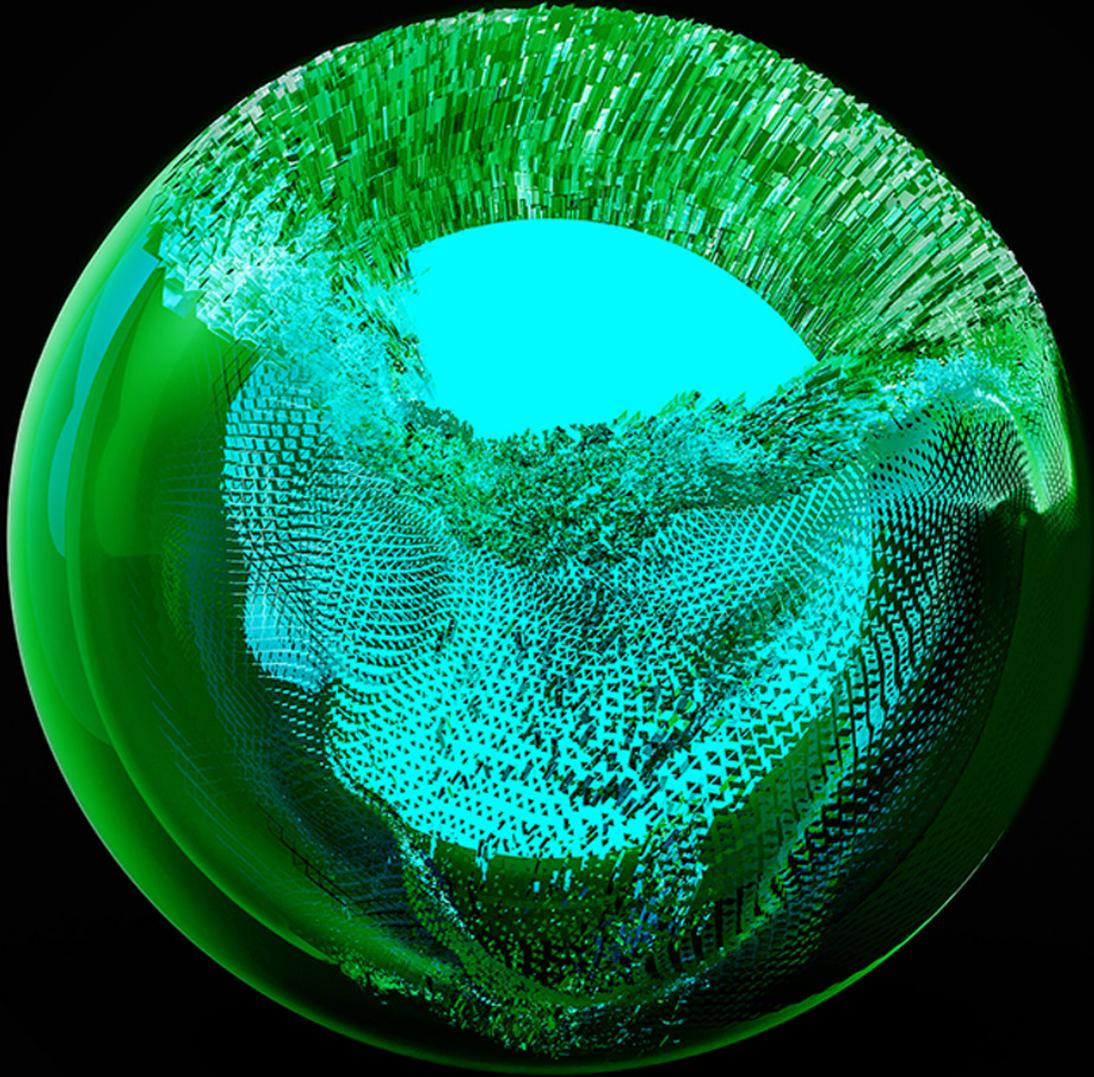


**Deloitte.**



# La IA generativa está de moda

Deloitte AI Institute

## Acerca de Deloitte AI Institute

Deloitte AI Institute ayuda a las organizaciones a conectar las diferentes dimensiones de un ecosistema de IA robusto, altamente dinámico y en rápida evolución. El AI Institute lidera conversaciones sobre innovación de IA aplicada en todas las industrias, con conocimientos de vanguardia, para promover la colaboración hombre-máquina.

Deloitte AI Institute tiene como objetivo promover un diálogo para el desarrollo de la inteligencia artificial, estimular la innovación y examinar los desafíos para la implementación de la IA y las formas de abordarlos. El AI Institute colabora con un ecosistema compuesto por grupos de investigación académicos, empresas emergentes, emprendedores, innovadores, líderes de productos y visionarios de IA para explotar áreas clave de la inteligencia artificial, incluidos los riesgos, las políticas, la ética, el futuro del trabajo y el talento, y casos de uso de IA aplicada.

Combinado con el profundo conocimiento y la experiencia de Deloitte en aplicaciones de inteligencia artificial, el instituto ayuda a dar sentido a este complejo ecosistema y, como resultado, brinda perspectivas impactantes para ayudar a las organizaciones a tener éxito al tomar decisiones informadas de IA.

No importa en qué etapa del viaje de la IA se encuentre: ya sea un miembro del directorio o un líder de C-Suite que impulsa la estrategia para su organización, o un científico de datos práctico, dando vida a una estrategia de IA, Deloitte AI Institute puede ayudarlo a obtener más información sobre cómo las empresas de todo el mundo están aprovechando IA para una ventaja competitiva. Visítenos en el Deloitte AI Institute para conocer todo nuestro trabajo, suscríbase a nuestros podcast y boletines, y únase a nosotros en nuestras reuniones y eventos en vivo. Exploreemos juntos el futuro de la IA.

[www.deloitte.com/us/AIInstitute](http://www.deloitte.com/us/AIInstitute)

# Tomemos un momento para superar el hype.

El campo de la IA dio un giro con el lanzamiento de poderosos modelos de Inteligencia Artificial Generativa (Generative IA) y, como resultado, el mundo está viendo la automatización de algunas habilidades relacionadas con la creatividad y la imaginación antes de lo que muchos esperaban. Para algunas organizaciones, la IA generativa tiene un potencial valioso para oportunidades de orden superior, como nuevos servicios y modelos comerciales.

**Deloitte ofrece un método para seleccionar casos de uso de IA generativa, así como pasos a seguir para los líderes empresariales.**



# El auge de la IA generativa

La IA generativa ha captado la atención en los medios globales y en la plaza pública, lo que ha generado preguntas y debates en torno a esta tecnología transformadora.

Las empresas, las organizaciones de investigación e incluso los usuarios no profesionales están experimentando la IA generativa y, dado el entusiasmo y el interés, es importante observar más de cerca las posibles capacidades e implicaciones para los negocios.

La IA generativa es un subconjunto de la inteligencia artificial en la que las máquinas crean nuevos contenidos en forma de texto, código, voz, imágenes, videos, procesos e incluso la estructura 3D de las proteínas. Algunas formas de IA generativa han sido bien establecido en esta década, pero fue un modelo de lenguaje grande (LLM) que impulsó una interfaz de chat de fácil acceso que permitió que la IA generativa tuviera su momento disruptivo y sorprender incluso a los especialistas en la materia.

Al igual que con otros tipos de IA anteriores, este nuevo ejemplo de IA está estimulando la imaginación a medida que las organizaciones y las personas consideran cómo utilizar esta herramienta en beneficio tanto de las empresas como de la sociedad. La IA generativa puede ayudar en casos de uso de digitalización aumentada y productividad básica (p. ej., canales basados en texto más efectivos), pero su mayor potencial está en las oportunidades de orden superior, como nuevos servicios o modelos de negocio.

La IA generativa en general y los chatbots con tecnología LLM en particular no están exentos de riesgos, y esto está generando debates sobre cuestiones como la posibilidad de pérdida de empleos y cuestiones legales sobre la propiedad intelectual. Además, debido a que el chatbot imita de forma coherente frases humanas, puede dar la impresión de que la IA comprende las indicaciones a las que responde, lo que puede llevar a los usuarios a antropomorfizar el chatbot (es decir, el efecto ELIZA, como se ve en el trabajo del científico informático Joseph Weizenbaum).

Deloitte está trabajando en una variedad de proyectos que exploran las oportunidades y el valor comercial que la IA generativa puede crear para nuestros clientes. De experiencias y conversaciones hasta el momento, el camino claro a seguir, como con toda la IA, es intentar descubrir y capitalizar las capacidades al mismo tiempo que se gestionan de manera responsable los riesgos que ya están surgiendo.



En este artículo, analizamos de cerca los posibles beneficios y limitaciones de la IA generativa, presentamos un método para calificar si, dónde y cómo se podrían usar estas herramientas cognitivas, y ofrecemos factores importantes para que los líderes empresariales sopesen al adoptar la IA generativa.

En un artículo anterior, "Implicaciones de la IA generativa para las empresas", Deloitte ofreció una inmersión profunda en las cualidades y capacidades de la IA generativa, el estado del mercado y lo que eso significa para las organizaciones que se adentran en este campo tecnológico de rápida evolución. Y en los próximos artículos, discutiremos preguntas desde las perspectivas legal, ética, de riesgo y de talento y tecnología, y brindaremos información sobre los casos de uso de la industria.

# Si bien esto es todavía el comienzo, se está moviendo rápido.

Entre las organizaciones de todas las industrias, hay interés en diferenciar los casos de uso de IA, desde aplicaciones de servicio público hasta abordar el cambio climático y transformar las funciones comerciales (consulte el [Dossier de IA de Deloitte](#)). La IA es vista como una herramienta que puede automatizar habilidades y tareas realizado por humanos, y puede tener tanto éxito en este sentido que los humanos pueden olvidar las habilidades que han sido automatizadas. Los ejemplos incluyen asistentes de escritura, automatización del hogar y sistemas de navegación automotriz. ¿La mayoría de las personas tendrían la capacidad de navegar por una nueva ciudad sin un teléfono móvil?

Hemos visto que este tipo de automatización surge en una variedad de áreas y conjuntos de habilidades. La hoja de ruta asumida para la IA era de que, a corto plazo, la IA sería más valiosa como una forma de automatizar las habilidades operativas, mientras que las habilidades creativas seguirían siendo competencia exclusiva del pensamiento humano en el futuro previsible. Con la IA generativa, esta hoja de ruta ha dado un giro inesperado.

A fines de 2022, con el lanzamiento de un chatbot de IA generativa fácil de usar, más personas comenzaron a descubrir e

imaginar cómo se puede usar esta nueva tecnología en el espacio creativo. El caso de uso del chatbot abrió la puerta para pensar de manera mas amplia sobre cómo se puede usar la IA generativa para tareas, que van desde escribir copias hasta generar estructuras 3D y generar procesos organizacionales. Como tal, ahora estamos viendo la automatización de algunas habilidades relacionadas con la creatividad y la imaginación antes de lo que muchos esperaban.

**Queda mucho por descubrir. En la era en que los humanos trabajan con máquinas inteligentes para lograr cosas más grandes de lo que cualquiera podría hacer solo, la IA generativa impactará el futuro del trabajo y se convertirá en una herramienta común en varios aspectos de nuestra vida diaria. En algunos casos, las aplicaciones pueden ser claramente visibles, pero la mayoría de las veces, pueden estar funcionando en segundo plano.**



## La evolución de la IA generativa

La capacidad de la IA generativa para crear una imagen convincente (aunque de baja calidad y en escala de grises) de un rostro humano surgió en 2014. Desde entonces, la calidad de la imagen ha aumentado y, hoy en día, casi todo lo que se puede describir con palabras también se puede generar como una imagen, utilizando una descripción textual llamada "prompt".

A lo largo de 2022, los usuarios de las redes sociales jugaron con las plataformas de IA generativa y compartieron los resultados. Hemos visto sillones de aguacate e imágenes fotorrealistas de astronautas montando caballos en la Luna. La revista Cosmopolitan fue la primera en publicar una portada creada por una herramienta de generación de imágenes basada

en IA, e incluso hubo un caso de un usuario que envió un imagen generada por IA a un concurso de bellas artes y ganó el primer lugar. Hoy, estamos viendo mejoras similares en otros tipos de IA generativa. Es posible que incluso haya encontrado este artículo a través de un chat con un sistema de inteligencia artificial que se integra con un motor de búsqueda.



Imágenes creadas con IA generativa

# Cómo funciona la IA generativa: Comprendiendo los conceptos básicos

Para comprender cómo la IA generativa afectará los negocios y la vida, debemos comprender qué es, qué puede hacer y qué no puede hacer todavía

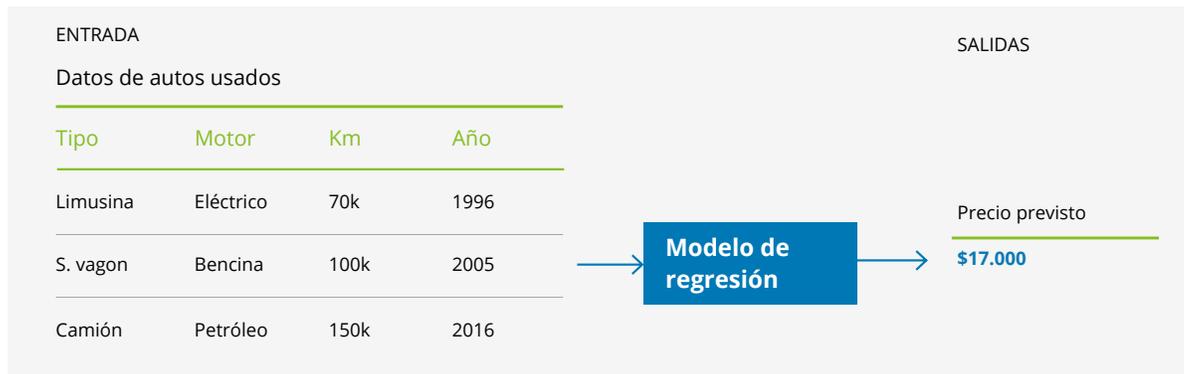
El aprendizaje automático ha dominado el campo de la IA durante décadas. En general, este enfoque para el desarrollo de IA se basa en el concepto de aprender de ejemplos, en lugar de seguir reglas explícitamente programadas. Esto es importante ya que hay muchas tareas que los humanos realizan en base al conocimiento tácito (y por lo tanto pueden proporcionar ejemplos) pero no pueden describir las reglas subyacentes para hacerlo. Por ejemplo, los humanos saben cómo reconocer una cara, pero las reglas que instruirían a una IA para hacer lo mismo son mucho menos claras. El enfoque de aprender de ejemplos ha llevado al desarrollo de poderosas herramientas que pueden identificar patrones intrincados en datos complejos.

En un proceso denominado entrenamiento, el algoritmo recibe un gran conjunto de datos de ejemplos de entrada/salida para extraer patrones

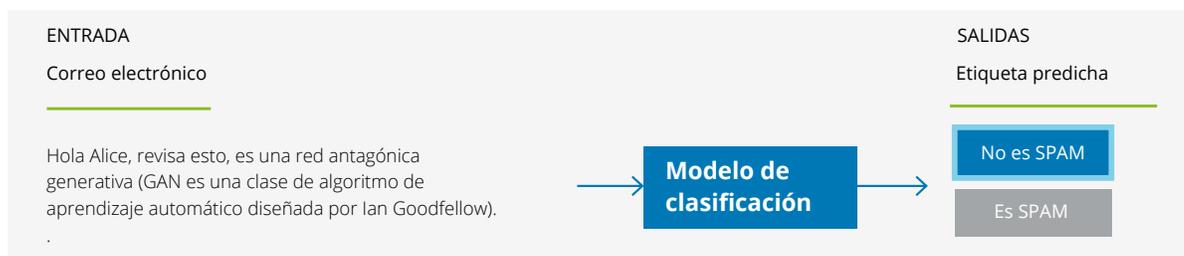
de la entrada, lo que permite sacar conclusiones sobre la salida esperada. Los filtros de spam, por ejemplo, usan estos patrones para identificar similitudes en los puntos de datos y relacionarlos con diferentes clases (es decir, clasificar el correo electrónico en una carpeta de spam). Si bien los datos de entrada se han vuelto más complejos con el tiempo, desde simples conjuntos de números hasta fotos de alta resolución, el lado de salida de un modelo hasta este momento se ha limitado principalmente a categorías como "spam" o "no spam", "gato" o "perro", o valores numéricos, como 7°C o \$29.

**Este enfoque impulsó casi toda la IA que se ha implementado hasta ahora, y el resultado son aplicaciones de "propósito único" que solo pueden realizar una tarea.**





**Figura 1:** Un ejemplo de un modelo de aprendizaje automático de propósito único, usando un modelo de regresión para predecir el valor de reventa de un determinado auto.



**Figura 2:** Un ejemplo de cómo se puede usar un modelo de propósito único para ordenar los correos electrónicos por "spam" o "no spam".

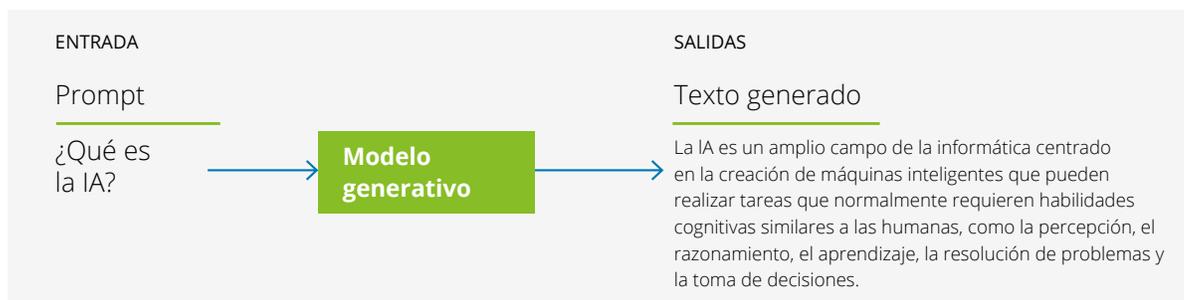
## Ingresar a la IA generativa

La principal diferencia entre la IA tradicional e IA generativa es que en este último, la salida es de mayor complejidad. En lugar de solo un número o una etiqueta, la salida puede ser una imagen completa de alta resolución, una página completa de texto recién escrito (que se genera palabra por palabra) o cualquier otro artefacto digital. Esto introduce un elemento nuevo e interesante: por lo general, hay más de una posible respuesta correcta. Esto da como resultado un alto grado de libertad y variabilidad, lo que puede interpretarse como creatividad.

**Los modelos de IA generativa suelen ser grandes y consumen muchos recursos. Crearlos requiere terabytes de datos de alta calidad procesados durante semanas en clústeres informáticos de alto rendimiento, habilitados para GPU y a gran escala.**

Solo unas pocas instituciones tienen los recursos y el talento necesarios para construir tales modelos. Ejecutar un modelo también requiere mucho cálculo, por lo que el acceso a este tipo

de modelos a menudo se proporciona a través de una interfaz de programación de aplicaciones (API). Esto permite a los desarrolladores utilizar los modelos con sus productos de software existentes sin necesidad de infraestructura adicional. Estos modelos son versátiles y se pueden ajustar para tareas específicas, por lo que se denominan modelos fundacionales. A diferencia de la IA de propósito único, los modelos fundacionales son adecuados para tareas de propósitos múltiples.



**Figura 3:** Con IA generativa, las indicaciones del usuario conducen a artefactos que pueden contener un alto grado de libertad y variabilidad.

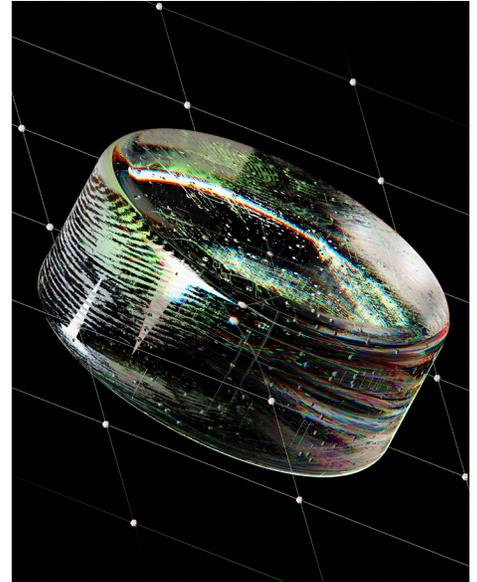
## Sobre riesgos y limitaciones

Los modelos actuales de IA generativa tienen limitaciones. Quizás el más conocido se denomina “alucinación”, que se refiere a una respuesta de alta confianza que no se basa en los datos de entrenamiento. En otras palabras, la respuesta es ficticia. Para algunas aplicaciones, como la generación de arte, esto no es un problema y quizás incluso sea una característica “creativa” deseada de la IA generativa. Sin embargo, para otras aplicaciones, como la redacción de textos publicitarios o la generación de códigos informáticos, las alucinaciones pueden dar lugar a artefactos que no son del todo válidos o verdaderos, lo que socava el valor potencial de la IA generativa.

Otro factor limitante es que hoy en día los modelos generativos de IA generan artefactos basados en el propio modelo y el solicitud de entrada. Actualmente, otras fuentes y conjuntos de datos adicionales no pueden integrarse directamente en el procesamiento interno de la información del modelo sin un costoso reentrenamiento o ajuste, lo que significa que los modelos de IA generativa solo pueden acceder a la información extraída de datos sobre los que fueron entrenados. Por razones similares, no pueden proporcionar referencias y fuentes del contenido generado, lo que complica la validación. Además, los modelos actuales tienen una ventana de contexto de unos pocos miles de palabras, que es el límite para el tamaño de la entrada y la salida combinadas. Sin embargo, los modelos de IA generativa se pueden combinar con otros sistemas (p. ej., búsqueda, A conversacional) para aprovechar los beneficios de ambas partes. Por ejemplo, con un chatbot, un sistema de IA conversacional puede servir como una capa de orquestación entre el modelo de IA generativa, un motor de

búsqueda y el usuario, lo que ayuda a amplificar la experiencia del usuario. Al igual que otros modelos de IA, los modelos fundacionales pueden reproducir sesgos latentes presentes en los datos de entrenamiento y, por supuesto, carecen de comprensión y capacidad de razonar como los humanos. Esto tiene implicaciones para el concepto más amplio de **Trustworthy AI™**. Después de todo, son modelos de lenguaje, modelos de imagen o modelos de voz, pero no modelos de conocimiento.

**A pesar de las limitaciones, los modelos fundacionales pueden funcionar con una calidad tan alta que se hacen posibles muchos casos de uso nuevos.**



### Algunas limitaciones conocidas de la IA generativas actual



**Alucinación** | Los sistemas de IA generativa crean respuestas seguras que no pueden basarse en ninguno de sus datos de entrenamiento.



**Sesgo** | Al igual que otros modelos aprendidos, los modelos básicos heredan el sesgo contenido en los datos de entrenamiento.



**Falta de razonamiento humano** | Los sistemas de IA generativa se basan en características estadísticas, que no son una base sólida para el razonamiento lógico.



**Ventana de contexto limitada** | Los modelos actuales tienen una ventana de contexto de unos pocos miles de palabras, que es el límite para la entrada y salida combinadas del modelo.

# Generar ingresos utilizando IA generativa

El uso de esta tecnología para el beneficio empresarial se puede concebir a lo largo de dos enfoques distintos.

En primer lugar, los modelos se pueden utilizar tal como están disponibles en la actualidad, una interfaz sencilla que permite un acceso casi directo al modelo subyacente en forma de un chat para texto o una herramienta de generación de imágenes. El segundo enfoque es integrar la IA generativa con otras tecnologías para automatizar procesos. Por ejemplo, la IA generativa puede permitir interacciones expresivas a nivel humano, mientras que un sistema de IA conversacional (es decir, un chat o voicebot) controla el flujo y garantiza la precisión de los hechos. Un ejemplo es un centro de llamadas automatizado con IA generativa. Esperamos que el segundo enfoque proporcione el mayor valor.

Un buen comienzo para identificar casos de uso es encontrar procesos o tareas donde se cree o procese un artefacto digital de algún tipo. Esto podría variar desde un anuncio de trabajo o un plano de planta, hasta el modelo 3D de una pieza de motor, una molécula con ciertas propiedades o un flujo de trabajo, por nombrar algunos. Se prefieren los casos de uso con alta frecuencia de uso, ya que habrá más datos de ejemplo para ajustar y mejorar un modelo y, posteriormente, un impacto más sustancial.

Otros factores a considerar al seleccionar casos de uso de alto valor son los cuellos de botella de habilidades y costos existentes con artefactos generados por humanos. En algunos casos, la calidad del artefacto puede requerir esfuerzo

humano, pero si se puede crear con IA generativa para una calidad acorde, entonces el ser humano puede ser liberado para trabajar en tareas de mayor calidad. Al pasar las tareas creativas de nivel inferior a la IA generativa, podríamos ver cosas como bases de datos que proporcionan contenido de stock (por ejemplo, imágenes, sonidos o textos) al revés, ya que estos artefactos digitales se pueden crear instantáneamente con un prompt.

Si una tarea requiere esfuerzo para ejecutarse pero es fácil de validar, podría ser un buen caso de uso.

Deloitte ha diseñado un método de generación/validación de artefactos digitales para ayudar a los líderes de innovación a determinar si una idea puede convertirse en un benéfico caso de uso aprovechando la IA generativa. En el centro de este método se encuentran dos de los elementos más críticos a considerar: el esfuerzo humano necesario para completar una tarea sin IA generativa y el esfuerzo necesario para validar o verificar la salida de la IA generativa. Esto conduce a una clasificación bidimensional, categorizando los casos de uso en función del esfuerzo humano requerido y la capacidad del usuario para validar los resultados.



Hay un punto óptimo para los casos de uso de IA generativa

La IA generativa es útil cuando el esfuerzo de generación de artefactos es alto y la validación es fácil.

### Método de validación / generación de artefactos digitales



#### Identificación de casos de uso deseables

La IA generativa ayuda mejor en los casos de uso donde el esfuerzo humano es alto, mientras que la validación es fácil.

#### Esfuerzo generacional

Cuanto esfuerzo humano se requiere para lograr el resultado deseado.

#### Esfuerzo de validación

Cuánto esfuerzo humano se requiere para verificar la plausibilidad o corrección del resultado

#### 1 Crear una broma

Si bien crear un buen chiste requiere un poco de esfuerzo para diseñar el chiste y el mejor estilo de narración, es fácil de validar simplemente leyéndolo.

#### 2 Dibujar una imagen de un elefante debajo de una palmera

Dibujar cualquier imagen sofisticada requiere un esfuerzo razonable para la mayoría de las personas, independientemente de las herramientas disponibles. En el otro Por otro lado, la validación es fácil va que solo puedes mirar la imagen.

#### 3 Redactar un contrato (sin experiencia legal)

Si no tiene experiencia legal, redactar un contrato es muy difícil y validarlo difícil. La IA generativa es útil donde el esfuerzo de generación del artefacto es alto y la validación es fácil.

#### 4 Redactar un contrato (con experiencia legal)

Si tiene experiencia legal, redactar un contrato aún requiere esfuerzo, pero validarlo es significativamente más fácil.

## Reescribir texto puede ser una tarea desalentadora y que consume mucho tiempo para un ser humano.

Las herramientas de IA generativa pueden tomar texto original y producir rápidamente un resultado reescrito, un texto más corto, un resumen o incluso un estilo de escritura diferente. Un usuario que esté familiarizado con el contenido original puede validar la exactitud o corrección de la salida. Por lo tanto, esta podría ser una aplicación potente de IA generativa.

Sin embargo, si el usuario está revisando resultados que están fuera de su área de especialización, la validación se vuelve más complicada.

**La salida de IA generativa puede leerse como coherente y convincentemente precisa, pero permanece el potencial de una “alucinación”.** Si los usuarios carecen del conocimiento para validar

el resultado y detectar alucinaciones, se revela que el caso de uso requiere altos niveles de esfuerzo para validar y mitigar los riesgos de las alucinaciones.

Hay una complicación adicional que debe ser considerada. Si los resultados del modelo son consistentemente correctos, los usuarios pueden, con el tiempo, volverse menos rigurosos en la verificación de hechos. Sin embargo, inevitablemente, el modelo cometerá un error, y parte del desafío es que los errores pueden no ser obvios, particularmente cuando la IA generativa se usa para crear cosas más complejas, como el código de programación. Por lo tanto, cuando evalúe la facilidad de validación, sopesa la importancia de prestar atención continua a la verificación de hechos.



## Perspectivas de los proyectos de Deloitte sobre IA generativa: Cosechar los beneficios de la IA generativa requiere más que identificar un buen caso de uso

Identificar casos de uso es solo una parte del desafío. Cada vez que surge una tecnología transformadora, algunas organizaciones se sienten alentadas a experimentar por su novedad, lo que puede conducir a “actos digitales aleatorios” que no generan el retorno esperado. Impulsar los resultados comerciales con IA generativa requiere una estrategia y la colaboración de un equipo interdisciplinario. Además, con una tecnología que avanza y madura tan rápido como la IA generativa, evite la

tentación de avanzar solo y, en su lugar, busque apoyo y conocimiento de socios, colegas y organizaciones de terceros que operan en este espacio.

La complejidad inherente a los proyectos actuales que aprovechan la IA generativa requiere un equipo interdisciplinario para guiar y gobernar el ciclo de vida de la IA. Los profesionales de una variedad de dominios pueden ayudar a la empresa a responder preguntas críticas, que incluyen:

DOMINIO						
						
<b>Ideación y Desarrollo de Producto</b>	<b>Operaciones</b>	<b>Cliente y Marketing</b>	<b>Tecnología</b>	<b>Capital Humano</b>	<b>Gestión de Riesgo</b>	<b>Reglamento y leyes</b>
PARTES INTERESADAS						
Creativos, Diseñadores	CEO, COO y Líderes de líneas de negocio	CMO	CIO, CTO, TI	CHRO	Oficiales de riesgo	Legal & Compliance
PREGUNTAS CLAVES						
¿Qué permite la IA generativa reducir el esfuerzo humano y que puede validarse rápidamente?	¿Cómo la IA generativa mejora los procesos existentes y la estrategia empresarial?	¿Cómo se puede aprovechar el caso de uso para generar el compromiso de clientes y cuánto la transparencia es apropiada?	¿La MLOps-tech stack y licencias de plataformas existentes impulsan la IA generativa, o se requieren servicios de terceros?	Las personas tienen las habilidades para usar IA generativa y cuáles son las implicaciones de contratación y upskilling de talentos?	¿Qué riesgo surgen al implementar IA generativa (p. Ej, jailbreaks, suplantación de identidad rápida) y cómo afectan estos riesgos al valor de la IA generativa?	¿Qué leyes y reglamentos actuales y previstos se refieren al uso de IA generativa? ¿Son suficientes lo proceso de gobernaban y MLOps existentes para cumplir con esas leyes y reglamentos?

Con base en nuestras observaciones y experiencia, recomendamos a los líderes empresariales que eviten lanzarse de cabeza al hype. En cambio, alentamos a los tomadores de decisiones a:

1



**Desarrollar una estrategia para IA generativa** e integrarla y armonizarla con la estrategia de IA existente de la empresa. Los mismos principios que guían a una organización alimentada por IA se aplican al uso de IA generativa (p. ej., acceso a datos empresariales seleccionados; gobernanza de IA; transformación de procesos para apalancar los trabajadores cognitivos, etc.). Con una tecnología que evoluciona tan rápidamente, evite la tentación de avanzar solo. Encuentre apoyo y conocimiento de socios y organizaciones de terceros que operan en este espacio.

2



**Familiarizarse con las tecnologías subyacentes** que hacen posible la IA generativa, así como con las capacidades y limitaciones actuales. Instruir a su fuerza laboral sobre el uso, los riesgos y las capacidades de la IA para establecer una base de conocimientos a través de la capacitación. Además, monitorear cómo avanza la tecnología a lo largo del tiempo y el impacto en los riesgos y oportunidades comerciales a medida que surgen. Deloitte puede apoyarle en estos esfuerzos.

3



**Reunir a un equipo interdisciplinario** de personas con el conocimiento del dominio para pensar creativamente sobre posibles casos de uso. Cuando los líderes empresariales, los líderes tecnológicos y los creativos trabajan junto con expertos externos, pueden identificar aplicaciones valiosas y también diseñar implementaciones de IA generativa para mitigar los riesgos comerciales y cibernéticos y cumplir con las leyes y regulaciones aplicables.

4



**Usar el método de generación / validación de artefactos digitales de Deloitte** para identificar dónde la IA generativa podría afectar su cadena de valor, con digitalización incrementada desde casos de uso de productividad básicos hasta oportunidades de orden superior, como servicios o modelos comerciales nuevos y diferenciadores.

5



**Garantizar la recopilación y conservación de datos patentados,** ya que esto es clave para casos de usos personalizados que brindan una diferencia o una ventaja competitiva.

6



**Evaluar los casos de uso contra los principios de Trustworthy AI™,** incluidos los desafíos relacionados con el sesgo y la información errónea, la atribución, la transparencia y la responsabilidad empresarial por el impacto de la IA generativa.

Deloitte está comprometida a avanzar hacia el futuro con nuestros clientes y colegas, así como con nuestras conexiones en la academia y el ecosistema de IA más amplio en todo el mundo.

Las discusiones hasta ahora muestran que hay una necesidad de una comprensión más profunda de la IA generativa, desde la tecnología subyacente hasta su impacto en el futuro del trabajo. Como tal, es importante observar de cerca las implicaciones para el riesgo, la confianza y la gobernanza, que se investigan en un próximo artículo, "Gestión proactiva de riesgos en IA generativa". También hay consideraciones legales para la IA generativa, que planeamos cubrir en "Implicaciones legales del uso de la IA generativa (lo que el sistema de IA no le dirá)".

Hay mucho que cubrir y las conversaciones están lejos de terminar. Deloitte es un asesor confiable a medida que avanzamos más allá del rumor inicial en torno a esta nueva tecnología y en cómo la IA generativa se puede usar para siempre en la nueva era digital que se viene.



## Reunámonos para conversar



**Pedro Figueiredo**  
Socio Líder Omnia AI y Data  
[pfigueiredo@deloitte.com](mailto:pfigueiredo@deloitte.com)



**Daniel Meregé**  
Senior Manager Omnia AI y Data  
[dmerege@deloitte.com](mailto:dmerege@deloitte.com)



[www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)

#### Oficina central

Rosario Norte 407  
Las Condes, Santiago  
Chile  
Fono: +56 227 297 000  
+56 227 298 000  
Fax: +56 223 749 177  
[deloittechile@deloitte.com](mailto:deloittechile@deloitte.com)

#### Regiones

Av. Grecia 860  
Piso 3  
Antofagasta  
Chile  
Fono: +56 232 519 803  
Fax: +56 552 449 662  
[antofagasta@deloitte.com](mailto:antofagasta@deloitte.com)

Álvarez 646  
Oficina 906  
Viña del Mar  
Chile  
Fono: +56 232 519 801  
Fax: +56 322 975 625  
[vregionchile@deloitte.com](mailto:vregionchile@deloitte.com)

Chacabuco 485  
Piso 7  
Concepción  
Chile  
Fono: +56 232 519 800  
Fax: +56 412 914 066  
[concepcionchile@deloitte.com](mailto:concepcionchile@deloitte.com)

Quillota 175  
Oficina 1107  
Puerto Montt  
Chile  
Fono: +56 232 519 802  
Fax: +56 652 288 600  
[puertomontt@deloitte.com](mailto:puertomontt@deloitte.com)

Ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni ninguna de sus firmas miembro será responsable por alguna pérdida sufrida por alguna persona que utilice esta publicación.

Deloitte © se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una compañía privada limitada por garantía, de Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. Por favor, vea en [www.deloitte.com/cl/acercade](http://www.deloitte.com/cl/acercade) la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited es una compañía privada limitada por garantía constituida en Inglaterra & Gales bajo el número 07271800, y su domicilio registrado: Hill House, 1 Little New Street, London, EC4A 3TR, Reino Unido.

© 2023 Deloitte. Todos los derechos reservados.