Publicado pela **Editora Manual**, Cariacica/ES, 2026 | ISBN 978-65-83121-25-7 | DOI: 10.29327/5979824

CAPÍTULO 3

NETFLIX E A ERA ONDE OS DADOS MOVEM AS ORGANIZAÇÕES: UMA NOVA ECONOMIA SURGE ACOMPANHADA DE DESAFIOS E BENEFÍCIOS

DOI DO CAPÍTULO: doi.org/10.29327/5979824.1-3
Lelles de Paula Lemos

RESUMO

O mundo e as necessidades se transformam e isso gera para as organizações a necessidade de realizar mudanças para atingir seus objetivos, e por meio dos dados e tecnologias as organizações estão passando por mudanças expressivas. Deste modo, este texto evidencia os benefícios e desafios da utilização dos dados juntamente das tecnologias em organizações, principalmente as que atuam em meios digitais, onde através do caso da Netflix obteve-se que os dados podem elevar a interação e o engajamento dos clientes e isso reduz custos, fideliza os clientes, eleva os lucros e gera maiores vantagens competitivas, enquanto que entre os desafios identificados tem-se a possibilidade de implicação de viés da IA, os custos iniciais elevados, o planejamento estratégico e as mudanças organizacionais necessárias que por vezes poderão ser profundas. Portanto, conclui-se que sim, os dados são muito importantes para as empresas, mas a qualidade dos dados, as estratégias de análises de dados, as mudanças organizacionais necessárias, os investimentos bem direcionados e a própria gestão de dados deverão estar em harmonia com todo o corpo organizacional para que seja possível atingir os objetivos almejados.

Palavras-chave: dados; transformação digital; *machine learning*; Netflix; vantagem competitiva.

ABSTRACT

The world and its needs are constantly changing, which requires organizations to make changes in order to achieve their goals, and through data and technologies organizations are undergoing significant transformations. Thus, this text highlights the benefits and challenges of using data together with technologies in organizations, especially those operating in digital environments. Through the case of Netflix, it was found that data can increase customer interaction and engagement, which reduces costs, builds customer loyalty, raises profits and generates greater competitive advantages, while the challenges identified include the possibility of AI bias, high initial costs, strategic planning and the necessary organizational changes, which may at times be profound. Therefore, it is concluded that data are indeed very important for companies, but data quality, data analysis strategies, the necessary organizational changes, well-targeted investments and data management itself must

Publicado pela **Editora Manual**, Cariacica/ES, 2026 | ISBN 978-65-83121-25-7 | DOI: 10.29327/5979824

be in harmony with the entire organizational body in order to achieve the desired objectives.

Keywords: data; digital transformation; machine learning; Netflix; competitive advantage.

1 INTRODUÇÃO

As informações podem gerar transformações em diversos contextos, mas obter informações que estejam alinhadas com os objetivos organizacionais pode ser considerado complexo, porém as novas tecnologias digitais e a própria evolução das organizações possibilitaram a aquisição de uma ampla gama de dados através de maiores capacidades de coleta e tratamento destes.

Desta forma, os dados na contemporaneidade estão redesenhando o modo de como os processos, produtos e serviços são criados, gerenciados e conduzidos no longo prazo, portanto, os dados trazem consigo mais do que um simples apoio às necessidades organizacionais, os dados podem ser enxergados como o coração das empresas, ou seja, o centro, o que comanda, o que rege e o que proporciona que todo o restante no corpo organizacional funcione com maestria.

Portanto, na era onde os dados possuem grandes capacidades transformadoras, as estratégias organizacionais, as tecnologias utilizadas e os processos produtivos e de gestão deverão direcionar-se para o bom gerenciamento de dados em busca de superação dos desafios já existentes e dos que estão por vir objetivando a obtenção de benefícios e competitividade.

Este texto tem por objetivo apresentar a importância dos dados como agente transformador dos negócios na era digital, ao passo que para tal elenca-se os desafios e benefícios da utilização dos dados nas organizações, como também utiliza-se de uma pesquisa acerca da Netflix para compreender melhor a capacidade transformadora dos dados nas organizações. Portanto, se caracteriza como uma pesquisa exploratória, qualitativa onde se utiliza a revisão bibliográfica para elucidar o proposto.

Publicado pela **Editora Manual**, Cariacica/ES, 2026 | ISBN 978-65-83121-25-7 | DOI: 10.29327/5979824

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Transformação por meio dos dados, desafios e benefícios aplicadas às organizações

Pessoas, processos e negócios tendem a se transformarem para sobreviver e acompanhar as necessidades e desejos dos próprios seres humanos, porém as transformações que estão ocorrendo na contemporaneidade podem ser compreendidas como uma era totalmente nova, repleta de desafios, mas com muitas oportunidades, onde negócios pequenos crescem e grandes empresas podem ser diluídas, tudo dependerá de como será realizada a transformação dos dados pelas empresas.

Gabrišová *et al.* (2026) complementam essa evidenciação ao elencarem que a transformação quando regida por dados vai muito além que somente um puro esforço tecnológico, ela culmina em mudanças organizacionais amplas que necessitam agilidade para a modificação, investimentos em habilidades e uma adequação cultural realizada continuamente.

Portanto, evidencia-se que juntamente de um negócio orientado por dados necessita-se superar barreiras para colher os benefícios, onde por vezes a depender dos modelos de negócios os desafios podem ser maiores para uma empresa do que para outras, principalmente em relação aos aspectos culturais, tecnológicos, estratégias administrativas e habilidades interpessoais dos responsáveis.

Nesse contexto, Gabrišová *et al.* (2026) concluem que para uma organização regida por dados obter sucesso depende da sintonia quadridimensional de forma correlativa, começando pela transformação da cultura organizacional, o seu arcabouço tecnológico, as estratégias administrativas e as habilidades interpessoais.

Portanto, a coleta de dados e seu armazenamento pode ser considerada somente a etapa inicial de uma organização regida por dados, pois a incorporação destes dados no cerne organizacional é o que realmente poderá gerar o seu potencial transformador nos negócios. Para melhor exemplificar como a incorporação dos dados deverá ocorrer em ambientes organizacionais na contemporaneidade, expressa-se o Quadro 1.

Publicado pela **Editora Manual**, Cariacica/ES, 2026 | ISBN 978-65-83121-25-7 | DOI: 10.29327/5979824

Quadro 1 – Transformação quadridimensional em organizações regidas por dados

Dimensões	Definição
Culturais	Fator crítico e determinístico, pois deverá findar os dados diretamente no dia a dia organizacional, principalmente no que tange o processo decisório.
Tecnológicas	Estas são essenciais para a transformação dos negócios por meio dos dados, pois são em suma não só uma ferramenta, mas um fator estratégico fundamental para a geração de valor.
Estratégias gerenciais e habilidades interpessoais	As habilidades humanas e as estratégias utilizadas pela gerência das empresas marca o momento em que os dados se transformam em conhecimentos mobilizáveis.

Fonte: adaptado de Gabrišová *et al.* (2026).

Deste modo é passível de entendimento que a transformação por meio dos dados na contemporaneidade vai muito além de somente coletar e tratar dados, os resultados tendem a ser obtidos por meio da fundição dos dados com o corpo das organizações de modo que atuem em sincronia e gerem os resultados objetivados.

Em conjunto, essas constatações demonstram que a transformação orientada por dados não é apenas um esforço técnico, mas uma mudança organizacional abrangente que exige prontidão para a mudança, investimento em competências e uma adaptação cultural contínua.

Em concordância, Gabrišová *et al.* (2026) explicam que uma transformação regida por dados exige que as organizações realizem mudanças rápidas e bem direcionadas, investimentos certeiros e adaptações que vão além de uma implementação puramente técnica.

Em busca de compreender como os dados devem ser incorporados nos negócios e também visualizar os benefícios e desafios dessa aplicação, é expresso o caso da Netflix, uma empresa digital que utiliza os dados na prática.

2.2 Netflix: excelência e inovação por meio dos dados

A Netflix dispõe de uma trajetória muito impactada pela análise de dados e demonstra que os dados possuem a capacidade de ser a base para o desenvolvimento de negócios digitais, por meio da *Big Data*, *Machine Learning*, IA e a visualização de dados para proporcionar crescimento, inovações e vantagens competitivas.

Ao implementar o *machine learning* em sua plataforma a Netflix objetiva a redução da taxa de cancelamento e a elevação do valor vitalício do usuário. Pois, em um mercado onde existe uma saturação em relação às plataformas de *streaming*, reter os clientes pode ser mais econômico que o investimento em

Publicado pela **Editora Manual**, Cariacica/ES, 2026 | ISBN 978-65-83121-25-7 | DOI: 10.29327/5979824

aquisições, deste modo, a Netflix compreendeu que se um cliente não identificasse nenhum conteúdo relevante em questão de segundos em sua plataforma, a chance de deixar a plataforma eram altas. E o *machine learning* foi a solução para a curadoria de seu catálogo de forma individualizada.

Segundo Mixson (2025) a Netflix faz uso de coleta de dados em massa com bases na *Big data*, dentre os dados têm-se os horários assistidos pelos clientes, dia, local, e hora de visualização, se estes realizam pausas nos conteúdos, interrupções de visualização dos conteúdos, buscas diretas na plataforma, avaliações realizadas pelos usuários, taxas de abandono e comportamento de navegação.

A utilização de ML pela Netflix demonstra a grande importância desta tecnologia para plataformas de *streaming*, pois ao identificar as vantagens e limitações no uso do método quando comparado com o tradicional sem IA, percebe-se que existem profundas diferenças entre uma curadoria feita manualmente ou por algoritmos.

Escalabilidade: Sem IA – Possui limitações, não é possível a criação de vitrines manualmente para milhares de clientes. Com IA – Escalabilidade sem limitações, possibilita a geração de inúmeras variações de listas de conteúdos de forma simultânea;

Precisão: Sem IA – Se baseia em médias demográficas, como exemplo: mulheres de 18 anos gostam de romance. Com IA – Se baseia no comportamento de cada indivíduo de forma individualizada por meio da personalização em massa;

Custos da curadoria de conteúdos: Sem IA – Custos com mão de obra elevados para a organização de conteúdos. Com IA – Custos elevados inicialmente para a implementação na estrutura, porém este custo é marginalizado por usuário e no fim, gera melhores resultados;

Limitações: Sem IA – Implicação de viés, falta de capacidade para o processamento de uma quantidade elevada de dados simultâneos em tempo real. Com IA – Cria-se um fenômeno chamado de filtro-bolha, que compreende que o sistema de IA pode acabar direcionando apenas um único gênero para o usuário e acabar prendendo-o, o que limita sua capacidade de realizar novas descobertas de conteúdos.

O *machine learning* aplicado na plataforma da Netflix gerou resultados financeiros mensuráveis e massivos, pois de acordo com Kumaran (2025) os

Publicado pela **Editora Manual**, Cariacica/ES, 2026 | ISBN 978-65-83121-25-7 | DOI: 10.29327/5979824

números evidenciados pela empresa comprovam que o investimento em tecnologias realmente funciona, pois os algoritmos de personalização utilizados pela Netflix foram responsáveis pela economia de mais de 1 bilhão de dólares por ano ao evitar cancelamentos na assinatura, algo que é ainda mais expressivo é que entre 75-80% das horas assistidas são entregues pelas recomendações dos algoritmos, não pela pesquisa direta dos usuários.

Nesse processo a Netflix conseguiu obter ganhos considerados consistentes, são eles a vantagem competitiva por meio dos conhecimentos aprofundados obtidos dos usuários e a sua rapidez nas tomadas de decisão (Fernández-Manzano *et al.*, 2016; Li; Duan, 2024). Retenção e personalização superiores aos concorrentes, por meio das recomendações relevantes e o ajuste do portfólio para regiões e nichos específicos (Ali *et al.*, 2025; Li; Duan, 2024).

Como também, as inovações em conteúdos, a utilização de dados na orientação de investimentos em produções originais, na identificação de novas tendências, como faixas etárias, gêneros e países produtores, o que gerou maior capacidade de obtenção de resultados (Ali *et al.*, 2025; Thesni *et al.*, 2024).

Além destes resultados, a Netflix também é capaz de reduzir desperdícios em suas produções, pois nas análises com *machine learning* é possível identificar os conteúdos mais assistidos pelos usuários para então optar por quais séries originais ela deve renovar, reduzindo assim, possíveis prejuízos com obras que não engajam os usuários. Também possibilita a otimização de marketing, pois o *machine learning* define as capas dos conteúdos, pois se você gosta de ação, por exemplo, será apresentado cenas de perseguição, deste modo eleva substancialmente a taxa de cliques.

Como desafios, a Netflix enfrentou as complexidades técnicas das arquiteturas, integração de fontes múltiplas, entrega de qualidade, possuir competências analíticas avançadas e também os aspectos relativos à ética e privacidade na utilização dos dados de seus clientes (Kashyap, 2025; Maddodi; K., 2019).

3 METODOLOGIA

Para elucidar o objetivo proposto iniciou-se pela exploração da implementação de modo geral dos dados nas organizações para entender como

Publicado pela **Editora Manual**, Cariacica/ES, 2026 | ISBN 978-65-83121-25-7 | DOI: 10.29327/5979824

este fenômeno pode ser melhor adequado aos negócios, em seguida evidencia-se os benefícios e desafios da sua implementação, por conseguinte o estudo acerca da implementação de utilização de dados pela Netflix serviu para aprofundar mais os conceitos e demonstrar as capacidades reais das análises de dados bem geridas pelas organizações.

Para tal, utiliza-se a metodologia de pesquisa qualitativa por meio de revisão bibliográfica para a elucidação do objetivo, pois Guerra *et al.* (2024) elucida que a metodologia qualitativa é imprescindível para os estudos científicos que possuem como base assimilações significativas e interpretação dos fatores pesquisados de modo a possibilitar o desenvolvimento aprofundado de conhecimentos em um contexto mais irrestrito.

4 RESULTADOS PRELIMINARES

Ao implementar o *machine learning* a Netflix mudou seu paradigma, pois agora ela não é apenas uma plataforma que distribui conteúdos, mas sim uma empresa com foco em tecnologia com orientação feita por dados.

A aplicabilidade deste caso em outros contextos é possível, mas com muitas ressalvas, pois a coleta, armazenamento, compreensão e análises de dados percorrem por caminhos pelos quais são necessários equipes técnicas avançadas, grandes investimentos e planejamentos estratégicos bem elaborados, como também envolve aspectos regulatórios que podem ser desafiadores a depender do tamanho das empresas e suas capacidades.

5 CONCLUSÃO

Ao elencar os conceitos acerca dos dados no ambiente de organizações contemporâneas acerca de sua implementação torna-se possível compreender a importância que os dados possuem na atualidade para os negócios, como também os modos pelos quais sua utilização deverá ser gerida.

Através do caso da Netflix é factível de compreensão que a aplicação de tecnologias com enfoque nos dados não deve ser somente algo adicional, mas sim o cerne estratégico do negócio. Ademais, porém utilizar dados como base para os negócios, principalmente no caso da Netflix, pode gerar limitações.

Publicado pela **Editora Manual**, Cariacica/ES, 2026 | ISBN 978-65-83121-25-7 | DOI: 10.29327/5979824

Essencialmente a limitação evidenciada está na extrema necessidade de utilizar dados de qualidade, pois um viés durante a coleta de dados poderá implicar em recomendações inexpressivas, portanto, evidencia-se que a utilização de inteligência artificial necessita de ajustes em sua ética e constância na supervisão para mitigar a saturação dos catálogos dispostos ao cliente.

Portanto, este texto limitou-se a evidenciar conceitos expressivos, porém literários, baseando-se em um único caso para gerar as conclusões obtidas, deste modo, pesquisas futuras deverão abordar estes conceitos de forma mais ampla e aplicada, com mais casos para o estudo e com pesquisa empírica para comprovar percentualmente os resultados.

REFERÊNCIAS

ALI, A. *et al.* Data-driven insights: machine learning approaches for Netflix content analysis and visualization. **Journal of Engineering Research and Reports**, 2025. DOI: https://doi.org/10.9734/jerr/2025/v27i41471.

FERNÁNDEZ-MANZANO, E.-P.; NEIRA, E.; CLARES-GAVILÁN, J. Data management in audiovisual business: Netflix as a case study. **El Profesional de la Información**, v. 25, n. 4, p. 568, 2016. DOI: https://doi.org/10.3145/epi.2016.jul.06.

GABRIŠOVÁ, I.; KOMAN, G.; KAMPF, R. A theoretical literature review and conceptual framework of the data-driven organization. **Communications of International Proceedings**, 2026. DOI: https://doi.org/10.5171/2025.4628625.

GUERRA, A. de L. e R. *et al.* Pesquisa qualitativa e seus fundamentos na investigação científica. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 15, n. 7, e4019, 2024. DOI: https://doi.org/10.7769/gesec.v15i7.4019.

KASHYAP, P. Uses and impact of data visualization in business analytics. **International Journal of Scientific Research in Engineering and Management**, 2025. DOI: https://doi.org/10.55041/ijsrem50437.

KUMARAN, U. How Netflix uses machine learning (ML) to create perfect recommendations. **Brainforge**, 12 jun. 2025. Disponível em: https://www.brainforge.ai/blog/how-netflix-uses-machine-learning-ml-to-create-perfect-recommendations.

LI, R.; DUAN, S. Business model analysis of Netflix. **Advances in Economics, Management and Political Sciences**, 2024. DOI: https://doi.org/10.54254/2754-1169/92/20231106.

MADDODI, S.; K., K. Netflix bigdata analytics: the emergence of data driven recommendation. **Other Topics Engineering Research eJournal**, 2019. DOI: https://doi.org/10.2139/ssrn.3473148.

Publicado pela **Editora Manual**, Cariacica/ES, 2026 | ISBN 978-65-83121-25-7 | DOI: 10.29327/5979824

MIXSON, E. Data science at Netflix: how advanced data & analytics helps Netflix generate billions. **AI Data Analytics Network**, 19 mar. 2025. Disponível em: https://www.aidataanalytics.network/data-science-ai/articles/data-science-at-netflix-how-advanced-data-analytics-helped-netflix-generate-billions.

THESNI, F.; RAJ, G.; POULOSE, A. Visualizing the global streaming landscape: an in-depth analysis of Netflix content distribution using Tableau data visualization tool. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INNOVATIVE TRENDS IN INFORMATION TECHNOLOGY (ICITIIT), 5., 2024. **Proceedings** [...]. [*S. l.*]: IEEE, 2024. p. 1-6. DOI: https://doi.org/10.1109/icitiit61487.2024.10580047.