



O Manifesto da IA

Nove princípios para a aplicação responsável e confiável da IA com impacto



A IA é uma tecnologia interessante? Uma estratégia comercial?

Como você mantém o controle enquanto aproveita os benefícios para sua empresa e seus clientes?

Diante de um debate público que oscila entre visões de uma utopia tecnológica e previsões apocalípticas, formulamos o manifesto definitivo para a IA no âmbito empresarial. Compreendendo estes princípios, você será capaz de entender a ascensão da IA e traçar sua jornada para gerar um impacto significativo e determinante nos negócios.

PETER VAN DER PUTTEN



ÍNDICE

01. **Objetivos comerciais** | o motivo

A inteligência colocada em ação é a chave para que seja obtido valor na IA. Coloque-a em prática em processos e interações para gerar resultados significativos durante sua jornada rumo à autonomia empresarial.

03. **Estratégia de IA** | O porquê e como

Uma estratégia robusta de IA precisa abranger todas as variantes de IA para ser completa, acionável e bem-sucedida. Desenvolva sua estratégia colaborando diretamente com a IA, aproveitando tanto os aspectos racionais quanto criativos da tecnologia e integrando tanto a IA de acesso público quanto os dados privados.

07. **IA ética, responsável e confiável** | O jeito certo

Como alcançar o equilíbrio ideal entre objetivos comerciais e as demandas dos clientes? Descubra como estamos implementando princípios éticos em nossos ativos de inteligência e adotando as melhores práticas para fazer o que é certo, não apenas o que é permitido.

01.

IA sem ação é um experimento científico sem possibilidade de valor

A inteligência é inútil se não for colocada em ação nos processos de negócios ou nas interações com clientes. Comece com os resultados de negócios reais que você deseja alcançar para entender quais decisões baseadas em IA e modelos criativos geram mais valor. Em seguida, identifique os fluxos de trabalho específicos e as interações com clientes que você deseja atingir. Interações, fluxos de trabalho e gerenciamento de casos bem estruturados estabelecem o ciclo de dados e feedback necessário para otimização adicional por meio de inteligência artificial.



A inteligência é inútil se não for colocada em ação nos processos de negócios ou nas interações com clientes.

Local do fluxo de trabalho

Jeito prático

Unidade de inteligência

02.

A IA e a automação potencializam empresas autônomas e auto-otimizadas

Com inteligência e automação, a empresa autônoma se otimiza automaticamente em direção aos objetivos, mas está sob controle total dos negócios. Isso requer IA de ciclo fechado que seja executada em tempo real, propõe ações a serem tomadas, toma essas ações e aprende imediatamente com o feedback. Há um caminho para a autonomia que passa de negócios manuais, automatizados e inteligentes para negócios autônomos. As organizações devem criar um roadmap para construir autonomia de auto-otimização em seus principais fluxos de trabalho e interações com clientes, para que a IA também se torne uma inteligência autônoma.





... a IA é uma criação humana, e seu verdadeiro valor se manifesta em situações onde ela auxilia...



ESTRATÉGIA DE IA

O porquê e o como

03.

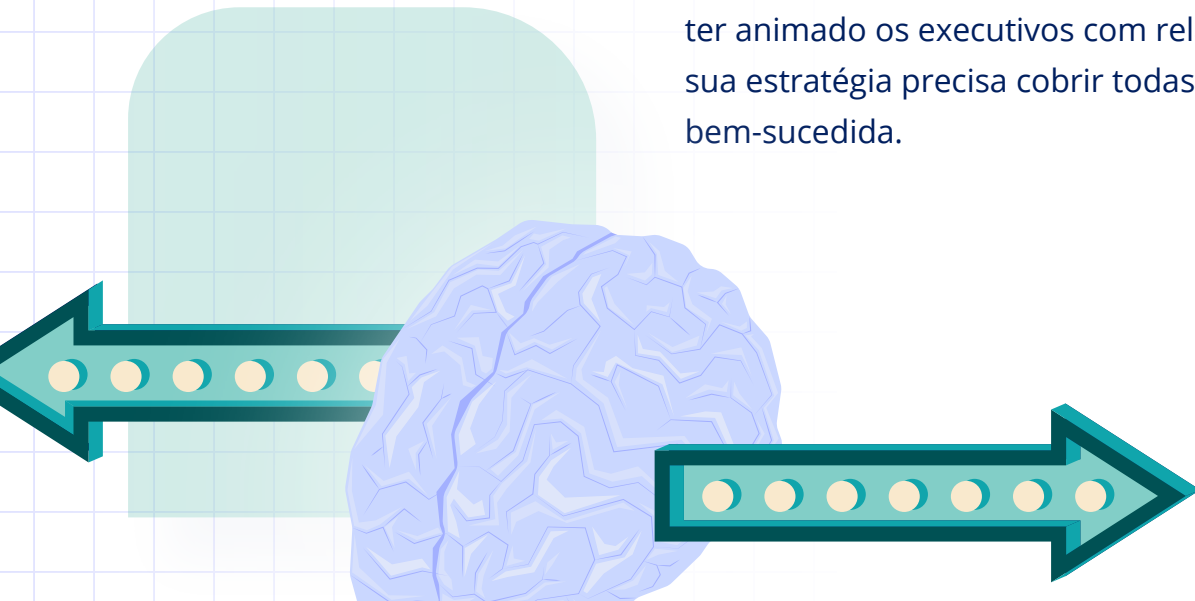
A IA é inteligência aumentada — **é melhor com seres humanos no controle**

Blogs conspiratórios e filmes de Hollywood querem fazer você acreditar que a IA dominará os seres humanos. A realidade é que a IA é uma criação humana, e seu verdadeiro valor se manifesta em situações onde ela auxilia atendentes, funcionários, desenvolvedores, comerciantes ou clientes, oferecendo orientações e assumindo tarefas. Para minimizar o risco, a estratégia de IA deve priorizar o controle humano considerando os casos de uso "humanos no loop" ou garantindo que os humanos estejam monitorando e orientando a IA autônoma.

04.

A IA vai além do aspecto criativo: **você precisa de uma abordagem completa**

A IA criativa está injetando criatividade — pensamento do lado direito do cérebro — na maneira como fazemos negócios e projetamos aplicativos. Contudo, a automação de decisão em fluxos de trabalho e interações impulsionadas por IA criativa requer a "IA do lado esquerdo do cérebro", dotada de capacidades analíticas e racionais. Essa IA é essencial para impulsionar a tomada automatizada de decisões em tempo real, recomendar as melhores práticas em todos os canais e identificar proativamente ineficiências de processos antes que transformem em desafios. A IA criativa pode ter animado os executivos com relação à transformação que ela proporciona, mas sua estratégia precisa cobrir todas as formas de IA para ser completa, acionável e bem-sucedida.





05.

Comece por resultados e decisões, não por dados e modelos

É fácil se perder nos pântanos de dados ou se maravilhar com todos os tipos de modelos de aprendizado de máquina que podem ser criados. Uma estratégia de dados sólida e segura é importante, mas você deve pensar de cima para baixo, não apenas de baixo para cima. Quais resultados nos negócios você deseja que a IA otimize? Quais experiências do cliente você deseja melhorar? Quais são as decisões automatizadas e a inteligência gerada que podem impulsionar esses resultados? Quais modelos podem automatizar as decisões? Responder a essas perguntas ajudará a priorizar os dados mais importantes para uma organização.





06.

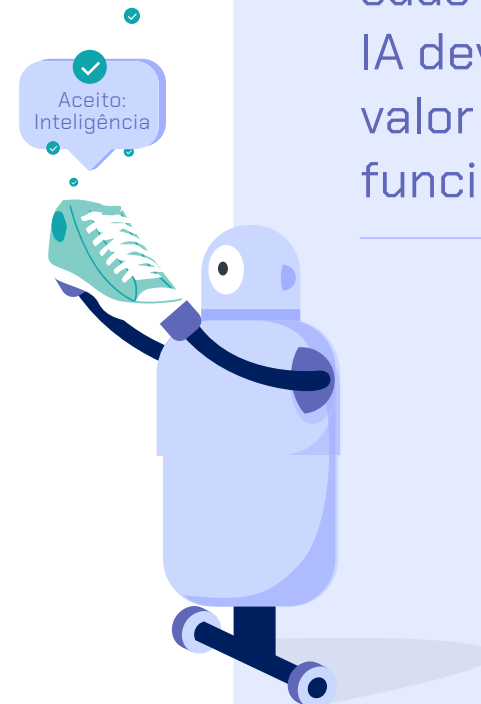
Você precisará de um **ecossistema de modelos aberto e de última geração**

O debate entre a IA "pública" e "privada" é uma distração. As organizações precisarão executar modelos privados, treinados em seus próprios dados, para casos de uso diferenciados, como engajamento do cliente e otimização de processos. Em outros casos, os modelos de IA disponíveis publicamente podem fornecer um caminho seguro, rápido e escalável para agregar valor a casos de uso comoditizados, como OCR (reconhecimento otimizado de caracteres) e reconhecimento de imagens. Muitos modelos e serviços de base de IA criativa estão disponíveis para serem construídos. Estabelecer uma arquitetura de IA que proteja os dados privados e, ao mesmo tempo, ofereça suporte a modelos privados, ajuste fino de modelos públicos e de código-fonte aberto, e usar serviços públicos de IA fornece a flexibilidade e a segurança para adotar e dimensionar a IA certa, para os casos de uso certos, nos prazos que os mercados exigirão.

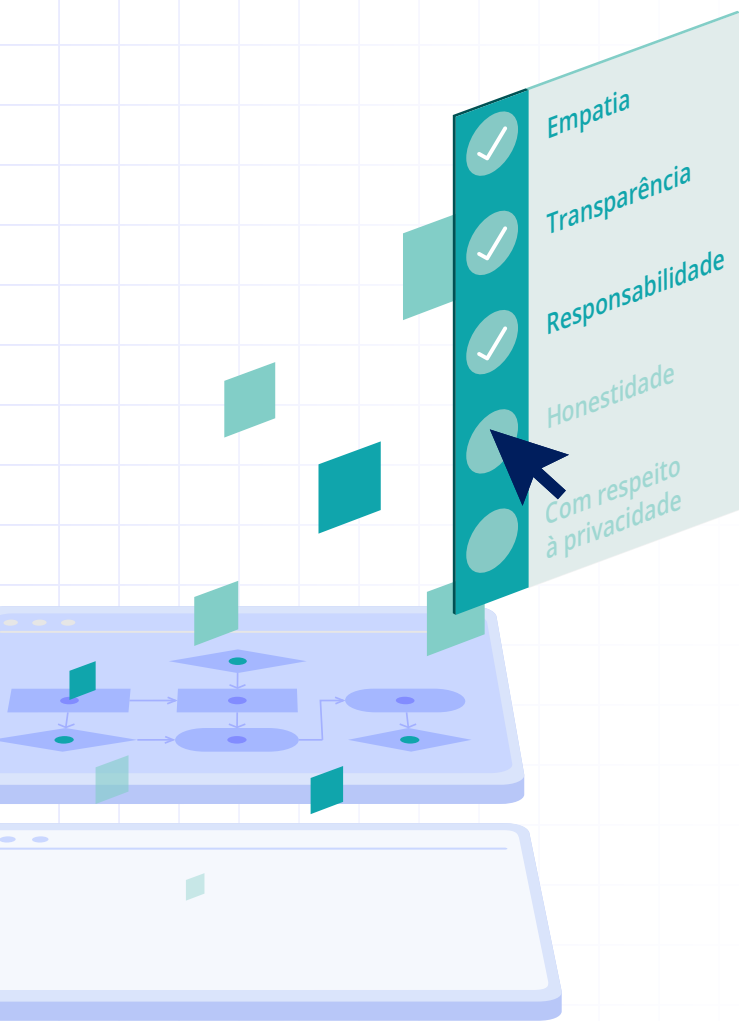
07.

A IA deve ser empática com todas as partes interessadas

A empatia consiste em colocar-se no lugar dos outros e fazer o que é certo não só para si, mas para todas as outras pessoas. Isso é fundamental para garantir que a IA seja confiável, responsável, aceita, desejada e esteja em conformidade. Funcionários e clientes temem que as organizações possam usar a IA para gerar lucros às suas custas. Para garantir a adesão, suas iniciativas de IA devem oferecer valor aos clientes e funcionários, e o equilíbrio certo deve ser alcançado e integrado a todos os níveis de decisões automatizadas e IA.



Para garantir a adesão, suas iniciativas de IA devem agregar valor aos clientes e funcionários.



08.

Integre princípios éticos às suas ferramentas e aos seus processos

Todos vão afirmar que a IA precisa ser justa, transparente, segura, precisa, robusta, voltada à privacidade, auditável, gerenciável e responsável — e que promova benefícios organizacionais, bem como bem-estar social e ambiental. Você deve colocar esses princípios em suas ferramentas e melhores práticas. Entender e governar quais decisões e casos de uso exigem uma IA explicável e quando modelos mais opacos são aceitáveis. As explicações não são apenas para cientistas de dados, mas também devem ser direcionadas a usuários finais, como agentes e clientes. Crie processos que verificam continuamente vieses ocultos em modelos e decisões automatizadas. Certifique-se de que todas as decisões automatizadas e interações de IA criativa sejam auditadas, tanto para você quanto para seus clientes.



A grande questão é:

Dentro do que é permitido,
o que deve ser feito?

09.

A ética na IA vai além **da conformidade com normas**

Os Estados Unidos, a UE e outros governos estão se movendo rapidamente para criar diretrizes e leis para o uso de IA, mas é uma armadilha pensar sobre ética em IA e IA responsável apenas em termos do que é permitido e o que não é. A pergunta real é: dentro do que é permitido, o que deve ser feito? Por exemplo, o uso de IA para promover conversas que beneficiem os clientes e sejam relevantes para suas necessidades proporcionará muito mais retorno a longo prazo do que o aumento das oportunidades de vendas a curto prazo. Certifique-se de que o cliente esteja no centro de sua estratégia de IA, gerando resultados que proporcionem uma excelente experiência do cliente e melhorias em seus resultados financeiros, transformando uma abordagem ética e empática em uma vantagem competitiva.



A Pega oferece uma poderosa plataforma low-code que capacita as principais empresas do mundo a se adaptarem rapidamente às mudanças. Os clientes usam nossa automação de fluxo de trabalho e decisão baseada em IA para enfrentar seus desafios mais críticos, que vão desde a personalização do engajamento até a automação de serviços e a simplificação das operações. Desde 1983, aprimoramos nossa arquitetura escalável e flexível para ajudar as pessoas a focarem no que realmente importa, permitindo que atendam às necessidades atuais dos clientes enquanto se preparam para o futuro.