

Administração de Sistemas de Informação: Atividade 1

Aluno: Fábio Alexandre E. Melo

Matrícula: 11508361

1. Analisar o comportamento de dados é a forma mais prática de verificar, com um precisão empírica, possíveis deficiências e efetividades no em toda a cadeia produtiva empresarial, desde o *workflow* interno à cadeia de clientes, para elaborar possíveis melhorias. como uma empresa não vive em um vácuo, é imperativo compreender como todos os fatores internos e externos interagem e como otimizar tais fatores. no contexto atual, a curva de aprendizagem é cada vez mais exponencial devido ao grande volume de dados e coletados produzidos diariamente pelos sistemas de *big data*, o que faz com que a análise seja cada vez mais detalhada e eficaz.

2. a. A competitividade analítica é vantajosa tanto para as empresas quanto para o consumidor final. pois, com um entendimento maior do fluxo de oferta e demanda, de uma liderança eficiente e de traçar um perfil mais acurado de seus clientes, a competição se torna cada vez mais acirrada e lucrativa. Atualmente, a cultura empresarial no brasil ainda não é completamente moldada nos preceitos de competitividade analítica, por ser uma idéia relativamente nova, mas há um enorme *push* para a modernização baseada nesse paradigma empresarial. isso torna a exploração dessas inovações nesse contexto.

b. Sim, pois empresas tecnologicamente aptas que se utilizam de técnicas de Análise competitiva e *Business Intelligence*, com a capacidade de coletar e utilizar dados de diversas fontes para prever e otimizar sua produção de acordo com a possíveis ramificações do mercado, possuem maior probabilidade de ficar “na frente” da corrida do mercado. empresas como o Google/Alphabet e Amazon, que utilizam de tais técnicas tanto na montagem de seu perfil empresarial e modelo de negócio, quanto no

próprio produto fornecido, possuem o nível informacional para mantê-las no topo de seus respectivos ramos.

3. Com a evolução dos sistemas de aprendizagem de máquina, a mineração de dados para customização e predição de preferências de usuário passou a ser um dos maiores *trends* na indústria de serviços computacionais.

Apesar da inegável melhoria da experiência de usuário, há um grande *'tradeoff'*: a perda intrínseca da *'privacidade'*, conceito esse que vem sendo redefinido na sociedade contemporânea graças à ubiquidade dos sistemas inteligentes coletores de dados.

O uso de linguagem de difícil compreensão nos 'termos de serviço' e o próprio imediatismo de tais plataformas faz com que muitos dos utilizadores dêem o consentimento para uso de tais dados, sem conhecimento prévio. tal prática vem se tornando um padrão na indústria de serviços online e abrem uma proverbial *'caixa de pandora'*, tanto com a quantidade e especificidade dos dados coletados. no caso do *Netflix*, o uso de tais dados pode ser considerado mutuamente benéfico: ao analisar as métricas e demográficas do conteúdo assistido, pode se ser traçado perfis de usuário onde podem se focar em produção de entretenimento para a demanda dos usuários, com um nível sem precedente de precisão.

Já no caso de *Pokémon Go*, a brecha na privacidade pode ser considerada maior, tanto pela diversidade da demografia usuários, como não quantidade de metadados coletados, cujo podem ser vendidos a anunciantes e *third-parties* para usos em *targeted advertising* (publicidade direcionada a grupos demográficos específicos).