

DA ÁGUA AO VINHO: O PAPEL DA IA NA TRANSFORMAÇÃO DE SETORES TRADICIONAIS



Emergindo como uma força revolucionária, a Inteligência Artificial (IA) tem vindo a remodelar progressivamente o panorama profissional também nos setores tradicionais, demonstrando que as possíveis vantagens trazidas pela IA podem e devem ser aproveitadas por todas as empresas, independentemente das suas áreas de negócio.

Para verificar o que tem mudado na prática, trazemos os testemunhos de duas empresas com uma larga história no panorama económico português, e que produzem coisas tão distintas como a água e o vinho.

Juntos, estes casos ilustram claramente que a integração da IA não é apenas uma tendência passageira, mas sim uma transformação necessária para garantir a competitividade e a sustentabilidade no futuro do trabalho.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA ÁGUA MONCHIQUE: A REVOLUÇÃO SILENCIOSA DA IA

RICARDO RAMOS – Head of Sustainability & Compliance Officer da Água Monchique © Água de Monchique

Num mundo no qual a inovação se move de forma incessante e contínua, a Água Monchique encara as atuais e inevitáveis mudanças, com uma visão pragmática, ainda que arrojada, ao destacar-se no mercado pela adoção e integração da Inteligência Artificial (IA), assinalando a entrada numa nova era de possibilidades e oportunidades, marcada pela criatividade e eficiência.

A IA não é apenas «mais» uma ferramenta, é um novo arquétipo no que respeita à melhoria de processos em qualquer setor de atividade. Erik Brynjolfsson, Diretor do *Digital Economy Lab* da Universidade de Stanford, refere que «a IA é uma tecnologia transformadora que terá um impacto maior

do que qualquer onda anterior de tecnologia, incluindo a Internet. É realmente difícil equacionar algum tipo de indústria que não será afetada».

Este é precisamente um dos motivos pelos quais a IA já pulsa no coração inovador da Água Monchique. Estamos plenamente conscientes do enorme potencial de transformação que esta tecnologia representa para a nossa operação. Desde o atendimento ao cliente, passando pelo marketing, até à análise de dados, a IA está a catalisar uma revolução silenciosa, mas inegavelmente poderosa. A sua integração está a permitir-nos otimizar processos, antecipar necessidades e oferecer experiências personalizadas, consolidando assim a nossa posição



no mercado. A revolução promovida pela IA está a redefinir a maneira como operamos, impulsionando a eficiência, a criatividade e a inovação em todos os níveis da empresa.

De entre os inúmeros exemplos, destacam-se:

- A nossa organização está a explorar ativamente o desenvolvimento de testes no domínio a que chamamos «humanização digital», um conceito que se refere à interação personalizada, rápida e eficiente com os nossos clientes e fornecedores. Neste contexto, as nossas equipas estão a avaliar o potencial de criar novas plataformas de comunicação, com foco na implementação de *chatbots* avançados que dão origem a *outputs* que, além de eficientes e seguros, são naturais e envolventes. Estamos ainda a considerar a utilização



de ferramentas avançadas de tradução para adaptar os nossos conteúdos às mais diversas línguas. Este esforço não só visa melhorar a acessibilidade dos nossos conteúdos a uma audiência global, como também reforçar a conexão com os diferentes mercados, mantendo a autenticidade e a consistência da nossa marca em todas as interações.

- Internamente, estamos em fase de implementação de ferramentas de IA para a análise de discussões e reuniões, que automaticamente resumem as nossas intervenções coletivas, clarificando opiniões e identificando pontos de concordância e discordância. Este processo gera *insights* valiosos e cria cenários que podem ser seguidos, facilitando a tomada de decisões e alinhando as nossas estratégias de forma mais eficaz.
- A integração da IA no marketing abre um universo de possibilidades para a Água Monchique. Com o uso de engenharia de *prompts* avançada, atingimos agora um novo patamar, permitindo-nos gerar imagens e vídeos altamente apelativos, recorrendo, por exemplo, a plataformas de transformação de imagens em vídeos. O futuro próximo permitir-nos-á criar campanhas altamente personalizadas,

segmentando audiências de forma precisa e eficaz, para maximizar o impacto e a relevância das nossas comunicações.

Os primeiros resultados são impressionantes. A IA não consubstancia um cenário Homens VS Máquinas, mas sim um cenário no qual Homens e Máquinas trabalham em conjunto com vista a melhorias satisfatórias no quotidiano profissional dos nossos colaboradores.

A integração da Inteligência Artificial na Água Monchique não só prepara a empresa para enfrentar os desafios futuros com soluções tecnológicas avançadas, como também reforça o seu compromisso contínuo com a qualidade e a sustentabilidade. Esta transição para uma nova era tecnológica evidencia a capacidade da empresa de se adaptar e inovar, destacando-se no mercado como um exemplo de liderança no uso estratégico da tecnologia para impulsionar o crescimento e a diferenciação.

Esta jornada não está isenta de desafios. Garantir a qualidade dos resultados requer uma abordagem cuidadosa. Acreditamos, no entanto, que a Água Monchique já está, no presente, a moldar o futuro do setor. Abraçamos com ética e responsabilidade a oportunidade com que esta nova era digital nos brinda! ✨



A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA CADEIA DE VALOR DA SOGRAPE



A Inteligência Artificial (IA) está cada vez mais na ordem do dia e tem-se destacado como uma força transformadora da forma como trabalhamos com o seu potencial de criação de conteúdo nos mais diversos setores, e a Sogrape, enquanto líder do setor do vinho em Portugal e com uma forte presença internacional, não é exceção.

Enquanto o dia a dia das empresas foi dominado pelo termo *Generative AI*, na Sogrape, o verdadeiro potencial reside numa aplicação mais ampla e prática da

IA, nomeadamente através de *Machine Learning* (ML), algo que tem hoje já muito impacto em muitas organizações e onde a Sogrape vê maior potencial a curto prazo. Esta abordagem tem sido fundamental para aprimorar processos, melhorar a tomada de decisões e aumentar a eficiência operacional em várias áreas da empresa.

Com esse intuito, em 2023, a Sogrape não só iniciou a sua aposta na tecnologia *cloud*, alavancando uma estratégia ambiciosa relacionada com dados, como também deu um passo significativo ao

implementar um centro de excelência de *Analytics*. Este centro é dedicado à maximização da recolha e análise de dados, utilizando tanto a análise descritiva como modelos preditivos. A análise descritiva, que se refere basicamente ao *reporting*, permite um entendimento claro daquilo que já aconteceu, todavia são os modelos preditivos que estão a moldar o futuro da Sogrape, na medida em que oferecem *insights* valiosos para diversas áreas, incluindo a comercial, a produtiva e a de desenvolvimento de novos produtos.

No setor comercial, por exemplo,

os modelos preditivos ajudam a identificar tendências de consumo e a prever a procura, permitindo um planeamento mais eficaz e a otimização de *stocks*. Na produção, esses modelos são usados para monitorizar e ajustar processos em tempo real, como é o caso da fermentação, garantindo a qualidade e consistência dos vinhos. Já no desenvolvimento de novos produtos, a análise de dados históricos e preditivos possibilita a criação de vinhos que atendam às preferências emergentes dos consumidores. No que diz respeito à *Generative AI*, uma forma de IA que gera imagens, textos, vídeos e outros tipos de *media* a partir de *prompts* (instruções dadas à plataforma), existe potencial para revolucionar as mecânicas de trabalho e a modelação de processos na Sogrape, apesar de ainda não ser totalmente claro o impacto geral desta tecnologia, que está em constante e acelerada evolução.

Para abordar esta temática, a Sogrape criou internamente um grupo multidisciplinar com duas principais valências: por um lado, este grupo estuda os impactos estratégicos da IA no setor, realizando um mapeamento de oportunidades ao longo da cadeia de valor do vinho, com o objetivo de explorar e maximizar o potencial dessas tecnologias em todas as etapas, desde a produção até à distribuição, preparando a Sogrape para futuras mudanças e adaptando as suas operações conforme necessário; por outro, o grupo identifica e testa aplicações imediatas das ferramentas de *Generative AI*. Plataformas como o *Chat GPT* e o *Copilot* estão a ser avaliadas por diversos colaboradores da empresa, a quem chamamos «Alpha testers», em diferentes áreas do negócio, desde as Operações até ao Marketing, para aumentar a eficiência, produtividade e a qualidade dos resultados. Essas ferramentas permitem que os colaboradores tenham mais tempo para se concentrarem em atividades de maior

valor acrescentado, enquanto tarefas repetitivas e de baixo valor passam a ser automatizadas.

Para além de modelos de aumento de produtividade, a Sogrape está ainda a apostar na criação de um centro de conhecimento que vai permitir aos colaboradores aceder ao conteúdo de uma vasta base de dados interna de documentos, recorrendo à linguagem natural. Adicionalmente, está ainda a avaliar a criação de *workflows* de automação de determinados processos organizacionais.

Importa referir que a visão a longo prazo da Sogrape para a IA vai para além do *Machine Learning* e da *Generative AI*. Antecipamos um futuro onde a robotização e outras formas de IA serão cruciais para todas as etapas da produção vitivinícola, desde a vinha até à entrega do produto ao consumidor final. Como exemplo, basta imaginarmos um cenário onde robôs colhem uvas tendo como base instruções de sensores de maturação posicionados no interior dos cachos; adegas automatizadas que ajustam os processos de fermentação e maturação em tempo real, utilizando modelos preditivos alimentados por dados de sensores; ou centros de engarrafamento e logísticos que operam de forma totalmente automatizada; e até mesmo processos de gestão de encomendas que são realizados automaticamente, com modelos preditivos que antecipam as necessidades de *stock* dos clientes.

Esta visão não é um futuro distante, mas sim um objetivo tangível que a Sogrape está determinada em alcançar, sem nunca descurar a importância da componente humana. A empresa está comprometida em canalizar e focar os seus colaboradores nas funções onde a atividade humana agrega real valor à experiência do consumidor final, continuando a apostar na sua formação e desenvolvimento contínuo. A adoção crescente



da IA permitirá que a Sogrape continue a combinar a tradição com a inovação, ao mesmo tempo que se adapta às necessidades e exigências de um mercado global em rápida transformação.

A jornada da Sogrape na adoção da IA é um exemplo claro de como as tecnologias emergentes podem ser integradas nos processos tradicionais com o intuito de criar valor e eficiência. Ao investir em *Machine Learning* e explorar o potencial da *Generative AI*, a Sogrape não está apenas a melhorar as suas operações atuais, mas está também a preparar-se para um futuro onde a IA será parte integrante de todos os aspetos da produção vitivinícola. Com uma abordagem estratégica e um compromisso contínuo com a inovação, a Sogrape está bem posicionada para liderar a transformação digital no setor do vinho e continuar a ser uma referência a nível nacional e internacional. ✨