



Joan Roca, Rafael Fontana, Fernando Vives, José María Alonso, Luis de Carlos, Íñigo Sagardoy y Carlos Rueda. Los socios directores de los grandes despchos con el decano del Colegio de Abogados de Madrid. EE

## LOS ABOGADOS **SE ASOMAN A SU FUTURO DIGITAL**

El XII Congreso de la Abogacía reunió en Valladolid a más de 2.500 letrados, que permanecieron muy atentos a las conferencias sobre el futuro de la profesión, que preocupa a todos

IGNACIO FAES

**E**s el reto en el que todos los abogados coinciden. La tecnología asusta a la vez que es la esperanza de la profesión. "Vais a tener un cambio radical en los próximos años. De eso no hay duda", aseguró Carlos Grau, ceo del Mobile World Capital Barcelona.

Grau ha sido uno de los invitados estrella en el XII Congreso Nacional de la Abogacía Española, lo que da una idea de la importancia que han querido dar los organizadores a la transformación digital del sector. El congreso reunió a más de 2.500 abogados en Valladolid.

Destacó Grau la importancia de la inteligencia artificial en el proceso de transformación de la abogacía. "Muchas veces los despachos pequeños pensáis que esto no os afecta, pero vuestros compañeros ya lo están haciendo. Es una realidad", apuntó durante su intervención en la jornada.

En esta línea, Alejandro Touriño, managing partner de Ecija, subrayó que "ya hay herramientas que nos permiten saber los riesgos que tomamos al presentar un procedimiento y hacen una predicción de lo que va a resolver el tribunal".

Ambos expertos destacaron que la tecnología supone una oportunidad, no solo para los abogados, sino para España. "Tenemos que liderar la inclusión de los derechos digitales en la futura Carta de los Derechos Humanos", apuntó Carlos Grau. "Hay que asegurarse de que tenga las mejores garantías para los ciudadanos", añadió.

### Adaptar la profesión

Más formación, más internacionalización, más innovación y más valores. Los socios directores de los grandes despachos de abogados españoles explicaron sus recetas ante los profundos cambios que experimenta la profesión.

"Nos tenemos que formar continuamente e involucrar a los abogados de empresas que están en la vanguardia de la innovación", indicó Rafael Fontana, presidente ejecutivo de Cuatrecasas.

En la misma línea, Carlos Rueda, *managing partner* de Gómez Acebo y Pombo, destacó que "la formación es absolutamente clave". El abogado explicó que, en su despacho, "todos los que entran a la firma hacen un curso para conocer bien la profesión, algo que las universidades han dejado un poco de lado por centrarse en el asunto teórico".

Luis de Carlos, presidente de Uría Menéndez, aludió a una economía cada vez más globalizada. "Hay que favorecer la internacionalización de esta profesión", dijo. Uría Menéndez tiene una fuerte apuesta por los mercados fuera de España. Luis de Carlos apuntó, en este sentido, que "es verdad que aquí todos estamos ya bastante presentes fuera", lo que ve como una ventaja de la abogacía española.

Fernando Vives, presidente ejecutivo de Garrigues, sostuvo que la transformación de la profesión es algo que afecta tanto a grandes como pequeños. "Sin embargo, los grades tenemos que jugar un papel muy importante para arrastrar al resto y proporcionar un marco adecuado", manifestó.



Carlos Grau, Cristina Llop y Alejandro Touriño. EE

## Los cambios obligan a los grandes despachos a adaptar sus modelos de gestión

En la misma línea, Íñigo Sagardoy, presidente de Sagardoy Abogados, indicó que "tenemos que intentar ayudar con todo nuestro conocimiento para mejorar la regulación en nuestro país". A su juicio, "la abogacía puede vertebrar soluciones sobre muchos problemas y lagunas".

"La tecnología está cambiando la sociedad entera y, del mismo modo, nuestra profesión está sufriendo un cambio radical en muchos ámbitos, como ha ocurrido, por ejemplo, con los procesos de due diligence, ahora automatizados", apuntó Miguel Riaño, socio director de Herbert Smith Freehills. "Hay que incorporar la tecnología sí o sí, facilita la conectividad, el teletrabajo, la conciliación y la flexibilidad".

Riaño aseguró que "todo el mundo conoce la dificultad de la clientela española. Tenemos la suerte de que la empresa española es muy innovadora y nos debemos a nuestros clientes, por lo que tenemos que hacer ofertas interesantes, una vez garantizado un nivel de calidad". A su juicio, "no hay competidor pequeño. Hemos visto cómo despachos pequeños en tres o cuatro años han revolucionado el mercado".