

INCREA



INFORME DE VIGILANCIA

Resumen de la sesión
***Cosechando rentabilidad
con IA generativa: ciencia ficción hecha
negocio (Innobusiness, Mayo 2025)***

TABLA DE CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN

2. IDEAS CLAVE DESARROLLADAS DURANTE LA SESIÓN

- 2.1. La IA Generativa ya es una herramienta productiva
- 2.2. Diferencia con el Machine Learning
- 2.3 Funcionamiento y coste energético
- 2.4 Retos de la privacidad y calidad de datos
- 2.5 Aplicaciones inmediatas para sectores no tecnológicos

3. MENSAJE FINAL

4. CONCLUSIÓN

INFORME DE LA SESIÓN

COSECHANDO RENTABILIDAD CON IA GENERATIVA: CIENCIA FICCIÓN HECHA NEGOCIO

1. PRESENTACIÓN

Esta conferencia formó parte del Innobusiness Meeting Point 2025 como cierre de la jornada, ofreciendo a los socios de FOOD+i una visión estratégica sobre cómo la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) está transformando modelos de negocio en múltiples sectores, incluido el agroalimentario.

El objetivo era de esta sesión era doble: desmitificar esta tecnología y proporcionar ejemplos concretos y accionables para su implementación empresarial.

Sesión presentada por

Aleix Valls - Fundador WeArtificial

Matemático de formación, Aleix Valls es CEO y fundador de WeArtificial, consultora especializada en la aplicación de IA en entornos corporativos. Fue CEO de la fundación Mobile World Capital Barcelona y ha liderado proyectos de innovación y digitalización en sectores tan diversos como telecomunicaciones, banca, salud y retail. Su enfoque combina la visión estratégica con la aplicación práctica, ayudando a empresas a convertir la IA en un activo rentable y sostenible.



2. IDEAS CLAVE DESARROLLADAS DURANTE LA SESIÓN

2.1 LA IA GENERATIVA YA ES UNA HERRAMIENTA PRODUCTIVA



Aleix Valls comenzó destacando un hecho fundamental: la **Inteligencia Artificial Generativa (IAG)** ha dejado de ser una promesa tecnológica para convertirse en una herramienta ya integrada en la operativa de miles de empresas en todo el mundo.

En menos de tres años, modelos como ChatGPT han pasado de ser una curiosidad de laboratorio a incorporarse en flujos de trabajo para redacción, análisis de datos, atención al cliente, generación de imágenes y vídeos, programación y análisis de tendencias.

El cambio no es sólo de adopción tecnológica, sino cultural: la IA **ya está afectando a cómo se toman decisiones, cómo se producen los contenidos y cómo se diseñan los productos.**

Para el sector agroalimentario, esto significa que **ya no hay que esperar a “que la tecnología madure”** para encontrar casos de uso con impacto directo en la productividad, la innovación y la relación con el consumidor.

2.2 DIFERENCIA CON EL MACHINE LEARNING

La segunda idea clave fue entender en qué se diferencia la IAG del **Machine Learning**, que muchas empresas agroalimentarias ya han probado, por ejemplo, en modelos predictivos de cosecha o control de calidad.

Mientras que el **ML necesita grandes volúmenes de datos estructurados** y normalmente exige proyectos largos y costosos para entrenar un modelo propio, la **IAG parte de modelos ya preentrenados** con billones de datos y es capaz de trabajar **con inputs mínimos** (un texto, una imagen, una instrucción verbal).

Esto implica:

- Se pueden obtener **resultados útiles desde el primer día** sin necesidad de infraestructuras de datos complejas.
- El tiempo de implementación pasa de meses o años a días o semanas.
- El acceso no está limitado a empresas con departamentos internos de IA: una PYME agroalimentaria también puede empezar a usar IA generativa mañana mismo.





2.3 FUNCIONAMIENTO Y COSTE ENERGÉTICO

Valls explicó el funcionamiento técnico de forma accesible: un modelo generativo es, en esencia, un sistema que aprende patrones de lenguaje, imágenes o sonidos y **predice el siguiente elemento probable** (la siguiente palabra, píxel o nota musical) basándose en lo que ha “visto” en el entrenamiento.

Esto se logra entrenando **redes neuronales artificiales** con cantidades ingentes de datos y capacidad de cómputo. Sin embargo, este proceso es intensivo en recursos:

- El entrenamiento de un gran modelo puede consumir energía equivalente a la que usan **cientos de hogares durante un año**.
- Su uso masivo plantea retos de **sostenibilidad** y presiona la necesidad de **fuentes de energía limpias**.

Para las empresas agroalimentarias, esta dimensión energética no es menor: en un sector donde la sostenibilidad es cada vez más exigida por consumidores y reguladores, **la elección de herramientas de IA debe considerar su huella de carbono**.

2.4 RETOS DE PRIVACIDAD Y CALIDAD DE DATOS

Uno de los puntos más relevantes para el público fue la advertencia sobre la **privacidad y el control de la información**.

Aleix insistió en que el **riesgo** no está tanto en el modelo en sí, sino en la **plataforma que lo aloja**:

- Versiones gratuitas de algunos servicios pueden utilizar las entradas del usuario para seguir entrenando sus modelos.
- Esto puede ser problemático si se introducen **datos estratégicos, confidenciales o personales**.
- La **recomendación** es optar por versiones **corporativas o de pago** que garanticen aislamiento de datos y cumplimiento normativo.

En paralelo, Valls alertó sobre la **calidad y disponibilidad de datos para entrenar modelos**:

- El “banco” de datos de internet con calidad contrastada es limitado.
- Esto está llevando al uso de **datos sintéticos** (creados por IA), lo que plantea el riesgo de un bucle de autoentrenamiento que degrade la calidad y aumente sesgos.



2.5 APLICACIONES INMEDIATAS PARA SECTORES NO TECNOLÓGICOS

Aunque la charla cubrió varios sectores, Aleix destacó ejemplos claros que el sector agroalimentario puede **aprovechar hoy mismo**:



Predicción agrícola

Análisis de imágenes satelitales o drones para estimar rendimiento de cultivos, incluso con datasets limitados.



Simulación de escenarios

Modelar impactos de variables como clima extremo, cambios regulatorios o variaciones de precios internacionales.



Análisis de calidad

interpretar datos e imágenes de controles de calidad, automatizando informes y detección de anomalías.



Marketing y comunicación:

Generar fichas de producto, presentaciones y contenidos digitales de forma rápida y adaptada a diferentes mercados.



3. MENSAJE FINAL

Aleix Valls cerró con un mensaje claro: **la ventaja competitiva de la IA no estará en el acceso a la tecnología, sino en la velocidad y calidad de su integración en la estrategia de negocio.**

Esto implica:

- **Empezar pequeño pero empezar ya:** un caso de uso acotado, que permita aprender y medir impacto.
- **Iterar rápido:** ajustar procesos y herramientas en función de los resultados reales.
- **Formar equipos:** la IA no sustituirá a las personas, pero cambiará qué tareas realizan y cómo se organizan.
- **Medir el retorno:** establecer métricas claras (ahorro de tiempo, reducción de errores, incremento de ventas) para justificar la inversión.

Para el sector agroalimentario del Valle del Ebro, **el momento es especialmente crítico:**

- Hay **presión competitiva** global.
- Existen **retos de sostenibilidad y trazabilidad** que la IA puede ayudar a abordar.
- La tecnología es ahora lo bastante madura y accesible como para que **incluso pequeñas empresas puedan beneficiarse** sin depender de terceros para todo el proceso.

Las aplicaciones son claras y ya tangibles: redacción de informes, análisis de datos no estructurados (como fotos o texto), predicciones de mercado o clima, generación de contenido para marketing, etc.

La ventaja clave es que no se requiere infraestructura tecnológica avanzada para comenzar a experimentar con estas herramientas. **Basta con tener la voluntad de integrarlas de forma progresiva** en los procesos del día a día.

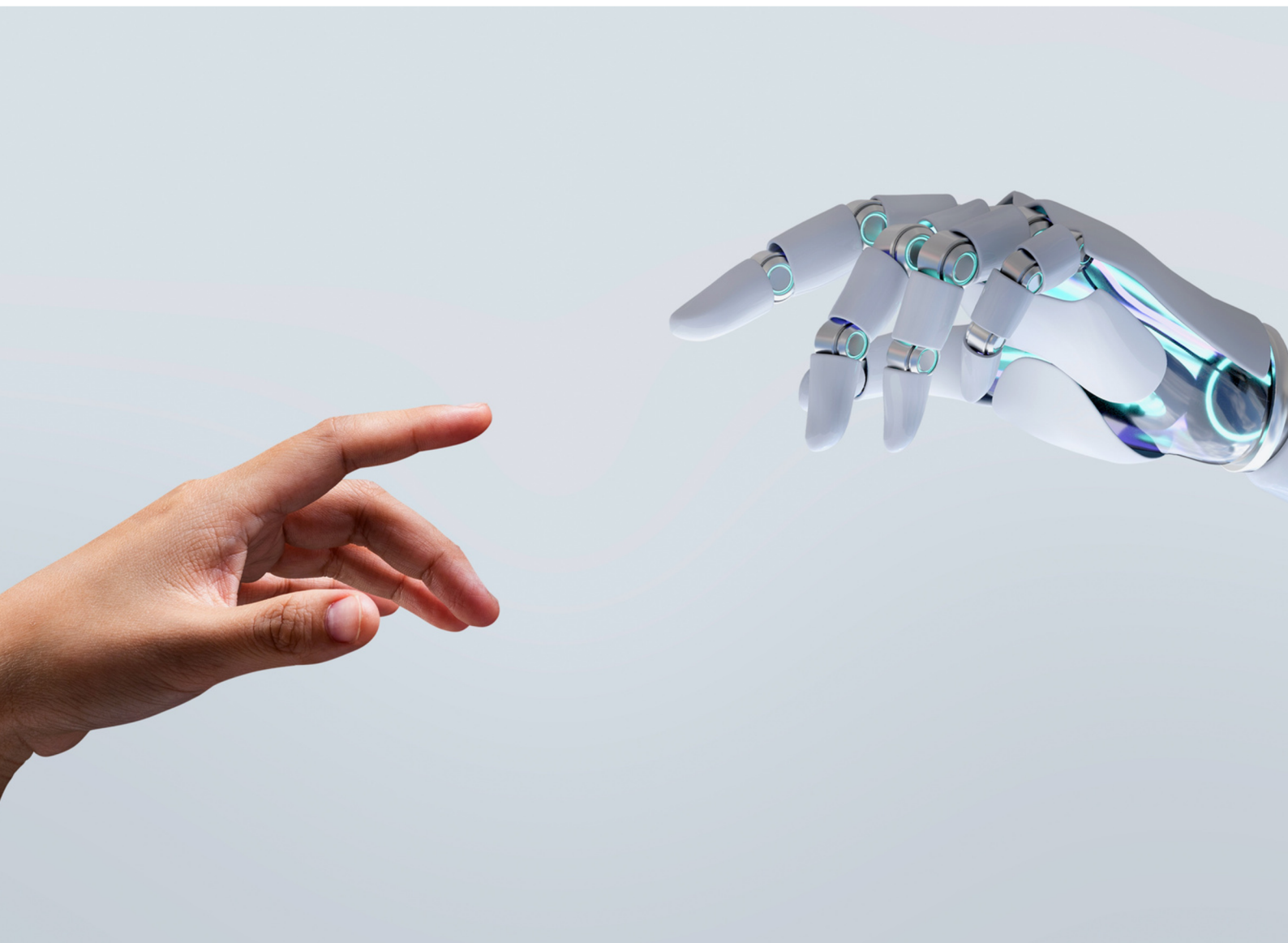
4. CONCLUSIÓN

La charla fue una invitación clara a dejar de ver la IA como algo lejano y **comenzar a explorar sus usos desde ya**.

Para Aleix, **el desafío no es que la IA sea suficientemente lista, sino que sea accesible, sostenible y económicamente viable para todos**.

Su mensaje final: **hay que experimentar, aprender y, sobre todo, no quedarse atrás**.

La IAG no es una amenaza, sino **una oportunidad de transformar nuestro trabajo y hacerlo más eficiente**.





CONSEJO

La clave no es cuánto sabes hoy sobre IA, sino qué tan dispuesto estás a empezar.

Empieza pequeño, mide resultados, ajusta y escala.

En cualquier nivel de preparación, la IA generativa puede ayudarte a ganar eficiencia, calidad o diferenciación.