16,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
IMAGEM	<i>Credibilidade</i>	Não
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Sim
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
SUPORTE	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	NÃO
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	1
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular, consoles
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Telefone, Redes Sociais, Whatsapp
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
QUALIDADE	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	10
DESIGN	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	8,1
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	5.450
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	3
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	3
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Bom
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

MUBI		
GERAIS	<i>Empresa</i>	MUBI
	<i>Ano de Lançamento</i>	2010
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs do gênero Cult
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	10 milhões
PREÇO	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 27,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
IMAGEM	<i>Credibilidade</i>	Não
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, LinkedIn, Soundcloud, Tumblr, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
SUPORTE	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, Paypal
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	2
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular, consoles
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
QUALIDADE	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	7
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	9
DESIGN	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	1.011
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Não tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	2
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	2
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Médio
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ruim
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	



NETFLIX		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Netflix
	<i>Ano de Lançamento</i>	2007
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	209 milhões
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 25,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 55,90
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Não
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Sim
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Snapchat, Tik Tok, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
<b>SUPORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Cartão Pré-Pago Netflix, Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, de Débito, Cartão Pré-pago, Pré-pago NETFLIX, Débito em conta
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	3
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	Chat, E-mail, Telefone, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
<b>QUALIDADE</b>	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	SD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	4K, HDR
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	1
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	8,6
<b>DESIGN</b>	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	4.790
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	1
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	4
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ótimo
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

OLDFLIX		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	WMW Entretenimento EIRELI
	<i>Ano de Lançamento</i>	2016
	<i>Origem</i>	Nacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs de Clássicos
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 14,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 18,90
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Não
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Não
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
<b>SUORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Cartão Pré-Pago, Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Boleto, Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	3
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular, consoles
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem	
<b>QUALIDADE</b>	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
<b>DESIGN</b>	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	1.555
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	1
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	4
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Médio
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ótimo
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Não tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

PARAMOUNT +		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	CBS Interactive
	<i>Ano de Lançamento</i>	2021
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	36 milhões
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 19,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Sim
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter
<b>SUPORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	1
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem	
<b>QUALIDADE</b>	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Bom
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	11
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
<b>DESIGN</b>	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	399
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	Não informado
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	Não informado
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ótimo
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Não tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

PLAYPLUS		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Grupo Record
	<i>Ano de Lançamento</i>	2018
	<i>Origem</i>	Nacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
<b>PREÇO</b>	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 12,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
<b>SUPORTE</b>	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Não tem
	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	1
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Telefone, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
<b>QUALIDADE</b>	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD, SD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD, SD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Bom
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
<b>DESIGN</b>	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	7,3
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	Não disponível
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Não tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	4
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	4
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Bom
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Não tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

PLEX		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Plex
	<i>Ano de Lançamento</i>	2021
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 14,99
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Não
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
<b>SUPORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, Paypal
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	3
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
<b>QUALIDADE</b>	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD, FULL HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD, FULL HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	Não encontrado
<b>DESIGN</b>	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	Não disponível
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Não tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	Não informado
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	Não informado
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Médio
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Não tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ótimo
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

RESERVA IMOVISION		
GERAIS	<i>Empresa</i>	Imovision
	<i>Ano de Lançamento</i>	2021
	<i>Origem</i>	Nacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Filmes
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs do gênero Cult
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
PREÇO	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 24,50
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
IMAGEM	<i>Credibilidade</i>	Não
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
SUPORTE	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	2
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
QUALIDADE	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD, FULL HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD, FULL HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	Não encontrado
DESIGN	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	250
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	3
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	3
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ruim
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

STAR PLUS		
GERAIS	<i>Empresa</i>	Walt Disney Company
	<i>Ano de Lançamento</i>	2021
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
PREÇO	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 32,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 45,90
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
IMAGEM	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Não
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Instagram, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
SUPORTE	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, Cartão de Débito, Mercado Pago, Paypal
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	3
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	Chat, Telefone, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
QUALIDADE	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	4K, FULL HD, HD, HDR
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	4K, FULL HD, HD, HDR
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	Não encontrado
DESIGN	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	2.000
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	4
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	4
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ótimo
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

STARZPLAY		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Starz Inc
	<i>Ano de Lançamento</i>	2018
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 14,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Não
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Sim
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
<b>SUPORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	1
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
<b>QUALIDADE</b>	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	13
<b>DESIGN</b>	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	Não disponível
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	4
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	4
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ótimo
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	



UOL PLAY		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	UOL
	<i>Ano de Lançamento</i>	2021
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	Não disponível
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 15,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 69,90
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Não tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram
	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
<b>SUORTE</b>	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Boleto, Cartão de Crédito, Débito em conta
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	4
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	Chat, Telefone, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
<b>QUALIDADE</b>	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Bom
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	12
<b>DESIGN</b>	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	8,7
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	Não disponível
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Não tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	4
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	4
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Bom
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	

VIKI		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Rakuten Group
	<i>Ano de Lançamento</i>	2013
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Fãs da Cultura Asiática
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	14 milhões
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 25,84
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	R\$ 51,74
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Não tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Não
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Sim
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	0
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, Twitter, Viber
<b>SUPORTE</b>	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	2
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
<b>QUALIDADE</b>	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Não tem
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	Não encontrado
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	Não encontrado
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
<b>DESIGN</b>	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	Não disponível
	<i>Produções originais</i>	Não tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	Não informado
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	Não informado
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Bom
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Não tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Não tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Não tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Não tem
<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem	
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Tem	

YOUTUBE PREMIUM		
<b>GERAIS</b>	<i>Empresa</i>	Youtube
	<i>Ano de Lançamento</i>	2005
	<i>Origem</i>	Internacional
	<i>Gênero de conteúdo</i>	Variado
	<i>Público-Alvo</i>	Não segmentado
	<i>Quantidade estimada de assinantes (mundial)</i>	50 milhões
<b>PREÇO</b>	<i>Preço mensal do plano básico</i>	R\$ 20,90
	<i>Preço mensal do plano mais completo</i>	Não tem
	<i>Conteúdos adicionais pagos</i>	Tem
<b>IMAGEM</b>	<i>Credibilidade</i>	Sim
	<i>Aperitivo (teste gratuito)</i>	Sim
	<i>Criação e personalização de perfis</i>	Não
	<i>Personalização de legenda, tamanho, fundo etc.</i>	Tem
	<i>Conteúdo disponível em outros locais</i>	Não
	<i>Quantidade de propagandas</i>	1
	<i>Anúncios em excesso (na plataforma ou Pop-ups)</i>	Não tem
	<i>Perfis de redes sociais</i>	Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter
<b>SUPORTE</b>	<i>Função "Adicionados recentemente"</i>	Tem
	<i>Localização da plataforma na internet (URL)</i>	Fácil
	<i>Processo de compra claro e simples</i>	Sim
	<i>Opções de compra</i>	Plataforma
	<i>Opções de pagamentos</i>	Cartão de Crédito, Cartão de Débito
	<i>Quantidade de pacotes disponíveis</i>	1
	<i>Dispositivos compatíveis</i>	TV, tablet, computadores, celular
	<i>Canais de atendimento</i>	E-mail, Redes Sociais
	<i>Recurso "Ajuda" dentro da plataforma</i>	Sim
<b>QUALIDADE</b>	<i>Simplicidade de cancelamento</i>	Sim
	<i>Benefícios extras do plano básico</i>	Youtube Kids, Youtube Music
	<i>Qualidade da imagem (pacote básico)</i>	4K, FULL HD, HD
	<i>Qualidade da imagem (pacote completo)</i>	4K, FULL HD, HD
	<i>Certificado de segurança</i>	Válido
	<i>Descrição dos conteúdos nas sinopses</i>	Ótimo
	<i>Posição em Ranking de plataformas (Folha)</i>	Não ranqueado
<b>DESIGN</b>	<i>Taxa de resposta no Reclame Aqui</i>	0
	<i>Tamanho estimado do catálogo</i>	Não disponível
	<i>Produções originais</i>	Tem
	<i>Conteúdos exclusivos</i>	Tem
	<i>Número de telas (pacote básico)</i>	10
	<i>Número de telas (pacote completo)</i>	10
	<i>Facilidade de uso (intuitivo)</i>	Fácil
	<i>Legendas e áudios disponíveis em português</i>	Não tem
	<i>Organização do catálogo (filtros de categorias)</i>	Ruim
	<i>Recomendação de títulos similares</i>	Tem
	<i>Função "Ver depois"</i>	Tem
	<i>Mecanismo de proteção para menores</i>	Tem
	<i>Função "Download para assistir offline"</i>	Tem
	<i>Função "Avançar (Fast Forward)"</i>	Tem
	<i>Função "Você ainda está assistindo"</i>	Tem
	<i>Recurso de "pular" aberturas</i>	Não tem
<i>Recurso "Groupwatch" (assistir com amigos)</i>	Não tem	