

Jéssica I. Montero Soto
jessica.montero@elfinanciero.cr.com

Tener los mejores abogados y una cartera de clientes sólida dejó de ser suficiente para las operaciones legales: un estudio global de la firma EY concluyó que 8 de cada 10 empresas planean reducir los costos de sus departamentos legales en los próximos dos años, y a la hora de tercerizar, elegirán la mejor relación volumen - costo.

El informe “¿Por qué la función legal debe reinventarse para la era digital?” arrojó cinco tendencias globales que están moldeando el proceso de cambio:

- 1 Presiones por costos y transparencia.
- 2 Necesidad de capitalizar la tecnología.
- 3 Confianza en el entorno regulatorio.
- 4 Desafíos para atraer y desplegar talento.
- 5 Reevaluación de modelos operativos.

Todo esto se da en una coyuntura de aumento en los controles legales para los negocios, que en Costa Rica tiene ejemplos como la reforma procesal laboral, los ajustes en materia de corrupción y responsabilidad penal, y más recientemente con la promulgación de una nueva ley de competencia, entre otros casos.

Es decir, la necesidad de asesoría estratégica aumenta, en medio de la presión por reducir costos legales.

Este entorno también provoca la necesidad de actualización constante y un aumento de tareas de documentación y registro que consume los departamentos legales internos, provoca una percepción de menor valor agregado y puede abrir oportunidades para las firmas legales externas que sepan sacar provecho de esta coyuntura. Al mismo tiempo, es posible que se cierre el mercado a bufetes tradicionales o con poca innovación.

Rafael Sayagués, socio director de las prácticas de Impuestos y Legal para EY en la Región de Latinoamérica Norte (LAN), afirmó que dos de cada tres grandes tomadores de decisiones en las empresas creen que la práctica legal se ha quedado atrás en innovación, si se compara con otras funciones corporativas.

“Los servicios de asesoría legal tradicionales están sufriendo cambios fundamentales. El futuro de la asesoría legal va a estar cada vez más enfocado a temas técnicos y estratégicos de alto impacto mientras que las labores rutinarias y repetitivas, transaccionales del día a día, así como las de cumplimiento y producción masiva, van a ser asumidas en gran parte por otros proveedores no tradicionales, enfocados en el uso de digitalización y automatización”, agregó.

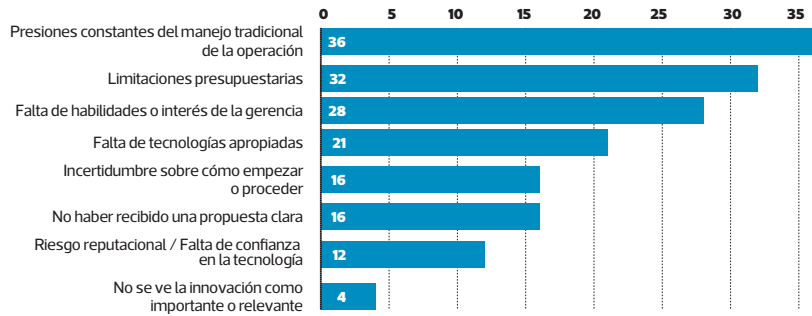
Tiempo de cambio

Los resultados evidencian que las prácticas legales deben cambiar sus modelos operativos, para maximizar el valor que obtienen de la transformación digital, y así

Barreras para innovar en la función legal

Respuestas de los expertos legales sobre las dificultades para implementar cambios.

Datos en porcentajes



FUENTE: EY.

J. M. INFOGRAFÍA / EF

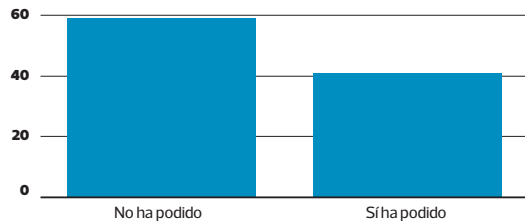
Firmas legales deben acercarse a la innovación

Recortes internos en empresas abrirán mercado a bufetes y abogados con mejor uso de la tecnología

Talento escaso

Respuestas a la consulta: En los últimos 12 meses, ¿ha podido su organización atraer y retener el talento apropiado que se necesita para la función legal de hoy?

Datos en porcentajes



FUENTE: EY.

J. M. INFOGRAFÍA / EF

optimizar las funciones de su fuerza de trabajo.

Hernán Pacheco, socio líder de EY Law, afirmó que la tecnología ha venido a revolucionar el rol del abogado tradicional.

“La práctica legal tradicional también está evolucionando hacia un nuevo modelo de negocios donde la tecnología va a tener un impacto fundamental, por lo que estar a la vanguardia nos permitirá generar el valor que esperan los clientes de nuestros servicios legales”, comentó.

Firmas legales con operaciones en Costa Rica coinciden en la necesidad de adaptar la forma de trabajar para alcanzar las necesidades de las empresas.

Valeria Di Palma, managing director de Consortium Legal Centroamérica, explicó que los

abogados de firmas independientes deben involucrarse cada día más en el negocio de sus clientes.

“Trabajar proactivamente, siendo innovadores en la generación de soluciones. No basta con procesar los requerimientos de manera aislada e independiente, sino que hoy más que nunca, los abogados deben de contar con un enfoque integral, conocer de negocios, ser flexibles y estar plenamente disponibles para sus clientes”, enfatizó.

Esto obliga a los asesores legales a cumplir una función como administradores del conocimiento de las empresas, la información que generan y recopilan.

Para lograrlo, Consortium Legal implementó plataformas tecnológicas para la estandarización y trabaja en la automatiza-

ción de sus servicios, mediante una categorización de cuáles son los denominados “comoditizables” (genéricos) y cuáles son especializados.

Vicente Lines, socio codirector de la firma Arias, comentó que el reto que viene incluido con la oportunidad es el de invertir en herramientas iguales o mejores a las que estas empresas ya tienen. Esto es difícil en la medida en que, sin ser especialistas en tecnología, a las firmas legales les corresponde la identificación de estas herramientas y su implementación exitosa para que realmente brinden una ventaja competitiva.

“Otras barreras son la de recibir acceso a información y procesos que las empresas consideran estar fuera del ámbito de especialización de los abogados. En otras palabras, los abogados tienen que cambiar la forma en que son percibidos por parte de los administradores de las empresas que son sus clientes”, subrayó Lines.

Arias está en proceso de revisión continua de herramientas tecnológicas y de intercambio constante con los clientes para identificar y trabajar en la identificación de necesidades reales de los usuarios, que den pie a la innovación en la firma.

Mauricio París, gerente Latam & Caribe de la firma Ecija, afirmó que la aplicación de la tecnología al sector legal creó competencia fuera del radar: la industria legal-tech, con la irrupción de jugadores no tradicionales como Amazon o Google, que han comenzado

Global

Para el informe se aplicó una encuesta a 1.058 profesionales legales senior de empresas en 25 países de todo el mundo.

La investigación fue realizada por Euromoney Institutional Investor Thought Leadership a finales de 2018 y cubrió funciones legales principalmente en grandes empresas en una variedad de sectores, incluidos productos de consumo y productos industriales diversificados, así como en el gobierno y el sector público.

Entre los principales resultados resaltan los obstáculos para la innovación y la dificultad para encontrar talento adecuado a las nuevas necesidades de los clientes (ver gráficos).

FUENTE: EY.

a prestar servicios jurídicos.

“Ha surgido también una industria muy interesante de inteligencia artificial aplicada al derecho, enfocada sobre todo en la predicción del resultado de cómo fallarían las cortes asuntos bajo determinadas variables. Incluso, en Francia recientemente una ley ha sancionado con penas de hasta cinco años prisión a las empresas que desarrollen este tipo de aplicaciones que permitan predecir el comportamiento de los jueces”, relató París.

En Ecija resaltan tres medidas puntuales que han aplicado para enfrentar el cambio:

- Herramientas de administración de proyectos aplicadas al sector legal, y personal no legal para su implementación.
- Aplicación de smart working: trabajo remoto y con flexibilidad horaria.
- Espacios colaborativos, trabajo por proyectos.

Visión empresarial

Mariano Batalla, managing partner en Batalla, comentó el mercado de servicios legales enfrenta una paradoja: Por un lado, la gran mayoría de las firmas dicen que quieren aumentar sus ingresos, pero les cuesta encontrar nuevos negocios. Por otro lado, muchas empresas no logran encontrar los consejeros legales adecuados para sus necesidades.

Para cerrar esa brecha, la propuesta es aplicar una visión empresarial, donde los clientes sean la razón principal de la estructura y forma de la firma. Así, en lugar de buscar mercado para sus servicios actuales, las asesorías legales adaptan su oferta a los clientes.

Batalla recurre a procesos de automatización, procesamiento de texto en lenguaje natural y machine learning, hasta qué tipo de cláusula arbitral o representación en un contrato comercial complejo recomendarle al cliente, según experiencias previas.

Gustavo Penna, director ejecutivo de la firma Sfera, consideró que la clave está en el trabajo que se hace detrás del servicio: un modelo de negocio más tecnológico puede hacer la diferencia entre que exista o no un futuro para la empresa. ■