



IA generativa: O que o público consumidor espera

O público consumidor exige que as empresas adotem uma abordagem responsável à IA generativa.

/thoughtworks

Estratégia. Design. Engenharia.



Prefácio

Desde que a OpenAI lançou o ChatGPT ao mundo no final de 2022, a expectativa em torno da inteligência artificial generativa tem crescido. Entretanto, em meio a toda curiosidade, há uma dúvida persistente: as lideranças realmente sabem o que público consumidor espera dessa tecnologia?

É por isso que eu pedi à equipe de marketing da Thoughtworks para investigar.

Encomendamos uma pesquisa global para entender as atitudes do público consumidor em relação à IA generativa, para mergulhar no que as pessoas sentem sobre essa tecnologia nascente, onde acham que ela mostra potencial e quais dúvidas possam ter. Acreditamos que, com acesso a esses dados, as empresas podem compreender melhor as oportunidades que existem com essa tecnologia revolucionária.

Sejamos claros: já existem grandes oportunidades para as empresas encantarem suas clientes por meio da aplicação consciente da IA generativa. Este relatório mostra claramente que o público consumidor está genuinamente entusiasmado com o potencial da IA generativa - as clientes esperam mais inovação, bem como experiências melhores e mais personalizadas.

Isso significa que, se você conseguir acertar sua estratégia de IA generativa, o público consumidor irá preferir sua marca em comparação aos demais concorrentes.

Mas, o que significa 'acertar'? Como mostram os dados da pesquisa, o entusiasmo pela tecnologia é acompanhado por preocupações sobre como as empresas usarão a IA generativa. O público consumidor é atento o suficiente para reconhecer o potencial de uso indevido da tecnologia - o que pode incluir violações de privacidade, violações de propriedade intelectual, perda de empregos ou deteriorações na experiência da cliente.

No centro dessas preocupações está o receio de que as empresas não sejam transparentes sobre o uso da tecnologia. Para uma parte do público consumidor, a regulamentação governamental é vista como a melhor forma de mitigar o uso indevido da IA generativa.

Mas, a regulamentação governamental tem problemas inerentes: muitas vezes assistimos às lideranças responsáveis pela regulamentação lutarem para acompanhar a tecnologia. Quais são as reais chances em um campo dinâmico como a IA generativa?

Ao invés de confiar na regulamentação, percebemos uma oportunidade para as empresas liderarem o caminho.

Há uma excelente oportunidade para as empresas que adotam a IA generativa de maneira responsável para capitalizar o entusiasmo em torno da tecnologia, para entregar produtos e serviços que impressionam a cliente, ao mesmo tempo em que amenizam quaisquer incertezas.

A Thoughtworks tem uma longa história de trabalho com tecnologia de inteligência artificial. Somos parceiras de empresas, organizações do setor público, instituições para



a transformação social e grupos de interesse. Também acompanhamos em primeira mão o potencial da IA generativa.

Além disso, há muito tempo, defendemos a importância das organizações adotarem uma mentalidade de Tecnologia Responsável - uma mentalidade que alinha a tecnologia e o comportamento organizacional com os interesses do público consumidor. É uma conduta que explora e considera ativamente os valores, as consequências não intencionais e impactos negativos da tecnologia, e busca gerenciar, mitigar e reduzir ativamente os riscos e danos.

Ao aplicar esse tipo de pensamento de Tecnologia Responsável à sua estratégia de IA generativa, sua organização pode adotar técnicas e rotinas que assegurem que você não use a tecnologia inadvertidamente de maneiras que perturbem suas clientes, garantindo que tudo o que você esteja fazendo com a IA generativa tenha os interesses do seu público consumidor no centro e isso começa com a compreensão do que importa para eles. Essa é realmente a chave para maximizar o impacto que você pode obter da IA generativa.

—

Mike Mason

Chief AI Officer
Thoughtworks

Resultados da pesquisa

Em relação à IA generativa, os sentimentos de receio e entusiasmo andam juntos

A maioria dos consumidores pesquisados (72%) tem algum sentimento de entusiasmo em relação à IA generativa. O público consumidor da Índia é o mais propenso a estar entusiasmado (95%), enquanto o público da Austrália é o menos propenso (57%). No entanto, ainda é a maioria em todos os países que têm algum nível de entusiasmo, o que mostra a empolgação e o interesse que a IA generativa está criando em todo o mundo.

Entusiasmo do público consumidor sobre a IA generativa, por país

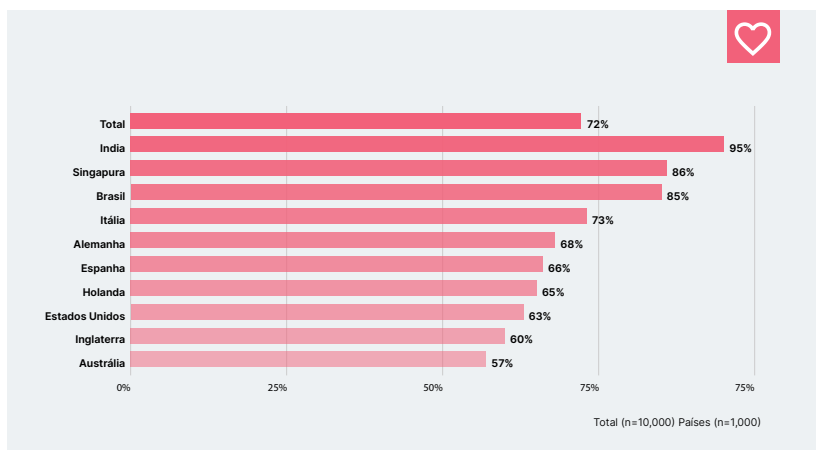


Figura 1: Como você descreveria seus sentimentos em relação à IA generativa hoje? Mostrando uma combinação de 'Muito animado' e 'Parcialmente animado, parcialmente nervoso', dividido por país

No entanto, quando olhamos mais de perto os níveis de entusiasmo globalmente, observamos que apenas três em cada 10 (30%) estão muito entusiasmados, enquanto 42% estão parcialmente entusiasmados e parcialmente preocupados. Isso sugere que, para alguns consumidores, o entusiasmo é acompanhado por dúvidas persistentes, sugerindo que eles têm sentimentos mistos em relação à IA generativa.

Esses sentimentos contrastantes persistem ao explorar se os consumidores são mais ou menos propensos a comprar de empresas que estão usando IA generativa. Enquanto 42% são mais propensos, 18% se sentiriam menos inclinados a isso. Então, o que está influenciando esses sentimentos?

Aqueles que são mais propensos a achar que as empresas podem usar a IA generativa como um meio para maior inovação (59%) e para oferecer uma melhor experiência ao público consumidor por meio de um suporte mais rápido (51%) e uma experiência mais personalizada (50%). Para a minoria que seria menos propensa, a falta de toque humano (64%) é o motivo mais comum, sugerindo que as clientes ainda desejam o elemento de interação humana. Isso é seguido por preocupações com a privacidade de dados (48%) e regulamentação (45%), que percebemos se tornar um receio significativo à medida que avançamos neste resumo.

A maioria do público consumidor não confia nas empresas para implantar a IA generativa de forma responsável

É provável que, com o tempo, mais e mais consumidores interajam com empresas que estão usando IA generativa, e talvez nem saibam disso — na maioria dos casos, o uso é feito nos bastidores. Mas isso acaba criando receio entre 91% do público consumidor, que estaria preocupado com a privacidade de seus dados — particularmente sobre como seus dados são usados, acessados e compartilhados.

Preocupações com a privacidade de dados se as empresas adotarem IA generativa

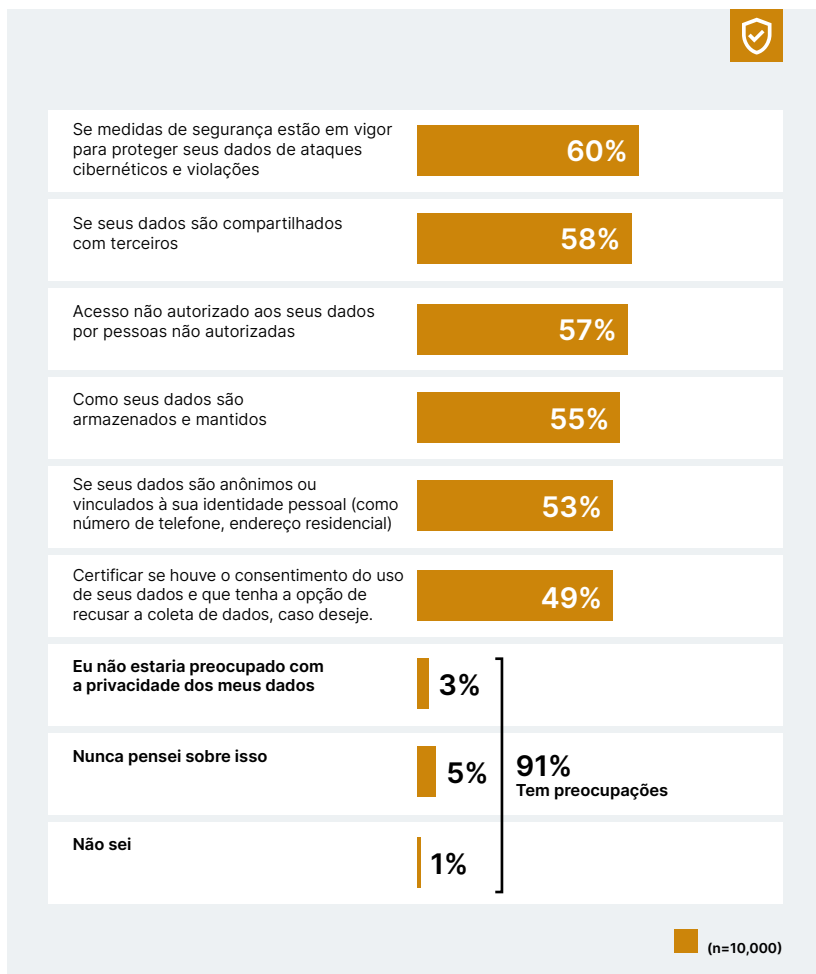


Figura 2: Se uma empresa ou organização da qual você estava procurando comprar um produto/serviço estivesse usando IA generativa nos bastidores, quais preocupações, se houver, você teria em relação à privacidade de seus dados?

O público consumidor reconhece a necessidade de regulamentação da IA generativa e acha que os governos desempenham um papel vital em sua criação, com 82% acreditando que eles podem incentivar a imparcialidade, a inclusão e a responsabilização no design e na implantação da IA generativa. A maioria dos consumidores (90%) também acredita que as regulamentações governamentais são necessárias para responsabilizar as empresas por como elas usam a tecnologia.

Mas, apesar do desejo de envolvimento do governo, nossos resultados sugerem que a responsabilidade de construir confiança cabe às empresas, pois mais da metade (56%) admitem que não confiam nas empresas para seguir a regulamentação da IA generativa. Ao adotar uma mentalidade responsável em relação à IA generativa, as empresas têm a oportunidade de adotá-la de uma maneira que os consumidores respeitem. A proteção de dados continua sendo um catalisador fundamental na construção dessa confiança, com três quartos afirmando que, no âmbito da regulamentação da IA generativa, proteger as pessoas é mais importante do que garantir que ela não desestime a inovação ou o crescimento dos negócios.

O público consumidor não acredita que a regulamentação será cumprida

56%

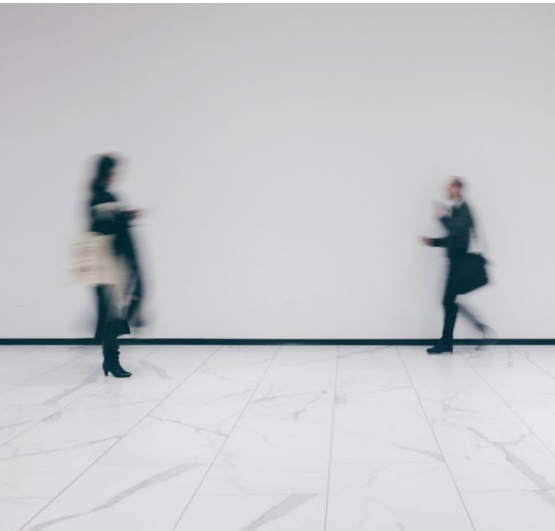
“Não confio que organizações/empresas sigam as regulamentações da IA generativa”

Figura 3: Até que ponto você concorda ou discorda com a seguinte afirmação? Mostrando uma combinação de ‘Concordo totalmente’ e ‘Concordo um pouco’ (n=10.000)

As empresas têm uma licença social para operar IA generativa

A maioria (93%) do público consumidor têm preocupações éticas com a IA generativa. A principal preocupação é que as empresas usarão seus dados sem consentimento (71%); 67% do público consumidor também se preocupa com os riscos da desinformação. Isso enfatiza a necessidade das empresas apresentarem transparência em relação à sua utilização da IA generativa, a fim de fornecer a garantia que o público consumidor precisa.

Abordar essas preocupações é uma tarefa complexa, mas essencial para garantir o desenvolvimento e a implantação responsáveis da IA generativa, com as empresas tendo um papel fundamental a desempenhar. Aquelas que tomarem medidas proativas para abordar essas preocupações éticas construirão confiança com seus clientes, destacando sua licença social para operar e reduzindo a necessidade de regulamentação excessiva.



Aqueles que tomarem medidas proativas para abordar essas preocupações éticas construirão confiança com seus clientes, destacando sua licença social para operar reduzindo a necessidade de regulamentação excessiva.

Preocupações éticas com a IA generativa



Figura 4: Quais são suas preocupações éticas com a IA generativa?

Observamos no relatório O estado da Tecnologia Responsável, um relatório do MIT Technology Review Insights patrocinado pela Thoughtworks, que executivos/diretores seniores veem a implementação de tecnologia responsável como crítica, sendo uma consideração de negócios concreta em todos os setores. Os resultados de nossa pesquisa com o público consumidor estão alinhados com 87% dos entrevistados que esperam que as empresas usem a tecnologia de forma ética enquanto inovam.



Observamos no relatório O estado da Tecnologia Responsável, um relatório do MIT Technology Review Insights patrocinado pela Thoughtworks, que executivos/diretores seniores veem a implementação de Tecnologia Responsável como crítica, sendo uma consideração de negócios concreta em todos os setores.

Então, o que acontece se uma empresa não incorporar o pensamento responsável e ético ao usar a IA generativa? De acordo com 93% do público consumidor entrevistado, as organizações correm o risco de enfrentar impactos prejudiciais, como questões legais e regulatórias (65%) e danos à reputação (65%). As empresas têm uma oportunidade única de adotar a IA generativa de uma forma que as potenciais clientes respeitem - de forma responsável e transparente. Caso contrário, correm o risco de prejudicar seriamente a percepção de sua marca.

Impactos nos negócios do uso de IA generativa sem adotar uma mentalidade responsável e ética

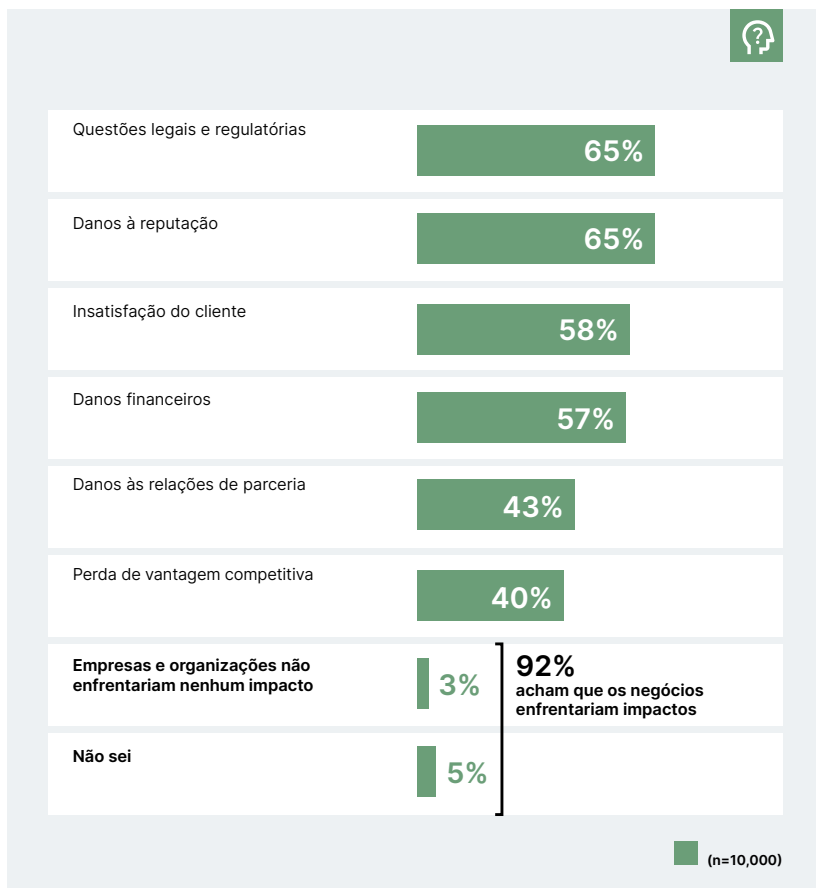


Figura 5: Qual impacto você acredita que empresas e organizações enfrentariam caso se tornasse público que elas não incorporam o pensamento responsável e ético ao usar a IA generativa?

Conclusão

Embora haja interesse do público consumidor por produtos e serviços relacionados à IA generativa, há também a preocupação de que as empresas não os usem de forma responsável. O ônus regulatório e os danos à marca são impactos prejudiciais que o público consumidor teme que as empresas enfrentem se não incorporarem a mentalidade responsável e ética, enfatizando a licença social que as empresas devem operar ao usar a IA generativa.

As empresas têm a oportunidade de aproveitar essas descobertas para fomentar a confiança e educar sua audiência sobre a IA generativa, mas fazer isso de uma forma que as clientes respeitem é um desafio. Adotar medidas proativas para endereçar as preocupações, promovendo transparência e garantia, seria um ótimo ponto de partida, e a Thoughtworks está aqui para ajudar.

Metodologia

A Thoughtworks encomendou à agência independente de pesquisa de mercado Vanson Bourne a realização desta pesquisa. O estudo global entrevistou 10.000 consumidores em agosto de 2023, sendo 1.000 pessoas baseadas em cada um dos seguintes países: Austrália, Brasil, Alemanha, Índia, Itália, Holanda, Singapura, Espanha, Reino Unido e Estados Unidos da América. Todas as pessoas consumidoras tinham 18 anos ou mais e precisavam ter conhecimento prévio sobre a IA generativa para participar.

Todas as entrevistas foram conduzidas usando um rigoroso processo de triagem multinível para garantir que apenas as pessoas candidatas adequadas tivessem a oportunidade de participar.

A Thoughtworks é uma consultoria global de tecnologia que integra estratégia, design e engenharia para alavancar a inovação digital. Somos mais de 11.500 pessoas distribuídas entre 51 escritórios em 18 países.

Há 30 anos, trabalhamos junto com nossas clientes para criar impacto extraordinário, usando a tecnologia como diferenciador para ajudá-las a resolver problemas de negócio complexos.

[thoughtworks.com](https://www.thoughtworks.com)

Vanson Bourne é uma especialista independente em pesquisa de mercado para o setor de tecnologia. É reconhecida por sua completa e confiável base de pesquisas e análises fundamentadas a partir de rigorosos princípios. A empresa possui habilidade em buscar opiniões de executivos com poder para tomada de decisões de negócios em diversos setores de todos os importantes mercados. Para mais informações, acesse

www.vansonbourne.com



Estratégia. Design. Engenharia.

© Thoughtworks, Inc. All Rights Reserved.