

Hoje qualquer grande empresa cria peças de software

Publicado em 19/06/2020 23:15 em [Software](#)

Hoje, em qualquer indústria grandes empresas tornam-se empresas de software, criam peças de software, que se tornam factores de competitividade, defendeu Nelson Luciano, especialista da Microsoft em inteligência artificial (IA) e dados.

Num Webinar sobre IA e Machine Learning (ML), organizado pela IDC e Nova IMS, da Universidade Nova de Lisboa, o responsável da Microsoft sustentou que estamos num mundo em que a IA vai mudar o software, com formas diferentes de criar software e vamos ter o software a aprender com os dados e a interagir de forma natural com o mundo e a sociedade, através de serviços cognitivos de visão, de linguagem e textuais.

Revelou que a aproximação da Microsoft à IA foca-se em três pontos: inovação constante, com impacto nas diversas indústrias e diferentes problemáticas, quer do ponto de vista da competência, quer da estratégia, em segundo lugar capacitar as organizações para poderem tirar partido deste paradigma e em terceiro a perspectiva ética.

Indicou que a Microsoft definiu vários princípios para a utilização da IA, incluindo a privacidade e a transparência, criou uma comissão interna multidisciplinar para analisar os desafios da IA e estabeleceu parcerias com organizações não governamentais (ONG) e universidades.

Nelson Luciano sublinhou que a área da inteligência artificial teve «avanços incríveis» e indicou que a Microsoft produziu mais de 6 mil «papers» sobre a matéria e esteve na vanguarda do reconhecimento visual, do reconhecimento da fala, da compreensão da leitura, da tradução, e da compreensão geral da linguagem humana.

Recordou que há duas semanas a multinacional anunciou um AI Supercomputador, baseado em IA e Machine Learning, que tem 17 biliões de parâmetros, e definiu uma nova tendência de transferir o conhecimento gerado para modelos mais pequenos.

Luciano salientou que 14% das organizações já lançaram a IA, 23% esperam lançar nos próximos 12 meses e 75% acreditam que a IA vai criar novos negócios.

Apontou a necessidade de plataformas que dêem capacidade de tratamento de dados, de os integrar nos vários sistemas e capaz de gerir o ciclo de vida desses dados de forma segura e escalável, com respeito pela privacidade,

Fernando Bação, professor da Nova IMS, defendeu que a informação que as empresas possuem é uma vantagem competitiva sustentável, a que só a empresa tem acesso, e se a organização for capaz de utilizar os dados em relevantes para as decisões de negócio fica em condições de servir melhor os seus clientes e otimizar a sua actividade.

Disse que há um efeito rede em que os clientes permitem à empresa ter mais dados, a partir deles construir algoritmos mais inteligentes e, por essa via, construir produtos e serviços mais relevantes para os utilizadores, um ciclo que se torna ainda mais relevante com o potencial da IA.

Fernando Bação defendeu que a monetização de dados, que muitos consideram ser a venda de dados, é mais do que isso, é tudo aquilo que gera valor para a empresa, tornando-a mais eficiente, melhorando a satisfação dos clientes, otimizando o negócio, reduzindo custos e gerando novas fontes de rendimento.

Adiantou que o negócio da informação para cada área específica é dominado por um grupo restrito de empresas especializadas, mas o que mudou foi que as organizações fizeram grandes investimentos em tecnologias da Informação (TI) e, com o tempo, criaram grandes bases de dados.

Salientou que o objectivo dos investimentos em TI era conseguir um negócio mais eficiente, redução de custos, margens mais significativas e melhor serviço ao cliente, mas as bases de dados permitiram criar produtos informacionais relevantes.

Fernando Bação deu o exemplo da empresa chinesa de transporte de passageiros em veículos descaracterizados Didi Chuxing, com 21 milhões de condutores, 450 milhões de utilizadores em quatro centenas de cidades e 25 milhões de viagens diárias, cuja base de dados, contendo o conhecimento dos hábitos e preferências do mercado, impediu a Uber de ter êxito da China e levou-a mesmo a abandonar aquele país.

O professor da Universidade Nova indicou que se partiu de uma fase em que os dados serviam para aumentar a eficiência da organização para outra em que os dados são novas fontes de receitas.

João Dias, da AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, revelou que a agência iniciou um projecto de transformação digital com base em IA, que começou pela área da internacionalização das empresas

Comentários Recentes

Fernando Gonçalves em [Ataque à UBER ...](#)

Eríco em [Kaspersky desbloqueia arquivo...](#)

Estatísticas

55 visitantes online

8357995 visitas

portuguesas, passando depois pela captação de investimento estrangeiro e a seguir pelas várias áreas transversais.

Afirmou que a AICEP construiu uma base de dados das empresas portuguesas recolhendo dados disponibilizados por entidades públicas, que «nem sempre foram fáceis de organizar», e idealmente quando uma empresa chega à AICEP apenas tem de confirmar que a agência pode utilizar os seus dados e obtém uma série de informações e sugestões, desde feiras internacionais para si relevantes em que pode participar até informações sobre oportunidades de negócio.

A AICEP recolheu dados sobre mais de 80 mercados relevantes para as empresas portuguesas e sectorizou-os, usando a IA e dando aos seus técnicos o tratamento de dados que as máquinas não são capazes de fazer.

Gonçalo Abreu, que se apresentou como um dos quatro engenheiros do IST que fundaram a Alfredo AI, e Hugo Venâncio, CEO da Reatia, duas start-ups tecnológicas que actuam na área do imobiliário, apresentaram a actividade das suas empresas que através de inteligência artificial que permite que os profissionais de sectores ligados esta área, desde promotores imobiliários até bancos, tenham acesso a informação sistematizada e fiável.

Gonçalo Abreu apontou como exemplos de utilização da IA pela Alfredo AI a produção de modelos de avaliação de propriedades, perceber listagens de propriedades mal inseridas (por vezes propositadamente) e metodologias para identificar quando o mesmo imóvel está à venda em mais de um sítio Internet.

Hugo Venâncio indicou que a Reatia dá aos clientes uma só listagem de tudo o que existe disponível no mercado, usando várias tecnologias de IA, identificar diferentes valores pedidos por diversas imobiliárias para uma mesma propriedade, identiucar casas através de fotografias, e fornecer histórico de casas postas à venda e que tinham sido transaccionadas recentemente.

Ainda sem comentários

Nome:

Comentário:

Enviar Comentário