

POSICIONAMIENTO Y REPUTACIÓN DEL **DERECHO DIGITAL EN EL** MERCADO ESPAÑOL



Universidad
de Navarra



Iband 1
COMMUNICATIONS & EVENTS



El pasado 13 de abril la Facultad de Derecho de la Universidad de Navarra y las consultoras Band 1 y Black Swan Consultoría organizaron el Focus Group ‘**Posicionamiento y reputación del Derecho Digital en el mercado español**’ con el objetivo de profundizar en las estrategias de posicionamiento de los servicios relacionados con esta área de práctica.

El evento contó con la participación de **Álvaro Bourkaib**, socio de Cuatrecasas; **Andy Ramos Gil de la Haza**, socio de Pérez-Llorca; **Eduardo Valpuesta Gastamiza**, catedrático de Derecho Mercantil y director del Máster de Derecho Digital de la Universidad de Navarra; **Gonzalo F. Gállego**, socio de Hogan Lovells; **Joaquín Muñoz**, socio de Bird & Bird Spain; **Leticia López-Lapuente**, socia de Uría Menéndez; y **Paloma Bru**, socia de Pinsent Masons.

Las conclusiones del Focus Group se exponen en el presente informe.

Participantes



ÁLVARO BOURKAIB

Socio de
Cuatrecasas



ANDY RAMOS

Socio de Pérez-Llorca



EDUARDO VALPUESTA

Catedrático de
Derecho Mercantil



GONZALO F. GÁLLEGO

Socio de Hogan Lovells



JOAQUÍN MUÑOZ

Socio de Bird & Bird



LETICIA LÓPEZ-LAPUENTE

Socia de Uría Menéndez



PALOMA BRU

Socia de Pinsent Masons

Índice

- 04** Introducción
- 05** Profesionales
- 08** Proceso de prestación del servicio
- 09** Propuesta de prestación del servicio
- 10** Clientes
- 11** Posicionamiento
- 12** Conclusiones

Introducción

En los últimos años hemos presenciado una rápida evolución de la tecnología que, de forma paralela, ha impulsado el desarrollo y visibilidad de los departamentos de Derecho Digital de los despachos de abogados.

El Derecho Digital, sin embargo, no es una práctica jurídica nacida como consecuencia de este profundo proceso de digitalización que afronta la sociedad. Si bien la aceleración de la última década ha contribuido a la reconfiguración de su papel en el mercado, el Derecho Digital llegó mucho antes como respuesta a las necesidades jurídicas surgidas en torno al uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y sus actividades relacionadas.

Así, y aunque tradicionalmente ligado al sector de las telecomunicaciones, en la última década el Derecho Digital ha ampliado sus servicios a multitud de sectores que se encuentran inmersos en un proceso de constante cambio e innovación. La rápida evolución de las nuevas herramientas tecnológicas ha hecho además necesaria la ordenación de nuevas regulaciones que, dada la rápida transformación, se aprueban una vez dichas tecnologías están ya estandarizadas y los riesgos asociados, ampliamente analizados.

La Inteligencia Artificial, el Big Data o el uso de algoritmos son sólo algunas de las herramientas que han dado lugar a nuevos usos y comportamientos que el legislador ha precisado o precisa regular para evitar la comisión de

delitos e infracciones. Pero mientras esa normativa no llega, en los despachos de abogados ya trabajan para dotar a estas herramientas de las garantías necesarias.



Por lo tanto, y en relación con lo expuesto, el Derecho Digital, además de aplicar la normativa correspondiente, trata de dar respuesta a las preguntas legales que plantean las nuevas tecnologías, abriendo el camino de su aplicación mucho antes de que estas cuenten con una regulación propia y específica.

No obstante, y aunque no hay duda de que nos encontramos en un momento de confluencias tecnológicas con mayor impacto para las empresas, las necesidades jurídicas a las que da respuesta el Derecho Digital llevan más de 20 años en el mercado, siendo por lo tanto un área de práctica que cuenta con la madurez suficiente para que existan servicios en todo el espectro posible, es decir, de lo más sofisticado a lo más estandarizado.

Profesionales

Habilidades y conocimientos de los profesionales del Derecho Digital

El contexto de transformación tecnológica exige abogados con *mentalidad digital* capaces de ofrecer soluciones legales a todos los interrogantes que surgen con la implantación de las nuevas herramientas digitales y de dar respuesta a las nuevas necesidades de los clientes.

Pero, ¿qué es la *mentalidad digital*? ¿Qué conocimientos demanda el mercado? ¿Están los planes académicos dando respuesta a esta demanda?

Los expertos que han participado en el Focus Group ‘**Posicionamiento y reputación del Derecho Digital en el mercado español**’ señalan tres capacidades esenciales que todo profesional del Derecho Digital debe reunir para competir en el mercado y lograr posicionarse frente a otros profesionales y firmas.

De este modo, dominar la base jurídica, conocer el marco normativo y los nuevos mecanismos jurídicos dispuestos en torno a las nuevas tecnologías y comprender los nuevos modelos de negocio, así como el funcionamiento de las herramientas digitales, son las habilidades básicas que se esperan de un profesional del Derecho Digital.

BASE JURÍDICA

- ▶ El derecho tradicional es, en la mayor parte de los casos, la base jurídica a aplicar ante nuevas tecnologías que no cuentan con una regulación específica.

CONOCIMIENTO SECTORIAL

- ▶ La proliferación de leyes obliga a contar con una base de conocimiento de las normas elaboradas y de las que están en elaboración que regulan específicamente el fenómeno digital.

PERMEABILIDAD TECNOLÓGICA

- ▶ Hablar el mismo idioma que los clientes, y entenderles, se convierte en requisito *sine qua non* para competir en el mercado.

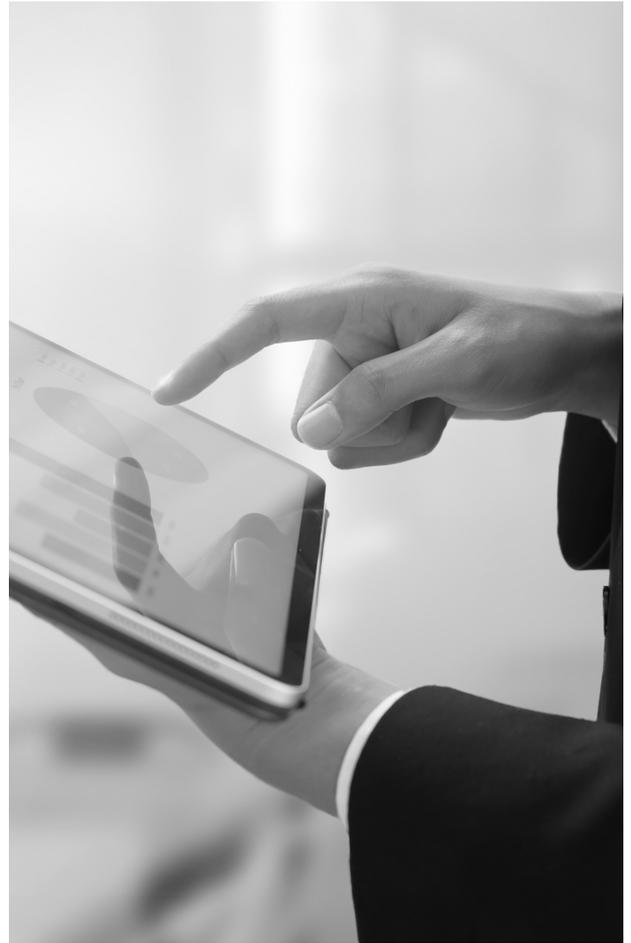
Base jurídica

A diferencia de otras ramas del derecho, el Derecho Digital no dispone de un cuerpo legislativo específico, sino que su regulación se encuentra muy dispersa y suele incluirse en normas específicas de otras materias. No obstante, antes de surgir algunas de sus normas, las situaciones que contempla y regula estaban enmarcadas exclusivamente como problemas puros de otras ramas como el derecho civil o mercantil.

Por ello, durante los primeros compases del Derecho Digital, fue precisamente el derecho tradicional la base jurídica a aplicar ante las nuevas tecnologías que surgían y que no contaban con una regulación específica. A día de hoy, el derecho tradicional sigue siendo de aplicación al entorno digital y, por este motivo, los profesionales de esta área de práctica deben contar con una base jurídica lo suficientemente sólida como para resolver los desafíos legales que plantean las nuevas tecnologías mientras no surge la normativa que regule el fenómeno concreto.

Conocimiento sectorial

A medida que las nuevas tecnologías se estandarizan, los legisladores regulan los nuevos usos y comportamientos derivados de las mismas creando nuevos marcos jurídicos para ámbitos como la protección de datos, el comercio electrónico, la propiedad intelectual... Solo durante el año 2022 se aprobaron la Ley de Servicios Digitales (DSA), la Ley de Mercados Digitales (DMA), la Directiva NIS2, la Ley General de Telecomunicaciones, la Ley de Comunicación



Audiovisual o la Ley de Startups. Además, la Unión Europea está intensificando sus esfuerzos en busca de un estándar regulatorio que pueda sentar las bases para un desarrollo tecnológico global y controlado de tecnologías como la Inteligencia Artificial.

La proliferación de leyes en esta materia obliga, por lo tanto, a los abogados especializados en Derecho Digital a contar con una base de conocimiento muy amplio de las normas elaboradas o por elaborar que regulan específicamente el fenómeno digital.

Así el conocimiento de la regulación sectorial se suma a la base jurídica mencionada en el apartado anterior, independientemente de la especialización que cada abogado siga dentro del Derecho Digital.

Permeabilidad tecnológica

Trabajar como abogado especializado en Derecho Digital requiere no sólo contar con el conocimiento jurídico aplicable a esta área de práctica, sino comprender los modelos de negocio basados en ellas.

Hablar el mismo idioma que los clientes se convierte en requisito *sine qua non* para competir en el mercado. Si bien no se requieren competencias propias del sector tecnológico como la programación, los profesionales del Derecho Digital deben conocer cómo funciona la tecnología para aplicar el derecho y favorecer el diálogo entre tecnólogos y juristas.

El abogado de Derecho Digital ejerce de traductor entre los ingenieros que diseñan la tecnología y la justicia

De este modo, debe existir interés por comprender las últimas novedades al tiempo que se debe disponer de las capacidades para asimilar de forma ágil las innovaciones que se producen y para identificar su impacto y posibles implicaciones legales.

Planes de formación

¿Cómo se preparan los profesionales del Derecho Digital? ¿Dónde adquieren las competencias necesarias? ¿Están los planes

académicos y formativos dando respuesta a las demandas del mercado?

Las instituciones universitarias, así como las firmas, deben introducir las adaptaciones necesarias en sus programas formativos para garantizar que los profesionales actuales y futuros dispongan de las competencias requeridas.

El Derecho Digital debe formar parte de los planes de estudio desde el inicio de la carrera con un enfoque transversal

A día de hoy, los estudiantes de Derecho terminan sus estudios sin haber recibido ninguna formación específica en Derecho Digital.

Por ello, urge sembrar en los estudiantes el interés por las nuevas tecnologías, una tarea que debe hacerse de forma transversal a través de las materias troncales. Esta obligación aplica a alumnos, pero también a profesores, que deben disponer de los conocimientos básicos para introducir en sus respectivos campos (Civil, Laboral, Fiscal...) las implicaciones de la digitalización.

Y es que las Universidades deben ser un espacio propicio para la formación y atracción del alumnado en campos de vanguardia e innovación y ello requiere proyectos educativos más flexibles.

Proceso de prestación del servicio

Espectro de la práctica

Debido a las particularidades previamente descritas del Derecho Digital, esto es, su rápida evolución y la falta de una regulación específica durante los primeros años en los que se desarrolla y aplican las nuevas tecnologías, el espectro de la práctica se dirige hacia el asesoramiento de negocio.



En este sentido, la estrategia de las grandes firmas nacionales e internacionales pasa por posicionar sus servicios en el espectro de la práctica más sofisticado. La complejidad de los servicios, el número de horas que se necesitan para adquirir el *expertise* necesario y el capital humano e intelectual destinado a los mismos, inclina a los despachos de abogados a optar por estrategias cualitativas en el mercado.

No obstante, esto no significa que no existan abogados y firmas que operen en el espectro de la práctica más estandarizado. Una vez generalizada la tecnología en cuestión, los servicios se homogenizan muy rápidamente.

Valor añadido

Es en este punto en el que entra en juego el valor añadido. De este modo, el tipo de asesoramiento que se considera de mayor valor añadido en el Derecho Digital es el de negocio, que requiere de una mayor sofisticación por su complejidad.

Los negocios de los clientes exigen, en muchas ocasiones, crear soluciones a problemas nuevos, sin legislación aplicable; muchos negocios y tecnologías actuales no surgirían si los abogados se limitaran a aplicar la norma existente. Es por ello que un abogado especializado en esta práctica jurídica precisa de un amplio conocimiento del negocio de sus clientes de modo que a través de sus principios, pueda encontrar soluciones jurídicas para poner en marcha el desarrollo tecnológico sin incurrir en riesgos y generando oportunidades de crecimiento para el cliente.

Una vez estos servicios se estandarizan, pierden su valor añadido. Sin embargo, continuamente surgen nuevas tecnologías que, de nuevo, requieren servicios sofisticados que permiten a las firmas mantener su estrategia de posicionamiento en el mercado.

Propuesta de prestación del servicio

En base a lo anterior podemos determinar que la propuesta de prestación de servicio en Derecho Digital es multidisciplinar y transversal a todas las áreas de práctica.

El profundo proceso de digitalización experimentado en los últimos años, así como la aceleración en el desarrollo e implantación de nuevas tecnologías que supuso la pandemia, ha incidido en las disciplinas tradicionales del Derecho. Porque nos encontramos ante una sociedad digital cuya evolución se refleja también en el sector legal.

Por ello, la estrategia de los despachos a la hora de plantear la prestación de servicios pasa por ofrecer un asesoramiento multidisciplinar e integral que cubra todas las necesidades de los clientes. Así, los departamentos de Derecho Digital de las firmas no sólo trabajan temas como ciberseguridad, comercio electrónico o plataformas digitales, sino que involucran a todas las áreas de práctica del despacho, como fiscal, laboral, penal, mercantil o administrativo. Y es que, en el contexto actual de digitalización, en pocas ocasiones un asunto es exclusivo de una materia.

Sucede, por ejemplo, en las emisiones de tokens. En este tipo de operaciones intervienen tanto el Derecho Bancario como el Derecho Digital. Por ello, durante el proceso de prestación de servicio al cliente intervendrán sendos equipos de forma conjunta. Es por ello que, y en referencia al apartado anterior, el capital humano destinado, que requiere de una

gran capacidad de coordinación, convierte a este tipo de servicios en servicios de gran sofisticación.

Esta situación de multidisciplinariedad se repite en asuntos relacionados con el teletrabajo, donde además del Derecho Digital interviene el Derecho Laboral, o en todos aquellos asuntos relacionados con nuevos sectores como *biotech*, *healthtech*, *fintech*, o *insurtech*. Porque la digitalización es también multidisciplinar y afecta ya a todos los sectores de la sociedad.



Es por esta razón que la configuración de conocimientos y habilidades de los profesionales del servicio se organiza en la mayoría de las firmas en torno a un eje (Derecho Digital) que sirve de apoyo al resto de equipos para asesorar en sus respectivas áreas que, además, transmita y enseñe a todas las áreas de práctica a identificar las necesidades de sus propios clientes en materia digital, para de este modo ofrecerles un servicio 360° que cubra todas sus necesidades.

Cientes

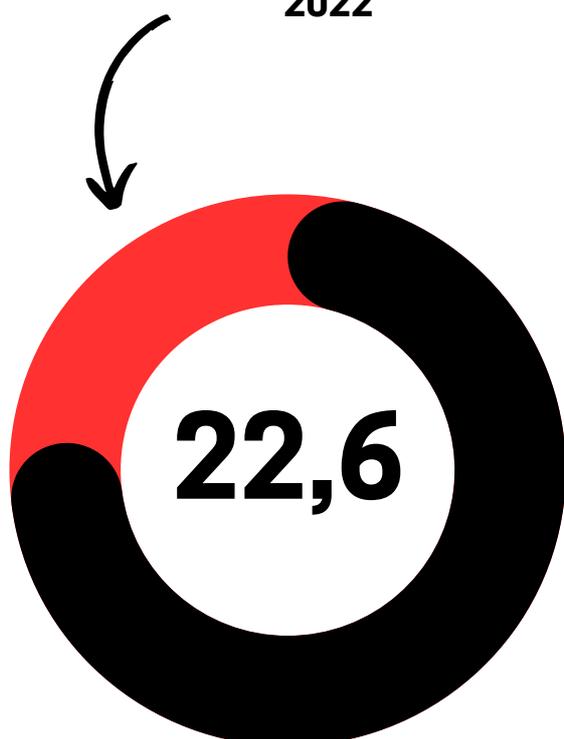
La digitalización afecta ya a todos los sectores de la sociedad. En datos, la economía digitalizada alcanzó el 22,6% sobre el total del PIB en 2022. Se estima además que la digitalización incremente el PIB de España entre 1,5 y 2,5 puntos cada año hasta 2025. Según datos recogidos por el Índice DESI (Digital Economy and Society Index), el 62% de las pymes españolas tienen al menos un nivel básico de intensidad digital.

Es por esta razón que hablar de cliente “digital” no tiene sentido en una sociedad altamente digitalizada.

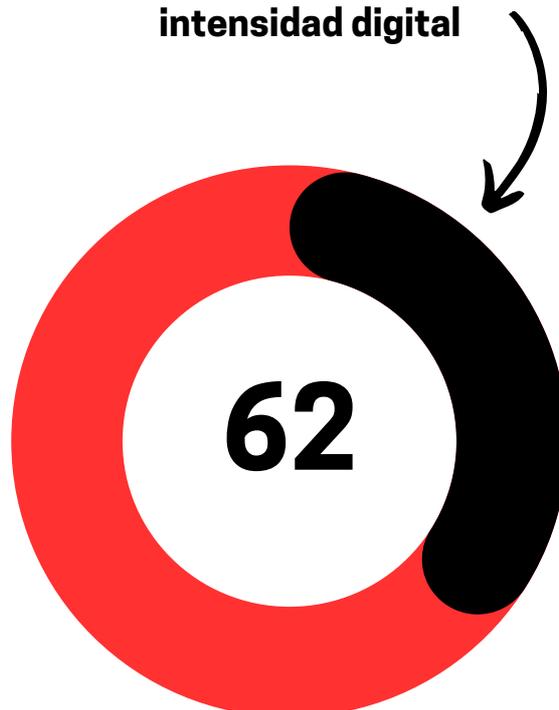
A día de hoy, todas las empresas usan tecnología en mayor o menor grado y, por lo tanto, todas son susceptibles de ser clientes de los profesionales del Derecho Digital. Es por ello que identificar las oportunidades jurídicas en materia tecnológica de los clientes debe ser una prioridad para todas las áreas de práctica de la firma.

Esta práctica no se reduce a asesorar a empresas del “negocio tecnológico”, sino a todas las empresas, que en casi todas las industrias se ven afectadas. El Derecho Digital no es, o al menos no es sólo, el derecho de la “industria digital”.

La actividad económica basada en bienes y servicios digitales, alcanzó el 22,6% sobre el total del PIB en 2022



El 62% de las pymes españolas tienen al menos un nivel básico de intensidad digital



Posicionamiento

¿Cómo se transmite al mercado esta especialización? ¿Reflejan bien los directorios internacionales las diferentes áreas de especialización?

Los directorios y rankings legales son una de las herramientas clave en las estrategias de posicionamiento y reputación de las firmas de abogados. Estos pueden proporcionar una visión estratégica de cómo son percibidos por el mercado, de sus fortalezas y debilidades.



Figurar como abogado o área de práctica reconocido en un directorio internacional es un hito en los planes de desarrollo de negocio de muchas firmas por la capacidad de estas publicaciones para atraer nuevos clientes y asuntos, siendo guía de referencia para abogados *in-house* que deben justificar la elección de abogados externos.

No obstante, existe cierta dificultad para los directorios y rankings legales a la hora de reflejar las diferentes áreas de especialización.

No son pocas las guías las que incluyen a los abogados especializados en categorías como TMT, manteniendo esa visión tradicional del Derecho Digital ligado al sector industrial.

Como hemos señalado a lo largo del informe, la aceleración de la última década ha contribuido a la reconfiguración del papel del Derecho Digital en el mercado y los directorios legales no deberían ser ajenos a ello y realizar un ejercicio de análisis para adaptarse a las nuevas exigencias.

El mercado exige profesionales del Derecho Digital con una visión multidisciplinar y la capacidad de detectar oportunidades jurídicas independientemente del sector. No se trata de categorizar por cada tipo tecnología, una especialización al detalle que los propios abogados rechazan, sino de reflejar el papel real de un área de práctica que trasciende el sector industrial y está presente en todos los ámbitos de la sociedad.

Conclusiones

Se pueden obtener algunas conclusiones ordenadas según la cadena de valor de la prestación de los servicios jurídicos:

Quién presta el servicio

Respecto de quién presta el servicio, los profesionales no solo han de tener el *expertise* de esta materia, sino un conocimiento sólido de otras ramas del derecho y además habilidades centradas en este ámbito tan cambiante y ágil, como la curiosidad, la capacidad de interrelación y la creatividad, las cuales no tienen que ser necesariamente “tecnológicas”.

Forma de prestar el servicio

En relación a la forma de prestar el servicio, requiere una prestación muy personalizada y exige conocer bien las necesidades empresariales del cliente, lo que obliga a estar en la frontera del conocimiento jurídico y además entender nuevos modelos de negocio y áreas nuevas de la economía y la tecnología.

Oferta al mercado

En cuanto a la oferta al mercado, el derecho digital es un área de *expertise*, un derecho creativo que apuesta por buscar soluciones a problemas nuevos, a veces no regulados, si bien parte de esos servicios se comoditizan muy rápido y su prestación ha de virar hacia la eficiencia.

A quién va destinado

Y respecto de a quién va destinado, el derecho digital no es un derecho de “industria”, sino que afecta a la mayoría de las empresas y particulares, y sus destinatarios no son las empresas de la “economía digital”, sino la totalidad de las empresas que se ven hoy afectadas por los cambios legislativos y económicos de los nuevos activos: datos y tecnología.





Universidad
de Navarra



band 1
COMMUNICATIONS & EVENTS