

## NUEVOS COMPETIDORES



## Abogados en los centros comerciales

Muchos profesionales del sector legal español y también consumidores se sorprendieron cuando Arriaga Asociados empezó a abrir oficinas en centros comerciales para, según ellos mismos, estar más cerca de sus potenciales clientes. Sin embargo, la idea de Jesús María Arriaga y su equipo no era tan novedosa como parecía, ya que antes los grandes almacenes estadounidenses Walmart ya decidieron ofertar estos servicios en sus locales. En 2012, la 'Tesco Law' revolucionó el sector en Reino Unido al permitir ofrecer servicios legales en bancos o supermercados, entre otros locales.



## Competencia desde otros sectores

Varios cambios normativos hicieron que el sector legal se abriera a empresas de otras industrias que nada tenían que ver con el mundo de los abogados. Estas incursiones en el asesoramiento jurídico y las demandas han cosechado un éxito muy dispar, ya que algunas incluso han tenido que cerrar poco tiempo después de abrirse. En Reino Unido, por ejemplo, la aseguradora AA intentó profundizar en este mundo, al igual que lo hizo la ingeniería civil Stobart con su Stobart Barristers, aunque ninguna tuvo éxito. Más suerte tuvo Admiral Group con su división especializada en accidentes de tráfico.

## TECNOLOGÍA | ESTRATEGIA

# Amazon ya vende servicios

El gigante tecnológico acaba de lanzar en Estados Unidos 'Amazon IP Accelerator', una plataforma en la que hace de

Laura Saiz. Madrid

"Ahora, no sólo compito con otros bufetes, sino también con Google o Amazon". Estas declaraciones de Gideon Moore, presidente mundial de Linklaters, en una entrevista concedida a EXPANSIÓN hace un año y medio parecían casi ciencia ficción. Hoy, ya son una realidad.

No es el único gran directivo del sector jurídico que auguró esta revolución. Hace apenas cuatro meses, Fernando Vives, presidente ejecutivo de Garrigues, se mostró convencido de que, tarde o temprano, "Google o Amazon ofrecerán servicios legales en masa".

Lo que parecía un reto lejano ya es una realidad que está, poco a poco, golpeando las estructuras más tradicionales del mercado legal. Aunque Amazon ya había coqueteado con esta industria al ofrecer dentro de su plataforma servicios de *compliance* o asesoramiento fiscal, entre otros, la apuesta sería ha llegado ahora: Amazon IP Accelerator.

Según explica Alejandro Touriño, socio director de Ecija, el modelo propuesto está focalizado por el momento en el ámbito de la protección de las marcas y está muy centrado en el mercado de Estados Unidos. Y es que, aunque

**La intermediación con firmas especializadas en PI es la oferta estrella de su 'programa legal'**

**La tecnológica busca eliminar las infracciones de marca dentro de su propia plataforma**

anuncian que el público objetivo es global, en realidad sólo tiene sentido que, de momento, participen firmas de otros países si quieren registrar su marca allí.

Eso sí, el objetivo del gigante electrónico es ampliar este ambicioso programa a otros territorios, aunque aún no hay planes oficiales de cuándo se dará el salto a nuestro país, según señalan desde Amazon España.

Esta estrategia no es nada novedosa, ya que forma parte de la táctica habitual de la firma fundada por Jeff Bezos, que suele usar precisamente Estados Unidos como zona de pruebas para testar un

nuevo producto o servicio.

Pero, ¿cómo funciona Amazon IP Accelerator? En realidad, se trata de una especie de *marketplace* en el que, de momento, 11 firmas estadounidenses (empezaron la aventura 10) ofrecen sus servicios en diferentes idiomas, entre los que se incluye el español. El interés por este nuevo servicio ha sido tal que, aunque el objetivo es ampliarlo, la propia compañía ha tenido que anunciar que, de momento, no aceptan más solicitudes de despachos que quieran sumarse a esta iniciativa.

Amazon, por lo tanto, funciona como mero intermediario de proveedores jurídicos, que, siguiendo el mismo estilo de su tienda online, también reciben las estrellas y las opiniones de los clientes.

**Un plan más ambicioso**

Los servicios que de momento ofrecen las firmas participantes a través de Amazon son sólo dos: registro de marcas y derechos de autor. Para facilitar el acceso a las pymes y reducir la barrera del precio en la protección de la propiedad intelectual e industrial, el *marketplace* ha llegado incluso a negociar los precios: la tarifa máxima que pueden cobrar es de 1.800 dólares en el caso de solicitar una revisión



## Los otros grandes negocios del gigante

### Música y cine

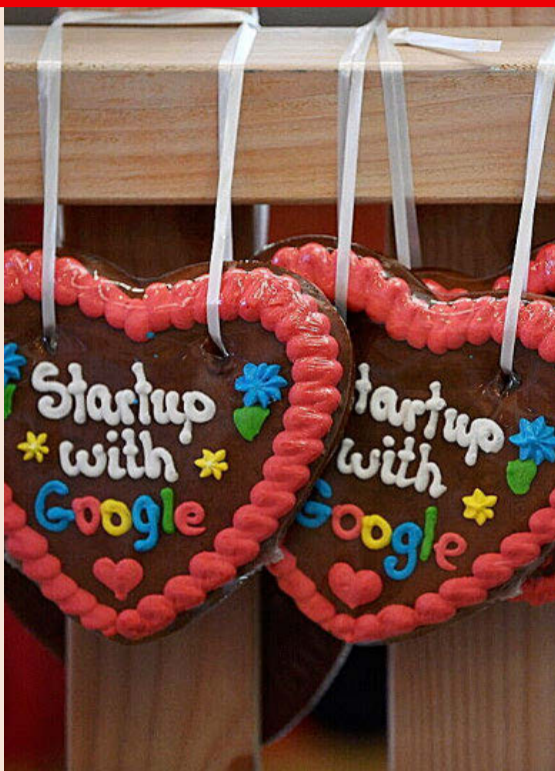
La apuesta de Amazon por la música y el cine va en serio, no sólo como plataforma de contenidos sino también con producto propio. En 2017, invirtió 4.500 millones de dólares, el doble que HBO.

### Videojuegos

Twitch.tv es una plataforma de 'streaming' de vídeo, aunque su punto fuerte son las retransmisiones de videojuegos en directo. Amazon la compró en 2014 por casi 1.000 millones.

### Alimentación

13.700 millones de dólares es lo que desembolsó Amazon en 2017 para comprar Whole Food, una cadena de supermercados con casi 500 establecimientos y que vende productos orgánicos.



Efe

## Google entra de lleno en el juego

Google fue el primer gigante electrónico en ver el potencial del sector legal y su necesidad de transformación hacia un servicio más digital. Tanto es así, que en 2011 entró, a través de Google Venture, en la 'start up' Rocket Lawyer en una ronda de financiación tipo D en la que se inyectó 18,5 millones de dólares. No es la única inmersión en esta industria, ya que también se encuentra online Google Scholar Legal, una herramienta totalmente gratuita de investigación legal con una amplia base de datos de casos (de momento, sólo de Estados Unidos), patentes o artículos de interés.



## Bufetes que se suman al 'legaltech'

La tarta en el sector legal cada vez está más repartida con la irrupción de nuevas 'start up' que están encontrando nichos de mercado aún sin explorar. Para paliar ligeramente este efecto, algunas firmas han decidido entrar en el accionariado de las más punteras, como es el caso de EY, que anunció en 2018 la adquisición de Riverview Law, una firma británica alternativa que ha basado su trabajo en su potente tecnología. Otro modelo es el de Cuatrecasas con su aceleradora. Aunque el objetivo no es entrar en el capital, sí que están estudiando acuerdos con algunas como futuras proveedoras.

# legales... ¿y ahora qué?

intermediario entre pequeñas empresas y despachos especializados para asesorar en protección de las marcas.



## del comercio electrónico

### Servicios en la nube

Amazon Web Services (AWS) ingresó en 2018 unos 25.600 millones de dólares, un 47% más que el ejercicio anterior. Este negocio supone un 11% de la facturación total, el triple que hace cinco años.

### Coches

Opel llegó en 2017 a un acuerdo con Amazon para vender 20 unidades del Grandland X en España a través del gigante electrónico. El modelo se ha replicado en otros países.

### Distribución farmacéutica

En 2018, Amazon compró PillPack, una de las farmacias online más importantes de Estados Unidos con licencia de venta en todo el territorio. Se adelantó así a Walmart, que también mostró interés.

exhaustiva de la marca en la que se incluyan diferentes registros.

La elección de estos dos temas no está, por supuesto, hecha al azar. Es un paso más de su *Project Zero*, con el que el gigante tecnológico pretende llegar a cero en el número de marcas y empresas que venden a través de la plataforma y se saltan diferentes leyes.

Es su forma de dar respuesta a un gran problema reputacional que sufrió la compañía este mismo verano, cuando una investigación del diario *The Wall Street Journal* develó que había, al menos, 4.000 productos a la venta —gran parte de ellos destinados a menores— que infringían derechos de marca o incumplían los estándares mínimos de seguridad.

### Revolución

El anuncio de Amazon ha puesto patas arriba el sector legal. No en vano, se trata de una compañía que ya ha gastado más de 20.000 millones de dólares sólo en adquirir diferentes firmas para entrar en otros mercados y tiene mucho más músculo financiero disponible para seguir creciendo por esta vía.

Sin embargo, la revolución que está sufriendo el sector a causa de la aparición de nue-

### Reino Unido flexibilizó en 2011 su normativa para permitir a otros sectores entrar en el mercado legal

### Sólo en 2019 la inversión en 'legaltech' ya ha superado los 1.200 millones de dólares

vos competidores gracias a la tecnología está llegando por múltiples vías; una de las más potentes es el *legaltech*. Así lo apunta el socio director de Ecija, que señala que "claramente hay una tendencia de confluencia entre servicios legales y tecnología".

Las cifras de inversión en *legaltech* son cada vez más elevadas, añade el experto, que confirma que en 2019 se marcará un récord de capital movilizado. Así, en lo que va de año ya se han superado los 1.200 millones de dólares; de momento, en el *top one* se encuentran los 250 millones que la canadiense Clio, *start up* que ayuda a mejorar la ges-

tión de firmas legales, levantó en su ronda de financiación de serie D.

Pero con la tecnología cambiando el terreno de los bufetes tradicionales, los despachos tienen otro enemigo claro: otras empresas de otros sectores.

En 2011, cuando el Brexit era inimaginable por las firmas británicas, los abogados de Reino Unido se tuvieron que enfrentar a una normativa que permitió a empresas ajenas al sector legal introducirse en este mundo a través de unas estructuras de negocio alternativas. En los dos primeros años, se presentaron más de 300 solicitudes, una cifra, sin embargo, insuficiente para el Gobierno, que relajó aún más las normas de entrada. Tanto fue el escándalo para los abogados más conservadores que empezaron a llamar a la ley *Tesco Law* porque, según ellos, la calidad iba a bajar tanto que "se iban a vender servicios legales como latas de judías".

Ya lo dijo el gurú de la abogacía, Richard Susskind: El reto para los bufetes no está tanto en el mercado de los despachos, sino en nuevos agentes ajenos al ámbito jurídico que empezarán a realizar tareas tradicionalmente reservadas a los abogados.