

Legálitas muestra cómo es la IA por dentro

Alberto Requena, socio en Bain & Company; Celia Lozano, directora de Data & AI en Bosonit; y Alejandro Llorente, fundador de PiperLab, explicaron en la sede de Legálitas en Madrid cómo se lleva a cabo el proceso desde que surge una idea basada en IA hasta que se implanta en la organización. Los expertos coincidieron en que la gestión del conocimiento para estructurar información, la creación de contenidos y la interacción con los clientes son las tres áreas en las que la IA aporta un mayor valor

Legálitas reunió a los líderes de tres importantes compañías tecnológicas especializadas en la implantación de IA para analizar en qué está ayudando la inteligencia artificial a las personas y las empresas y cómo se lleva a cabo el proceso de instaurar esta tecnología en la ponencia 'La IA por dentro: Un recorrido desde la idea a la implantación' celebrada ayer en la sede de la legaltech en Madrid en el marco de la Global Legaltech Week.

El encuentro, moderado por Juanjo Vázquez, director de Tecnología de Legálitas, contó con la presencia de Alberto Requena, socio en Bain & Company; Celia Lozano, directora de Data & AI en Bosonit; y Alejandro Llorente, fundador de PiperLab.

Se puede pulsar en este enlace para ver la ponencia completa.

Cómo ayuda la IA generativa a las empresas y particulares

La ponencia analizó cómo casi dos años después de la llegada de ChatGPT, la IA está ayudando a las personas y las empresas. Requena indicó que "muchas empresas están infraestimando el impacto que va a tener la IA y el tiempo que va a tardar en llegar a la adopción completa, ya que hay modelos de negocio, aplicaciones y valor que todavía aún no se han pensado". En este sentido, afirmó que "durante este año estamos empezando a ver cómo se separa el camino entre las empresas que solo han probado la IA y las que están invirtiendo para exigir a la IA un retorno tras la implantación de casos de uso".

Lozano añadió que "cuando salió ChatGPT se consiguió democratizar el uso de la IA generativa, pero cuando una empresa quiere hacer un caso es muy difícil aterrizarlo y, de hecho, los estudios muestran que solo el 52% de los proyectos de IA generativa terminan en producción".

En esta línea, Alejandro Llorente afirmó que "hace un año se veía esa fase de experimentación, de testar pilotos y ahora se busca integrar de forma real en los procesos de negocio lo que puede aportar la IA".

Respecto a la destrucción masiva de trabajos, Requena destacó que esta tecnología permite ofrecer servicios de forma escalable y más barata que antes, lo que hace que las empresas mejoren la productividad y puedan ofrecer más servicios a más personas.

Casos de uso de la IA generativa en las compañías

El encuentro abordó si la implantación de la IA será un factor de diferenciación entre las empresas que apuestan por ella y las que no. Para el líder de Bain & Company, las empresas deben preguntarse cuál va a ser el impacto en su sector, cómo va a diferenciar el panorama competitivo, dónde está mi empresa en todo esto y si va en la dirección correcta. "En nuestro caso hicimos ese ejercicio y hemos desarrollado unos casos de uso a los que les exigimos un retorno, próximos pasos, etc.", explicó.

Asimismo, Lozano añadió que hay tipos de tareas que realizaban los trabajadores que ahora se pueden automatizar y agilizar, por lo que permite dar un paso adelante en cosas que antes no se hubieran imaginado. "Todos debemos adaptarnos, no solo las empresas, también los trabajadores, para saber cómo podemos sacarle partido y ver esas herramientas como una ayuda. Ese es el valor diferencial", agregó.

En el caso de Legálitas, el uso de esta tecnología complementa el trabajo de los profesionales, agiliza los procesos y aumenta la eficiencia del servicio que se presta a los clientes. Actualmente, la legaltech cuenta con varios casos de uso con IA generativa como, por ejemplo, la elaboración de un resumen de las llamadas que tienen lugar entre abogados y clientes o el hecho de que esta tecnología derive de forma automática a cada cliente al departamento correspondiente en base a su consulta o necesidad.

Respecto a cuáles han sido los casos de uso más comunes y útiles de la IA generativa, los tres expertos coincidieron en que la gestión del conocimiento para estructurar la información, la creación de contenidos y la interacción con los clientes son las tres áreas en las que aporta un mayor valor.

Proceso de implantación de la IA generativa

La implantación de IA generativa en las empresas, desde que nace la idea hasta que se pone en producción, y cómo de preparadas están actualmente las organizaciones para estos proyectos, fue otro de los puntos de análisis. Alejandro Llorente explicó que "suele haber una primera fase de definición de problema de negocio y de KPIs objetivos y una segunda fase de identificación de en qué datos de la compañía se refleja eso que estamos persiguiendo".

Tras ello, indicó que hay una parte de preprocesamiento y limpieza de esa información que suele llevar mucho tiempo. Una vez que se tienen esos datos, Llorente reveló que "sí hay una parte más analítica y descriptiva, de intentar que lo que le introducimos al modelo tenga un sentido de negocio. Se entrena al modelo, se evalúa y se pone en producción".

Los ponentes también detallaron cuáles son los retos y dificultades a los que se enfrentan. Lozano hizo referencia a la calidad de los datos e indicó que tiene mucha importancia dependiendo del modelo que se use. Por ello, aseguró que "como ciudadanos estamos amparados y protegidos por el Banco de España y hay reguladores de los parámetros que se usan en los modelos para no utilizar ningún dato que no sea beneficioso para el ciudadano".

En este sentido, destacó que "ahora el mayor problema es que no es lo mismo la protección que quiere hacer Europa que lo que puedan hacer en otros países, ya que nos deja en situación de

desventaja. Es importante saber qué información se usa para entrenar a los modelos de IA, pero debería haber un acuerdo global mundial".

Nuevos actores en la IA generativa

Lozano afirmó que han aparecido muchas startups haciendo soluciones muy buenas que, aunque que no están tan maduras como los grandes players, sí se debe de apostar en esa dirección para que el uso de la IA no sea lineal.

Por su parte, Alejandro Llorente expuso que "debemos preguntarnos hasta qué punto queremos ser dependientes de una tecnología de un tercero, pero de momento no tenemos más opción, ya que, aunque cojamos alternativas open source, hay una parte de la tecnología que sigue siendo de otro porque no tenemos la posibilidad de customizarlo al 100%".

Requena señaló que las empresas no deberían frenarse al implantar IA debido a dos cosas: por un lado, porque la adopción de la IA puede crecer muy rápido en una empresa, mientras que el coste de un modelo baja muchísimo de valor. "En doce meses, su precio se reduce más de diez veces", afirmó.

Y, por otro, porque se puede construir de una forma modular, ya que el valor de un caso de uso son las capas de tecnología y toda la integración que se hace con la empresa. "Es posible trabajar eso, sabiendo que luego puedes sustituirlo por una versión más nueva", sentenció.

Próximas tendencias tecnológicas

Los expertos avanzaron qué otras tendencias tecnológicas están todavía por explotar su potencial en el futuro. Celia Lozano y Alejandro Llorente coincidieron en que el siguiente boom será la computación cuántica, que agilizará muchos tipos de operaciones y cálculos y estará disponible en el ámbito empresarial.

Se puede pulsar en este enlace para ver la ponencia completa.

Datos de contacto:

David Jiménez
Legálitas
660 53 67 94

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [Finanzas](#) [Inteligencia Artificial](#) y [Robótica](#) [Sociedad](#) [Madrid](#) [Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>