



El manifiesto de la IA

Nueve principios rectores para la aplicación responsable y confiable de la IA con impacto

ESCRITO POR: PETER VAN DER PUTTEN



¿La IA es una tecnología genial? ¿Es una estrategia de negocio?

¿Cómo se mantiene el control mientras se obtienen beneficios para su negocio y sus clientes?

En un momento en que el discurso público oscila entre el tecno-utopismo y el fatalismo, creamos el manifiesto definitivo acerca de la IA para la empresa. Equipado con estos principios, podrá superar el tipo de IA y trazar su recorrido para impulsar un impacto real que defina el negocio.

PETER VAN DER PUTTEN



ÍNDICE

01. **Objetivos comerciales** | El porqué

La inteligencia puesta en acción es la clave para desbloquear el valor de la IA. Póngala en práctica en los procesos y las interacciones para obtener resultados significativos a medida que avanza hacia una empresa autónoma.

03. **Estrategia de IA** | Qué y cómo

Una estrategia de IA sólida debe abarcar todas las formas de IA para que sea completa, viable y exitosa. Construya su estrategia trabajando junto con la IA, explotando sus poderes racionales y creativos, y utilizando tanto la IA pública como los datos privados.

07. **IA ética, responsable y confiable** | La forma correcta

Cuando se trata de equilibrar los objetivos comerciales y las necesidades de los clientes, ¿cuál es la forma correcta? Descubra cómo estamos transformando los principios éticos en activos de inteligencia y prácticas recomendadas para hacer lo correcto, no solo lo permitido.

01.

La IA sin acción es un experimento científico que no genera valor

La inteligencia no es útil si no se pone en acción en los procesos comerciales o en las interacciones con los clientes. Comience con los resultados empresariales reales que desea conseguir para comprender qué decisiones con tecnología de IA y modelos generativos impulsan el mayor valor. A continuación, identifique los flujos de trabajo específicos y las interacciones con los clientes en las que desea crear un impacto. Tener interacciones, flujos de trabajo y administración de casos bien estructurados crea el bucle de datos y los comentarios necesarios para una optimización adicional a través de la inteligencia artificial.



La inteligencia no es útil si no se pone en acción en los procesos comerciales o en las interacciones con los clientes.

Lugar de flujo de trabajo

La forma práctica

Impulso de la inteligencia

02.

La IA y la automatización potencian la empresa autónoma con autooptimización

Impulsada con inteligencia y automatización, la empresa autónoma se autooptimiza para lograr objetivos, pero es controlada totalmente por la empresa. Esto requiere IA de bucle cerrado que se ejecute en tiempo real, proponga acciones, las lleve a cabo y aprenda inmediatamente de los comentarios. Existe un camino hacia la autonomía que pasa de un negocio manual, automatizado e inteligente a un negocio autónomo. Las organizaciones deben crear un plan de acción para incorporar autonomía con autooptimización en sus flujos de trabajo clave e interacciones con los clientes, de modo que la IA también se convierta en inteligencia autónoma.





...La IA es una herramienta diseñada por los seres humanos, y es más valiosa en los casos en que ayuda a...



ESTRATEGIA DE IA

Qué y cómo

03.

La IA es inteligencia aumentada: **es mejor con humanos al mando**

Las películas de Hollywood y los blogs que condenan la IA quieren que crea que la IA se trata de quitarle el control a los seres humanos. La realidad es que la IA es una herramienta diseñada por los seres humanos, y es más valiosa en los casos en que ayuda a agentes, empleados, desarrolladores, comerciantes o clientes proporcionando orientación y asumiendo tareas. Para minimizar el riesgo, la estrategia de IA debe priorizar el control humano y considerar casos de uso que incluyan humanos o garantizar que los seres humanos monitoreen y dirijan la IA autónoma en acción.

04.

La IA es más que solo IA generativa; **necesita IA con funciones creativas y racionales**

La IA generativa inyecta creatividad, función del lado derecho del cerebro, en la forma en que hacemos negocios y diseñamos aplicaciones. Pero muchas decisiones automatizadas en los flujos de trabajo y las interacciones impulsadas por la IA generativa requieren la "IA del hemisferio izquierdo", las capacidades analíticas y racionales de la IA que impulsan la toma de decisiones automatizada en tiempo real, recomiendan la siguiente mejor acción en todos los canales y detectan proactivamente las ineficiencias de los procesos antes de que se conviertan en problemas. La IA generativa puede haber entusiasmado a su equipo de la gerencia por la transformación impulsada por la IA, pero su estrategia de IA debe cubrir que todas las formas de IA sean completas, factibles y exitosas.





05.

Comience con resultados y decisiones, no con datos y modelos

Es fácil perderse en pantanos de datos o maravillarse con todo tipo de modelos de aprendizaje automático que se podrían crear. Una estrategia de datos sólida y segura es importante, pero debe pensar de arriba abajo, no solo de abajo arriba. ¿Qué resultados en el negocio desea que la IA optimice? ¿Qué experiencias de cliente desea mejorar? ¿Cuáles son las decisiones automatizadas y la inteligencia generada que pueden impulsar estos resultados? ¿Qué modelos pueden automatizar las decisiones? Responder estas preguntas ayudará a priorizar qué datos son más importantes para una organización.





06.

Necesitará un ecosistema de modelos abierto y **óptimo**

El debate entre la IA “pública” y “privada” es una distracción. Las organizaciones tendrán que ejecutar modelos privados, entrenados con sus propios datos, para casos de uso diferenciados, como el engagement del cliente y la optimización de procesos. En otros casos, los modelos disponibles públicamente pueden proporcionar un camino seguro, rápido y escalable hacia el valor para casos de uso comercializados, como el reconocimiento óptimo de caracteres (OCR, del inglés Optimal Character Recognition) y el reconocimiento de imágenes. Hay muchos modelos y servicios base de IA generativa disponibles para desarrollar. Establecer una arquitectura de IA que proteja los datos privados y que, a la vez, admita modelos privados, ajuste modelos públicos y de código abierto, y use servicios de IA pública proporciona la flexibilidad y la seguridad para adoptar y escalar la IA correcta, para los casos de uso correctos, en los plazos que los mercados exigen.

07.

La IA debe ser empática con todas las partes interesadas

La empatía se trata de ponerse en los zapatos de los demás y hacer lo correcto no solo para uno, sino para todos los demás. Esto es clave para garantizar que la IA sea fiable, responsable, aceptada, deseada y que cumpla con las normas. Los empleados y los clientes temen que las organizaciones puedan utilizar la IA para obtener ganancias a su costa. Para garantizar la aceptación, sus iniciativas de IA deben aportar valor a los clientes y empleados, y el equilibrio adecuado debe estar arraigado en todos los niveles de toma de decisiones automatizada y de la IA.

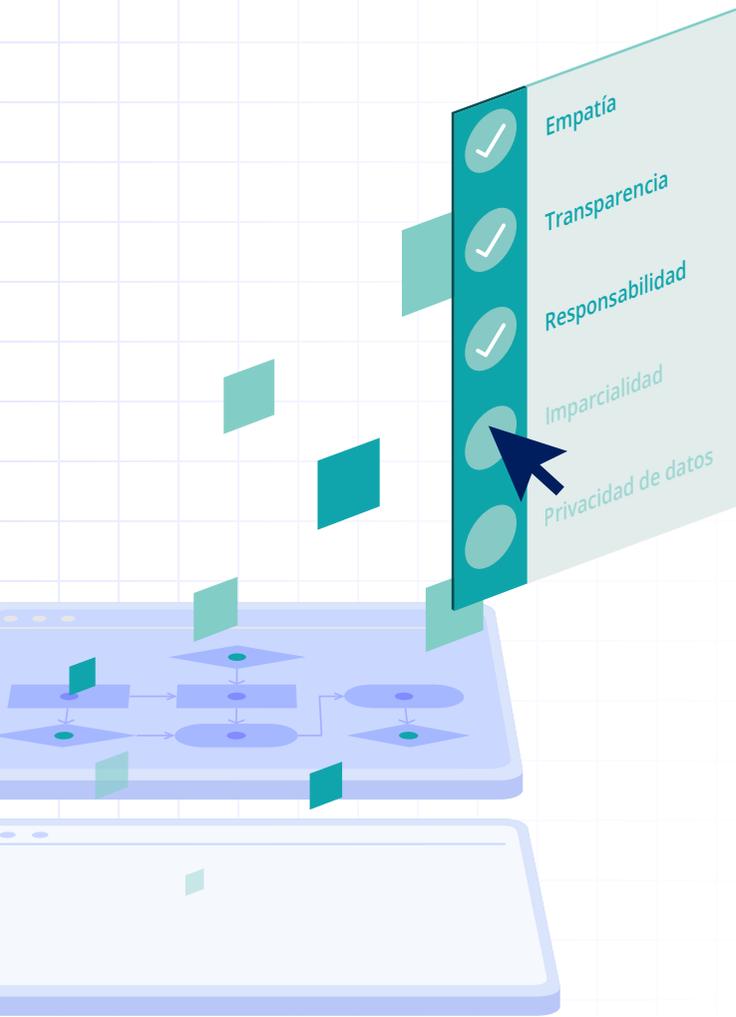


Para garantizar la participación, sus iniciativas de IA deben ofrecer valor a los clientes y empleados.

08.

Cree principios éticos en sus herramientas y procesos

Todos afirmarán que la IA debe ser justa, transparente, segura, precisa, sólida, que proteja la privacidad, auditable, administrada y responsable, y que promueva los beneficios de la organización, así como el bienestar social y medioambiental. Debe incorporar estos principios en sus herramientas y prácticas recomendadas. Comprender y controlar qué decisiones y casos de uso requieren IA explicable y en qué áreas se aceptan modelos más opacos. Las explicaciones no son solo para los científicos de datos, también deben dirigirse a usuarios finales como agentes y clientes. Cree procesos que verifiquen continuamente el sesgo oculto en los modelos y las decisiones automatizadas. Asegúrese de que se auditen todas las decisiones automatizadas y las interacciones de la IA generativa, tanto para usted como para sus clientes.





La pregunta clave es:

¿Qué se debe hacer dentro de lo que está permitido?

09.

La ética de la IA va más allá del **cumplimiento regulatorio**

Los Gobiernos de EE. UU., la UE y otros Gobiernos de todo el mundo están avanzando rápidamente con el objetivo de crear directrices y leyes para el uso de la IA, pero es una trampa pensar en la ética de la IA y la IA responsable únicamente en términos de lo que está y no está permitido. La pregunta clave es, dentro de lo permitido, ¿qué se debe hacer? Por ejemplo, el uso de la IA para promover conversaciones que beneficien a los clientes y que sean relevantes para sus necesidades proporcionará un beneficio mucho mayor a largo plazo que impulsar oportunidades de ventas a corto plazo. Asegúrese de que el cliente se encuentre en el centro de su estrategia de IA e impulse resultados que ofrezcan una excelente experiencia del cliente y mejoras en sus resultados finales, lo que permite convertir un enfoque ético y empático en una ventaja competitiva.



Pega ofrece una potente plataforma de low-code que ayuda a las marcas líderes del mundo a adaptarse a los rápidos cambios. Los clientes utilizan nuestra toma de decisiones y automatización del flujo de trabajo impulsadas por IA para resolver sus desafíos empresariales más apremiantes, desde la personalización del engagement hasta la automatización del servicio y la optimización de las operaciones. Desde 1983, hemos construido nuestra arquitectura escalable y flexible para ayudar a las personas a centrarse en lo que más importa, para que puedan satisfacer las demandas de los clientes de hoy mientras se transforman continuamente para el mañana.