

Ana Garmendia



HERBERT
SMITH
FREEHILLS

Abogada de Herbert Smith Freehills Spain LLP



IA: ¿cómo va a transformar a las empresas la incorporación de herramientas de IA en sus procesos?

MARÍO RAMÍREZ ORTÚZAR: ¿Cómo crees que la inteligencia artificial está transformando la forma en que las empresas innovan y crean nuevos productos y servicios?

ANA GARMENDIA: Desde el lanzamiento de ChatGPT en noviembre de 2022, hemos asistido a la carrera vertiginosa, por un lado, de la evolución tecnológica de la IA Generativa y, por otro, del desarrollo adaptativo multidisciplinar y particularmente jurídico para hacer frente al aterrizaje de esta tecnología en nuestras vidas y universos que culmina, sin lugar a duda, con la entrada en vigor del Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial esta primavera.

El debate y la evolución revolucionaria de la IA Generativa no ha hecho más que empezar. Los múltiples retos que trae consigo para las empresas no han ni siquiera aterrizado todavía en nuestras mesas, aunque terminarán haciéndolo más pronto que tarde. Por ello, y como punto esencial de partida, conviene empezar a analizar los retos que presenta y desde dónde vamos a hacer frente a los eventuales problemas que puedan surgir, con la única finalidad de preverlos y anticiparnos.

No sólo la regulación de la IA está cambiando la manera en que las empresas innovan y crean nuevos productos y servicios, el despliegue de regulación digital -ya sea formal o en forma de convenios, principios o manifiestos- que se está produciendo a distintos ritmos y de distintas maneras en las distintas potencias mundiales, incluida la Unión Europea, está cambiando las reglas y el terreno de juego para todos los sujetos económicos y la manera en que se interrelacionan.

En el seno de las empresas, asistimos a una verdadera “carrera armamentística” por comprender y acoger las mejores herramientas de IA, que permitan -con la mínima inversión y asumiendo el menor riesgo posible- la ejecución más eficiente de los procesos cotidianos a que se enfrentan, el aumento de la productividad o la reducción de costes. Otras, sin embargo, han optado por prohibir el uso de estas herramientas al menos hasta que no pueda garantizarse una seguridad absoluta y permanecen a la expectativa de su desarrollo.

En cualquier caso, sean cuales sean las decisiones que se tomen en el seno de las empresas, no parece razonable ignorar esta herramienta y habrá que estar atentos a su desarrollo.

M.R.O.: ¿Cuáles son -en tu opinión- los mayores riesgos y desafíos que enfrentan las empresas al intentar implementar soluciones de inteligencia artificial?

ANA GARMENDIA: Los riesgos que presenta la IA generativa pueden agruparse en tres bloques: (i) riesgos de carácter tecnológico; (ii) riesgos de negocio; y (iii) riesgos legales. Los riesgos tecnológicos incluyen todo aquello que deriva de las inexactitudes (alucinaciones, en el argot) que todavía e irremediamente cometen este tipo de herramientas. Además, también ha de incluirse, a mi parecer, el coste medioambiental de su desarrollo.

Los riesgos de negocio son todos aquellos que hacen referencia a ESG y riesgos reputacionales para la empresa que pueden derivarse de su uso y, exponencialmente, de su mal uso por cualquiera de los empleados de esta.



ENTREVISTA POR:

Mario Ramírez Ortúzar

**Global Risk, Assets & Audit Lead de Exolum
y Vicepresidente de AGERS**



Por último, los riesgos legales son los que primero nos vienen a la cabeza. Todos aquellos que hacen referencia a eventuales incumplimientos de la normativa reguladora de IA -en aquellos lugares, como Europa, donde existe- o de protección de datos, y que se materializan en responsabilidad y sanciones para las empresas.

M.R.O.: ¿Qué papel juegan la ética y la transparencia en la implementación de IA en las empresas y cómo pueden las empresas asegurarse de que sus prácticas de IA sean justas y transparentes?

ANA GARMENDIA: El Reglamento IA aprobado por la Unión Europea obliga a las empresas usuarias -so pena de sanción- a informar y ser transparentes respecto del uso de herramientas de IA. Esta obligación no está pensada exclusivamente hacia dentro, es decir, no se limita a la relación del empresario para con sus empleados cuando en la toma de decisiones (promociones, selección, rendimiento, etc.) se utilizan herramientas de inteligencia artificial, sino también "hacia fuera". Todas las empresas (particularmente aquellas que realizan actividades que el Reglamento califica como de "alto riesgo" y, especialmente si se trata de herramientas que utilizan inteligencia artificial generativa) tienen la obligación de informar y ser transparentes respecto del uso de herramientas de inteligencia artificial -de cualquier tipo- en cualquiera de sus procesos o actividades.

M.R.O.: ¿Cómo ve el futuro de la inteligencia artificial en el ámbito empresarial en los próximos 5 a 10 años?

ANA GARMENDIA: En el plazo de un año y medio, la inteligencia artificial ha evolucionado de tal manera que resulta complicado imaginar lo que estas herramientas van a ser "capaces de hacer" dentro de 5 o 10 años. Lo que sí creo es que la inteligencia artificial no es el futuro, sino que ya está aquí. Para mí, un claro indicativo de esto es que los

mercados de evolución más lenta, como pueden ser las administraciones públicas o el mercado asegurador, están adaptándose a la transformación digital y tecnológica que representa el uso de herramientas con inteligencia artificial generativa. Por ejemplo, en el caso de la Administración de Justicia se ha aprobado, el pasado mes de diciembre, el Real Decreto-ley 6/2023, que apunta a la aplicación de técnicas de inteligencia artificial para fines, entre otros, de apoyo a la función jurisdiccional y a la tramitación de procedimientos judiciales.

M.R.O.: ¿De qué manera la inteligencia artificial está cambiando la dinámica de colaboración y competencia entre las empresas, y qué estrategias pueden adoptar las empresas para mantenerse competitivas en este nuevo entorno?

ANA GARMENDIA: Del mismo modo que la accesibilidad o la "democratización" del acceso a la información a través de internet hizo evolucionar algunas profesiones liberales, que debieron centrarse en "aportar" un valor añadido a la simple reproducción de conocimientos accesibles a todos, la inteligencia artificial va a obligar a las empresas a cuestionarse el valor que aportan sus productos o servicios.

Ninguna herramienta de inteligencia artificial -al menos, no como las concebimos hoy en día- puede sustituir al ser humano -creo que estamos lejos de los humanoides de las películas de ciencia ficción, tanto ética como tecnológicamente-. Pero sí está claro que va a obligar al ser humano, a las empresas y a cada uno de los sujetos del mercado laboral, cualquiera que sea su profesión u oficio, a plantearse y reinventar nuevas maneras de crear valor añadido. Esto resulta paradójico pues, por un lado, son herramientas concebidas para dotar a algunas de nuestras actividades de mayor eficiencia y, en definitiva, facilitarnos determinados procesos y, sin embargo, van a obligarnos a realizar el esfuerzo de reinventar lo que hacemos, la manera en que nos relacionamos y, en definitiva, los negocios tal y como