

Conocimiento y uso de ChatGPT/otros LLM (*Large Language Model*) por parte de profesionales del servicio aragonés de salud.

Ángela Abejéz Arrizabalaga^{1,3}, Rosana Sanz Segura², José Ramón Paño Pardo³ y Sandra Malpica Mallo¹

¹Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A) Universidad de Zaragoza, Mariano Esquillor s/n, 50018, Zaragoza, Spain.

² Departamento de Ingeniería de Diseño y Fabricación Universidad de Zaragoza, C. María de Luna, 3, 50018, Zaragoza, Spain.

³Instituto de Investigación Sanitaria Aragón (IIS Aragón) C. de San Juan Bosco, 15, 50009, Zaragoza, Spain.

1

Introducción

Los LLM son modelos de IA entrenados con **datos de texto** para generar **nuevo lenguaje** similar al humano.

Inteligencia Artificial (IA)

IA generativa

LLM
(*Large Language Model*)
ChatGPT

Métodos

2

Se diseñó una **encuesta en Google Forms** y se registraron respuestas desde el 18 de enero hasta el 3 de marzo de 2024.

Canales de difusión:

Formales → Jefes de servicio de los hospitales de Zaragoza.

Informales → Contactos de *WhatsApp*.

La encuesta revela una demanda para:



Crear una estrategia de adopción de los LLM en el entorno sanitario

- Acompañada de **programas de formación** para superar las barreras identificadas y aumentar el conocimiento.
- Acompañada de **políticas claras**.
- Bien **estructurada y definida**.



531 respuestas del equipo médico y farmacéutico de Aragón.

El **92% conoce esta tecnología**.

Solamente el **25%** utiliza los LLM en la **práctica profesional**, y lo hace para:

- 1) Educación** y formación (35%).
- 2) Tareas no clínicas (28%).
- 3) Investigación (21%).
- 4) Diagnóstico y/o tratamiento (13%).

Su uso es **mayor en hombres que en mujeres**, tanto en el ámbito personal (63% vs 43%) como en el profesional (34% vs 21%).

El **84,5%** reconoce esta tecnología como **útil para su actividad profesional** y está de acuerdo en **incluirla en el ámbito sanitario**.

El **94%** tiene **interés** en recibir **formación**.

Los principales motivos para no usar los LLM son:

- 1) Desconocimiento** (44%).
- 2) Desconfianza (21%).
- 3) Falta de tiempo (17%).

3

Resultados