

FRAMEWORK

Marco del Sistema de Marketing

Las cinco capas de un sistema de marketing con human-in-the-loop. Marco de referencia para diseñar, auditar y defender sistemas que amplifican el criterio humano.

Curso	Marketing Systems Lab
Programa	Aplicaciones de Inteligencia Artificial en Procesos de Mercadeo
Instructor	André Paredes Vega
Institución	Panamerican Business School

Por qué un marco de cinco capas

La mayoría de los 'sistemas de marketing con IA' que se ven hoy son en realidad generadores: un input, un modelo, un output. Eso no es un sistema; es una pipa. Un sistema implica intención, decisión, loop y responsabilidad. Este marco descompone esa diferencia en cinco capas para que puedas señalar exactamente dónde tu sistema está pensando y dónde solo está produciendo.

1. Intent

¿Qué decisión estamos tratando de tomar mejor y más seguido?

El sistema empieza con una decisión, no con un output. Sin intent, el sistema produce variaciones de nada en particular.

2. Inputs

Señales, datos y contexto que alimentan al sistema.

Briefs, research, datos de uso, conversaciones con clientes, datos de la categoría. La calidad del input determina el techo del output.

3. Process

Pasos automatizados y pasos con criterio humano.

El proceso explicita qué hace la máquina, qué hace el humano y dónde se encuentran. Si no puedes dibujarlo, no lo tienes.

4. Outputs

Piezas, decisiones y acciones que el sistema produce.

Todo output debe ser trazable a un intent y a un input. Outputs huérfanos son la firma del slop.

5. Loop

Cómo el sistema aprende y se corrige con la evidencia.

Sin loop, el sistema no es un sistema: es una línea de producción. El loop captura señal del mundo y la devuelve al intent.

Human-in-the-loop. No es una capa adicional: atraviesa las cinco. La pregunta no es 'dónde meto al humano', sino 'qué decisión de cada capa es indelegable'.

Principios de diseño

- **Diseña la decisión, no solo la pieza.** La pieza es consecuencia; la decisión es la causa.
- **Automatiza lo repetitivo, protege lo arriesgado.** Lo reversible es candidato; lo irreversible no.
- **Toda salida del sistema debe ser auditable por un humano.** Si nadie puede revisar, nadie es responsable.
- **Un sistema sin loop es un generador, no un sistema.** Si no aprende, no cuenta.
- **El criterio se entrena, no se delega.** Cada iteración debe agudizar el juicio del equipo, no atrofiarlo.

Anti-patrones comunes

- **Pipe disfrazada de sistema.** Un prompt encadenado a un modelo no es un sistema. Falta intent y loop.
- **Loop cosmético.** Métricas que se reportan pero nunca cambian decisiones.
- **Humano simbólico.** Aprobaciones que nunca dicen 'no'. Si la respuesta siempre es 'sí', no es un punto humano.
- **Inputs decorativos.** Research que se cita pero no se usa para decidir.

Preguntas para validar tu sistema

- ¿Qué decisión específica mejora este sistema, semana a semana?
- ¿Qué pasa si el modelo se equivoca? ¿Quién lo detecta y en cuánto tiempo?
- ¿Dónde se está acumulando aprendizaje? ¿En un documento, en un humano, en ningún lado?
- ¿Qué parte de este sistema nunca debería ser automatizada, y por qué?
- ¿Cómo demostrarías a un cliente exigente que este sistema produce algo distinto al promedio?

Test de cinco minutos. Dibuja tu sistema en una hoja. Si no puedes señalar las cinco capas con el dedo en menos de cinco minutos, todavía no tienes un sistema: tienes una intención.