

[StrategicPlatform]

IA Generativa.

Impulsione o seu negócio
com a Inteligência Artificial.



Índice de contenidos

[01]

Comprender a IA generativa

p. 03

[02]

A aplicação da IA Generativa nas organizações

p. 05

1. Que é a IA Generativa? *p. 07*
2. As possibilidades da IA Generativa desde a visão estratégica. *p. 10*
3. IA Generativa e os 10 tipos de inovação *p. 12*

[03]

A estratégia de adoção da IA Generativa

p. 13

1. Três passos para aplicar a IA Generativa na sua empresa. *p. 15*
2. Casos de utilização. *p. 16*
 - 2.1. IA Generativa e o Grande Consumo. *p. 17*
 - 2.2. IA Generativa e Retail. *p. 17*
 - 2.3. A IA Generativa e o mundo dos Serviços. *p. 18*
 - 2.4. IA Generativa e Indústria. *p. 19*

[04]

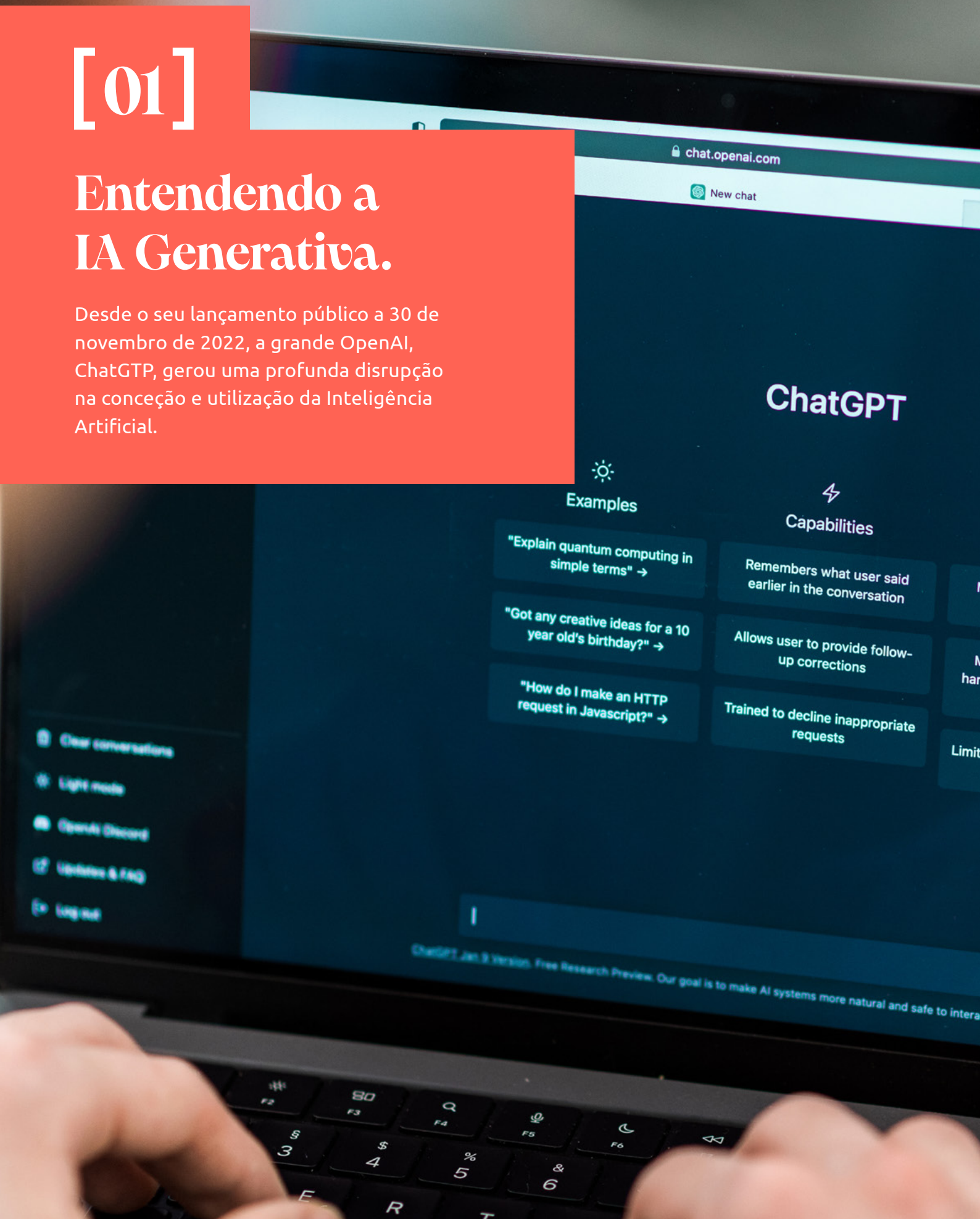
O que é que podemos fazer agora, graças à IA Generativa, que não podíamos fazer antes?

p. 21

[01]

Entendendo a IA Generativa.

Desde o seu lançamento público a 30 de novembro de 2022, a grande OpenAI, ChatGPT, gerou uma profunda disrupção na conceção e utilização da Inteligência Artificial.



[01] Entendendo a IA Generativa.

A transformação do mercado pelo ChatGPT colocou a IA Generativa no topo das tendências. As capacidades da IA Generativa são muito vastas e simulam os processos inerentemente humanos da gestão do conhecimento. Não só pode gerar conteúdos a partir das informações com que foi treinada, como também pode ser aumentada (ou "retreinada") com novas informações para se tornar mais eficaz, utilizando instruções específicas, conhecidas como "prompt engineering".

Graças à OpenAI e a outras grandes plataformas tecnológicas que nos disponibilizam modelos de IA Generativa, um novo superpoder foi instantaneamente democratizado: obter informações, resumir, reescrever e redirecionar conteúdos.

O lançamento do ChatGPT é uma corrida de longa distância que envolve muitos concorrentes. Por um lado, os grandes actores tecnológicos: Microsoft, Amazon, Facebook, Apple e Google. Por outro lado, novos actores como a Tesla, e outros grandes

Enquanto a tecnologia parece mover-se normalmente a um ritmo vertiginoso, 2023 provocou um alvoroço sem precedentes. Cada um destes actores acelerou o seu ritmo de forma significativa, mostrando o seu grande poder tecnológico na esfera generativa para não perder o seu lugar e



líderes do mercado, como a IBM ou SAP, competem por um lugar na corrida. Há quem diga que o vencedor desta primeira ronda é a Microsoft, que ultrapassou a OpenAI graças à capacidade do seu modelo de IA Generativa para citar as suas respostas, e especialmente para a integração com as suas aplicações (através do Microsoft Copilot), como o Outlook, Word, PowerPoint e outras.

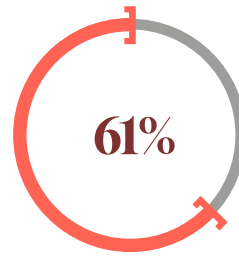
oferecer alternativas à conhecida OpenAI. Embora o ChatGPT tenha sido o primeiro a expandir-se para as casas dos consumidores, hoje em dia existem muitas alternativas, tanto privadas como de código aberto, por onde escolher para aplicar esta tecnologia na nossa organização.

[02]

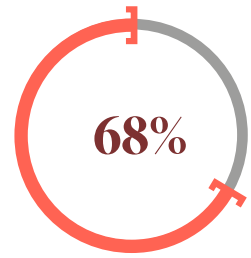
A aplicação da IA Generativa nas organizações.



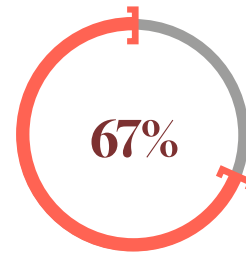
Os inquéritos mostram que a IA generativa é a tecnologia emergente com maior adoção e interesse por parte das organizações: 2 em cada 3 vêem interesse em adoptá-la na sua vida quotidiana.



Atualmente a utilizar ou a planear utilizar a IA Generativa.



A IA Generativa ajudará a servir melhor os clientes.



A IA Generativa fará com que se possa tirar maior partido de outros investimentos tecnológicos, como outros modelos de IA ou de aprendizagem automática.

A questão pode ser onde aplicá-lo:
Que valor pode a IA Generativa trazer às organizações?

Fonte: https://go.cloudshare.com/hubfs/eBooks/Harnessing_Generative_AI_For_Effective_Customer_Software_Training_eBook.pdf

Para entender melhor este ponto, vamos compreender os princípios em que se baseia a IA Generativa com o objectivo de entender a sua aplicabilidade na aporção de valor para os negócios.



1. Que é a IA generativa?

A Inteligência Artificial (IA) generativa baseia-se em modelos de aprendizagem automática capazes de gerar conteúdos, como texto, imagens, código, som, vídeo, etc



Durante o desenvolvimento de um modelo generativo, é construída uma **representação numérica da informação** dos dados de treino, quer se trate de sequências de texto ou de imagens. Após o treino, o modelo utiliza a representação construída para gerar novos textos ou imagens. Por outras palavras, isto significa que os dados são "traduzidos" em números, de modo a poderem ser trabalhados para gerar novos conteúdos.

Embora a IA generativa que conhecemos atualmente seja recente (por exemplo, modelos como GPT ou DALL-E têm apenas alguns anos), os chamados **paradigmas discriminativo e generativo** existem há muitas décadas no mundo da aprendizagem automática. Isto significa, por um lado, fazer previsões limitadas sobre os dados (discriminativo) e, por outro lado, sintetizar dados credíveis e realistas (generativo).

Aqui pode ver de uma forma esquemática a relação entre todos os conceitos relacionados com a Inteligência Artificial.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Ramo da ciência da computação que se ocupa da construção de máquinas inteligentes capazes de realizar tarefas que normalmente requerem a inteligência humana.

APRENDIZAGEM AUTOMÁTICA

Modelos matemáticos e algoritmos que podem aprender e adaptar-se através da identificação de padrões sem depender de instruções explícitas.

APRENDIZAGEM PROFUNDA

Tecnologia que ensina os computadores a processar dados de uma forma inspirada no cérebro humano.

DISCRIMINATIVO

Modelos condicionais que são projetados para identificar e aprender os limites que distinguem classes ou rótulos em conjuntos de dados específicos.

RECOMENDAÇÃO DE MODELOS

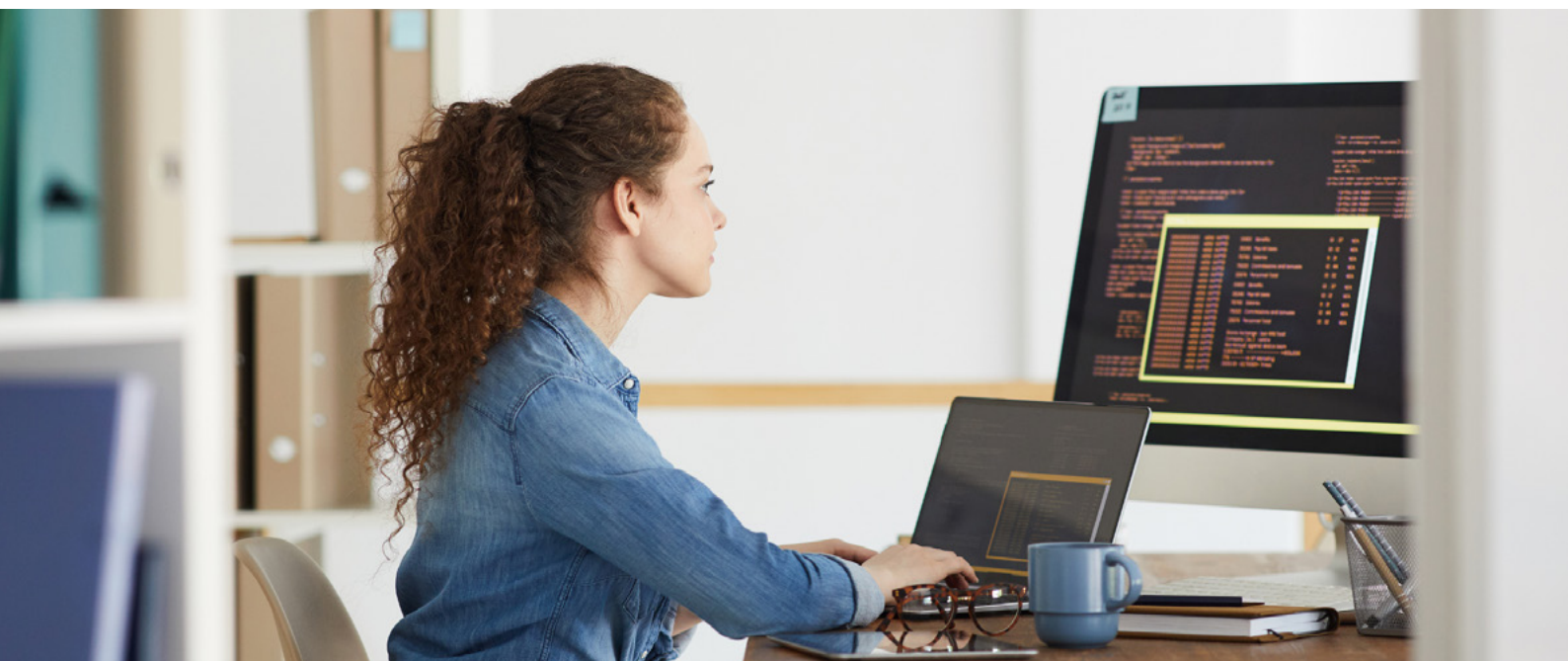
MODELOS DE CLASSIFICAÇÃO

GENERATIVO

Modelos que podem gerar novas instâncias de dados que definem a forma como os dados são colocados no espaço.

MODELOS GENERATIVOS DE IMAGEM

LARGE LANGUAGE MODELS



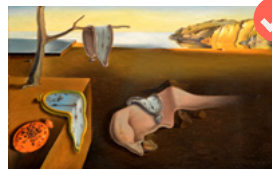
[02] A aplicação da IA Generativa nas organizações.

Um exemplo prático de IA Generativa

Suponhamos que somos um professor de arte e que queremos ensinar um aluno a diferenciar os quadros de Dalí daqueles que não são de Dalí. Identificar quando uma pintura é de Dalí consiste em compreender os padrões do seu estilo de pintura e tentar ver se esses padrões se encaixam numa nova pintura que nunca vimos antes. É um processo discriminativo que podemos replicar com a tecnologia de Inteligência Artificial através do processo de aprendizagem.



Dalí, S. (1946). A tentação de Santo António [Pintura]. Museu Reais de Belas Artes, Bélgica.



Dalí, S. (1931). Persistência [Pintura]. Museu de Arte Moderna, Nova Iorque.



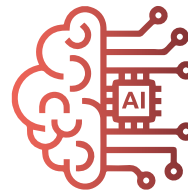
Dalí, S. (1934). Vestígios atávicos depois da chuva [Pintura]. Coleção particular.



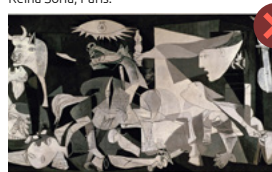
Velázquez, D. (1656). As meninas [Pintura]. Museo Nacional del Prado, Madrid.



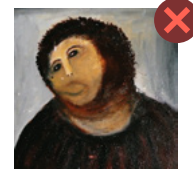
Dalí, S. (1829). O Grande Masturbador [Pintura]. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Paris.



Dalí, S. (1937). O sonho [Pintura]. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, Madrid.

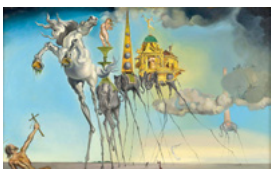


Picasso, P. (1937). Guernica [Pintura]. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Paris.

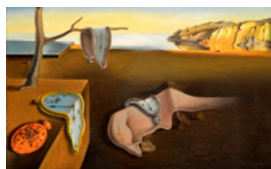


Garcia Martinez, E. (c. 1930). Ecce Homo de Borja [Pintura]. Santuário da Misericórdia, Zaragoza.

Agora, suponhamos que pedimos ao nosso aluno não só que nos diga se considera uma pintura típica de Dalí, mas também que, com base nestes padrões, desenvolva uma nova pintura num contexto inventado. Por exemplo, no contexto arquitetónico de uma cidade. Esta mesma situação pode ser aplicada à IA treinada, utilizando dados e poder computacional, para gerar uma imagem como a seguinte:



Dalí, S. (1946). A tentação de Santo António [Pintura]. Museu Reais de Belas Artes, Bélgica.



Dalí, S. (1931). Persistência [Pintura]. Museu de Arte Moderna, Nova Iorque.



Dalí, S. (1937). O sonho [Pintura]. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, Madrid.

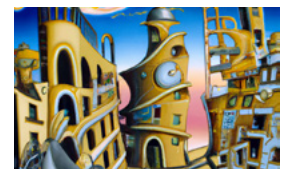
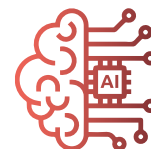
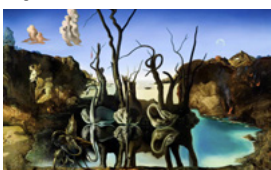


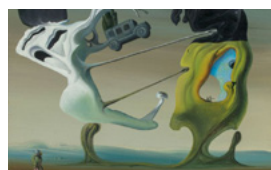
Imagem criada com Dall-e 2: "Um quadro de Madrid pintado por Salvador Dalí".



Dalí, S. (1837). Cisnes reflectindo elefantes [Pintura]. Museo Español de Arte Contemporánea, Madrid.



Dalí, S. (1829). *El gran masturbador* [Pintura]. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Paris.



Dalí, S. (1934). Vestígios atávicos depois da chuva [Pintura]. Coleção particular.

<https://stablediffusionweb.com/#ai-image-generator>

Este processo de identificar padrões e aplicá-los num determinado contexto é um dos casos de referência da IA generativa atual. Este mesmo processo pode ser feito com texto, sons e até outros tipos de dados. À medida que a aprendizagem continua, podem ser gerados "melhores" conteúdos: mais coerentes, com padrões mais precisos, mais acessíveis e, aos olhos de um humano, mais correctos.

No entanto, mais nem sempre é melhor: a formação destes modelos tem um custo muito elevado em termos de processamento, recolha de dados e limpeza de dados, pelo que é muito importante encontrar um equilíbrio entre a especialização e o custo envolvido. Sam Altman, diretor executivo da OpenAI, estimou que o custo da formação do GPT4 (o último modelo do GPT) custou mais de



100 milhões de dólares. Este não é um caso isolado, uma vez que, em 2021, Timnit Gebru (co-líder da equipa de ética da inteligência artificial da Google) e outros colegas publicaram um artigo sobre os problemas dos modelos de linguagem de grande dimensão, o que fez com que fosse despedida do seu cargo na Google.

2. As possibilidades da IA Generativa na estratégia.

Os domínios que se podem beneficiar da IA Generativa não se limitam apenas às áreas tecnológicas, podendo também ser aplicados em áreas aparentemente distantes como, por exemplo, a estratégia.

Tomemos o exemplo de um país tecnologicamente avançado: os Estados Unidos. Nos Estados Unidos, surgiu o Special Competitive Studies Project (SCSP), uma iniciativa não partidária e sem fins lucrativos com uma missão clara: fazer recomendações para reforçar a competitividade dos Estados Unidos a longo prazo. Os Estados Unidos da América estão a dar um novo

impulso à inteligência artificial (IA) e a outras tecnologias emergentes, que estão a remodelar a segurança nacional, a economia e a sociedade. Por outras palavras, estão conscientes do impacto que a IA pode ter na sociedade atual e querem que os EUA estejam posicionados e organizados para vencer a competição tecnoeconómica global.

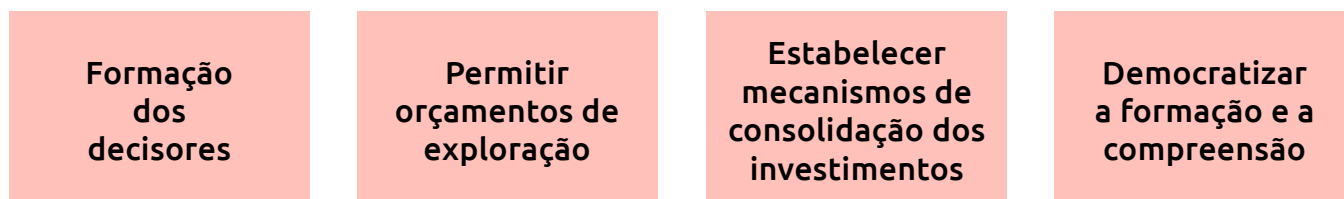
Há três pilares fundamentais para a competitividade no mundo da IA Generativa: **capacidade computacional, dados e talento humano**. Por exemplo, assegurar a capacidade computacional necessária para uso sustentável e escalável; gerir os dados para garantir conformidade com o quadro regulamentar, facilitar a monetização e fomentar o desenvolvimento de talentos através de reformas educativas e da promoção da IA.

Uma nova economia e novas oportunidades:



Hoje, é um dos elementos-chave no processo de digitalização e de diferenciação competitiva, pelo que é essencial formar os decisores, universalizar a formação e a compreensão desta tecnologia, prever orçamentos para a sua exploração e estabelecer mecanismos de consolidação do investimento.

Uma parte essencial do processo de digitalização e da diferenciação competitiva:



3. IA Generativa e os 10 tipos de inovação.

É importante valorizar o papel que a tecnologia da IA pode trazer ao negócio, tendo em conta todas as iniciativas que queremos implementar, quer de uma forma transversal, quer em casos de utilização específicos.

Pode ser aplicado nos chamados 10 tipos de inovação, que abrangem como uma nova tecnologia é adaptada dentro de uma empresa: no modelo de lucro, na rede, na estrutura organizacional e na estrutura da empresa, nos talentos e nos ativos da empresa, nos processos de trabalho, no desempenho dos produtos e serviços complementares, no suporte ao cliente, nos canais de distribuição, na representação da marca e no engajamento do cliente no processo.



A IA Generativa é uma inovação que podemos abordar metodologicamente como outras inovações que temos vindo a adotar nas organizações. De uma perspetiva tática, tem um baixo custo de entrada, é facilmente compreendida e oferece retornos apreciáveis a curto prazo. Outra questão é se desejamos encontrar um valor diferenciador a través da sua aplicabilidade o que nos leva a considerar a incorporação da IA Generativa na estratégia da organização.



Disrupt the Market and Transform Your Thinking with Ten Types

A man and a woman are looking at a wall covered in colorful sticky notes. The man is pointing at a note, and the woman is looking up at it. The scene is brightly lit, suggesting a collaborative work environment.

[03]

A estratégia de
adoção da IA
Generativa.

A IA Generativa está atualmente a ser implementada sobretudo em casos de utilização baseados em texto, mas isto é apenas o começo.

O grande potencial da IA generativa desenvolver-se-á nos próximos anos, embora já esteja a expandir-se para outras áreas do mundo. Desde a tradução em tempo real à identificação de padrões em imagens com um nível de pormenor que o olho humano não seria capaz de interpretar, estamos a começar a explorar as utilizações que podemos dar à IA generativa.



Estratégia Promover sessões de trabalho de co-criação.

Cultura Encontrar um patrocinador para cada iniciativa e envolver os participantes desde o início.

Time-to-market Comece o mais cedo possível, qualquer pequeno caso é válido e aborde as soluções de forma interativa.

Dado Trabalhar com dados, é um ativo fundamental na sua empresa.

Equipa Seleccione os parceiros certos e capacite a sua equipa.

Conformidade regulamentar Verificar as políticas de privacidade das respostas para que estas sejam definidas desde o início.

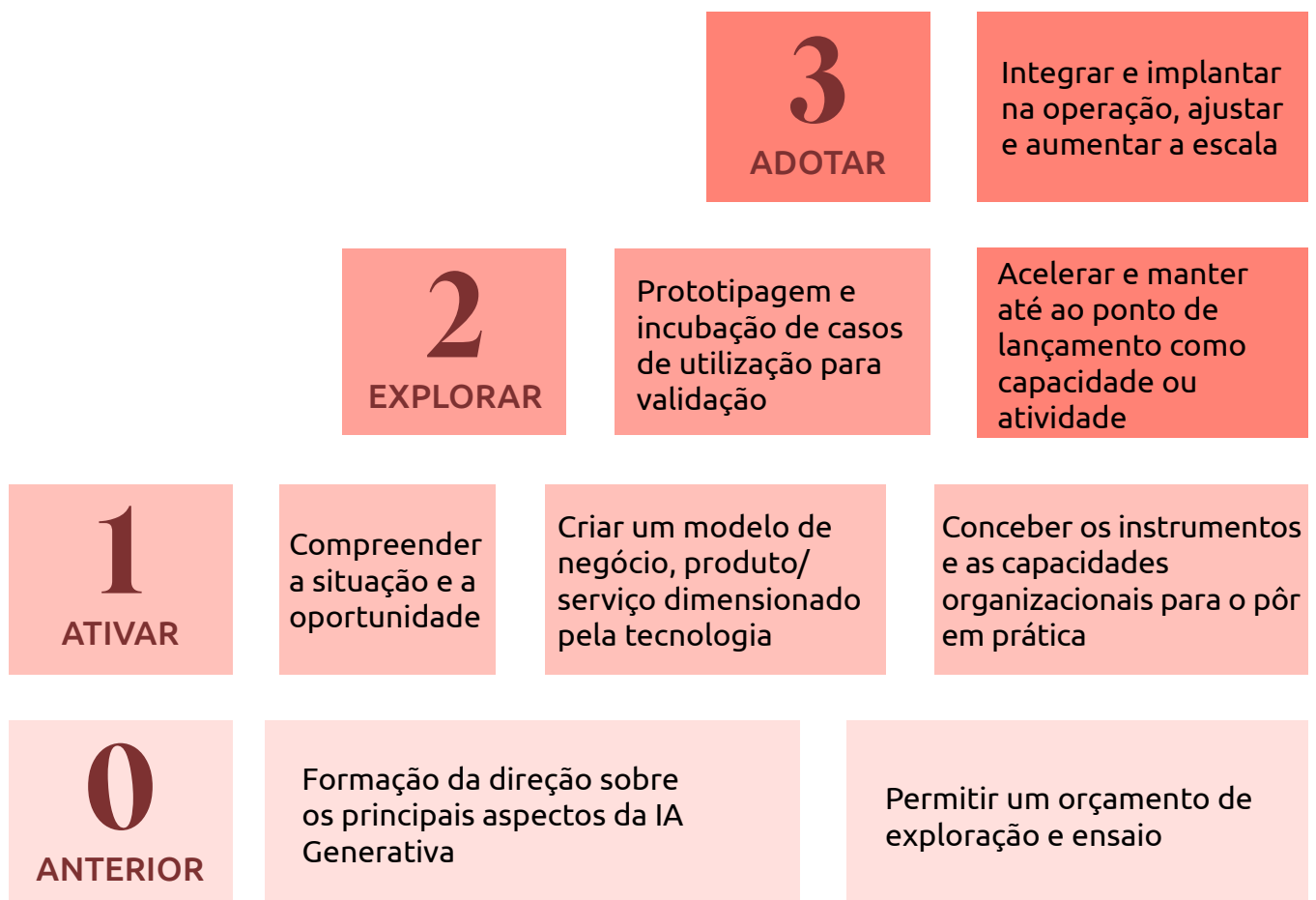
Controlo Utilize as ferramentas certas para controlar o seu sistema generativo (explicabilidade, monitorização).

1.Três passos para aplicar a IA generativa na sua empresa

Para um determinado caso de utilização, temos de identificar e valorizar o que a inovação pode trazer ao modelo de negócio.











O processo de pré-seleção é extremamente importante para experimentar e analisar o impacto que pode ter, bem como para garantir que a solução está em conformidade com as normas jurídicas e de aplicação específicas. Uma vez desenvolvida e adoptada, a solução pode ser ampliada, para generalizar o caso de utilização e tirar maior partido do investimento inicial.

O quadro mostra um esboço do processo de adoção desta tecnologia:



2. Casos de utilização

Os casos de utilização da IA Generativa são múltiplos e podem ser aplicados em quase todos os domínios da indústria atual.

A IA Generativa proporciona melhorias tanto operacionais como de diferenciação		
 Comum <ul style="list-style-type: none"> » Chatbots generativos. » Automatização dos centros de atendimento. » Sistemas de geração de respostas (especializados por áreas de conhecimento) » Motores de pesquisa semântica. » Geração de mensagens automáticas com resposta inteligente. » Apoio à criação de campanhas e material comercial (vídeos e anúncios). » Apoio à criação de códigos para as equipas de IT. Recuperação de informação. 	 Saúde / Indústria Farmacêutica <ul style="list-style-type: none"> » Conceção e desenvolvimento de medicamentos. » Dobragem de proteínas. » Análise de imagens médicas. 	
	 Banca <ul style="list-style-type: none"> » Detecção de fraudes. » Geração de novos produtos bancários. 	
	 Retalho <ul style="list-style-type: none"> » Otimização dos preços e das existências. » Criar novos produtos de consumo. 	
 Jurídico <ul style="list-style-type: none"> » Apoio consultivo. » Resumos de documentos. » Criação de alegações. 	 Sector público <ul style="list-style-type: none"> » Tradução de documentos. » Apoio ao cidadão 24x7. » Criação de actas. 	 Automóvel <ul style="list-style-type: none"> » Condução autónoma. » Novas concepções de sistemas
 Educação <ul style="list-style-type: none"> » Cotutor para apoiar e acompanhar o aluno. » Adaptar o nível de conteúdo. » Verificar a usabilidade da IA generativa. 	 Energética <ul style="list-style-type: none"> » Conceção de novas fontes de energia. » Manutenção preditiva 	 ONG <ul style="list-style-type: none"> » Apoio ao processo de integração. » Recrutamento de voluntários.

2.1. IA Generativa e o Grande Consumo

Identificar as tecnologias relevantes a serem exploradas e incorporadas nas organizações é fundamental para a definição de novos produtos. No mundo da inteligência artificial, isto envolve análises comportamentais, segmentações avançadas, identificação automática de necessidades e deteção de tendências de consumo, entre outros.

Durante muitos anos, o foco esteve na melhoria contínua do produto, realizando ajustes para se adaptar às mudanças introduzidas pelos concorrentes. Hoje em dia, isto não é suficiente: temos de fazer um exercício mais profundo para concetualizar e concentrarmo-nos na diferenciação e na evolução do próprio modelo de negócio.

Pode assistir ao webinar que apresentámos sobre as tendências em 2024 para o sector do grande consumo. E, se preferir, pode também ler o documento que desenvolvemos sobre o assunto.

[Ver Webinar](#)

[Ler Documento](#)



2.2. IA Generativa e o Retail

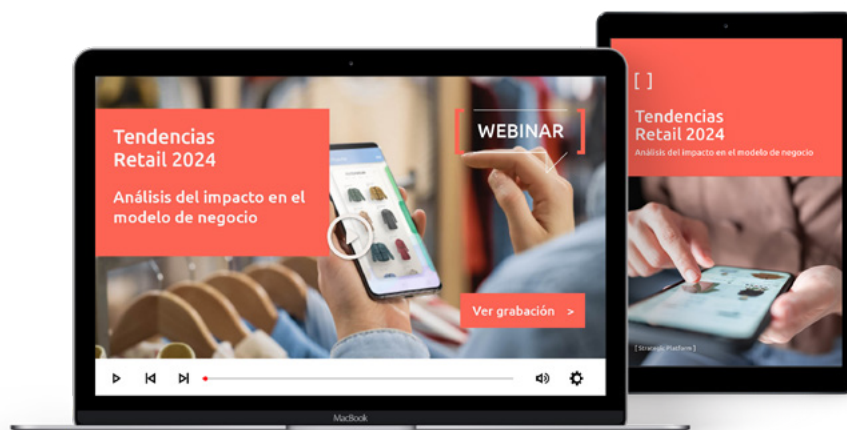
A utilização da IA generativa não implica descartar o trabalho desenvolvido até agora, mas sim enriquecê-lo com novas tecnologias disponíveis, como inteligência de dados, segmentação, pesquisa e posicionamento de produtos. Isso tudo sem deixar de lado as estratégias comerciais. Temos a capacidade de desenvolver um quadro relacional com o cliente, identificando pontos de contato e comunicando-os eficazmente.

Atualmente, a relação é significativamente mais interativa, e a IA Generativa desempenha um papel fundamental para expandir essa capacidade. Com assistentes inteligentes integrados em plataformas relacionais com as suas habilidades generativas é possível responder, personalizar e categorizar interações em linguagem natural geradas pelos clientes.

Pode assistir ao webinar que apresentámos sobre as tendências em 2024 para o sector do Retailo. E, se preferir, pode também ler o documento que desenvolvemos sobre o tema.

[Ver Webinar](#)

[Ler Documento](#)



Exemplos da utilização da IA Generativa no mundo do retail:

No domínio do retail, podemos utilizar um motor de busca inteligente semântico ligado a um assistente de conversação generativo, para poder procurar produtos num catálogo. Vimos que, em geral, a descrição de certos produtos pode ser dispendiosa e, sobretudo, complexa de explicar em texto. É por isso que pode ser utilizado um motor de pesquisa semântico. Este permite-nos procurar produtos com base numa imagem para encontrar resultados semelhantes. Isto acelera o processo de compra e, acima de tudo, melhora a experiência do utilizador.

Neste caso, um modelo de inteligência artificial pode ser treinado por imagens que detecta produtos de acordo com as suas

características. Também pode ser ligado a um assistente de conversação que funcione com IA generativa para que as respostas não sejam estáticas e sejam personalizadas de acordo com o modelo de pesquisa de imagens.

Outro exemplo semelhante que poderia ser feito com a IA generativa é a encomenda de peças sobresselentes. Poderia ser ativado um canal de comunicação para dar ao utilizador a possibilidade de encomendar peças sobresselentes com base em imagens ou orientações muito genéricas, como uma matrícula. Este novo canal seria mais humanizado e aceleraria o processo de encomenda de peças e, mais uma vez, melhoraria substancialmente a experiência do utilizador.

2.3. A IA Generativa e o mundo dos Serviços

A IA generativa permite operacionalizar a hiper-personalização que os utilizadores esperam. Estes modelos de hiperpersonalização exigem que as equipas sejam capazes de trabalhar de forma ágil e escalável, o que é possível através da utilização da IA Generativa.

[03] A estratégia de adoção da IA generativa

Pode assistir ao webinar que apresentámos sobre as tendências em 2024 para o sector dos serviços. E, se preferir, pode também ler o documento que desenvolvemos sobre o assunto.

[Ver Webinar](#)

[Ler Documento](#)



Exemplo de IA generativa no mundo dos serviços (educação):

No mundo dos serviços, criámos um assistente de conversação que utiliza inteligência artificial generativa para apoiar os estudantes de uma escola de gestão. Podem responder a perguntas sobre os mestrados em que estão inscritos, bem como sobre tarefas administrativas. Isto pode acelerar a gestão das tarefas administrativas, fornecer apoio 24 horas por dia, 7 dias por semana, para as questões dos alunos e em geral, para melhorar a

experiência do utilizador. Este assistente funciona através do que é conhecido como RAG, ou Retrieval Augmented Generation (Geração Aumentada de Recuperação), que consiste em procurar num gestor de documentos a informação pedida pelo utilizador e enviar essa informação ao LLM para criar uma resposta. Desta forma, as respostas são correctas, uma vez que se baseiam na informação da própria escola de negócios, e são respondidas de uma forma natural com base na pergunta, como se estivesse a falar com um tutor.

2.4. A IA generativa e a **Indústria**

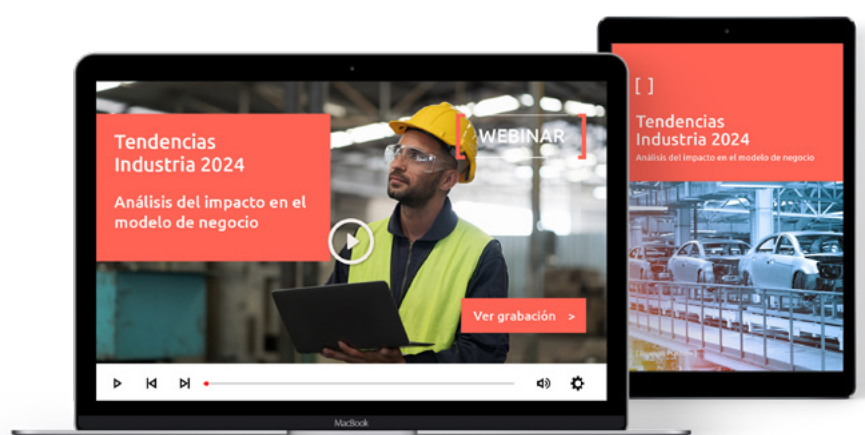
A inovação tecnológica está a entrar na nossa atividade a uma velocidade vertiginosa, e a indústria é outra área em que podemos beneficiar muito da IA generativa. A capacidade de criar novas soluções para

desafios complexos, de tratamento de dados e de contraste de dados que conseguimos encontrar permite-nos refletir sobre o nosso próprio modelo de negócio utilizando neste caso a IA Generativa.

Pode assistir ao webinar que apresentámos sobre as tendências em 2024 para o sector da Indústria. E, se preferir, pode também ler o documento que desenvolvemos sobre o tema.

[Ver Webinar](#)

[Ler Documento](#)



Exemplo da utilização da IA generativa no mundo dos produtos farmacêuticos:

A aplicação da IA generativa numa empresa farmacêutica pode ajudar a transformar significativamente os processos de fabrico e de controlo de qualidade. No que diz respeito à manutenção, a IA generativa pode prever falhas e antecipar a necessidade de manutenção nas ferramentas utilizadas na

produção farmacêutica. Através da análise de dados históricos e em tempo real, podem ser emitidos alertas que permitem aos operadores de apoio tomar medidas preventivas para evitar o desencadeamento de problemas mais graves. Em geral, isto contribui para reduzir o tempo de inatividade e melhorar a qualidade da entrega do produto final.



Exemplo de utilização da IA generativa no mundo automóvel:

A utilização das redes sociais como ferramenta de captação de contactos está muito difundida hoje em dia. Indústrias como a indústria automóvel aderiram a esta tendência, e a IA generativa tem muito a contribuir nesse sentido.

Um assistente virtual envolvido neste esforço de recrutamento é um bom exemplo de como aplicar o potencial da IA Generativa. As capacidades dos modelos LLM permitem analisar as informações fornecidas pelos utilizadores para estabelecer uma classificação com a qual se diferenciam as pessoas mais susceptíveis de

comprar um automóvel daqueles que não o fazem. Esta tarefa de segmentação de audiências utilizava tradicionalmente diferentes perfis e procedimentos, e a utilização da IA neste caso traz uma melhoria na eficiência operacional. O mesmo assistente virtual pode também ser capaz de responder às perguntas dos utilizadores utilizando uma linguagem natural adaptada ao contexto do utilizador. Sem dúvida, isto permite não só melhorar a experiência e a perceção da marca, mas também reduzir o peso das chamadas e/ou dos e-mails para resolver essas questões.

An overhead view of four business professionals in a meeting. Two men are at the top, one in a light blue shirt and one in a dark suit. Two women are at the bottom, one in a grey shirt and one in a white shirt. They are gathered around a dark wooden table with a laptop, a tablet, a notebook, and a coffee cup. The text is overlaid on a red background on the left side.

[04]

Que podemos fazer agora, graças à IA generativa, que não podíamos fazer antes?

A IA generativa abre um mundo de possibilidades em diversos domínios, incluindo a estratégia empresarial. Embora a construção de um sistema generativo próprio, desde o início, seja viável apenas para algumas empresas com recursos consideráveis, devido ao seu processo longo e intensivo que pode custar centenas de milhões de euros, a adaptação de plataformas existentes nas áreas de gestão empresarial e do conhecimento pode trazer inúmeros benefícios. Empresas que adotam essas plataformas podem realizar investimentos reduzidos e obter retornos rápidos.

Podemos tirar partido das capacidades contínuas que os grandes gigantes da tecnologia nos estão a oferecer nesta corrida pela liderança da IA generativa, colocando modelos à nossa disposição. Desenvolvemos aplicações de IA altamente sofisticadas e versáteis, personalizando-as para os nossos casos de utilização específicos. Desta forma, é possível fornecer conteúdos personalizados ou contextualizados, com uma resposta rápida, em ambientes de dados tão seguros como os ecossistemas públicos digitais actuais e encontrar o equilíbrio correto entre o esforço para fornecer conteúdo próprio de valor e para se basear no conteúdo existente da solução utilizada.



Além disso, como a IA generativa integra a inteligência artificial nos processos de planeamento e execução, as empresas podem beneficiar de uma análise de dados mais profunda e de previsões mais precisas. Isto não só impulsiona a eficiência operacional, como também proporciona uma vantagem competitiva ao antecipar tendências e ao adaptar-se agilmente a um ambiente empresarial em constante mudança.

[04] ¿Qué podemos hacer ahora gracias a la IA Generativa que antes no podíamos hacer?

É mais uma peça que, combinada com a IA tradicional, reforça a nossa gestão da informação, reinterpretando, facilitando a compreensão e o tratamento do conhecimento organizacional.

Em última análise, a IA generativa representa uma ferramenta altamente valiosa que transforma a forma como as organizações abordam a inovação, a personalização e a tomada de decisões, estabelecendo assim um novo paradigma em que a tecnologia se torna num

parceiro estratégico essencial para o sucesso da empresa.

A Strategic Platform pode ajudá-lo a identificar como a IA e, em particular, a IA Generativa pode dimensionar uma oportunidade de produto ou serviço, seja a partir da oferta, da entrega ou da operação que é activada, explorando e validando hipóteses em produtos mínimos viáveis e consolidando as suas capacidades para alargar e maximizar a sua contribuição de valor.



Autores

Jordi Fernández

Partner de Tecnología

Engenheiro de Computação especialista em Cibersegurança

Luis Artiles

Director de Innovación

PhD em Matemáticas

Cecilia Nunes

Senior Data Scientist

Engenheiro Biomédico, PhD em Ciência de Dados

Patricia Grau

Cognitive Consultant

Lingüista especialista em tecnologias da linguagem

Óscar Sánchez

Senior Cognitive Consultant

Especialista em Sistemas de Informação Geográfica

Fontes

1. Vaswani, Ashish, et al. "Attention is all you need." Advances in neural information processing systems 30 (2017).
2. Rombach, Robin, et al. "High-resolution image synthesis with latent diffusion models." Proceedings of the IEEE/CVF conference on computer vision and pattern recognition. 2022.
3. Wei, Jason, et al. "Emergent abilities of large language models." arXiv preprint arXiv:2206.07682 (2022).
4. Emily M. Bender, Timnit Gebru, Angelina McMillan-Major, and Shmargaret Shmitchell. 2021. On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big? . In Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAccT '21). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 610–623 <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=jrntJVpiunw>



A Strategic Platform nasceu da fusão entre a consultoria estratégica, a digitalização inteligente e o desenvolvimento de produtos e serviços. A reunião destas três capacidades no mesmo momento de criação permite levar os modelos de negócio a um outro nível de hiperpersonalização, funcionalidade, relação com os utilizadores e rentabilidade económica.

O paradoxo da Nespresso: Alguma vez se perguntou o que veio primeiro no modelo Nespresso: a cápsula, a máquina ou o modelo de negócio que os explora? A Nespresso é um exemplo claro da complexidade do desenvolvimento de novos produtos e serviços atualmente.

Para desenvolver a Nespresso do futuro, já não podemos fazê-lo sequencialmente; é necessário mudar o paradigma do conhecimento e a relação dos diferentes actores envolvidos. Atualmente, a tecnologia, o modelo de negócio e a digitalização inteligente devem relacionar-se entre si como iguais, no mesmo espaço temporal e físico. Precisamos de uma nova conceção de empresas de consultoria estratégica e tecnológica. Temos de quebrar os limites do pensamento estratégico e linear e ter a capacidade de nos relacionarmos em tempo real; só assim conseguiremos produtos e serviços superiores; só assim tiraremos o máximo partido da IA, da automação e da inovação tecnológica.