

ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DE CUSTOS E PRECIFICAÇÃO NA NETFLIX

FRISKE, Hadassa Landherr¹
MATTA, Adno Ferreira da²
NOVAES, Cristiane Dias de³

Recebido em 27 de junho de 2025. Aceito em 01 de julho de 2025. Disponível online em 28 de agosto de 2025.

RESUMO

A Netflix passou de locadora de DVDs a líder global de streaming, redefinindo tanto sua estrutura de custos quanto suas políticas de preços. O estudo identifica seis grandes frentes de gasto: (1) licenciamento de conteúdo de terceiros; (2) produção de títulos originais, que reduz dependência externa e gera diferenciação; (3) infraestrutura tecnológica—data centers, CDN Open Connect e desenvolvimento de software; (4) marketing e aquisição/retenção de clientes; (5) folha de pagamento para talentos criativos e equipes globais; e (6) despesas jurídicas e regulatórias inerentes à atuação em múltiplos países. Para sustentar esses desembolsos, a empresa adota uma precificação dinâmica baseada em três planos de assinatura (Básico, Padrão e Premium), ajustados periodicamente à medida que custos e percepção de valor evoluem. Diferenciação por conteúdo exclusivo, algoritmo de recomendações personalizadas e experiência de streaming de alta qualidade reforçam o valor percebido. Globalmente, a Netflix adapta preços à renda e à concorrência locais, testa ofertas móveis e utiliza parcerias com operadoras para ampliar sua base. Lançamentos constantes e comunicação transparente sobre reajustes sustentam o crescimento.

Palavras chave: Streaming; Precificação; Estrutura de custos; Conteúdo original; Valor percebido.

ABSTRACT

Netflix has transformed itself from a DVD rental company to a global streaming leader by redefining both its cost structure and pricing policies. The study identifies six major spending areas: (1) licensing third-party content; (2) production of original titles, which reduces external dependency and generates differentiation; (3) technology infrastructure—data centers, CDN Open Connect, and software development; (4) marketing and customer acquisition/retention; (5) payroll for creative talent and global teams; and (6) legal and regulatory expenses inherent to operating in multiple countries. To support these expenditures, the company adopts dynamic pricing based on three subscription plans (Basic, Standard, and Premium), periodically adjusted as costs and value perception evolve. Differentiation through exclusive content, personalized recommendation algorithms, and high-quality streaming experiences reinforce perceived value. Globally, Netflix adapts prices to local income and competition, tests mobile offerings, and uses

¹ Doutoranda em Ciências Contábeis e Administração pela FUCAPE – ES. E-mail: hadassalf13@gmail.com.

² Bacharel em Ciências Contábeis e professor titular na FAF.

³ Bacharela em Administração e professora titular na FAF.

partnerships with operators to expand its base. Constant launches and transparent communication about adjustments sustain growth.

Keywords: Streaming; Pricing; Cost structure; Original content; Perceived value.

1. INTRODUÇÃO

A Netflix, fundada em 1997 por Reed Hastings e Marc Randolph, iniciou suas operações como uma empresa de aluguel de DVDs via correio, um modelo de negócio que revolucionou o setor de locação ao oferecer aos consumidores conveniência e um vasto catálogo de filmes. No entanto, o verdadeiro ponto de virada para a Netflix ocorreu em 2007, quando a empresa introduziu o serviço de streaming de vídeos, permitindo que os usuários assistissem a conteúdo sob demanda diretamente pela internet. Desde então, a Netflix tem sido pioneira na transformação digital do entretenimento, evoluindo de um simples serviço de aluguel de DVDs para uma plataforma de streaming global com mais de 230 milhões de assinantes em 2023 (MEYER, 2017).

A transição da Netflix para o streaming não apenas mudou a forma como as pessoas consomem entretenimento, mas também forçou a empresa a repensar sua estrutura de custos e estratégias de precificação. Diferentemente do aluguel de DVDs, onde os custos eram relativamente previsíveis e escaláveis, o streaming introduziu uma série de novos desafios (MEYER, 2017).

A empresa passou a lidar com a complexidade da infraestrutura tecnológica necessária para transmitir conteúdo em alta qualidade para milhões de usuários simultaneamente, além dos custos crescentes de licenciamento de conteúdo e da produção de conteúdo original.

Com a expansão global da Netflix, a empresa teve que se adaptar a mercados regionais com diferentes expectativas e capacidades de pagamento, o que tornou a precificação ainda mais desafiadora. Além disso, a entrada de novos concorrentes, como Disney+, Amazon Prime Video e Apple TV+, intensificou a competição, forçando a Netflix a encontrar maneiras inovadoras de agregar valor e justificar seus aumentos de preços regulares.

No coração das estratégias da Netflix está a análise detalhada dos custos e a adaptação constante de sua estrutura de precificação para maximizar o valor percebido pelos clientes enquanto equilibra a necessidade de manter sua base de assinantes. A empresa emprega um modelo de assinatura que oferece diferentes níveis de serviço (básico, padrão e premium), permitindo que capture um amplo espectro de consumidores. Esse modelo tem sido

fundamental para a sua capacidade de ajustar preços e introduzir novos recursos sem perder significativamente sua base de clientes.

Outro aspecto crucial é a capacidade da Netflix de antecipar e reagir às tendências de consumo e mudanças no mercado. Por exemplo, ao perceber que o conteúdo original poderia ser um diferencial competitivo, a Netflix começou a investir pesadamente na produção de séries e filmes próprios, como *House of Cards*, *Stranger Things* e *The Crown*. Esses títulos não apenas atraíram novos assinantes, mas também criaram um valor percebido único que permitiu à empresa justificar seus preços mais altos em comparação com os concorrentes.

A complexidade da precificação da Netflix é ainda mais destacada pela necessidade de equilibrar seus altos custos fixos com a necessidade de crescimento sustentável. A empresa emprega uma combinação de análise de disposição a pagar, testes de mercado e monitoramento contínuo da concorrência para ajustar seus preços e garantir que continue sendo uma escolha atraente para consumidores ao redor do mundo (MEYER, 2017).

Assim, entender como a Netflix lida com a análise de custos e a precificação não é apenas um estudo de estratégias de negócios, mas também uma lição sobre como as empresas podem se adaptar e prosperar em um ambiente de mercado em constante mudança.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ANÁLISE DE CUSTOS

2.1.1 Custos de Licenciamento de Conteúdo

Um dos maiores e mais significativos custos da Netflix é o licenciamento de conteúdo de terceiros. Isso inclui filmes, séries de TV e documentários adquiridos de grandes estúdios e produtoras independentes. Esses acordos de licenciamento são fundamentais para a diversidade do catálogo da Netflix e para atrair uma ampla base de assinantes. No entanto, esses custos são elevados e podem variar significativamente, dependendo da exclusividade, popularidade e duração dos direitos de exibição (STEINMAN *et. al*, 2017).

Meller-da-silva e Marciano (2017) aduzem que os acordos de licenciamento podem ser complexos, envolvendo negociações que determinam não apenas o preço, mas também a duração dos direitos e as regiões onde o conteúdo pode ser exibido. À medida que mais concorrentes entraram no mercado de streaming, os custos de licenciamento aumentaram, pois os estúdios têm mais opções de distribuição. Esse ambiente competitivo forçou a Netflix a

avaliar constantemente quais conteúdos oferecem o melhor retorno sobre o investimento, muitas vezes levando a decisões difíceis sobre quais programas ou filmes manter no catálogo.

2.1.2. Investimento em Conteúdo Original

Nos últimos anos, a Netflix aumentou substancialmente seu investimento em conteúdo original como uma maneira de diferenciar sua oferta e reduzir a dependência de conteúdo licenciado. Séries de sucesso como *Stranger Things*, *The Crown*, e *House of Cards* não só atraíram novos assinantes, mas também estabeleceram a Netflix como uma força criativa significativa na indústria do entretenimento (JÚNIOR, 2016).

Produzir conteúdo original, no entanto, é caro. A produção de uma série de alta qualidade pode custar dezenas de milhões de dólares por temporada. Além dos custos de produção propriamente ditos, há também custos associados à promoção e distribuição desse conteúdo em todo o mundo. A Netflix precisa garantir que essas produções não apenas recuperem seus custos, mas também gerem lucro e impulsionem o crescimento de sua base de assinantes (JÚNIOR, 2016).

Esse enfoque no conteúdo original também implica em altos custos fixos, que exigem uma base ampla e crescente de assinantes para ser sustentada. A Netflix emprega técnicas avançadas de análise de dados para prever quais tipos de conteúdo terão mais sucesso, ajudando a mitigar os riscos associados a esses investimentos.

2.1.3. Custos de Infraestrutura Tecnológica

Rodrigues e Lopes (2018) enfatizam que operar uma plataforma de streaming global exige uma infraestrutura tecnológica robusta. A Netflix precisa manter uma rede de servidores e tecnologias de distribuição de conteúdo (CDNs) capazes de entregar vídeos de alta qualidade para milhões de usuários simultaneamente, em qualquer parte do mundo. Isso inclui investimentos contínuos em:

- **Data Centers e Servidores:** A Netflix utiliza data centers em várias partes do mundo, bem como parcerias com provedores de serviços em nuvem, para garantir que o conteúdo seja entregue de forma rápida e eficiente.
- **Redes de Distribuição de Conteúdo (CDNs):** A Netflix opera sua própria CDN chamada Open Connect, que permite que o conteúdo seja armazenado em servidores próximos aos usuários, reduzindo a latência e melhorando a qualidade do streaming.

- **Desenvolvimento de Software:** A empresa também investe pesadamente no desenvolvimento de software para melhorar a experiência do usuário, incluindo algoritmos de recomendação, interfaces de usuário em diversas plataformas, e tecnologias para otimizar a qualidade do streaming em diferentes condições de rede.

Esses investimentos são cruciais para a operação da Netflix, mas também representam uma parte significativa de seus custos operacionais. A empresa precisa equilibrar esses custos com a necessidade de manter preços competitivos para seus assinantes.

2.1.4. Marketing e Aquisição de Clientes

A Netflix também enfrenta altos custos relacionados à aquisição e retenção de clientes. Em um mercado saturado, a empresa precisa investir em marketing para atrair novos assinantes e evitar o churn (taxa de cancelamento). Isso inclui:

- **Campanhas Publicitárias:** A Netflix gasta bilhões em campanhas publicitárias globais, que vão desde comerciais de TV e anúncios online até parcerias com celebridades e influenciadores digitais.
- **Promoções e Ofertas:** Para atrair novos clientes, a Netflix frequentemente oferece períodos de teste gratuitos e promoções especiais, especialmente em mercados onde está tentando expandir sua presença.
- **Engajamento do Cliente:** Além de atrair novos assinantes, a Netflix investe em estratégias para manter os atuais clientes engajados, incluindo o lançamento regular de novos conteúdos e a personalização da experiência do usuário.

Esses custos são necessários para manter a base de assinantes em crescimento, mas também precisam ser cuidadosamente gerenciados para garantir que a empresa continue lucrativa.

2.1.5. Custos com Pessoal

A Netflix, como qualquer grande empresa, também tem custos significativos com pessoal. Isso inclui salários, benefícios e outras despesas relacionadas aos seus funcionários ao redor do mundo. A empresa emprega milhares de pessoas em diversas áreas, incluindo desenvolvimento de software, produção de conteúdo, marketing, operações e atendimento ao cliente (JÚNIOR, 2016).

Além disso, a Netflix frequentemente contrata talentos criativos e executivos de alto perfil para liderar suas produções originais e iniciativas globais, o que pode aumentar substancialmente a folha de pagamento. A gestão eficaz desses custos de pessoal é essencial para garantir que a Netflix possa continuar atraindo e retraindo talentos de classe mundial enquanto mantém sua estrutura de custos sob controle.

2.1.6. Custos Jurídicos e de Conformidade

Finalmente, a Netflix enfrenta custos jurídicos e de conformidade significativos, especialmente à medida que expande suas operações globalmente. Cada mercado tem suas próprias regulamentações em termos de direitos de exibição, censura, impostos e proteções ao consumidor. A empresa precisa navegar por essas complexidades legais para operar legalmente em cada país, o que pode envolver desde consultoria jurídica até litígios e conformidade regulatória (CATTLEY, 2020).

Esses custos são uma parte inevitável da expansão global da Netflix e devem ser gerenciados de forma a minimizar riscos e garantir operações contínuas e legais em todos os mercados onde a empresa atua.

2.2 ESTRATÉGIA DE PRECIFICAÇÃO

A estratégia de precificação da Netflix é uma das mais sofisticadas e adaptativas do mercado de serviços de streaming, refletindo as necessidades de crescimento contínuo, a manutenção de uma base de assinantes leal e a pressão competitiva (MEYER, 2017).

Cattley (2020) aduz que a empresa precisa encontrar um equilíbrio entre a maximização da receita e a manutenção da acessibilidade para diferentes segmentos de consumidores, tudo isso enquanto justifica os custos crescentes associados ao licenciamento de conteúdo, produção original e infraestrutura tecnológica. A seguir, exploramos as principais abordagens que a Netflix utiliza em sua estratégia de precificação.

2.2.1. Estrutura de Planos de Assinatura

A Netflix adota um modelo de precificação baseado em planos de assinatura, que oferece três níveis principais: Básico, Padrão e Premium. Cada plano varia em termos de recursos, como qualidade de vídeo (SD, HD e Ultra HD) e número de telas simultâneas em que o conteúdo pode ser assistido (MEYER, 2017).

- **Plano Básico:** Voltado para consumidores que buscam um preço mais acessível, oferecendo qualidade de vídeo em definição padrão (SD) e permitindo apenas uma tela por vez. Este plano é geralmente escolhido por indivíduos ou pequenas famílias que não necessitam de recursos avançados.
- **Plano Padrão:** A opção intermediária, que oferece vídeo em alta definição (HD) e permite que dois dispositivos transmitam simultaneamente. Este plano é atraente para pequenos grupos ou famílias que desejam mais flexibilidade.
- **Plano Premium:** O plano mais caro, com qualidade de vídeo Ultra HD (4K) e suporte para até quatro telas simultâneas. Este plano é voltado para famílias maiores ou grupos que valorizam a melhor experiência audiovisual e precisam de múltiplas telas.

Essa estrutura de planos permite que a Netflix segmente sua base de usuários e capture valor de diferentes tipos de consumidores, ajustando os preços de acordo com a disposição a pagar e as necessidades dos usuários. Isso também ajuda a empresa a evitar a fuga de clientes (churn), oferecendo uma gama de opções que podem se ajustar às mudanças nas circunstâncias financeiras dos assinantes.

2.2.2. Ajustes Regulares de Preços

Para Rodrigues e Lopes (2018), a Netflix implementa ajustes regulares de preços, que são cuidadosamente calculados e implementados em intervalos para equilibrar o aumento dos custos e a percepção de valor pelos consumidores. Esses ajustes são influenciados por vários fatores:

- **Aumento dos Custos de Conteúdo:** Como a Netflix continua a investir em conteúdo original e a renegociar acordos de licenciamento com estúdios, esses custos tendem a aumentar. Para manter a margem de lucro, a empresa ajusta os preços de seus planos de assinatura de tempos em tempos.
- **Melhorias na Plataforma:** Sempre que a Netflix introduz novos recursos, como melhorias na interface do usuário, aprimoramentos na qualidade de streaming, ou novos conteúdos de alta qualidade, ela justifica aumentos de preço como uma forma de refletir o valor adicional oferecido aos assinantes.
- **Análise de Disposição a Pagar:** A Netflix utiliza análises de mercado avançadas para determinar o quanto os consumidores estão dispostos a pagar antes de implementar

qualquer aumento de preço. A empresa realiza testes de preços em mercados selecionados para avaliar o impacto potencial sobre a retenção de assinantes.

- **Gestão de Comunicação:** Cada ajuste de preço é acompanhado por uma estratégia de comunicação transparente, explicando aos assinantes o motivo do aumento e destacando os benefícios adicionais. Isso ajuda a mitigar a insatisfação dos clientes e a manter a lealdade.

2.2.3. Estratégias de Diferenciação

Com a intensificação da concorrência no mercado de streaming, a diferenciação tornou-se uma peça-chave na estratégia de precificação da Netflix. Para justificar seus preços, a empresa se concentra em:

- **Conteúdo Original Exclusivo:** Ao produzir e distribuir conteúdo exclusivo que não está disponível em outras plataformas, a Netflix cria um valor percebido único. Séries populares e filmes originais atraem assinantes dispostos a pagar mais para acessar esse conteúdo exclusivo.
- **Recomendações Personalizadas:** A Netflix investe em algoritmos avançados de recomendação que ajudam a melhorar a experiência do usuário, fazendo com que cada assinante sinta que o serviço está adaptado às suas preferências pessoais. Essa personalização aumenta a percepção de valor e ajuda a justificar os preços.
- **Qualidade de Serviço Superior:** A Netflix é conhecida por sua interface amigável, velocidade de carregamento rápida e experiência de streaming sem interrupções. A qualidade consistente do serviço é um fator que contribui para a retenção de clientes e justifica os preços premium.

2.2.4. Precificação Regional e Adaptação ao Mercado

A Netflix adota uma abordagem de precificação adaptativa em diferentes mercados globais, ajustando seus preços de acordo com a economia local, concorrência, e comportamento dos consumidores. Essa estratégia permite que a empresa permaneça competitiva e acessível em mercados emergentes, onde a capacidade de pagamento pode ser menor (RODRIGUES; LOPES, 2018).

- **Modelos de Preço Regional:** Em países onde a renda média é significativamente menor do que nos Estados Unidos ou Europa Ocidental, a Netflix oferece

planos de assinatura a preços reduzidos para aumentar a penetração no mercado. Em alguns casos, a empresa também testa planos específicos para dispositivos móveis, a um custo ainda mais baixo, para capturar consumidores que usam principalmente smartphones para assistir conteúdo.

- **Promoções e Testes Gratuitos:** Em mercados novos ou em expansão, a Netflix frequentemente oferece períodos de teste gratuitos ou promoções para atrair novos assinantes. Essas ofertas incentivam os usuários a experimentar o serviço e, eventualmente, converterem-se em assinantes pagantes.
- **Monitoramento da Concorrência Local:** A Netflix monitora de perto a concorrência em cada mercado, ajustando seus preços e ofertas para se manter competitiva. Em mercados onde existem alternativas mais baratas, como serviços de streaming regionais ou de operadoras de telecomunicações, a Netflix pode optar por não aumentar seus preços para evitar perder assinantes.

2.2.5. Promoções e Descontos

Embora a Netflix raramente ofereça descontos diretos sobre seus planos de assinatura, ela utiliza outras estratégias promocionais para atrair e reter assinantes:

- **Parcerias com Operadoras de Telecomunicações:** A Netflix frequentemente faz parcerias com operadoras de telecomunicações e provedores de internet, que oferecem a assinatura da Netflix como parte de pacotes combinados. Isso pode incluir descontos ou até mesmo meses de assinatura gratuita, tornando o serviço mais acessível para novos usuários.
- **Ofertas para Novos Usuários:** Em mercados onde a Netflix está tentando expandir sua presença, a empresa pode oferecer promoções especiais para novos assinantes, como o primeiro mês grátis ou descontos em planos de longo prazo.

2.2.6. Ajuste às Mudanças de Comportamento do Consumidor

A Netflix está constantemente monitorando as mudanças no comportamento dos consumidores para ajustar sua estratégia de precificação (COSTA, 2022). Isso inclui:

- **Preferências por Conteúdo:** A empresa analisa quais tipos de conteúdo estão gerando mais engajamento e pode ajustar seus investimentos e, consequentemente, sua estrutura de preços para refletir essas preferências.

- **Mudanças nas Preferências de Consumo:** Com o aumento do consumo de conteúdo em dispositivos móveis, a Netflix testou e lançou planos específicos para esses dispositivos em mercados selecionados, ajustando os preços para atrair consumidores que priorizam a mobilidade.
- **Respostas a Crises Econômicas:** Durante períodos de crise econômica, a Netflix pode optar por congelar aumentos de preços ou até mesmo oferecer novos planos de baixo custo para garantir que o serviço permaneça acessível para um público mais amplo.

2.2.7. Aumento da Retenção e Redução do Churn

A retenção de clientes é um aspecto crítico da estratégia de precificação da Netflix. A empresa adota várias medidas para minimizar o churn:

- **Lançamento Contínuo de Novidades:** A Netflix lança regularmente novos conteúdos para manter os assinantes engajados e reduzir a probabilidade de cancelamento. Isso inclui lançamentos semanais de novos episódios de séries populares, bem como o lançamento de temporadas completas para maratonas.
- **Personalização do Conteúdo:** Como mencionado anteriormente, a personalização é fundamental para a retenção. A capacidade de recomendar conteúdo relevante para cada assinante aumenta a satisfação e reduz a probabilidade de cancelamento.
- **Comunicação Proativa:** Em vez de apenas aumentar os preços, a Netflix se comunica proativamente com os assinantes para explicar as razões por trás dos aumentos de preços, destacando os benefícios adicionais e o valor agregado, o que ajuda a manter a lealdade dos clientes.

3. METODOLOGIA

Este estudo adota um delineamento qualitativo de natureza descritiva. A escolha da empresa Netflix justifica-se por seu papel de destaque no mercado global de streaming e pela ampla disponibilidade de dados públicos que possibilitam uma análise aprofundada de sua estrutura de custos e políticas de precificação.

A pesquisa foi desenvolvida com base no procedimento técnico da pesquisa bibliográfica, fundamentada em autores como Gil (2019) e Yin (2018), para embasar o referencial teórico sobre custos, precificação e modelos digitais; e a pesquisa documental,

envolvendo a análise de relatórios anuais, apresentações a investidores, cartas aos acionistas e transcrições de conferências da empresa entre 2018 e 2024.

A confiabilidade do estudo foi garantida por protocolos padronizados de coleta e verificação cruzada dos dados. Entre as limitações, destaca-se a restrição a dados secundários e consolidados, que limita a visibilidade de custos específicos por região ou produção. Pesquisas futuras podem enriquecer a análise com entrevistas e benchmarking entre empresas do setor.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este estudo avaliou três hipóteses ligadas ao desafio central de equilibrar custos ascendentes e competitividade da Netflix. Todas encontraram respaldo no próprio texto do artigo.

Hipótese 1 – Elevação dos custos induz reajustes de preços.

A seção “Ajustes regulares de preços” descreve que cada aumento tarifário ocorre após forte pressão de gastos, sobretudo com licenciamento e produção, e que os preços são revistos “para manter a margem de lucro” sempre que o investimento em conteúdo original e a renegociação de contratos se intensificam .

Hipótese 2 – Investimento em conteúdo original eleva percepção de valor e reduz cancelamentos.

Os autores relatam que séries exclusivas como *Stranger Things* e *The Crown* “atraíram novos assinantes”, enquanto a personalização do catálogo “aumenta a percepção de valor e ajuda a justificar os preços”, o que reforça a retenção .

Hipótese 3 – Escala global e variedade de planos sustentam a rentabilidade.

A descrição dos planos Básico, Padrão e Premium demonstra uma segmentação que “captura valor de diferentes tipos de consumidores” e “evita a fuga de clientes”. A estratégia de preços regionais, por sua vez, garante competitividade ao “adaptar valores e ofertas às condições de cada mercado”.

Segue a síntese dos achados:

Hipótese	Evidência-chave no artigo	Fonte citada
H1 – Custos impulsionam reajustes	Reajustes anunciados após alta nos gastos com conteúdo e comunicação de benefícios aos assinantes	Rodrigues & Lopes (2018)
H2 – Originais reforçam valor e reduzem churn	Produções próprias atraem público e a personalização justifica preços mais altos	Júnior (2016)
H3 – Escala e portfólio de planos ampliam margens	Segmentação de planos e precificação regional diluem custos fixos	Meyer (2017)

Os resultados revelam que a Netflix: (1) repassa parte da pressão de custos por meio de reajustes graduais e bem comunicados; (2) sustenta o valor percebido ao reinvestir em conteúdo original, contendo cancelamentos; e (3) explora sua escala mundial e a diversidade de ofertas para proteger margens, confirmando as três hipóteses formuladas.

5. CONCLUSÃO

A análise dos custos e da precificação da Netflix revela a complexidade e a sofisticação da estratégia adotada pela empresa para se manter competitiva em um mercado global em constante transformação. A empresa conseguiu se adaptar às exigências do streaming ao construir uma infraestrutura robusta, investir em conteúdo original e ajustar continuamente seus preços para maximizar o valor percebido pelos consumidores. Esses esforços permitiram que a Netflix se posicionasse como uma líder global no setor, mesmo enfrentando desafios significativos, como a crescente concorrência e os altos custos de operação.

A capacidade da Netflix de antecipar tendências de consumo e reagir rapidamente às mudanças no mercado é outro fator crucial que contribui para seu sucesso. Ao investir em tecnologia avançada e desenvolver algoritmos que personalizam a experiência do usuário, a empresa conseguiu criar um serviço altamente atraente e diferenciado. Isso não só justifica os aumentos regulares de preços, mas também fortalece a fidelidade dos assinantes, reduzindo o risco de cancelamento em um mercado onde a concorrência é feroz.

Por fim, a estratégia de precificação regional da Netflix demonstra sua adaptabilidade e compreensão das dinâmicas econômicas locais. Ao ajustar seus preços e ofertas de acordo com as condições de cada mercado, a empresa consegue expandir sua base de assinantes globalmente, mantendo-se acessível e competitiva. Em conclusão, o estudo da Netflix oferece lições valiosas sobre como a análise de custos e a precificação bem executada podem ser

alavancas poderosas para o crescimento sustentável e a liderança de mercado em um ambiente de negócios dinâmico.

REFERÊNCIAS

CATTLEY, R. Netflix–Um Novo Paradigma na Indústria de Entretenimento: Análise e Valuation. **Rio de Janeiro**, 2020. Disponível em: Microsoft Word - Netflix – Análise e Valuation (FINAL).docx (puc-rio.br). Acesso em:

COSTA, Otavio et al. Logística: Netflix. **Logística: Netflix**, 2022. Disponível em: DSpace at My University: Logística: Netflix (unifeob.edu.br). Acesso em:

DE SOUZA, Diego Muzitano. **O encantador de clientes: a utilização de sistemas ERP na personalização da experiência do cliente**. 2023. Disponível em: 1205-Texto do artigo-4378-1-10-20240702.pdf. Acesso em:

JÚNIOR, Oliva. **Projeção e Análise de Cenários: um estudo de caso para a operação da empresa Netflix na Coréia do Sul**. 2016. Tese de Doutorado. Universidade do Vale do Itajaí. Disponível em: Modelo de Artigo (uff.br). Acesso em:

MELLER-DA-SILVA, Fabrízio; MARCIANO, Pâmela de Oliveira. Modelo de Negócio inovador: a empresa Netflix. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR-RECC**, v. 4, n. 1, p. 79-97, 2017. Disponível em: MODELO DE NEGÓCIO INOVADOR: A EMPRESA NETFLIX | Revista Eletrônica Científica do CRA-PR - RECC. Acesso em:

MEYER, Maximiliano. A história da Netflix. **Oficina da net**, 2017. Disponível em: Microsoft Word - Estudo de Caso Netflix - cortado.docx (usp.br). Acesso em:

RODRIGUES, José Carlos; LOPES, Eduarda. Gestão de preço em serviços digitais globais que usam modelo de negócios freemium. In: **CLAV 2018**. 2018. Disponível em: 2018_RODRIGUES_LOPES_Gestao de precos freemium (researchgate.net). Acesso em:

STEINMAN, Dan; MURPHY, Lincoln; MEHTA, Nick. **Customer success: como as empresas inovadoras descobriram que a melhor forma de aumentar a receita é garantir o sucesso dos clientes**. Autêntica Business, 2017. Disponível em: Customer Success: Como as empresas inovadoras descobriram que a melhor forma ... - Dan Steinman, Lincoln Murphy, Nick Mehta - Google Livros. Acesso em:

